

ANÁLISIS Y ASESORÍA EN PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO PARA LA
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER -FUNDESAN-

JESÚS ANDRÉS MORA SILVA

ID: 76354

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERÍAS

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

BUCARAMANGA

2011

ANÁLISIS Y ASESORÍA EN PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO PARA LA
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER -FUNDESAN-

JESÚS ANDRÉS MORA SILVA

ID: 76354

Libro final para optar al título de ingeniero industrial

Presentado a:

ADM. ALEJANDRO VILLARRAGA PLAZA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERÍAS

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

BUCARAMANGA

2011

NOTA DE ACEPTACION:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, 13 de enero del 2011

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, Martha Silva y Jesús Mora por criarme en medio de valores filantrópicos necesarios para formar una identidad propia e inmutable, por brindarme la oportunidad de obtener una formación profesional de calidad y por ser la mayor fuente de inspiración para tener una actitud transgresora en mi vida.

A la Universidad Pontificia Bolivariana por impartir una educación integral que permite formar Ingenieros Industriales conscientes del sentido humano y de la responsabilidad social empresarial.

Al director de mí practica empresarial Alejandro Villarraga por su valiosa orientación a través de la cultura de emprendimiento; a la coordinadora de prácticas empresariales Martha Rey por su apoyo y aportes ante las inquietudes durante los cuatro meses de práctica empresarial.

Al profesor Edwin Dugarte, por su valiosa y oportuna asesoría relacionada con investigación de mercados.

A la Fundación para el Desarrollo de Santander –FUNDESAN- por ser el tren de aterrizaje necesario hacia la realidad empresarial y brindar un espacio dentro de la empresa para los profesionales en potencia.

A la coordinadora de proyectos y emprendimiento de FUNDESAN, Martha Uribe por brindarme la oportunidad de pertenecer al departamento de emprendimiento y por su valiosa enseñanza relacionada con la asesoría en proyectos de emprendimiento.

A Dios por cultivar en mi los cuatro aspectos cognitivos ligados a la mejora continua: resiliencia, curiosidad mental, objetividad, y disciplina. A todos ellos, muchas gracias por ser parte primordial del inicio de mi carrera profesional como Ingeniero Industrial.

CONTENIDO

	pág.
RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO.....	12
INTRODUCCIÓN.....	14
GLOSARIO.....	16
1. GENERALIDADES DE FUNDESAN.	18
1.1 DECLARACION DE LA MISIÓN.....	19
1.2 DECLARACION DE LA VISIÓN.....	19
1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	20
1.4 SERVICIOS OFRECIDOS.	21
1.5 RESEÑA HISTORICA.....	22
1.6 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO.....	23
2. DIAGNOSTICO DE FUNDESAN.	25
3. ANTECEDENTES.....	29
4 .JUSTIFICACIÓN.....	34
5. OBJETIVOS.....	36
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	36
5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	36
6. MARCOS DE REFERENCIA.....	37
6.1 MARCO TEÓRICO.....	37

6.2 MARCO CONCEPTUAL.....	43
6.3 MARCO LEGAL.	45
6.4 MARCO GEOGRAFICO.	47
6.5 MARCO INSTITUCIONAL.....	47
7. ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	48
8. ACTIVIDADES ADICIONALES.....	94
9. IMPLEMENTACION DE PROPUESTAS.....	198
CONCLUSIÓN.....	203
RECOMENDACIONES.....	205
BIBLIOGRAFÍA.....	207
ANEXOS.....	210

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Formatos uno de seguimiento.....	211
Anexo B Formato dos de seguimiento.....	220
Anexo C Instructivo plan de negocios.....	221
Anexo D Plan de negocios John Roa “Mark – Jean” .	228
Anexo E Plan de negocios Claudia Ortega.....	235
Anexo F Plan de negocios Elkin Velazco “Multikasa Center”.....	242
Anexo G Plan de negocios Gonzalo Rodríguez “Maní – Aji”.....	250
Anexo H Plan de negocios Cesar Corredor “Desayunos Especiales”.....	257
Anexo I Plan de negocios Miguel Méndez Ferretería “San Miguel” .	264
Anexo J Informe mensual Agosto.....	271
Anexo K Informe mensual Septiembre.....	273
Anexo L Informe mensual Octubre.....	275
Anexo M Informe mensual Noviembre.....	278
Anexo N Informe mensual Diciembre.....	285
Anexo O Ficha de emprendimiento de John Roa.....	286
Anexo P Ficha de emprendimiento de Claudia Ortega.....	288
Anexo Q Ficha de emprendimiento de Elkin Velazco.....	290
Anexo R Ficha de emprendimiento de Gonzalo Rodríguez.....	292

Anexo S Ficha de emprendimiento de Cesar Corredor.....	294
Anexo T Ficha de emprendimiento de Miguel Méndez.....	296
Anexo U Clientes Activos.....	298
Anexo V Seguimientos resumen Jorge Martínez y John Roa.....	299
Anexo W Evaluación Financiera de plan de negocios de comercio.....	301
Anexo X Instructivo evaluación financiera del plan de negocios de comercio....	302
Anexo Y Formato de Seguimiento de llamadas.....	303
Anexo Z Instructivo anterior del plan de negocios.....	304
Anexo AA Propuesta laboral y contestación.....	312

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Estructura Organizacional de FUNDESAN.....	20
Figura 2. Modelo del proceso de innovación.....	40
Figura 3. Ubicación de FUNDESAN en el mapa de Bucaramanga, Santander.....	47
Figura 4. Formato de encuesta “Multikasa Center”.....	55
Figuras 5, 6, 7, 8, 9, 10 Tabulación “Multikasa Center”.....	57
Figura 11. Formato encuesta “Lava – Más”.....	64
Figuras 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 Tabulación “Lava – Más”.....	65
Figura 20. Formato encuesta “Desayunos especiales”.....	73
Figuras 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 Tabulación “Desayunos Especiales”.....	75
Figura 31. Formato encuesta “Micro mercado la 35”.....	86
Figuras 32, 33, 34, 35, 36 Tabulación “Micro – mercado la 35”.....	87
Figura 37. Logotipo de “Mark–Jean”.....	96
Figura 38. Lugar de operación taller de confección de Claudia Ortega.....	98
Figura 39. Logotipo “Multikasa Center”.....	99
Figuras 40, 41, 42, 43 Portafolio de productos “Maní –Ají”.....	101
Figura 44. Logotipo “Maní – Ají”	103
Figuras 45, 46, 47 Visita a ferretería “San Miguel”.....	106
Figuras 48, 49, 50, 51, 52, 53 Portafolio productos “Desayunos especiales”.....	108

Figura 54. Tarjeta de publicidad “Desayunos especiales”.....	111
Figura 55. Logotipo alquiler de lavadoras “Lava – Más”.....	117
Figura 56. Logotipo de diseños y soluciones metálicas “D&S”.....	119
Figura 57. Logotipo de “Grupo planeta ambiental”.....	121
Figuras 58, 59 Visita Luz Quintero.....	121
Figura 60. Logotipo “Baby Jeep Truck”.....	124
Figuras 61, 62, 63 Portafolio de productos “Baby Jeep Truck”.....	124
Figura 64. Logotipo “Reyes del algodón”.....	127
Figuras 65, 66, 67 Portafolio productos “Reyes del algodón”.....	127
Figura 68. Proceso crediticio línea de emprendimiento.....	132
Figura 69. Filtro en proceso crediticio.....	138
Figuras 70, 71, 72 Folleto de instructivo legal.....	141
Figuras 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83 Sección estadística.....	144
Figura 84. Manual de procedimientos y funciones de emprendimiento.....	162
Figura 85. Visita de seguimiento John Roa.....	177
Figura 86. Visita de seguimiento Jorge Martínez.....	185
Figuras 87, 88, 89 Charla “INPEC”.....	194
Figura 90. Capacitación B.P.M.....	196
Figura 91. Examen físico, capacitación B.P.M.....	197

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Planes de negocio diligenciados.....	52

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ANALISIS Y ASESORIA EN PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO PARA LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER –FUNDESAN-

AUTOR (ES): JESÚS ANDRÉS MORA SILVA

FACULTAD: FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR: ALEJANDRO VILLARRAGA PLAZA

RESUMEN

La cultura del emprendimiento, se ha venido implementando dentro del ámbito educativo como una solución a la falta de empleo, y una opción de creación de riqueza dentro de una sociedad, por ende FUNDESAN ha creado una línea de emprendimiento dentro de la cual se brinda asesoría y financiación a proyectos empresariales relacionados con el emprendimiento, para generar unidades productivas sostenibles y competitivas. El objetivo principal de dicha asesoría, es establecer la viabilidad de los factores relacionados con el proyecto, al igual que con el crédito brindado; el asesoramiento al emprendedor comienza con diligenciar el plan de negocios, realizar una investigación de mercados, y termina con un comité de aprobación del crédito solicitado. Finalmente se aprobaron 6 unidades productivas, y se atendieron a 272 emprendedores cada uno con una idea de negocio diferente, que por diversas razones no pudieron acceder al crédito. Se implementaron diversas estrategias para facilitar dentro de lo posible el acceso a la asesoría continua y al crédito empresarial, como la realización de instructivos, al igual que la estandarización del proceso crediticio entre otros.

PALABRAS CLAVES: Asesoría, plan de negocios, emprendimiento, perfil de emprendedor, investigación de mercados, micro-empresa, crédito, garantía.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

OVERVIEW OF WORK DEGREE

TITLE: ANALYSIS AND ADVICE ON ENTREPRENEURSHIP PROJECTS FOR “FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER” –FUNDESAN-

AUTHOR: JESÚS ANDRÉS MORA SILVA

FACULTY: FACULTY OF INDUSTRIAL ENGINEERING

DIRECTOR: ALEJANDRO VILLARRAGA PLAZA

ABSTRACT

The entrepreneurship culture has been implemented since the education field as a solution to unemployment, and an option of creation of wealth in the society, therefore FUNDESAN has created a line of enterprise, which advises and finances for business projects related to entrepreneurship, to build sustainable and competitive production units. The main objective of the advice is to establish the viability of the project, and of factors related to the credit given; the advice with the entrepreneur begins, with the business plan, and market research, finishing with a committee approval of the requested credit. Finally 6 production units were approved, and 272 entrepreneurs were treated, each one with a different business idea, that for various reasons could not access to the credit. Some strategies were implemented to facilitate as much as is possible, the access to advice and business credit to all potential clients, some of the strategies were: conducting tutorials, as well as the standardization of the lending process, among others.

KEY WORDS: Advice, business plan, entrepreneurship, entrepreneurial profile, market research, small business, financing, warranty.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un pilar primordial para la economía de cualquier sociedad, puesto que genera oportunidades que fomentan el avance y desarrollo empresarial y económico de una población.

La persona que toma la decisión de emprender suele tener dos causas principales, necesidad económica, o, deseo de aprovechar una oportunidad de generación de riqueza en el entorno, en ambos casos se debe minimizar el riesgo de operación para poder crear una unidad productiva competitiva en el mercado.

En Bucaramanga la Fundación Para el Desarrollo de Santander –FUNDESAN– implemento una línea de servicio crediticia para apoyar el emprendimiento en el municipio, siendo un operador que canaliza los recursos públicos destinados por la alcaldía de Bucaramanga (IMEBU), para financiar la creación de empresas sostenibles en el tiempo, legalmente constituidas, y que sean generadoras de empleo digno.

En el proceso de financiación y creación de unidad productiva sostenible, se requiere de un estudio previo que abarca el análisis de crédito y viabilidad de la idea de negocio, es en ese proceso donde se requiere de la ingeniería industrial para establecer la viabilidad de proyectos de emprendimiento, teniendo en cuenta aspectos personales, de crédito, aspectos operativos, financieros y demás variables vitales que inciden directamente en el buen funcionamiento de una empresa; a su vez dentro de FUNDESAN se brinda una asesoría en la parte social, realizada por un trabajador de dicha área, que realiza un diagnóstico a cada cliente potencial para analizar variables de la familia que puedan incidir en el comportamiento de pago del crédito, es decir, la línea de emprendimiento ofrece un servicio integral para minimizar el riesgo de otorgamiento de crédito, lo que genera beneficios tanto para FUNDESAN como para el emprendedor, ya que

conoce durante el proceso crediticio los factores claves de éxito ligados a la actividad comercial a desarrollar.

Dentro de las actividades realizadas se explicara de manera detallada la estandarización del proceso crediticio, al igual que los proyectos sobre los cuales se estableció la viabilidad financiera y operativa que permitió realizar el montaje de unidades productivas, y los proyectos que aun se encuentran dentro de alguna etapa del proceso crediticio en la línea de emprendimiento.

GLOSARIO¹

1. **Emprendedor:** persona que se caracteriza por tener una capacidad alta de innovación, y una persistencia prolongada en el tiempo para cumplir metódicamente con los objetivos propuestos.
2. **Cultura:** es el conjunto de valores, hábitos y creencias desarrollados dentro de una organización.
3. **Cultura de emprendimiento:** es el conjunto de valores, hábitos y creencias que apuntan al espíritu innovador, o de emprendimiento.
4. **Innovación:** es la capacidad de realizar propuestas nuevas en un mercado, o darle un valor agregado a las propuestas existentes dentro del mismo.
5. **Idea de negocio:** es el primer acercamiento o paso a seguir para la creación de una empresa.
6. **Plan de negocio:** es un documento que describe las variables contempladas en la creación de una empresa, y las estrategias diseñadas para gestionarlas.
7. **Viabilidad de proyecto:** en FUNDESAN, la viabilidad de proyectos es el análisis realizado en dos ámbitos, el empresarial y el personal. En el ámbito empresarial (en temas financieros, operacionales, y de mercadeo), para determinar si el negocio es rentable en el futuro o no; y en el ámbito personal

¹ Fuente: Autor del documento: Jesús Andrés Mora

(identificar el perfil de un emprendedor, analizar aspectos psicosociales, y crediticios), para determinar el buen desempeño del cliente en su negocio y en el pago oportuno del crédito.

- 8. Perfil de emprendedor:** es el conjunto de características subjetivas cognitivas y conductuales que debe tener una persona, o un cliente potencial para ser identificado y avalado como un emprendedor.
- 9. Financiación:** ocurre cuando una organización presta dinero o recursos económicos a otra entidad o individuo para que desarrolle unas funciones preestablecidas.
- 10. Codeudor:** es la persona que respalda el préstamo al deudor principal, o sirve como garantía para en caso de que el solicitante del crédito no responda oportunamente por su deuda, el codeudor sea el encargado de hacerlo.
- 11. Periodo de gracia:** es el lapso de tiempo durante el cual, el cliente solo cancela el valor de los intereses de un préstamo realizado.
- 12. Ficha de emprendimiento:** es un documento creado por la línea de emprendimiento de FUNDESAN, el cual permite conocer características personales, sicosociales y empresariales, de los emprendedores.

1. GENERALIDADES DE FUNDESAN

1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

Fundación para el desarrollo de Santander (FUNDESAN).

1.2 ACTIVIDAD ECONOMICA

Prestación de servicio de microcrédito.

1.3 NÚMERO DE EMPLEADOS

Actualmente en la sede principal de Bucaramanga FUNDESAN cuenta con 18 empleados.

1.4 CLIENTES

Los clientes de FUNDESAN son personas interesadas en la obtención de un microcrédito y que cumplan con cualquiera de los siguientes aspectos:

- Tengan una empresa constituida y necesitan realizar la compra de algún activo, o de materia prima para expandir el negocio. (Línea de fortalecimiento)
- Quieran realizar el montaje de una unidad productiva o desean crear una nueva línea productiva para una empresa existente, teniendo en cuenta que el emprendedor posea las competencias para realizar dicha actividad mercantil, que sea una idea innovadora o que tenga un alto impacto social, y que se utilice un recurso ocioso. (Línea de emprendimiento).
- Estudiantes interesados en obtener un crédito estudiantil.

1.5 DIRECCIÓN

Bucaramanga: Sede principal calle 36 # 19-76- piso 3

Piedecuesta: Carrera 6 # 9-98 sótano Edificio Consejo Municipal.

1.6 TELÉFONO

- ✓ Bucaramanga: (57-7) 6520303
- ✓ Piedecuesta: 6551999

1.7 DECLARACIÓN DE LA MISIÓN

“Propiciar el mejoramiento social y económico del Departamento de Santander y del País, fomentando la transferencia de tecnología que contribuya a la modernización de las empresas. Por tal razón, estimularemos y apoyaremos la consolidación de nuevas ideas productivas de desarrollo social en todas sus áreas. La búsqueda del mejoramiento continuo de los servicios ofrecidos exige de nuestro Equipo Humano una alta moral, profesionalismo y sensibilidad social que se reflejan en la creatividad, productividad e innovación”².

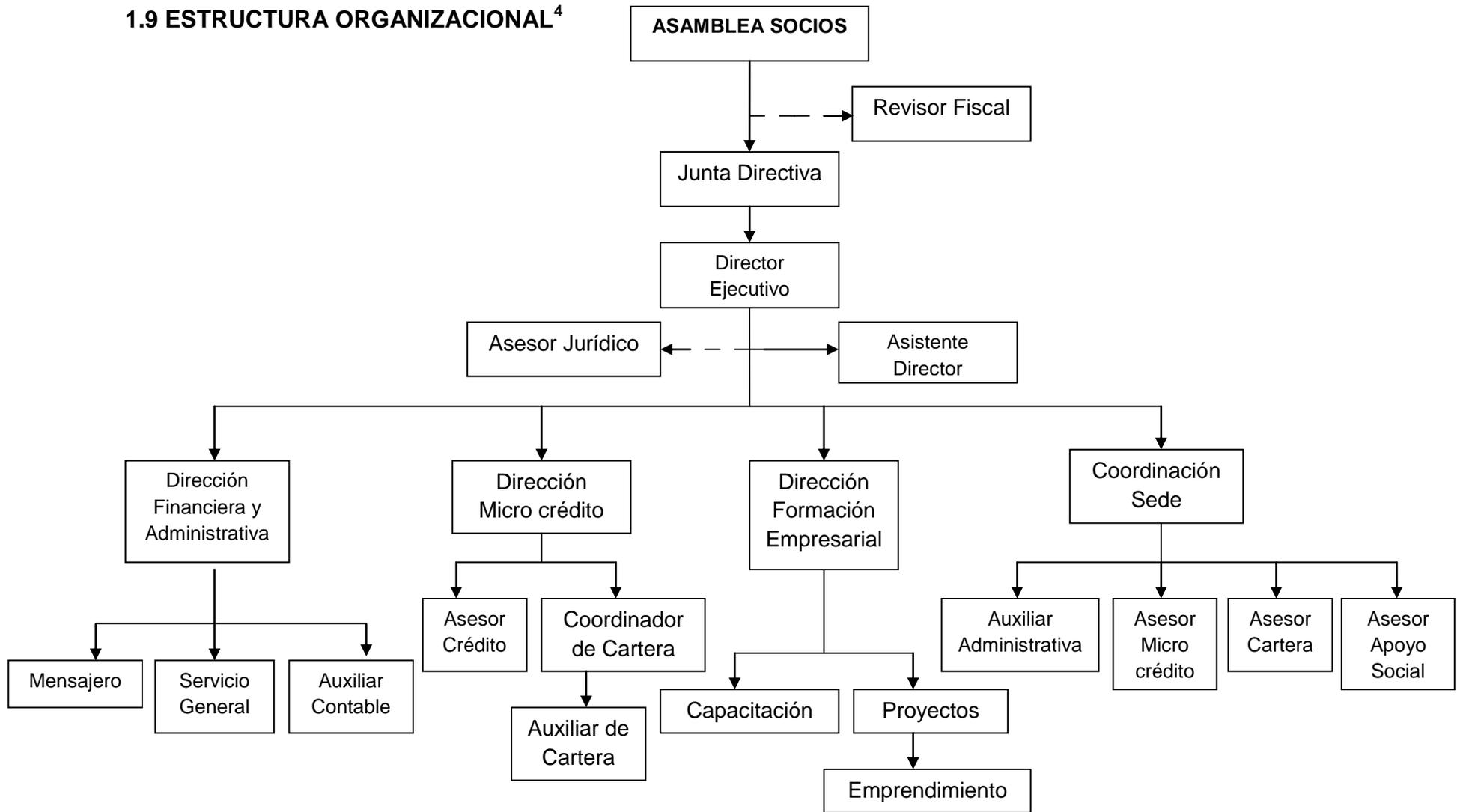
1.8 DECLARACIÓN DE LA VISIÓN

“Ser la fundación líder de la región centro-oriental colombiana mediante un trabajo que propenda el desarrollo de todas las comunidades, a partir de la concertación de esfuerzos tanto de socios y colaboradores, como de la empresa pública y privada”³.

² FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER. Misión institucional. Disponible en web: <http://www.fundesan.org/script/asisomos/index.php?oper=2>. Recuperado: 27 de agosto del 2010.

³ FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER. Visión institucional. Disponible en web: <http://www.fundesan.org/script/asisomos/index.php?oper=2>. Recuperado: 27 de agosto del 2010

1.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL⁴



⁴ Información suministrada por el coordinador de microcrédito de FUNDESAN, Euclides Lozano.

1.10SERVICIOS OFRECIDOS⁵

Dentro del área de microcrédito se desglosan diversos servicios y programas adicionales, como los siguientes:

1.10.1 Asesoría especializada. En cada tipo de negocio impulsado por FUNDESAN, se brinda una asesoría personalizada, en las áreas de mercadeo, contabilidad y en la parte operacional.

1.10.2 Banco de la familia Piedecuesta. Proyecto creado solamente para los microempresarios cuyo negocio está ubicado en el área de piedecuesta.

1.10.3 Capacitación. El servicio de capacitación ofrecido por FUNDESAN es un método para brindarle a los beneficiados del crédito, las herramientas suficientes para prosperar en su negocio, en unión con el servicio nacional de aprendizaje (SENA).

1.10.4 Crédito estudiantil. Mediante este servicio se brinda la oportunidad a personas interesadas en ser profesionales o tecnólogos, financiando hasta el 100 % del valor de la matrícula del semestre de pregrado, carreras técnicas y diplomados, en convenio con entidades universitarias como: Universidad santo tomas de Aquino, universidad autónoma de Bucaramanga, universidad cooperativa de Colombia, unidades tecnológicas de Santander, universidad industrial de Santander, universidad Manuela Beltrán, ITAE, y UNICIENCIA.

1.10.5 Emprendimiento. Mediante esta línea se le facilitan los recursos financieros a emprendedores para que puedan crear empresa y contribuir al beneficio social de fomentar empleo; además, se brinda una asesoría personalizada contante, en el área contable, operacional, y de mercadeo brindada por personal experto, y un acompañamiento en el montaje de la unidad productiva.

1.10.6 Investigación y desarrollo de proyectos. Se trabaja en coordinación con el instituto municipal de empleo y fomento empresarial, para brindar asesoría

⁵FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER. Servicios. Disponible en internet: <http://www.fundesan.org/script/servicios/index.php>. Recuperado: 28 de Agosto del 2010.

personalizada continuo acompañamiento en la formulación del plan de negocios a emprendedores, y presentar al comité técnico las solicitudes de crédito solicitados.

1.10.7 Microcrédito empresarial. En convenio con entes gubernamentales como: la alcaldía de Bucaramanga, IMEBU, alcaldía de Floridablanca, alcaldía de piedecuesta, IDESAN, y la gobernación de Santander se ha promovido la realización del programa de generación de empleo y mejoramiento de ingresos mediante la administración de fondos rotatorios de créditos.

1.10.8 Programa hacienda productiva-Piedecuesta. Programa para el fomento empresarial mediante la prestación de recursos financieros ejecutado para los comerciantes cuyo negocio está ubicado en piedecuesta, y paguen industria y comercio; la tasa de interés en este programa es de 1,25 % mes vencido, se pueden acceder a un monto de \$ 500.000 hasta \$ 7.000.000.

1.11 RESEÑA HISTÓRICA⁶

La **FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER, “FUNDESAN”**, es una entidad sin ánimo de lucro, fundada el 10 de Junio de 1974, con personería jurídica según resolución No. 052 de junio de 1974 expedida por la Gobernación de Santander debidamente inscrita en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, cuyo objetivo fundamental es el desarrollo integral de la comunidad, su bienestar y el mejoramiento de sus condiciones de vida. FUNDESAN trabaja para la comunidad en diferentes áreas de acción como: Micro crédito empresarial, capacitación, formación comunitaria, liderazgo y en general todas aquellas actividades que promuevan el desarrollo y el bienestar de la comunidad Santandereana.

⁶ FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER. Reseña histórica institucional. Disponible en web: <http://www.fundesan.org/script/asisomos/index.php>. Recuperado: 28 agosto del 2010.

1.12 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO⁷

El área de trabajo dentro de FUNDESAN donde se va a realizar la practica empresarial es la línea de emprendimiento, la cual tiene un tiempo de funcionamiento de aproximadamente un año y medio; se tiene registro que en 8 meses, se han atendido aproximadamente a 300 personas, y actualmente se cuenta con 35 clientes activos, lo que genera una tasa de aceptación o acceso al crédito de aproximadamente el 12 %.

Dentro de esta línea de emprendimiento, una vez se acerca el cliente a las instalaciones de FUNDESAN, se conocen sus ideas de negocio, esta asesoría abarca temas, como: las ventajas que ofrece FUNDESAN una vez se accede al crédito, y la información necesaria para diligenciar un plan de negocios, donde se analizan diversas variables que se deben gestionar para minimizar el error potencial, además se explican las garantías necesarias que se deben cumplir (que son proporcionales al monto solicitado, y van desde un codeudor con estabilidad laboral o finca raíz, hasta una garantía real, si el monto es mayor de veinte millones) para acceder al préstamo.

Posteriormente si el cliente está dispuesto a continuar con el proceso, se identifica en él, el perfil de un emprendedor, y se procede a tramitar el formato de plan de negocios ; dependiendo del que tan innovadora sea la idea, y del tipo de unidad productiva, se realiza una investigación de mercado para conocer el nivel de aceptación que tiene el servicio o producto diseñado dentro del mercado objetivo, además la coordinadora de proyectos y emprendimiento realiza un análisis contable mediante un software interno, el cual es alimentado con la información suministrada por cada cliente, se realizan unas proyecciones financieras con los indicadores financieros, y, si la información obtenida es favorable, se retroalimentan con el cliente, para que éste tenga una idea de los parámetros a seguir para obtener un resultado positivo, si no es favorable la proyección financiera se debe replantear la idea (cambiando algunas variables dentro del

⁷ Información suministrada por la coordinadora de proyectos y emprendimiento de FUNDESAN, Martha Uribe Ayala.

proyecto). A los clientes en proceso, se les debe realizar varias visitas al lugar que ellos consideraron correcto, con los siguientes propósitos:

1. Analizar el entorno sicosocial, donde se conocen aspectos familiares, y personales de cada cliente potencial.
2. Revisar la parte operativa del negocio: en el caso de empresas que quieran expandir su línea de producción y cuentan con recursos propios, la visita se realiza para verificar los recursos con los que se cuenta, y ver las falencias productivas a satisfacer.
3. Realizar una inspección donde se determinan los recursos propios con los que se cuenta, y la validez de la información suministrada en la entrevista personal, para determinar si se cumple con un perfil subjetivo del emprendedor.

Finalmente el crédito solicitado junto con la idea de negocio, y los demás factores analizados, es ilustrado a un pre comité, donde se analizan, los resultados obtenidos en el proceso del pre crédito, y se confirma la viabilidad o no del proyecto, para aprobar finalmente el crédito en un comité final, y poder desembolsar el dinero solicitado.

Una vez aprobado el crédito se realizan visitas periódicas para conocer el desempeño actual del negocio dentro del mercado, y saber si se están cumpliendo las proyecciones de ventas y demás indicadores contables previstos, y encontrar falencias en diversas áreas, que FUNDESAN en convenio con el SENA pueda resolver mediante capacitaciones personalizadas a cada empresario.

1.13 NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR

Martha Uribe Ayala; coordinadora de proyectos y emprendimiento.

2. DIAGNOSTICO DE FUNDESAN⁸

Actualmente FUNDESAN es reconocida por prestar servicios en tres ámbitos empresariales; en el ámbito financiero: brindando apoyo a empresas consolidadas, a emprendedores que desean iniciar una unidad productiva, y a estudiantes financiando con préstamo hasta del 100 % del valor de la matrícula (crédito estudiantil); en el ámbito de la capacitación laboral: ya que FUNDESAN brinda asesoría en diversos temas académicos (en convenio con el SENA y el IMEBU) a los beneficiados con el crédito con asesorías personalizadas en el área que lo requiera el empresario (área contable, mercadeo, operacional y jurídica); y en el ámbito de coordinación y desarrollo de proyectos: ya que se impulsan proyectos empresariales, buscando el beneficio de familias santandereanas, y de el desarrollo económico del país.

La línea de emprendimiento es relativamente nueva, ya que tiene aproximadamente un año y medio de estar funcionando; se tiene registro que en 8 meses de servicio han sido atendidos más de 300 personas, de las cuales 35 han accedido al crédito, por ende aproximadamente el 12 % es el porcentaje de aceptación en la línea de emprendimiento, el 88 % restante no acceden a este beneficio financiero por diversas causas, tales como: el desistir de la idea de negocio, porque no es viable para el cliente llevarla a cabo; porque no quieren realizar mayor esfuerzo diligenciando el plan de negocios, o por no cumplir con las garantías ni con el perfil subjetivo de un emprendedor manejado por FUNDESAN.

La línea de emprendimiento, está ligada con los 3 ámbitos descritos anteriormente, ya que se impulsan proyectos innovadores y emprendedores, mediante la prestación del servicio financiero con microcréditos, y en conjunto a esto, se brinda una asesoría personalizada mes a mes una vez obtenido el crédito, donde se cubren necesidades de conocimiento relacionadas con temas financieros, operacionales, y de marketing esenciales para el buen desarrollo de

⁸ Información suministrada por la coordinadora de proyectos y emprendimiento de FUNDESAN, Martha Uribe Ayala.

cualquier empresa, es válido resaltar que esta línea solo tiene cobertura para unidades productivas ubicadas en Bucaramanga.

El proceso de acceder al crédito en la línea de emprendimiento, empieza con una entrevista personal con un asesor, donde le explica los beneficios de diligenciar el plan de negocios, la información necesaria para poder completarlo, y las ventajas obtenidas al acceder al crédito en FUNDESAN (se otorga un periodo de gracia dependiendo del caso, con una tasa de interés de 1,7 % mes vencido, y una asesoría personalizada en el área contable, operacional y de mercadeo, o en cualquier área que tenga falencias el emprendedor); adicional a esto, se realiza una explicación de las garantías o requisitos que se deben tener en cuenta para respaldar el crédito, que dependen de la cantidad de dinero solicitado (ya que no hay cantidad de dinero límite para el préstamo), éstas pueden ir desde un codeudor con estabilidad laboral, hasta una garantía real (hipoteca) ; una vez realizada la explicación, el cliente junto con el asesor, deberán completar todo el formato del plan de negocios, para poder continuar con la visita para el diagnóstico operacional, la investigación de mercado, y las proyección de indicadores financieros correspondientes, para finalmente mostrar el proyecto al comité de evaluación, para ser aprobado o negado.

Por otra parte, la línea de fortalecimiento abarca empresas que estén activas y ubicadas en el área de Piedecuesta, Florida, Girón y Bucaramanga; actualmente cuenta con más de 1800 créditos activos. El estudio de crédito es mucho más rápido en esta línea, ya que el proceso se prolonga durante aproximadamente 8 días, y empieza desde que el cliente entrega los documentos que se le solicitan, posteriormente se le hace una visita al lugar donde debe estar funcionando su empresa, para analizar los recursos con los que cuenta y hacer un diagnóstico de la organización; finalmente se expone la solicitud de préstamo al comité donde se analiza y aprueba el crédito.

El monto a desembolsar se encuentra en el rango de \$500.000 a \$7.000.000. Un valor agregado en esta línea, son los 3 días de capacitación que se les brinda a los microempresarios, para incentivar el conocimiento en áreas básicas para

fortalecer la competitividad y productividad en el sector económico de cada micro empresa.

Para tener mayor claridad respecto a las garantías solicitadas por parte del departamento de microcrédito de la fundación para el desarrollo de Santander, a continuación se exponen las garantías necesarias para que un cliente potencial acceda a un crédito en cualquier línea de servicio ofrecida en FUNDESAN:

Hasta 13.10 SMMLV (Año 2010 \$6.500.000):

- ✓ Pignoración de los activos fijos.
- ✓ Codeudor con finca raíz o con asignación salarial mayor o igual a 1.60 SMMLV (Año 2009: \$800.000), con contrato de trabajo indefinido, o estabilidad laboral superior a un año, en la misma empresa. (Empresa reconocida en la ciudad)

Desde 13.10 SMMLV hasta 30,2 SMMLV (Año 2010: \$15.000.000)

- ✓ Pignoración de los activos fijos (En notaria)
- ✓ Codeudor con finca raíz y un codeudor con asignación salarial mayor o igual a 3 SMMLV (Año 2009: \$1.500.000), contrato de trabajo indefinido, o estabilidad laboral superior a un año, en la misma empresa. (Empresa reconocida en la ciudad)

Desde 30.2 SMMLV hasta 40 SMMLV (Año 2010: \$20.000.000)

- ✓ Pignoración de los activos fijos (En notaria), Codeudor con finca raíz, con ingresos y un codeudor con asignación salarial mayor o igual 5 SMMLV (Año 2009: \$2.500.000), con contrato de trabajo indefinido, o estabilidad laboral superior a tres años, en la misma empresa. (Empresa reconocida en la ciudad)

- ✓ Hipoteca Abierta sin Límite de cuantía que tenga una cobertura sobre el monto del crédito del 150%.

Es válido resaltar que anteriormente en la línea de emprendimiento estaba realizando la asesoría al cliente, una trabajadora social de la UIS, cuya pasantía duro 3 meses, realizando como actividad principal el análisis psicosocial de cada persona atendida, además realizaba una asesoría en el plan de negocios. A raíz de que el área de emprendimiento no contaba con una persona que realizara una asesoría detallada y personalizada en términos empresariales con cada uno de los emprendedores y su unidad productiva, se vio la necesidad de contactar a un pasante de ingeniería industrial para que pudiese colaborar con el proceso de asesoría personalizada en planes de negocio, y ayudar a establecer la viabilidad de los proyectos empresariales, mediante el área de mercadeo y los indicadores financieros, entre otras actividades que se deben realizar durante la práctica empresarial.

3. ANTECEDENTES

Dentro de la problemática social en Colombia, la inequidad siempre ha estado presente, representada por los recursos mal distribuidos, lo que conlleva a que pocas personas se queden con el mayor porcentaje de los recursos públicos, por ende las oportunidades para la persona común decrecen; para poder contrarrestar esa inequidad social, se deben considerar las causas al problema, y una de ellas es la falta de empleo digno, lo que perjudica la estabilidad económica y la calidad de vida en nuestro país.

En el país, se han venido desarrollando estrategias para fomentar el empleo, según el DANE⁹ las cifras de desempleo en junio para el año 2010 en Colombia fueron de 11,6 %, y en el segundo trimestre fue de 12 %, en comparación con las cifras del 2009 hay 146 mil desempleados más. Dentro de las 24 ciudades capitales más importante del país, la que obtuvo la mayor tasa de desempleo fue Pereira con 21 %, Armenia la sigue con 18,9 % y Popayán con 18,1 %, por el contrario las que tienen menor tasa de desempleo son Barranquilla con 7,6 %, Santa Martha con 8,7 % y Sincelejo con 9,1 %. Los sectores económicos que aportan más empleo al país son: hotelería, restaurantes, y comercio, servicios comunales, sociales y personales, agricultura, ganadería, caza silvicultura y pesca, que juntos, representan el 64,4 % de los puestos que se producen en nuestro país.

El gobierno colombiano desde los años noventa se vio en la obligación de establecer leyes para promover la creación de organismos y entidades que promuevan la creación de empresas, puesto que hacer realidad la idea de negocio, se ha convertido en uno de los principales objetivos para poder frenar el la crisis laboral y la falta de oportunidades para el desarrollo económico en el país, y a su vez frenar la pobreza y acrecentar la calidad de vida en la nación.

⁹ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Boletín de mercado laboral julio 2010. Disponible en la web: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres__web_ech_jul_corta10.pdf. Recuperado: 27 agosto del 2010.

En el año 2006 el gobierno colombiano creó la ley 1014¹⁰ (explicada en el marco legal) con el único objetivo de promover la cultura de emprendimiento y generar empresas competitivas y productivas dentro del marco regional, mediante la realización de convenios con entidades educativas y entidades financieras donde los empresarios potenciales pudiesen asistir para recibir capacitación y créditos financieros, para finalmente concretar alguna idea de negocio innovadora, ayudando al núcleo de la sociedad que es la familia, y al desarrollo económico de la región y del país.

Gracias a la ley 1014 del 2006 se creó la Red de emprendimiento nacional la cual se encarga de establecer políticas y lineamientos para promover y fomentar la cultura para el emprendimiento, a su vez debe formular un plan estratégico, y conformar mesas de trabajo.

La red nacional de emprendimiento¹¹ está conformada por los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Protección Social, Educación, Sena, DNP, Colciencias, Colombia Joven, Instituciones de Educación Superior, Acopi, Fenalco, representante de los jóvenes empresarios (CEC), Fundaciones, Banca de Microcrédito, e Incubadoras.

Es importante resaltar la iniciativa de algunas de las principales ciudades de Colombia para el aporte a la cultura de emprendimiento, como lo son: Medellín, Bogotá y Bucaramanga.

Medellín es una de las ciudades principales de Colombia, que más se ha preocupado por gestionar recursos públicos en pro del desarrollo de la cultura del

¹⁰ CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014 del 26 de enero del 2006. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.

¹¹ RED NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO. Disponible en internet: http://www.corporacioncec.org.co/index.php?option=com_content&view=category&id=27&layout=blog&Itemid=47. Recuperado: 3 Septiembre del 2010.

emprendimiento, muestra de ello es la creación por parte de la alcaldía de Medellín, para la creación de la cultura E¹²: “hacer empresa, que buen negocio”, cuya finalidad es masificar el emprendimiento, mediante programas como el “parque E”, un proyecto que está inmerso dentro de la línea estratégica de “Medellín productiva, competitiva, y solidaria” del plan de desarrollo 2004-2007 (Medellín compromiso de toda la ciudadanía) que en convenio con la universidad de Antioquia busca el fortalecimiento de la creación de empresa, localizando oportunidades de negocio (resultados de investigaciones sectoriales) además de actividades académicas identificadas para los emprendedores vinculados.

Finalmente la red de emprendedores, que tiene proyectado para el 2011 ser una agremiación comprometida por el tejido emprendedor empresarial del país, y reconocida por el mercado regional, como una asociación generadora de políticas que promuevan el impacto positivo del emprendimiento y el empresarismo, ligada con principios como el liderazgo, la transparencia, la confianza, el emprendimiento, el compromiso, y la pro actividad sea que encierra el círculo de la cultura de emprendimiento.

En Bogotá se vio la necesidad de crear un centro de emprendimiento, al percibir que los programas relacionados con este tema en la capital, contaban con recursos dispersos y de poco impacto, por ende la Alcaldía mayor de Bogotá en unión con la cámara de comercio, crearon en el 2006 un centro de emprendimiento, “Bogotá emprende”¹³, el cual tiene como finalidad, brindar servicios de calidad, y un entorno propicio para la generación de empleo sostenible dentro de Bogotá, y mejorar la calidad de vida de todos sus habitantes.

Por otra parte, la economía en Santander, ha mostrado alzas propiciadas por la política pública gestionada en Bucaramanga, puesto que la capital santandereana ha venido registrando una de las tasas más importantes del país en la constitución

¹² MEDELLIN DIGITAL. Cultura E, hacer empresa que buen negocio. Disponible en la web: <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/CulturaE/default.aspx>. Recuperado: 3 septiembre del 2010.

¹³ CENTRO DE EMPRENDIMIENTO BOGOTA EMPRENDE. Alcaldía mayor de Bogotá –Cámara de comercio de Bogotá. Disponible en la web: <http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx?catID=1>. Recuperado: 29 de Agosto del 2010

de nuevos negocios, éste resultado va ligado a la necesidad de Santander por generar nuevas fuentes de empleo en esta región. En el primer semestre del año 2010 se han constituido, según cifras de la cámara de comercio¹⁴, 5.115 empresas, de las cuales el 99.3 % son micro empresas, y el 0,7 % restante son pymes, lo que refleja el arduo trabajo por parte del gobierno santandereano en apoyar el emprendimiento en la región.

Santander según las cifras expuestas anteriormente, ah demostrado un gran adelanto en cuanto a la inversión de tiempo y recursos a la cultura del emprendimiento señas de esto es la creación de la “Red del oriente Colombiano para el emprendimiento”¹⁵ (ROCE) la cual, es la gestora de alianzas entre 11 entidades educativas y 10 instituciones públicas y privadas de Santander.

La red del oriente Colombiano para el emprendimiento está conformada por las universidades: Pontificia Bolivariana, Santo Tomás, Autónoma de Bucaramanga, Manuela Beltrán, Industrial de Santander, Uniciencia, Unisangil, Unipaz, UDI; y 10 instituciones del departamento santandereano entre las que se encuentran el Sena, Adel Corplan, Fondo de Garantías, Carce, Ecopetrol ICP, Cavipetrol, Corporación Bucaramanga Emprendedora, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, Imebú y Cajasan. Actualmente la secretaria técnica está a cargo de la cámara de comercio de Bucaramanga, dentro de la cual para fomentar la cultura de la generación de empleo, según el coordinador del centro de emprendimiento de la Universidad Pontificia Bolivariana el ADM Alejandro Villarraga, lo que se debe hacer es cambiar la iniciativa de los jóvenes en salir al mercado a buscar empleo, se debe iniciar una nueva cultura donde los jóvenes sean empresarios y

¹⁴ CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Empresas constituidas en el 2010 en Santander. Disponible en la web: <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2010/constituidas1sem2010.pdf>. Recuperado: 26 Agosto del 2010.

¹⁵ UNIVERSIA COLOMBIA S.A. Nueva red de emprendedores en Santander. Disponible en la web: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/experiencias-de-emprendimiento/nueva-red-de-emprendedores-en-santander.html>. Recuperado: 29 de Agosto del 2010.

sean ellos los generadores de empleo, y así ser partícipes de una cultura nueva con base en la innovación y el liderazgo.

Es importante resaltar el esfuerzo realizado en Bucaramanga por fomentar la cultura del emprendimiento a través de diversas unidades activas de emprendimiento, las cuales son:

- ✓ Universidad Pontificia Bolivariana (Sede Bucaramanga)
- ✓ Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB)
- ✓ Centro Industrial de Mantenimiento Integral (SENA - Santander)
- ✓ Centro Agro empresarial y Turístico de los Andes (SENA - Santander)
- ✓ Fundación Instituto Tecnológico Cooperativo de Coomultrasan (FITECDECOOM)
- ✓ Corporación Bucaramanga Emprendedora (Incubadora de Empresas)
- ✓ Corporación Universitaria de Santander (UDES Sede Bucaramanga)
- ✓ Unidades Tecnológicas de Santander (UTS)
- ✓ Universidad Santo Tomas (Sede Bucaramanga)
- ✓ Centro Industrial del Diseño y la Manufactura (SENA - Santander)
- ✓ Corporación Interamericana de Educación Superior (CORPOCIDES)
- ✓ Universidad Cooperativa de Colombia (Sede Bucaramanga)
- ✓ Centro de Comercio y Servicios de Bucaramanga (SENA - Santander)
- ✓ Corporación Universitaria de Investigación y Desarrollo (UDI - Sede Bucaramanga)
- ✓ Centro Industrial y del Desarrollo Tecnológico (SENA -Santander)
- ✓ Universidad Industrial de Santander (UIS)
- ✓ Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD Zona Centro Oriente)
- ✓ Centro de Gestión Agro empresarial del Oriente (SENA - Santander)

Las anteriores unidades de emprendimiento activas en Bucaramanga brindan una ayuda al emprendedor con un perfil determinado (Dependiendo de la unidad de emprendimiento) que esté interesado en innovar y en crear empresa, para poder aumentar el indicador de empleo digno y de formalización empresarial en la región.

4. JUSTIFICACIÓN

El desempleo y la falta de oportunidades a la población vulnerable, siempre ha sido uno de los ejes sociales primordiales que se han tratado de solucionar, y que son la causa, en muchas ocasiones, de actos delictivos por parte de esta población marginada, por ende el gobierno ha ideado estrategias para combatir el desempleo brindando oportunidades laborales, que fomenten el equilibrio de la base de la sociedad que son las familias y puedan tener un sustento económico estable, fomentando el empleo formal en Santander y a su vez reducir el índice delictivo dentro del departamento.

En el año 2009 Bucaramanga obtuvo el menor índice de desempleo del país, para este año el panorama ha cambiado un poco, puesto que la tasa de desempleo, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, (DANE)¹⁶, aumento de 8,8 en el 2009 % a 10.8 % en el 2010; aunque sigue manteniéndose entre las cinco primeras ciudades con el menor índice de desempleo en el país, el subempleo o el empleo informal en Bucaramanga continua teniendo cifras preocupantes puesto que (según el DANE), se mantiene con casi seis puntos por arriba del promedio nacional con un 38 %, lo que refleja la poca estructuración del empleo en la ciudad.

Para ello la gobernación de Santander junto con empresarios de la región, han ideado el montaje de fundaciones que se dedican al financiamiento de ideas de negocio, y al fomento del empleo de la región, como es el caso de operadores financieros como: la corporación fondo de apoyo a empresas asociativas (CORFAS), la corporativa de estudiantes y egresados universitarios multiactiva (COOPFUTURO) el banco agrario (BANAGRARIO) y la fundación para el desarrollo de Santander (FUNDESAN) entre otros, que en convenio con el instituto municipal de empleo y fomento de Bucaramanga (IMEBU), la Alcaldía de Bucaramanga, la Alcaldía de Piedecuesta y la gobernación de Santander,

¹⁶ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Boletín de mercado laboral julio 2010. Disponible en la web: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres__web_ech_jul_corta10.pdf. Recuperado: 27 agosto del 2010.

manejan recursos públicos para distribuirlos a la población que lo requiere, fomentando la autonomía e independencia económica, y aumentar la formalización empresarial en el departamento.

El resultado de estas estrategias utilizadas por Santander (creación de fundaciones financieras) se ven reflejadas en el crecimiento acelerado de la constitución de micro empresas, ya que según cifras de la cámara de comercio¹⁷, se han constituido 5.115 empresas en el primer semestre del 2010, lo que refleja el compromiso a seguir en el ámbito del emprendimiento y la creación de empresa.

Uno de los operadores que trabaja en convenio con el IMEBU es FUNDESAN que mediante la línea de fortalecimiento da prioridad a la solidificación empresarial de los negocios que requieran ayuda económica para formalizarse o para expandirse en el mercado, además de una capacitación en términos financieros, operacionales o de mercadeo.

FUNDESAN cuenta además, con la línea de emprendimiento la cual brinda oportunidades a personas cuya unidad productiva estará ubicada en Bucaramanga, para desarrollar una idea de negocio que quiera emprender y realizar el montaje de la misma. Adicional a esto, en la línea de emprendimiento, se realiza una asesoría para diligenciar el plan de negocio, y analizar la viabilidad de cada proyecto, es en esta labor, donde FUNDESAN requería de un ingeniero industrial, para realizar de una manera efectiva la asesoría con cada cliente, y el planteamiento de la viabilidad de cada proyecto emprendedor.

El emprendimiento impulsado en esta línea, ayudara a disminuir el índice de desempleo en Bucaramanga generando empleos directos e indirectos asociados al montaje de cada nueva empresa.

¹⁷ CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Empresas constituidas en el 2010 en Santander. Disponible en la web: <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2010/constituidas1sem2010.pdf>. Recuperado: 26 Agosto del 2010.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL.

- Establecer la viabilidad de los proyectos de emprendimiento presentados en la Fundación Para el Desarrollo de Santander –FUNDESAN- durante el segundo semestre del año 2010.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Comprender el contexto de las ideas de los emprendedores mediante la realización de los planes de negocio.
- Identificar en los clientes atendidos el perfil subjetivo de un emprendedor previamente establecido.
- Conocer factores claves de cada emprendedor, en el área comercial (factor operacional, de mercadeo, contable), y en el área social (factores familiares, económicos) como diagnostico inicial de la viabilidad del proyecto.
- Aumentar el nivel de conocimiento en los emprendedores, mediante la retroalimentación de las proyecciones financieras, el análisis en marketing requerido para la viabilidad de algunos proyectos y la asesoría en planes de negocio.

6. MARCOS DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO¹⁸

A lo largo de la historia el termino emprendedor siempre ah jugado un papel crucial dentro de una sociedad, puesto que emprendedor, era el hombre destinado a arriesgarse en una aventura sin tener plena certeza de lo que le esperaba, un gran ejemplo histórico de este término, es Cristóbal Colon, cuya aventura refleja el origen del término emprendedor (entrepreneur, origen francés).

Diversos economistas famosos han nombrado a lo largo de la historia, al emprendedor como un ente primario dentro de la fuerza productiva de cualquier sociedad. Alfred Marshall (1842-1924) economista británico, considerado como el padre de la economía ortodoxa moderna, en 1880 reconoció por primera vez la gran necesidad para la producción, el contar con personas con espíritu emprendedor, introduciendo un cambio en los factores de producción ya conocidos, (introducidos por Adam Smith, economista escocés), argumentando que no eran tres, sino cuatro los factores productivos, puesto que agrego a tierra, trabajo, y capital, el factor de organización; el cual según Marshall es el factor que gestiona los demás factores, y planteo que el elemento que estaba detrás de la organización gestionándola, era, el emprendimiento.

Joseph Schumpeter ¹⁹ (1833-1950) economista austriaco-americano, fue uno de los importantes economistas que resalto el vital papel dentro de la economía mundial, que tiene un emprendedor, como generador de cambio continuo, puesto que implemento el concepto de “destrucción creativa” (que hacia parte de su teoría de la dinámica económica), donde expresaba el desequilibrio dinámico causado

¹⁸ INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA AGROPECUARIA. Gestión del emprendimiento e innovación. Disponible en internet: http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. Recuperado: 26 agosto del 2010.

¹⁹ SCHUMPETER, Alois Joseph. Capitalismo, socialismo y democracia. Folio, España 1942. 372 p. ISBN 84-7583-012-9.

por un emprendedor innovador, donde las ideas nuevas destruyen a las ideas establecidas en el mercado durante décadas, como lo hemos visto con el desplazamiento del carruaje por el auto, la fabrica por al taller, la tecnología en muchos procesos productivos por el capital humano; todo este desplazamiento es realizado según Schumpeter por el emprendedor innovador.

Actualmente en el ámbito empresarial, se puede describir a un emprendedor, como una persona capaz de visualizar claramente sus objetivos, e idear las estrategias precisas para poder alcanzarlos, motivado por el deseo de independencia económica incesante que le sirve de impulso continuo, para no detenerse ante adversidades que el entorno le pueda generar.

El perfil de un emprendedor subjetivo se basa en las siguientes características que definen la personalidad de una persona emprendedora:²⁰

1. Tener establecido los objetivos personales y laborales.
2. Necesidad de salir adelante en búsqueda de la autonomía económica y laboral, guiados siempre por la honestidad.
3. Tener muy claro la idea de negocio y estar comprometidos totalmente para la realización de la misma.
4. Ser persistente en la lucha de conseguir los objetivos, e idear las estrategias más factibles para poder llegar a ellos.
5. Un emprendedor debe conservar la objetividad ante la adversidad para no perder el rumbo hacia la plenitud financiera.
6. Una persona innovadora que conoce y sabe cuáles son las limitaciones personales y las fortalezas que pueda explotar al máximo para lograr su objetivo.

²⁰ Fuente: autor del documento: Jesús Andrés Mora.

7. Ser realista: un emprendedor debe saber cuándo es factible una idea, según el micro y macro entorno donde esté ubicado.

8. El emprendedor debe caracterizarse por la siguiente filosofía de acción, (que encierra la siguiente frase con autoría anónima): “tener los pies en la tierra, y los ojos en las estrellas”, la cual resume que los emprendedores exitosos deben conocer las limitaciones del entorno, y las debilidades propias, para aprovechar las oportunidades que se le presentan a su alrededor con ideas innovadoras y gestionando correctamente sus fortalezas propias.

El emprendimiento está ligado con dos fuerzas motivadoras, las cuales son la innovación y la necesidad; existe emprendimiento por necesidad cuando se deben satisfacer necesidades básicas y se ve en el montaje de una unidad productiva el sustento económico necesario para poder obtener una estabilidad en el hogar; el emprendimiento ligado a la oportunidad es el que más se relaciona con la innovación, donde se busca un factor diferencial que sobresalga entre la competencia del mercado. El término innovar proviene del latín innovare que es definido por el diccionario de la real academia española como “mudar o alterar las cosas introduciendo novedades”, en el ámbito de creación de empresas la innovación se puede manifestar realizando una idea de negocio que no exista en el mercado, o implementando un concepto nuevo y novedoso de algo ya existente.

El primer economista importante que desarrollaría el proceso de innovación fue el austriaco mencionado anteriormente Joseph Schumpeter, quien establecería una diferencia entre invención, innovación y difusión; la invención la definió como el proceso que ocurre dentro del ámbito científico-técnico perdurando en el mismo, la innovación la relaciono con un cambio de índole económico, y la difusión sería la transmisión de la innovación al mercado permitiendo que un invento se convierta en un fenómeno social-económico. Schumpeter además implemento el

termino de emprendedor innovador, y lo caracterizo como aquel capaz de generar un cambio en el statu-quo económico, causando, mediante sus acciones dinámicas y poco convencionales, una inestabilidad en el mercado.

Giovani Dosi fue un autor importante neoshumpeteriano, el cual planteo un modelo en el cual el comportamiento de las empresas en relación con la innovación no es independiente del sector tecnológico, y estructura que posee la empresa, incluyendo como factores primordiales de tecnología a los elementos inmateriales como lo son: el conocimiento, la experiencia, eficiencia productiva, mecanismos de búsqueda y demás factores relacionados con la creación de nuevos procesos y productos.

Peter Drucker abogado y tratadista austriaco, hizo un gran aporte relacionado con el concepto de innovación puesto que planteo tres fuentes de innovación empresarial las cuales deben estar ligadas para que el proceso de innovación se puede gestionar adecuadamente; el nuevo conocimiento adquirido por la empresa, además de los cambios de índole externa a la organización (cambios de tamaños en el mercado, edad, nivel de educación e ingresos, etc.), el tercer elemento externo considerado por Drucker como fuente de innovación es el cambio en la percepción, significado y manera, ya que se deben dar algunos cambios en la percepción de un segmento de mercado para implementar la innovación.

Existe un modelo general de innovación planteado por el economista Keith Smith²¹ para explicar como una empresa lleva a la práctica una idea innovadora, ilustrado a continuación:

Figura2. Modelo del proceso de innovación.



²¹ FIDA EN AMERICA LATINA. “La evolución del concepto de la innovación y su relación con el desarrollo” Disponible en internet: http://www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_1142.pdf. Recuperado: 27 septiembre del 2010.

El proceso de innovación debe partir de la identificación de una necesidad seguido de una invención que al momento de ser aplicada al proceso de producción se convierte en una innovación seguido de la difusión como transferencia de la innovación a un contexto diferente, lo que induce a la sustitución de la idea creada por la antigua.

Es importante resaltar que una empresa en un mercado globalizado como el actual debe estar en constante innovación, por ende debe fortalecer continuamente el proceso de Investigación y desarrollo (I&D) para poder obtener una sostenibilidad y un éxito dentro de un mercado saturado. Christopher Freeman, economista británico plantea las estrategias que puede aplicar una empresa en relación con la innovación²², estas son:

- **Estrategia innovadora ofensiva:** se pretende conseguir el liderazgo técnico y de mercadeo mediante la implementación de nuevos productos y gran auge de investigación y desarrollo.
- **Estrategia innovadora defensiva:** La empresa que lleva a cabo esta estrategia no pretende ser el primero del sector en cuanto a innovaciones pues prefiere evitar el riesgo que implica la aceptación de un producto o servicio nuevo, pero tampoco puede quedarse atrás del cambio en el sector, y saca ventaja y provecho de los errores que observa en la competencia,
- **Estrategia imitativa:** las empresas que utilizan esta estrategia no pretenden ser los líderes en innovación pues se conforman con seguir a los líderes del mercado.

²² FIDA EN AMERICA LATINA. "La evolución del concepto de la innovación y su relación con el desarrollo" Disponible en internet: http://www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_1142.pdf. Recuperado: 27 septiembre del 2010.

- **Estrategia Dependiente:** Son firmas o empresas que dependen del cambio de otras empresas para surgir en el mercado, muchas veces son firmas sub-contratistas.
- **Estrategia tradicional:** las empresas que utilizan esta estrategia mantienen constante su imagen dentro del mercado sin innovar pues el mercado ni la competencia lo empujan a hacerlo, y no ven la necesidad interna de mejorar.
- **Estrategia oportunista o de nicho:** empresas en búsqueda de oportunidades en un segmento de mercado trataran de ajustar su producto innovando según los requisitos del mercado cambiante.

La innovación ejecuta un papel primordial dentro de la economía de cualquier sociedad, puesto que son los emprendedores innovadores los que permiten un cambio o crecimiento socio-cultural y económico en una población; La innovación es también un elemento primordial para incentivar la competitividad de las empresas y un incentivo para que las mismas evolucionen adaptándose continuamente a las necesidades y requisitos del mercado, por ende la innovación en la calidad de vida de la población, ya que las organizaciones buscan frecuentemente las necesidades implícitas en el mercado para poder diseñar los productos según estas contribuyendo a un bienestar económico.

6.2 MARCO CONCEPTUAL²³

- **Objetivo:** son los logros empresariales, que se pretenden alcanzar mediante unas estrategias diseñadas previamente.
- **Cultura:** es el conjunto de valores, hábitos y creencias desarrollados dentro de una organización.
- **Emprendedor:** persona que se caracteriza por tener una capacidad alta de innovación, y una persistencia prolongada en el tiempo para cumplir metódicamente con los objetivos propuestos.
- **Cultura de emprendimiento:** es el conjunto de valores, hábitos y creencias que apuntan al espíritu innovador, o de emprendimiento.
- **Innovación:** es la capacidad de realizar propuestas nuevas en un mercado, o darle un valor agregado a las propuestas existentes dentro del mismo.
- **Idea de negocio:** es el primer acercamiento o paso a seguir para la creación de una empresa.
- **Plan de negocio:** es un documento que describe las variables contempladas en la creación de una empresa, y las estrategias diseñadas para gestionarlas.

²³ Fuente: Autor del documento: Jesús Andrés Mora

- **Viabilidad de proyecto:** en FUNDESAN, la viabilidad de proyectos es el análisis realizado en dos ámbitos, el empresarial y el personal. En el ámbito empresarial (en temas financieros, operacionales, y de mercadeo), para determinar si el negocio es rentable en el futuro o no; y en el ámbito personal (identificar el perfil de un emprendedor, analizar aspectos psicosociales, y crediticios), para determinar el buen desempeño del cliente en su negocio y en el pago oportuno del crédito.

- **Índice de desempleo:** es la tasa aportada por el departamento administrativo nacional de estadística, que describe el número de personas desocupadas dentro de una población.

6.3 MARCO LEGAL²⁴

El congreso de Colombia en el año 2006 demostró la importancia en la economía colombiana de la cultura emprendedora, al crear la ley 1014 mediante la cual se promueve el espíritu emprendedor del país. Esta ley gestiona la unión entre instituciones educativas y el sistema productivo nacional, es decir, se incentiva y forma una cultura de emprendimiento, mediante el desarrollo de aptitudes laborales, competencias ciudadanas, y empresariales, a través de una cátedra transversal de emprendimiento dirigida a todos los eslabones de la educación formal. Uno de los objetivos claros de esta ley, es el promover el desarrollo económico del país, impulsando microempresas innovadoras, y creando a su vez empresas competentes que busquen el incentivo de la competitividad y productividad regional y de la nación.

Es importante resaltar que el estado se compromete mediante esta ley a:

1. Promover en distintas entidades formales y no formales el vínculo entre instituciones educativas, y el sistema productivo, para garantizar la eficacia de los servicios de capacitación.
2. Destinar recursos públicos periódicos para la sostenibilidad de redes de emprendimiento debidamente inscritas en el ministerio de comercio, industria y turismo.
3. Generar condiciones adecuadas para que en las regiones de Colombia surjan fondos financieros que apoyen la creación de nuevas empresas y su sostenibilidad dentro del mercado.

²⁴ CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014 del 26 de enero del 2006. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.

A raíz de la ley 1014 de 2006, se creó la Red nacional de emprendimiento²⁵, la cual desarrolla y gestiona directrices y políticas de acción encaminadas a incentivar la cultura del emprendimiento, además la red nacional de emprendimiento es la encargada de la formulación de un plan nacional estratégico para el desarrollo integral de la cultura del emprendimiento, y reducir costos en tramites relacionados con la formalización de empresas emprendedoras, entre otras funciones que realiza la red nacional de emprendimiento.

Esta Red es integrada por delegados de instituciones como: gobernación departamental, dirección regional del servicio nacional de aprendizaje (SENA), cámara de comercio de la ciudad capital, alcaldía de la ciudad capital y un representante de las demás alcaldías de los diferentes municipios, un representante de las oficinas departamentales de juventud, un representante de las instituciones de educación superior, un representante de las cajas de compensación familiar del departamento, un representante de la asociación de jóvenes empresarios, un representante de los gremios con presencia en la región y un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

²⁵ RED NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO. Disponible en internet: http://www.corporacioncec.org.co/index.php?option=com_content&view=category&id=27&layout=blog&Itemid=47. Recuperado: 3 Septiembre del 2010.

6.4 MARCO GEOGRAFICO

Figura 3. Ubicacion de FUNDESAN en el mapa de Bucaramanga.



Fuente: Software Google Earth.

La fundación para el desarrollo de Santander (FUNDESAN) está localizada en Colombia, Santander, Bucaramanga, en la Calle 36 # 19-76 piso 3.

6.5 MARCO INSTITUCIONAL

La practica o pasantía empresarial es una de las tres modalidades, que tiene el futuro ingeniero industrial, como uno de los requisitos para obtener el grado; en este caso se va a realizar una práctica empresarial a término de 6 meses en la empresa FUNDESAN (Fundación para el desarrollo de Santander).

7. ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA PRÁCTICA

Según el cronograma establecido al inicio de la práctica, las siguientes, son las actividades que se desarrollaron durante los cuatro meses, que fue el lapso de duración, de la práctica empresarial en la fundación para el desarrollo de Santander “FUNDESAN”.

7.1 CAPACITACIÓN Y EMPALME CON LA PRACTICANTE ANTERIOR

Durante la primera semana de la practica se realizo el empalme con la practicante de la UIS, (aunque la profesión de dicha practicante es trabajadora social), dentro del cual se explico lo que se debía hacer y posteriormente la coordinadora de proyectos y emprendimiento especifico como debía ser el trato con los clientes y los parámetros a seguir durante la estadía en la empresa y en el departamento de emprendimiento de FUNDESAN.

7.2 REALIZAR UN INSTRUCTIVO CLARO PARA FACILITAR A LOS CLIENTES A DILIGENCIAR EL PLAN DE NEGOCIO

Se vio la necesidad de realizar un instructivo claro para que los emprendedores pudieran diligenciar cada variable analizada en el formato del plan de negocios fondo emprender del SENA, ya que existía un instructivo que no tenia coherencia con el formato de plan de negocios (Ver ANEXO Z) pues no era una guía clara para los clientes potenciales, por ende se realizo un instructivo teniendo en cuenta exactamente el formato utilizado de plan de negocio, que les permitiera completar el formato de plan de negocios de una manera correcta, al igual le ahorra tiempo al asesor de proyectos de emprendimiento el utilizar este instructivo de plan de negocios; dicho instructivo se puede observar en el ANEXO C.

7.3 REALIZAR Y DILIGENCIAR UN FORMATO MENSUAL DE LAS PERSONAS ATENDIDAS EN LA LÍNEA DE EMPRENDIMIENTO

Para poder ofrecer un panorama de mayor claridad ante el comité de las personas atendidas mensualmente, se ve la necesidad de crear un formato mensual donde especifique variables de cada emprendedor potencial como el nombre, la dirección residencial, el correo electrónico, teléfono, la idea de negocio y las observaciones pertinentes del asesor, dicho formato mensual de los cuatro meses de la práctica, se pueden observar en los ANEXOS J, K L, M, N.

7.4 REALIZAR Y ALIMENTAR UN FORMATO O UNA LISTA DE CHEQUEO PARA EL SEGUIMIENTO DE LOS CRÉDITOS ACTIVOS

Al llegar a FUNDESAN existían dos formatos para realizar el seguimiento post-crédito a los clientes activos, los cuales trabajaban independientemente ya que no existía un formato adicional que recopilara la información suministrada por el seguimiento uno (ver ANEXO A), y el formato de seguimiento dos (ver ANEXO B), por ende se creó el formato de check-list, el cual analiza la información primordial de los dos formatos de seguimiento a los clientes activos y lo resume en una serie de variables que nos dan un diagnóstico actual de el estado de los créditos activos en FUNDESAN, es válido aclarar que la información de las listas de chequeo están condicionados a la información recogida por practicantes enviados del IMEBU a realizar las visitas a los créditos activos en la línea de emprendimiento, es decir el formato de la lista de chequeo o el seguimiento resumen resume la información de los dos formatos de seguimiento uno y dos, para tener mayor claridad a cerca del proceso se expone en el ANEXO V los seguimientos resumen, de las dos visitas realizadas a dos clientes activos dentro de las actividades adicionales realizadas (ver numeral 8.7).

7.5 ATENDER Y ASESORAR CLIENTES QUE TENGAN UNA IDEA DE NEGOCIO PARA DESARROLLAR

En los cuatro meses de práctica ,se realizo una asesoría personalizada con 272 emprendedores , dentro de esta asesoría, se incluía una entrevista personal, donde se identificaban algunos factores importantes que van ligados a la idea de negocio, y se le explicaba al cliente las ventajas de obtener un crédito con FUNDESAN, las garantías exigidas que son proporcionales al monto solicitado, y el tiempo promedio de aprobación de un crédito que normalmente son de 10 a 15 días una vez aprobado el plan de negocios.

7.6 DILIGENCIAR UNA FICHA DE EMPRENDIMIENTO CON INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES

Se diligenciaron 272 fichas de emprendimiento con cada uno de los emprendedores atendidos, para poder conocer factores sicosociales, económicos y personales de cada cliente que van ligados al análisis pre crédito, dicha ficha de emprendimiento es llenada paulatinamente mientras avanza el proyecto crediticio, ya que debe realizarse de la forma más natural posible, para que no se perturbe la química que debe existir entre el asesor y el emprendedor, esta ficha de emprendimiento tiene como finalidad además el poder corroborar la información recogida cuando se realice la visita pre crédito, y ver si el emprendedor fue honesto con el asesor y si cumple con el perfil de emprendedor subjetivo, (especificado en el marco conceptual), en la ficha de emprendimiento de los créditos aprobados, se realiza una calificación subjetiva de las características de un emprendedor, son 6 preguntas, cada una con un valor máximo de 5,(siempre: 5, casi siempre:4, algunas veces: 3, casi nunca: 2, nunca: 1) para un total de 30 puntos; las fichas de emprendimiento diligenciadas de los créditos aprobados, se pueden observar en los ANEXOS O, P, Q, R, S, T.

7.7 DILIGENCIAR PLANES DE NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES

Dentro de la asesoría y capacitación pre-crédito por parte del asesor en proyectos de emprendimiento, es diligenciar planes de negocio con el emprendedor, es decir explicarle de manera clara en qué consiste el plan de negocios y mostrarle la importancia de completarlo, para incentivarlo a averiguar la información relevante al formato, cabe resaltar que el plan de negocios es deber de asesor-emprendedor por igual, ya que de nada sirve que el asesor diligencie un plan de negocios solo sin que el emprendedor sepa las variables más importantes del negocio que está a punto de ejecutar; en cuatro meses de práctica se diligenciaron 26 planes de negocio (los cuales son descritos posteriormente en la tabla 1 junto con la idea de negocio, el nombre del emprendedor y la etapa en que se encuentran estancados del proceso crediticio), de los cuales, 6 fueron aprobados, y el resto se encuentran en proceso crediticio, en búsqueda de garantías o no han sido aprobados por el comité evaluador. Los planes de negocio de los créditos aprobados, se pueden observar en los ANEXOS D, E, F, G, H, I.

Tabla 1. Planes de negocio diligenciados

Planes de Negocio Diligenciados			
No	Nombre	Idea de Negocio	Etapa en el proceso crediticio
1	John Anderson Roa	"MarkJean" Dotacion Industrial	Aprobado
2	Claudia Margarita Ortega	Taller de confeccion	Aprobado
3	Elkin Velazco	"Multikasa Center" Articulos para el hogar.	Aprobado
4	Gonzalo Rodriguez	"Mani - Aji".	Aprobado
5	Cesar Corredor	"Desayunos Especiales".	Aprobado
6	Miguel Mendez	Ferreteria-cacharrería "San Miguel".	Aprobado
7	Jaime Quintero	"Micromercado la 35"	Etapa 6
8	Nalvis Cordero	Alquiler de lavadoras "Lava - Más".	Etapa 6
9	Luz Estela Quintero	"Grupo Planeta Ambiental".	Etapa 9
10	Dairo Soto	Muebles metalicas "D&S".	Etapa 6
11	Jefferson Cruz	Calzado, "Baby Jeep Truck"	Etapa 9
12	Diana Reyes	"Reyes de algodón"	Etapa 2.
13	Cesar Balzarini	"Frutería la 53"	Negado
14	Hugo Contreras	Peluquería "Maryoam"	Etapa 2.
15	Mayerly Sandoval	Cafeteria	Etapa 2.
16	Jose Luis Garcia	Taller de mecanica "De la mano de Dos"	Etapa 2.
17	Rodolfo Prado	Ventura "Agencia turistica"	Etapa 6
18	Eduardo Macias	Confeccion ropa deportiva "Manchas Sport"	Etapa 2.
19	Bernarda Abreo	"El nativo"Panadería.	Etapa 6
20	Liliana Reyes	Micromercado "Super ecologico".	Etapa 2.
21	Yudy Matheus	Calzado "Gomma Bga"	Etapa 6
22	Gerson Rojas	Mensajería "Zebra Domicilios"	Etapa 2.
23	Maria Serrano	Agencia de publicidad "Ideoma"	Etapa 6
24	German Rangel	Ranger Hidrolimpieza y remodelacion.	Etapa 2.
25	Sergio Agudelo	Inseminacion Artificial	Etapa 6
26	Omar Gelves	Comercializadora de Cacao "Colcao".	Etapa 2.

7.8 REALIZAR INVESTIGACIÓN DE MERCADO MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ENCUESTA Y LA TABULACIÓN DE LAS MISMAS

En los cuatro meses de practica empresarial en FUNDESAN, se realizaron cuatro investigaciones de mercado, la primera se realizo para el caso de MULTIKASA center; el segundo caso fue para Nalvis Cordero, un alquiler de lavadoras, ambas personas estaban dispuestas y tomaron la iniciativa de querer realizar la investigación según un formato de encuesta que se les dio, para después tabular mediante tablas dinámicas las encuestas realizadas.

Las siguientes dos investigaciones se realizaron, para el caso Cesar corredor, cuya idea de negocio es la creación de una empresa llamada “Desayunos especiales” y la ultima para el caso de Jaime Quintero, cuya idea era realizar la compra de un micromercado, ambas personas estaban dispuestas y tomaron la iniciativa de querer realizar la investigación según un formato de encuesta que se les dio, para después tabular mediante tablas dinámicas las encuestas realizadas, y realizar ajustes al producto o servicio ofrecido según los resultados obtenidos en las investigaciones de mercado, a continuación se expone cada caso empresarial, con el formato de encuesta y la tabulación de las mismas.

La metodología utilizada para realizar las investigaciones de mercado es la siguiente:

Se parte de una muestra operacional de una población infinita, para calcular el tamaño de la muestra para estimar una proporción, en población finita, la probabilidad de ocurrencia utilizada es del 0,5 (50%) lo que maximiza el tamaño de la muestra, con un error probabilístico, y nivel de confianza subjetivo.

Las fuentes de información para conocer el tamaño de población son: Cámara de comercio de Bucaramanga, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Población Infinita:

$$no = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Población Finita:

$$n = \frac{no \times N}{no + N}$$

Es válido aclarar que el objetivo de la investigación de mercados realizada a los proyectos de emprendimiento, es poder conocer variables del mercado objetivo, relevantes para diseñar estrategias operativas, o el portafolio de productos para aumentar la probabilidad de éxito al existir coherencia entre los servicios ofrecidos por la unidad productiva y los gustos del cliente potencial.

7.8.1 Investigación de mercado “Multikasa Center”. En el caso de “Multikasa Center” es un almacén especializado en artículos para el hogar ubicado en campo hermoso, se tomo una muestra de 59 personas sobre una población finita de 44.330²⁶ pertenecientes a la colonia García Rovira, a la cual pertenece el sector de campo hermoso, con un error estimado del 11%, y un nivel de confianza del 90%; se realizo la siguiente encuesta como instrumento de recolección de información:

²⁶ Información suministrada por el DANE, proyección de la población por comunas del municipio de Bucaramanga.

Figura 4. Formato de encuesta “Multikasa Center”

ARTICULOS PARA EL HOGAR “MULTIKASA CENTER”



1. ¿Conoce usted algún almacén dedicado a la venta de artículos para el hogar en el sector?
Si____ No____
¿Cuáles?_____

2. ¿Le gustaría encontrar un almacén dedicado a la venta de artículos para el hogar en el sector?
Si____ No____

3. ¿Qué factor considera que es el más importante al comprar artículos para el hogar?
____Calidad ____Precios bajos ____Garantía ____Promociones

4. ¿Con que frecuencia compra artículos para el hogar?
____Una vez a la semana ____Una vez al mes ____Una vez al año
Nunca_____

5. Clasifique de 1 a 5 los artículos que le gustaría encontrar en el almacén (siendo el 1 el que más le gustaría, y el 5 el que menos) los siguientes productos:
__ Plásticos (Jarras, vasos, portas)
__ Lencería (sábanas, toallas)
__ Aluminio (ollas, jarras)
__ Cristalería (vajillas)

Electrodomésticos

6. ¿Cuáles de los siguientes artículos, usted compra con mayor frecuencia?

Plásticos (Jarras, vasos, portas)

Lencería (sábanas, toallas)

Aluminio (ollas, jarras)

Cristalería (vajillas, vasos)

Electrodomésticos

7. ¿Aparte de encontrar artículos comunes para el hogar, que productos le gustaría encontrar?:

Electrodomésticos

Lencería (sábanas, toallas etc.)

Lámparas

Otros

¿Cuáles? _____

8. ¿Qué electrodoméstico dentro de su hogar usted renueva periódicamente?:

Sanduchera Planchas Cafeteras Asador Estufa

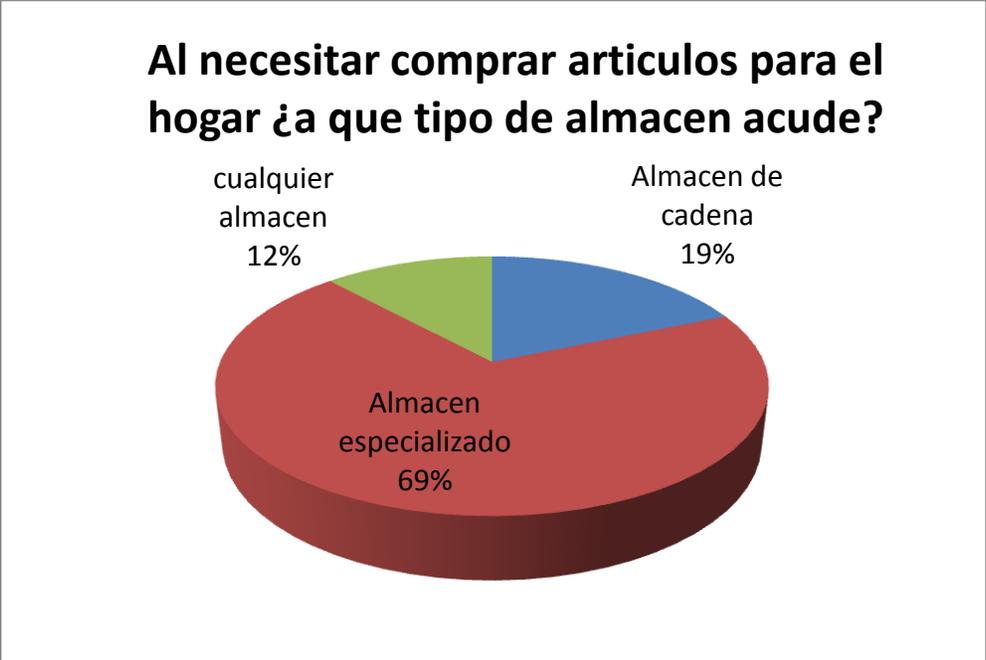
Otros

¿Cuáles? _____

Los resultados tabulados de la encuesta en tablas dinámicas permiten establecer la viabilidad de los patrones establecidos relacionados con el servicio, el precio o calidad de la mercancía a comprar, y la disposición del mercado objetivo para adquirir los bienes ofrecidos por “Multikasa Center”; a continuación se pueden observar en las siguientes graficas:

Dentro de la primera grafica se puede observar que el 69 % de las personas encuestadas prefieren compra artículos para el hogar, en un almacén especializado, que en un almacén de cadena o en cualquier almacén.

Figura 5. Tabulación “Multikasa center”.



Se puede observar en la siguiente grafica que el 86 % de las personas encuestadas, tienen un sitio de preferencia al momento de comprar articulos para el hogar.

Figura 6. Tabulacion Multikasa Center



Como resultado a destacar se observo que el 65 % de las personas encuestadas, compraría en un almacén de artículos para el hogar ubicado en campo hermoso:

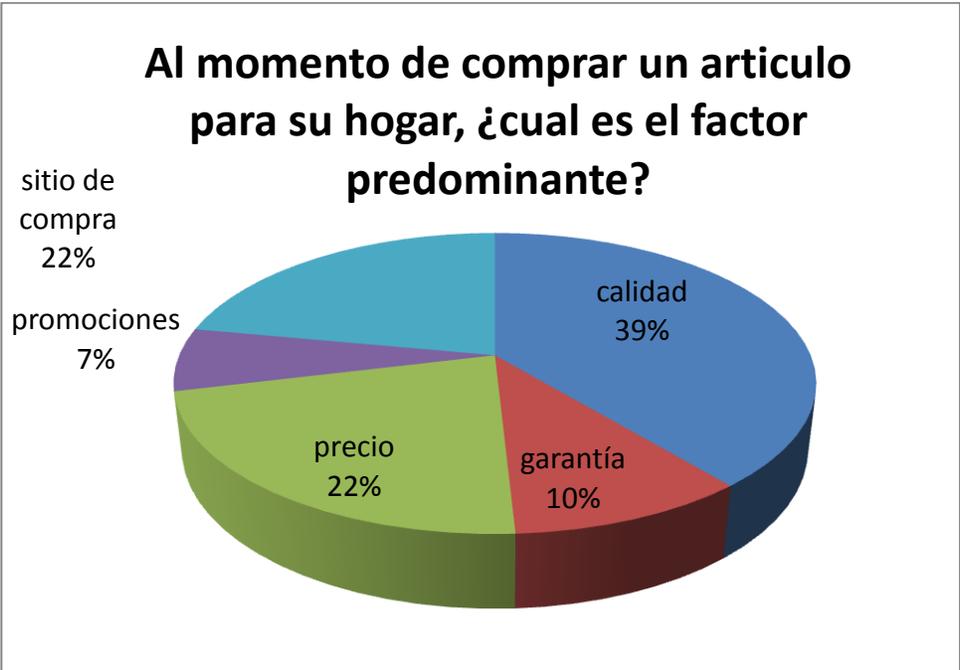
Figura 7. Tabulación MULTIKASA CENTER



Lo que le da un aval al proyecto dentro del nivel de confianza de la investigación que existe un mercado dispuesto a adquirir productos en la unidad productiva a ejecutar.

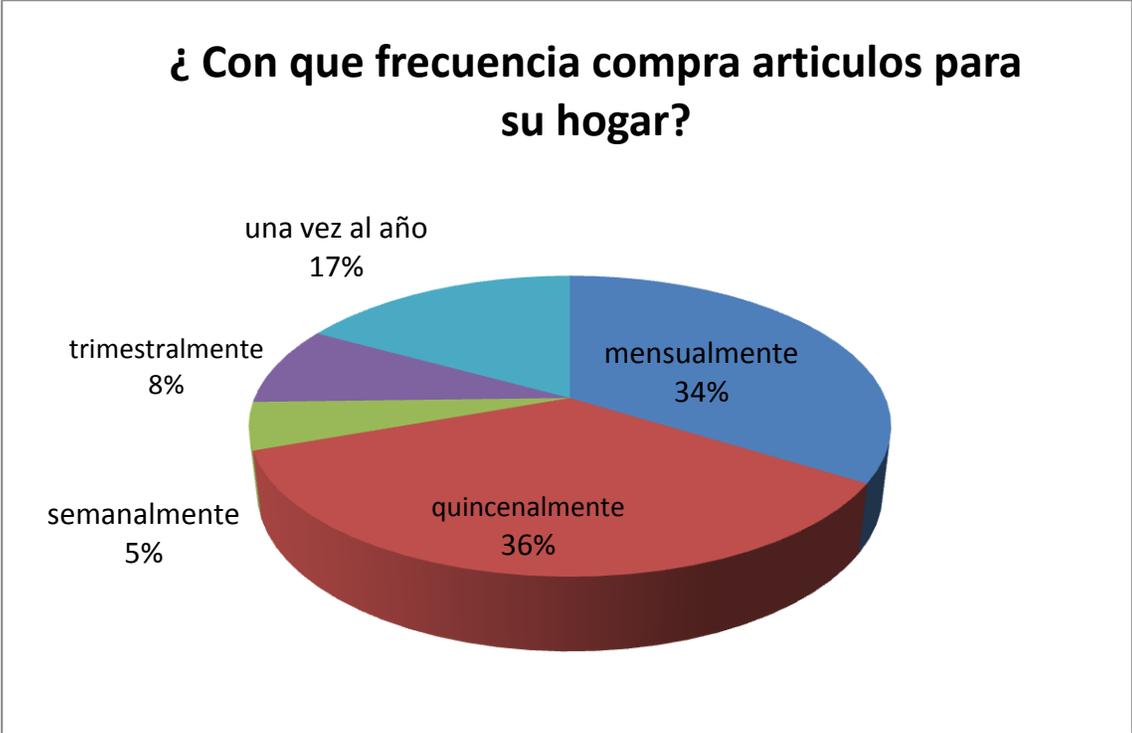
Para poder estructurar el servicio a ofrecer, y la mercancía que se debe comprar, se analizó la siguiente variable, relacionada con el factor predominante al comprar artículos para el hogar; de las personas encuestadas el 39 % tiene en cuenta la calidad al comprar un artículo, el 22 % el precio, el 22 % el sitio de compra, y el 10 % restante las garantías ofrecidas por el almacén donde compra artículos para el hogar.

Figura 8. Tabluacion Multikasa Center.



Con el fin de conocer la periodicidad de compra, o estacionalidad de las ventas del mercado objetivo, se analizó la variable frecuencia de compra, cuyos resultados se pueden observar en la siguiente gráfica:

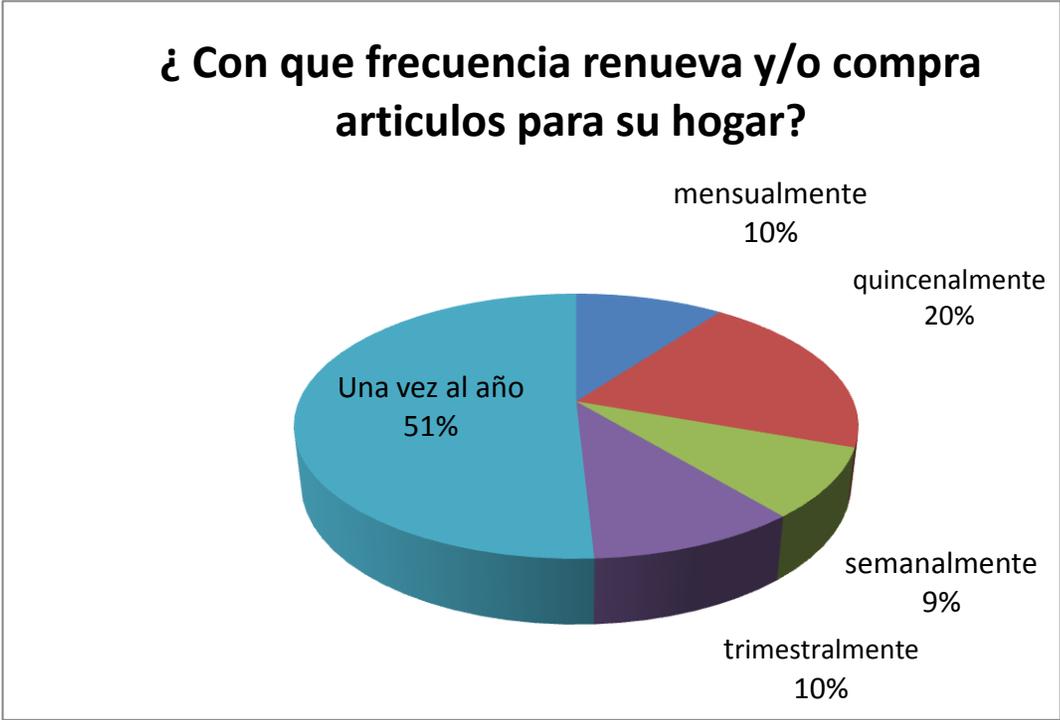
Figura 9. Tabulación Multikasa Center



Se observó dentro de las mayorías encontradas que el 36 % de las personas encuestadas manifiestan comprar quincenalmente un artículo para el hogar, y el 34 % manifiesta hacerlo mensualmente.

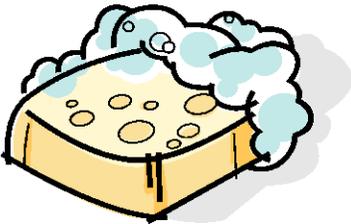
Al analizar la rotación de algún tipo de mercancía en especial con un precio un poco elevado, se considero analizar la compra o renovación de dichos artículos que son duraderos; se observa que el 51 % de las personas encuestadas renuevan artículos como juegos de vajillas o similares, una vez al año, por ende las personas del sector suponen que debe ser un producto de calidad cuya vida útil promedio sea de un año.

Figura 10. Tabulación Multikasa Center



7.8.2 Investigación de mercado, alquiler de lavadoras “Lava – Más”. En el caso del alquiler de lavadoras, se contemplo una población finita de 200 personas (según información de asesoras de microcrédito que conocen el área), y mediante la fórmula de población finita, con un error estimado del 15 %, y un nivel de confianza del 90 %, se determino una muestra de 25 personas; se realizo el siguiente formato de encuesta como instrumento de recolección de información:

Figura 11. Formato de encuesta de “Lava – Más”.

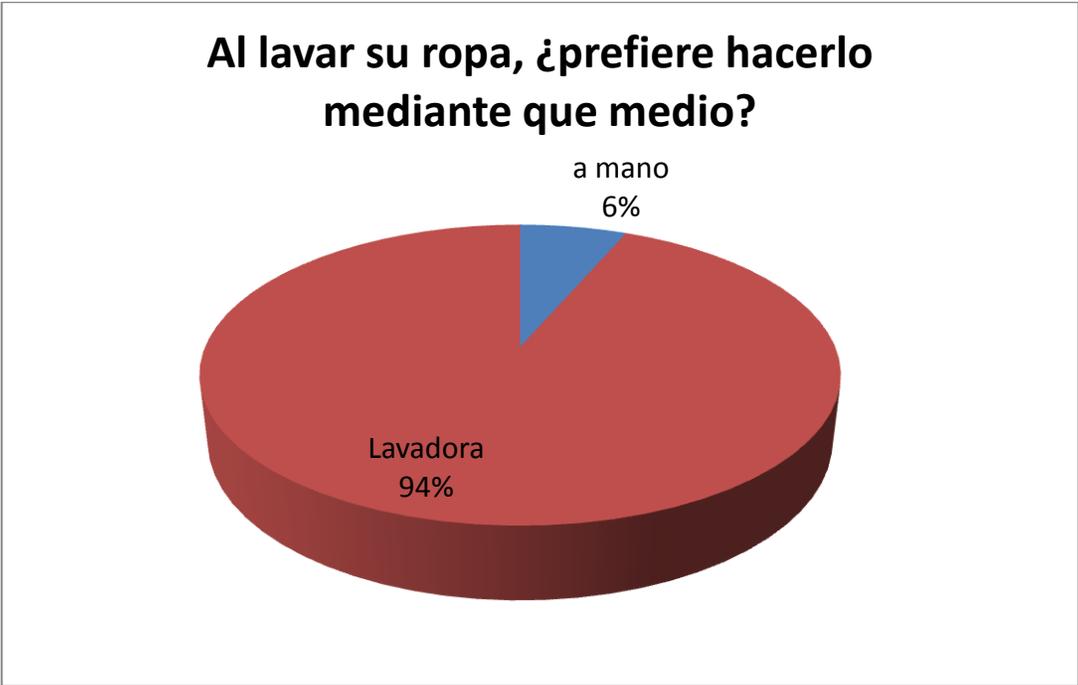
CIUDAD: Bucaramanga.	BARRIO: La ciudadela, Café madrid
GENERO: <input type="radio"/> M <input type="radio"/> F	EDAD: 18-23 23-29 30-35 36-41 41 en adelante.
ALQUILER DE LAVADORAS "LAVA - MÁS"	
	
<p>1. Al momento de lavar su ropa, ¿prefiere hacerlo mediante que medio? a. A mano b. Lavadora</p> <p>2. ¿Si usted utiliza lavadora, que tipo prefiere? a. Manual b. Digital</p> <p>3. ¿Con que frecuencia lava ropa usted en su casa? a. Diario b. Una vez a la semana c. Una vez cada quince días d. Una vez al mes.</p> <p>4. ¿Que dias de la semana prefiere lavar su ropa? a. Iniciando semana b. Entre semana c. Fin de semana.</p> <p>5. ¿ Tiene usted lavadora propia? a. Si b. No c. No sabe / No responde</p> <p>6. ¿Si existiera un alquiler de lavadoras en su barrio, utilizaria el servicio? a. Si b. No c. No sabe</p> <p>7. ¿ Si usted no tiene lavadora propia que método utiliza para lavar? a. Manual b. Alquiler de lavadora</p> <p>8. ¿Si su respuesta anterior es alquiler de lavadora que tiene en cuenta al momento de alquilar una? a. Marca de la lavadora b. Tamaño de la lavadora c. Precio alquiler de la lavadora d. Servicio al cliente</p> <p>9. ¿Por cuantas horas alquilaria usted una lavadora? a. 1-5 horas b. 5-10 horas c. mas de 10 horas.</p>	

A continuación se pueden observar los resultados obtenidos de la investigación de mercados realizada en el sector Ciudadela, Café Madrid, con el objetivo de conocer factores que inciden en la sostenibilidad de la microempresa, poder diseñar los servicios acorde a las variables analizadas.

Para conocer el gusto de las personas al lavar la ropa, se obtuvo la siguiente información:

El 94 % de las personas encuestadas prefieren lavar sus prendas de vestir en lavadora, y el 6 % restante lo prefieren hacer a mano.

Figura 12. Tabulación alquiler de lavadoras “Lava – Más”.



Dentro de las lavadoras que se pretendían comprar con el valor del crédito, no se conocía con exactitud la cantidad de lavadoras manuales a comprar, al igual que la cantidad de digital, ni la proporción a utilizar, por ende se realizó la siguiente pregunta obteniendo los siguientes resultados:

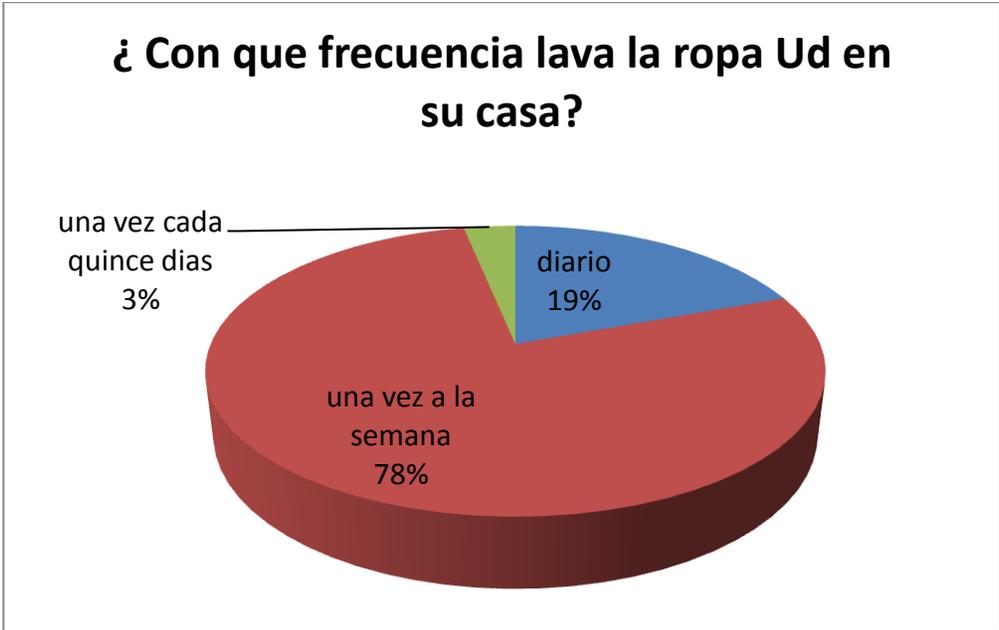
El 52 % de las personas encuestadas, prefieren utilizar lavadora manual, y el 48 % restante prefieren lavar su ropa utilizando lavadora digital; por ende se decidió cotizar la misma cantidad de lavadoras, 2 digitales y 2 manuales, ya que la proporción es similar.

Figura 13. Tabulación de alquiler de lavadoras “Lava – Más “



La siguiente pregunta se realizo con el fin de conocer la frecuencia de cada usuario que utilice el servicio de alquiler de lavadoras; el 78 % de las personas encuestadas manifiestan lavar la ropa una vez a la semana, el 19 % diario, y el 3 % restante cada quince días.

Figura 14. Tabulación de alquiler de lavadoras “Lava – Más”



Al conocer mediante la pregunta anterior que la mayoría de las personas en el sector Ciudadela, Café Madrid (en la zona residencial de la emprendedora Nalvis Cordero) lavan las prendas de vestir una vez a la semana, se debe conocer que día prefiere hacerlo, para que el servicio esté disponible esos días en especial.

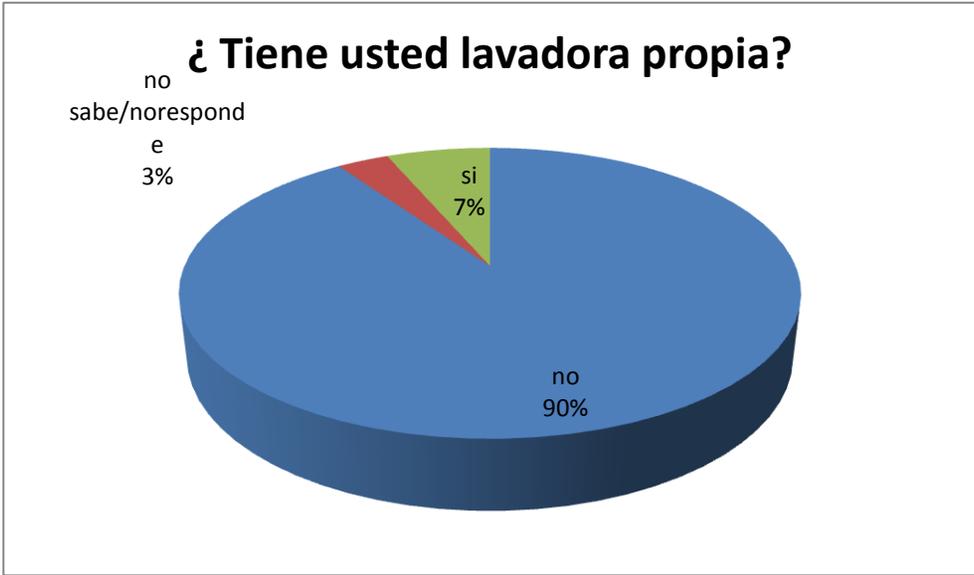
El 45 % de las personas encuestadas lavan la ropa el fin de semana, el 36 % lo hace entre semana, y el 19 % lo realiza iniciando semana, lo que permite conocer la estacionalidad de ventas, y concluir que el fin de semana el servicio va a presentar un incremento exponencial en relación con el resto de días.

Figura 15. Tabulación alquiler de lavadoras “Lava – Más”



Una de las preguntas claves para conocer la disposición del mercado en el sector café Madrid fue la siguiente pregunta:

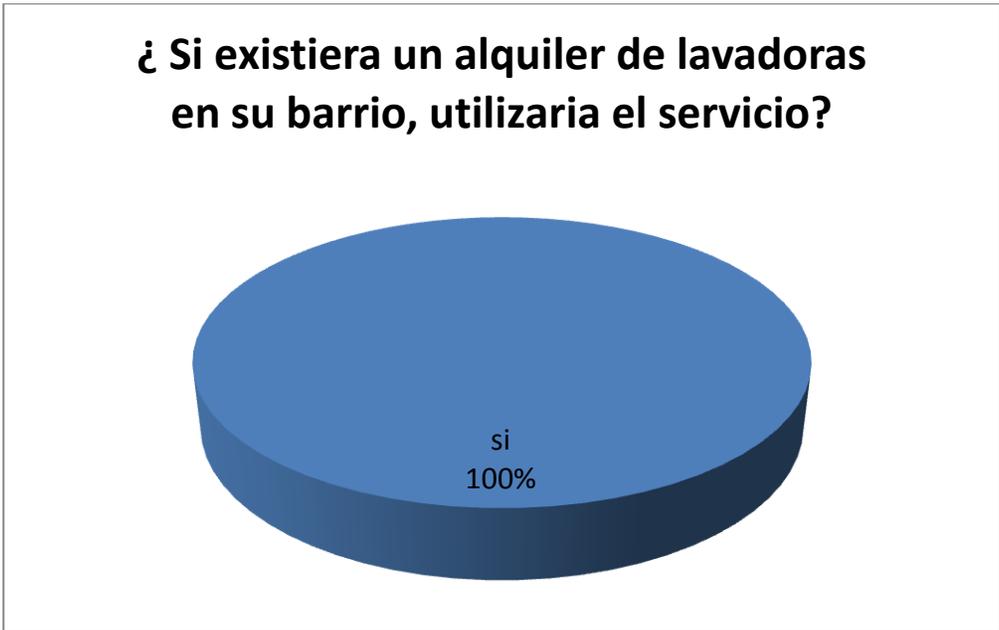
Figura 16. Tabulación alquiler lavadoras “Lava – Más”



La cual arrojo que el 90 % de las personas no tienen lavadora propia, lo cual aumenta la probabilidad de acceder al servicio de alquiler de lavadoras.

Para analizar la aceptación del servicio dentro del barrio, se realizó la siguiente pregunta, obteniendo resultados contundentes; el 100 % de las personas encuestadas manifestaron que si en el barrio existiera un servicio de alquiler de lavadoras, estarían interesados alguna vez, en utilizar este servicio.

Figura 17. Tabulación alquiler de lavadoras “Lava – Más”



A partir de los resultados mostrados en las graficas anteriores, se puede concluir la viabilidad y aceptación del proyecto; las siguientes preguntas se realizaron para conocer características ligadas a la prestación del servicio, y lo que el mercado objetivo tiene en cuenta al alquilar una lavadora,

De las personas encuestadas el 81 % tiene en cuenta el precio, al alquilar una lavadora, y el 19 % restante el servicio al cliente, lo que permite priorizar un buen precio de penetración al consumidor para atraer a mayor porcentaje de mercado.

Figura 18. Tabulación de alquiler de lavadoras “Lava – Más”



Es importante conocer la cantidad de horas que utilizaría el servicio un cliente potencial, para poder analizar la disponibilidad y la capacidad instalada y utilizada del servicio.

El 97 % de las personas encuestadas manifiesta utilizar el servicio de alquiler de lavadora de 1 – 5 horas, y el 3 % restante utilizaría de 5 – 10 horas el servicio prestado por “Lava – Más”.

Figura 19. Tabulación de alquiler de lavadoras “Lava – Más”



7.8.3 Investigación de mercado “Desayunos Especiales”. En el caso de Cesar Corredor, con “Desayunos Especiales”, se vio la necesidad de realizar la investigación de mercado, debido a que es un producto que ofrece desayunos a domicilio como detalle de algún día o fecha en especial, por ende se debe realizar una constante reingeniería si se quiere ser sostenibles en el mercado; la investigación se realizo con un error estimado del 10%, un nivel de confianza de 95 % , sobre una población finita de 524.112²⁷ personas ubicadas en el municipio de Bucaramanga, dando una muestra de 96 personas, sobre las cuales se utilizo la siguiente encuesta, como instrumento de recolección de información:

Figura 20. Formato encuesta “Desayunos Especiales”

"DESAYUNOS ESPECIALES"	
	
<input type="radio"/> M <input type="radio"/> F	
GENERO:	EDAD: 18-23 24-29 30-35 36-41 42-47 Más de 48.
ESTRATO: 2-3 4-5 6-7.	CIUDAD: B/manga
BARRIO:	EMAIL:
1. ¿Cuándo tiene una fecha especial para brindar un detalle en que piensa? a. Flores b. Chocolates c. Comida d. Peluches e. Otros	
2. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir en un detalle para una persona especial? a. De 10.000 a 20.000 b. De 20.001 a 30.000 c. De 30.001 a 50.000 d. De 50.001 a 100.000 e. Mas de 100.000	
3. Al momento de ofrecer un detalle ¿en qué piensa? a. Que sea Bonito b. Que sea Práctico y la persona lo utilice c. Que sea Económico d. Que perdure un bonito recuerdo de este detalle	

²⁷ Información suministrada por el DANE, proyección poblacional del municipio de Bucaramanga.

- e. Que sea original y a esta persona le guste mucho
4. ¿En qué momentos ofrece Ud. un regalo a alguien especial?
a. En el cumpleaños b. En amor y amistad c. En Navidad
b. En cualquier fecha especial (Grados, Aniversarios, etc.) e. Todas las anteriores
5. ¿A qué personas le da más regalos en el año?
a. Padres b. Hermanos c. Pareja d. Amigos e. Otros Familiares
6. ¿Ha escuchado acerca de los “Desayunos Especiales”?
a. Si b. No
7. ¿Qué opina de encontrar en un solo regalo, alimentos, chocolates, flores, tarjetas o esquelas, otros detalles, que sea una sorpresa y que lo lleven a domicilio?
a. Excelente b. Bien, Me agrada c. Normal d. No me interesa
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un “Desayuno Especial” que lo lleven a la hora, lugar y menú indicado por Ud. Para tener un detalle muy original con esa persona especial.
a. De 20.000 a 30.000 b. De 30.001 a 50.000 c. Más de 50.000
b. No me interesaría regalar algo así
9. ¿Con respecto a los menús, que acaba de ver que le gustaría agregar o quitar?
a. Mas comida b. Mas Caramelos c. Mas flores
d. Algo adicional _____ e. yo le quitaría _____
10. Le gustaría recibir un detalle de este tipo
a. Si b. No
- ¿Le gustaría unirse al grupo de amigos de esta empresa en Facebook?
a. Está bien b. No gracias

Los resultados de la investigación de mercado, permiten en este caso, realizar modificaciones al portafolio de productos, al precio ofrecido a cada uno de los productos y demás variables operativas, de servicio al cliente, ligadas con la mejora continúa de la empresa, a continuación se muestran las graficas de las variables tabuladas:

Para conocer los factores del mercado incidentes en el contenido ofrecido por los desayunos se realizaron las siguientes preguntas:

Al preguntar a cerca de la preferencia general al ofrecer un detalle en especial, el 39 % manifestó recurrir a la comida como regalo, el 22 % otros detalles (Joyas, cartas, ropa, etc), el 17 % chocolates, y el 12 % peluches.

Figura 21. Tabulación “Desayunos Especiales”



El 39% de los encuestados piensan en comida al dar un obsequio en una fecha especial, lo que sugiere la viabilidad del proyecto, ya que desayunos especiales, combina comida, chocolates, flores, y se puede anexar peluches para las personas que lo deseen.

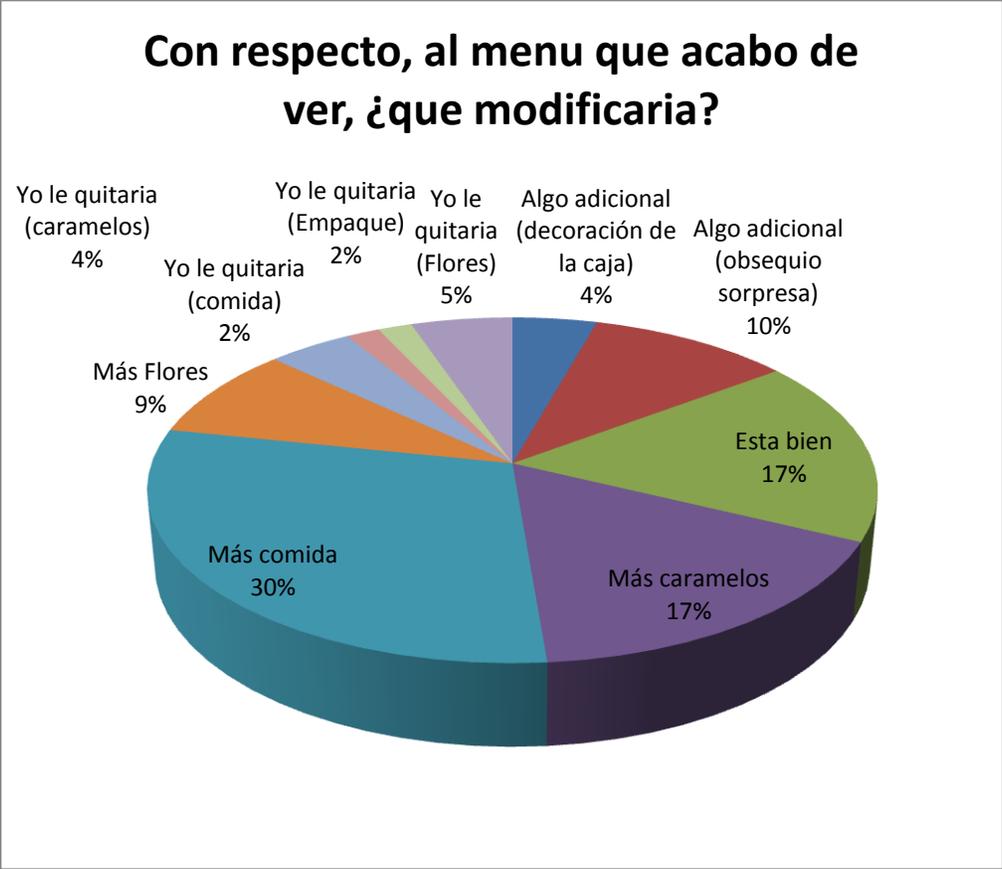
Figura 22. Tabulación “Desayunos especiales”



Con el fin de conocer las preferencias del consumidor, se realizo la pregunta de la grafica anterior, obteniendo que el 30 % de los encuestados ofrecerían un detalle original y que a la persona le guste mucho, y el 28 % que sea bonito, por ende son características que se deben tener en cuenta para poder brindar un portafolio de productos acorde a dichas preferencias.

Otra pregunta clave, fue el cuestionar a los encuestados, a cerca del portafolio de servicios, para analizar las modificaciones de los productos dependiendo de los requisitos del mercado; a continuación se muestra que el 30 % de las personas encuestadas desean incluir más comida, y el 10 % desea incluir un obsequio sorpresa dentro de su regalo (fotografía, joyería, perfumes, etc.) por ende se ve la importancia de personalizar el servicio de desayunos especiales, según las preferencias de cada cliente:

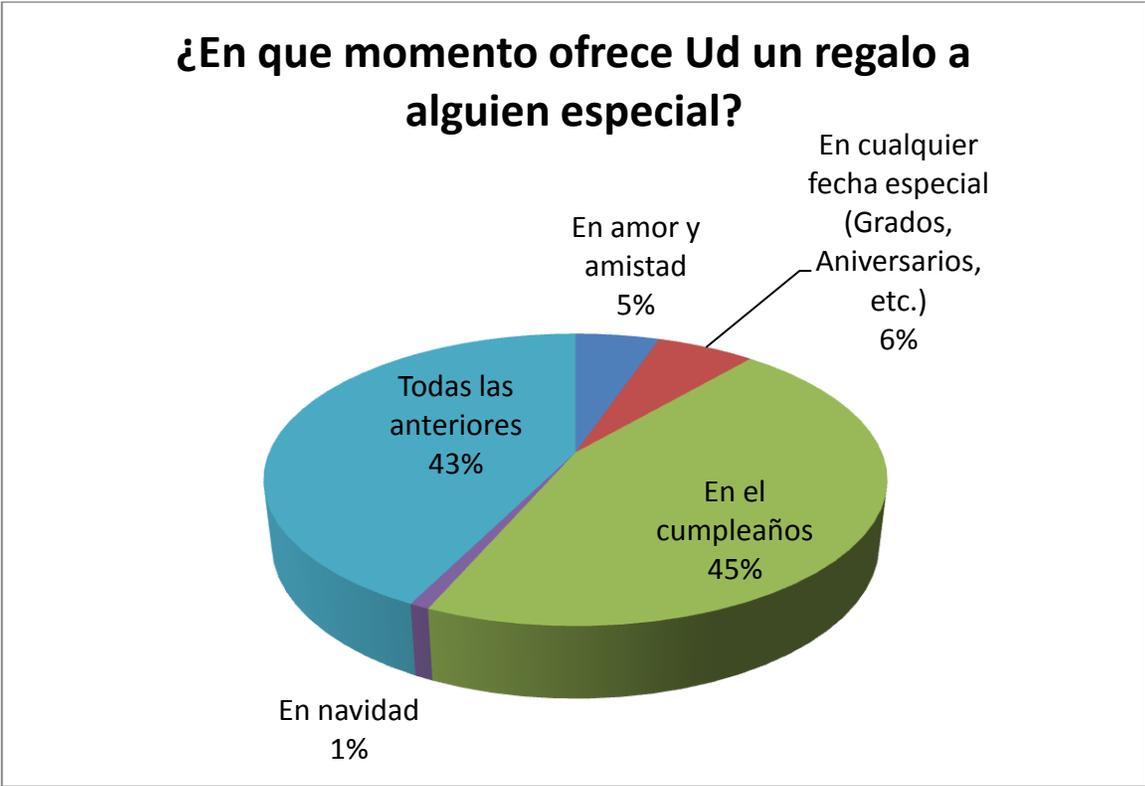
Figura 23. Tabulación “Desayunos Especiales”



Para conocer a cerca del comportamiento o estacionalidad de las ventas se analizaron las fechas especiales en las cuales incrementan las ventas con los siguientes resultados:

El 45 % de las personas encuestadas ofrecen un regalo a la persona especial, en el cumpleaños, el 5 % en amor y amistad, el 6 % en grados, el 1 % en navidad, y el 43 % en todas las anteriores opciones.

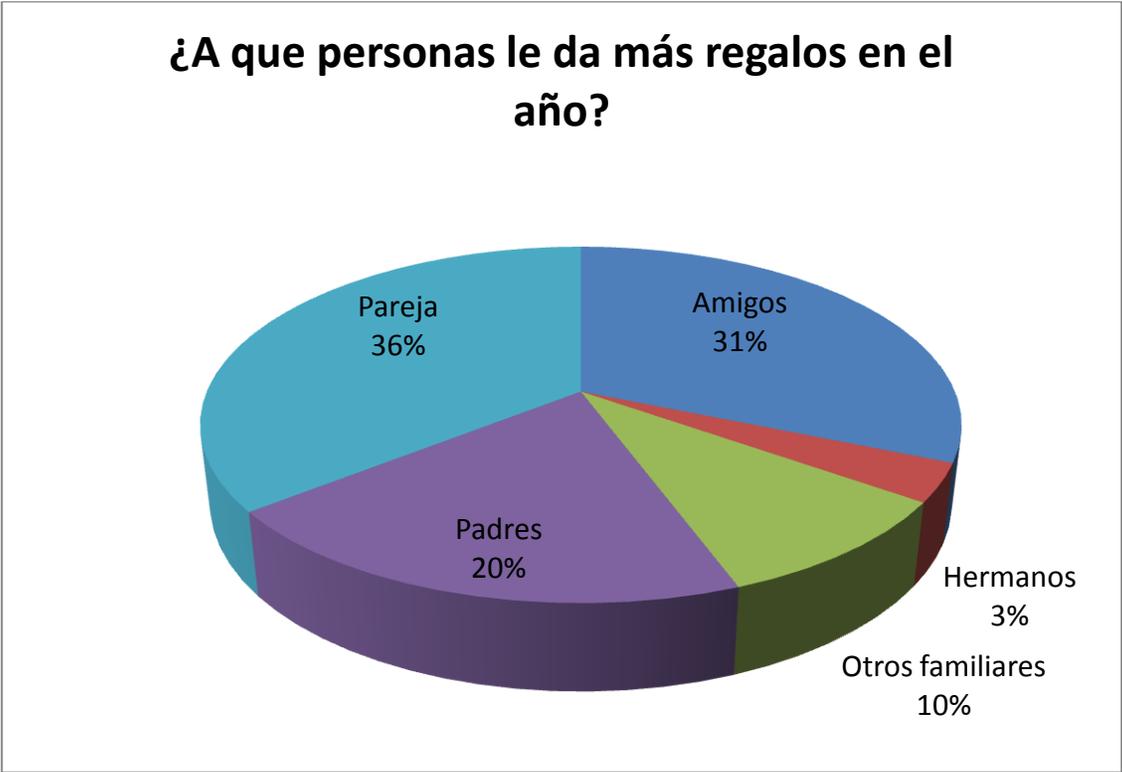
Figura 24. Tabulación de “Desayunos Especiales”



Con la finalidad de conocer características específicas del usuario final de los desayunos especiales, se realizó la siguiente pregunta:

El 36 % de los clientes potenciales encuestados, le dan más regalos durante el año a su pareja, el 31 % a amigos, el 20 % a los padres, a otros familiares el 10 % y el 3 % restante a los hermanos.

Figura 25. Tabulación “Desayunos especiales”



Para conocer la aceptación del concepto empresarial dentro del mercado de Bucaramanga, y teniendo en cuenta las respuestas obtenidas en las preguntas anteriores, se planteo la siguiente pregunta más explícita, aproximándonos al concepto de “Desayunos Especiales”:

El 44 % de las personas sobre las cuales se realizo la investigación, les pareció excelente brindar un detalle tan completo como lo plantea la pregunta, al 33 % le agrada el concepto, al 17 % le parece normal, y al 6 % restante no le interesa; lo que resalta un 77 % de aceptación del concepto.

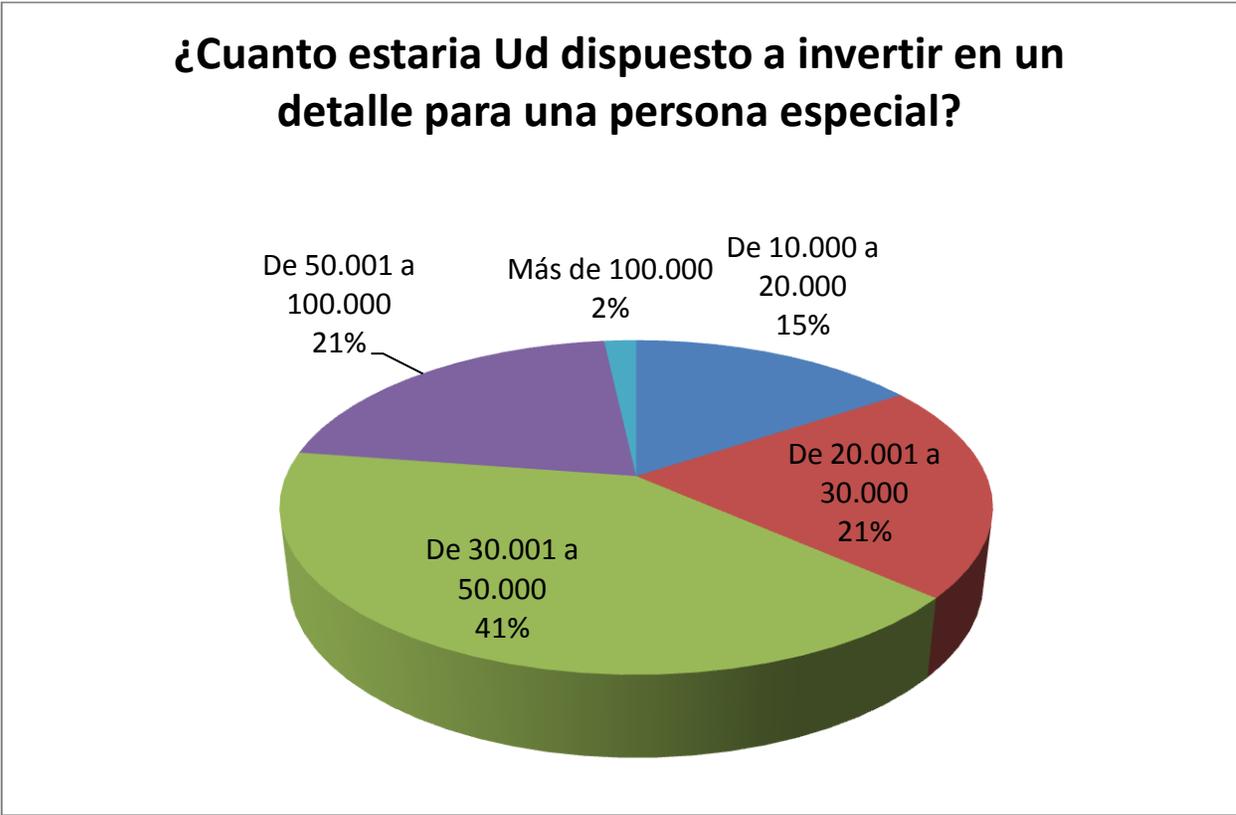
Figura 26. Tabulación de “Desayunos especiales”



La siguiente sección de preguntas se realizó para conocer si el precio pactado inicialmente por el emprendedor Cesar Corredor, era coherente con lo que estaba dispuesto a ofrecer el mercado objetivo:

El 41 % expresó un presupuesto entre el rango de \$ 30.001 a \$ 50.000 para invertir en un detalle a alguna persona especial, el 21 % de \$ 50.001 a \$ 100.000, el 21 % de \$ 20.001 a \$ 30.000, 15 % entre \$ 10.000 y \$ 20.000, y el 2 % restante más de 100.000

Figura 27. Tabulación de “Desayunos especiales”



A continuación se formula la sección de la investigación de mercado referente explícitamente al concepto de “Desayunos especiales”, abarcando variables como precio directo por un desayuno especial, la publicidad actual que tiene el producto, y la aceptación del mismo.

Se debe conocer o realizar un diagnostico de la eficacia de la publicidad empleada por el emprendedor Cesar Corredor en el mes de funcionamiento obteniendo los siguientes resultados:

El 87 % no conoce a cerca de la empresa “Desayunos especiales”, el 13 % restante asegura conocer o haber escuchado tal concepto, lo que nos argumenta la necesidad de realizar estrategias publicitarias intensivas a medida que la capacidad instalada y utilizada se incrementa, ya que de nada sirve el hacerse conocer si no se tiene el suficiente potencial en estructura y capital de trabajo para satisfacer a la demanda.

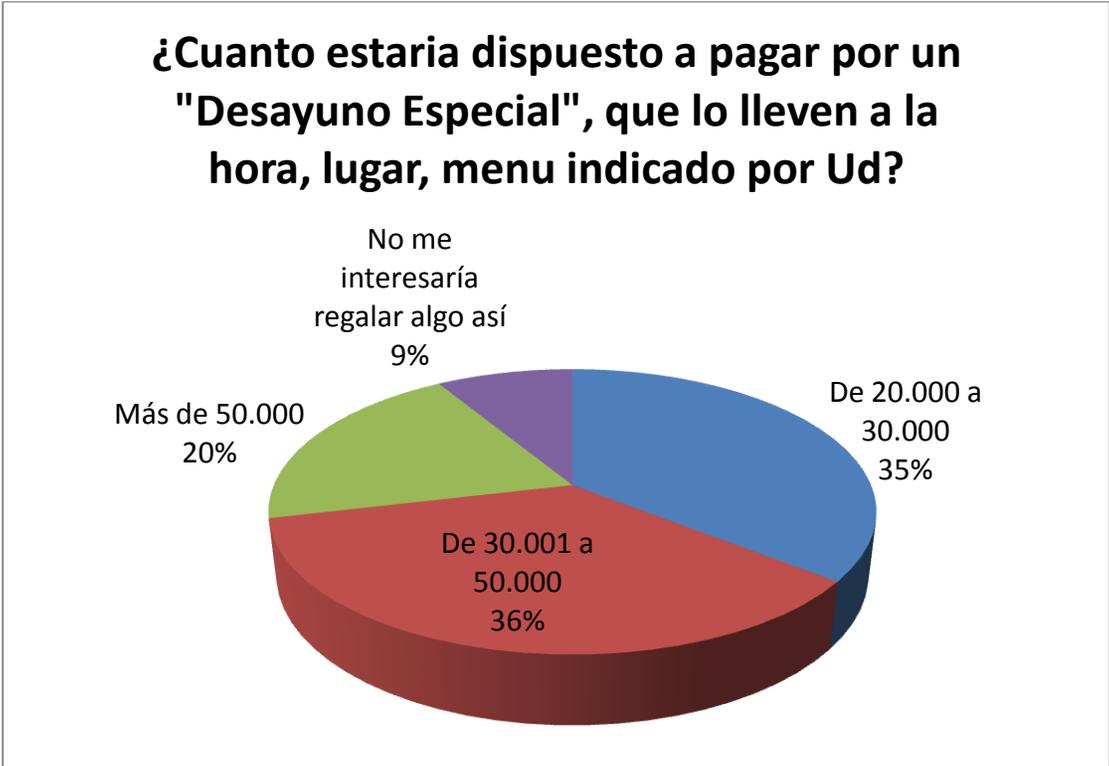
Figura 28. Tabulación de “Desayunos especiales”



Para acercarnos a la capacidad de pago real enfocada al concepto de Desayunos especiales, se diseñó la siguiente pregunta, con los siguientes resultados:

El 36 % está dispuesto a pagar de \$ 30.001 a \$ 50.000 por un desayuno especial, el 35 % de \$ 20.000 a \$ 30.000, el 20 % más de 50.000 y el 9 % restante no le interesa regalar algo así.

Figura 29. Tabulación de "Desayunos especiales"



Finalmente una de las preguntas vitales planteadas dentro de la investigación es la relativa a la aceptación directa del concepto “Desayunos especiales”, obteniendo el siguiente resultado:

Al cuestionar a las personas acerca del interés por recibir un desayuno especial, la gran mayoría o el 87 % expreso que si le gustaría, y el 13 % restante no le gustaría recibir algo así.

Figura 30. Tabulación de “Desayunos especiales”



Como conclusión de la investigación de mercados realizada a “desayunos especiales”, se debe realizar un diseño al portafolio de productos que abarque más opciones de compra para el cliente potencial (En el numeral 8.1.1.6 se puede observar la propuesta a corto y largo plazo de mejora continua realizada en conjunto con el emprendedor Cesar Corredor), en cuanto a opciones de precios para que sea un servicio personalizado, y se adapte a cada nicho de mercado o estrato socioeconómico, teniendo en cuenta los criterios que elija cada cliente,

(este proyecto fue aprobado junto con 5 proyectos más, explicados en la sección de 8.1.1 Resumen ejecutivo de los casos aprobados).

7.8.4 Investigación de mercado “Micro-mercado la 35”. El cuarto caso de investigación de mercados, fue el de Jaime Quintero, cuya idea de negocio es realizar la compra de un micro mercado que ya lleva más de 2 años funcionando, para este caso el comité de FUNDESAN-IMEBU, exigió que se debe trabajar en un factor diferencial respecto a los demás micro mercados del sector, por ende se contemplaron las siguientes tres opciones:

1. Brindar un servicio que permita realizar pedidos a través de internet.
2. Llevar frecuentemente lo necesario para el desayuno, pactado previamente, sin cobrar el domicilio.
3. Generar una consciencia de cuidado al medio ambiente, obsequiando a los clientes fieles, un bolso realizado de manera artesanal, el cual sustituya las bolsas de plástico: es importante resaltar que esta idea no se tuvo en cuenta en la investigación de mercados, ya que el comité (IMEBU-FUNDESAN) no le dio el visto bueno por no considerarla como un factor diferencial ligado netamente con el micro mercado.

Para analizar la viabilidad de las dos primeras propuestas anteriores, se realizó una investigación de mercado, sobre una población finita de 8587²⁸, en el centro de Bucaramanga, con un nivel de confianza del 90 %, un error estimado del 10 %, se determinó una muestra de 66 personas, utilizando como formato de recolección de datos, la siguiente encuesta:

²⁸ Información suministrada por el DANE, en la proyección población por comunas del municipio de Bucaramanga.

Figura 31. Formato encuesta “Micro-mercado la 35”

CIUDAD: Bucaramanga.	BARRIO: Centro	ESTRATO: 1-2 3-4 5-6
GENERO: <input type="radio"/> M <input type="radio"/> F	EDAD: 18-23 23-29 30-35 36-41 41 en adelante.	
<p>1. ¿Con que frecuencia compra Ud. lo necesario para el desayuno familiar? a. Diario b. Una vez a la semana c. Una vez cada quince días d. Una vez al mes.</p> <p>2. ¿Mediante que medio Ud. compra lo necesario para el desayuno? a. Personalmente b. A domicilio</p> <p>3. ¿Si existiera en el sector un micro mercado que le llevara a domicilio lo que Ud. requiere de desayuno pactado previamente, lo utilizaría? a. Si b. No c. No sabe / No responde</p> <p>4. ¿Tiene Ud. en su hogar servicio de internet? a. Si b. No c. No sabe / No responde</p> <p>5. ¿Si Ud. tuviera la opción de realizar pedidos a un micro mercado a través de internet, lo haría? a. Si b. No c. No sabe / No responde</p>		

Los resultados tabulados de la encuesta en tablas dinámicas y las variables analizadas, se pueden observar a continuación.

Dentro de la propuesta uno para implementar un valor agregado al micro mercado, se consideró enviar frecuentemente el desayuno previamente pactado, pero no se conoce la frecuencia con exactitud, es decir si es diario, una vez a la semana o cada quince días, para ello se diseñó la siguiente pregunta con el siguiente resultado:

El 77 % de las personas encuestadas del sector expreso que compran diariamente lo necesario para el desayuno familiar, el 20 % una vez a la semana, y el 3 % cada quince días; por ende el servicio de desayunos a domicilio, se ofrecerá diariamente.

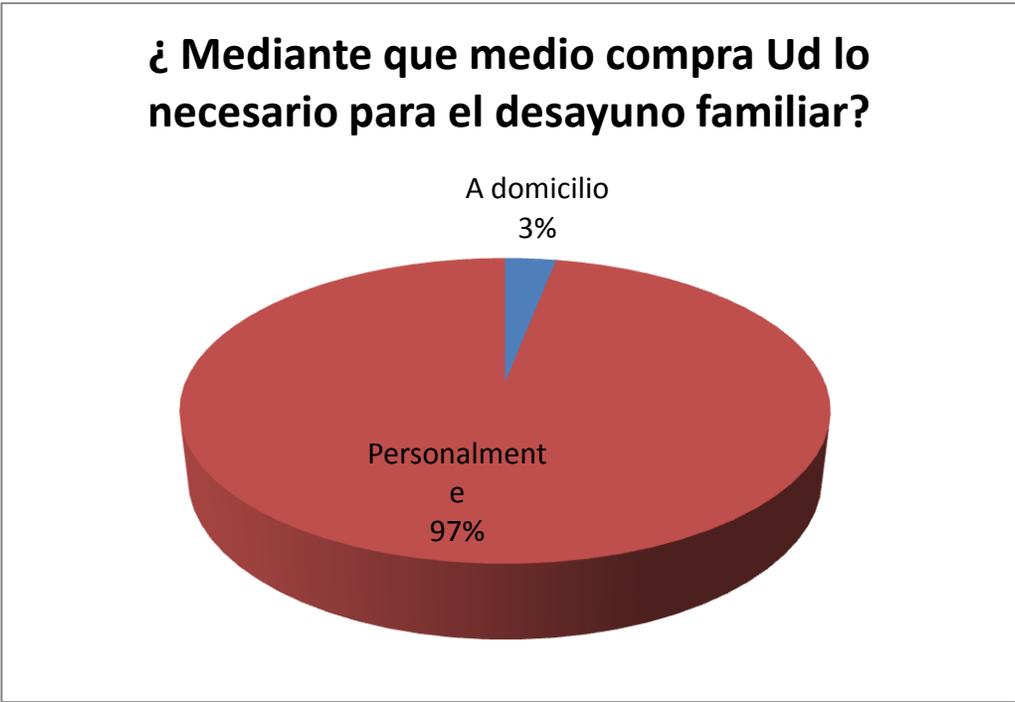
Figura 32. Tabulación de “Micro – mercado la 35”



Con el objetivo de conocer la necesidad de la propuesta uno, se preguntó si compraba el desayuno personalmente o a domicilio, obteniendo los siguientes resultados:

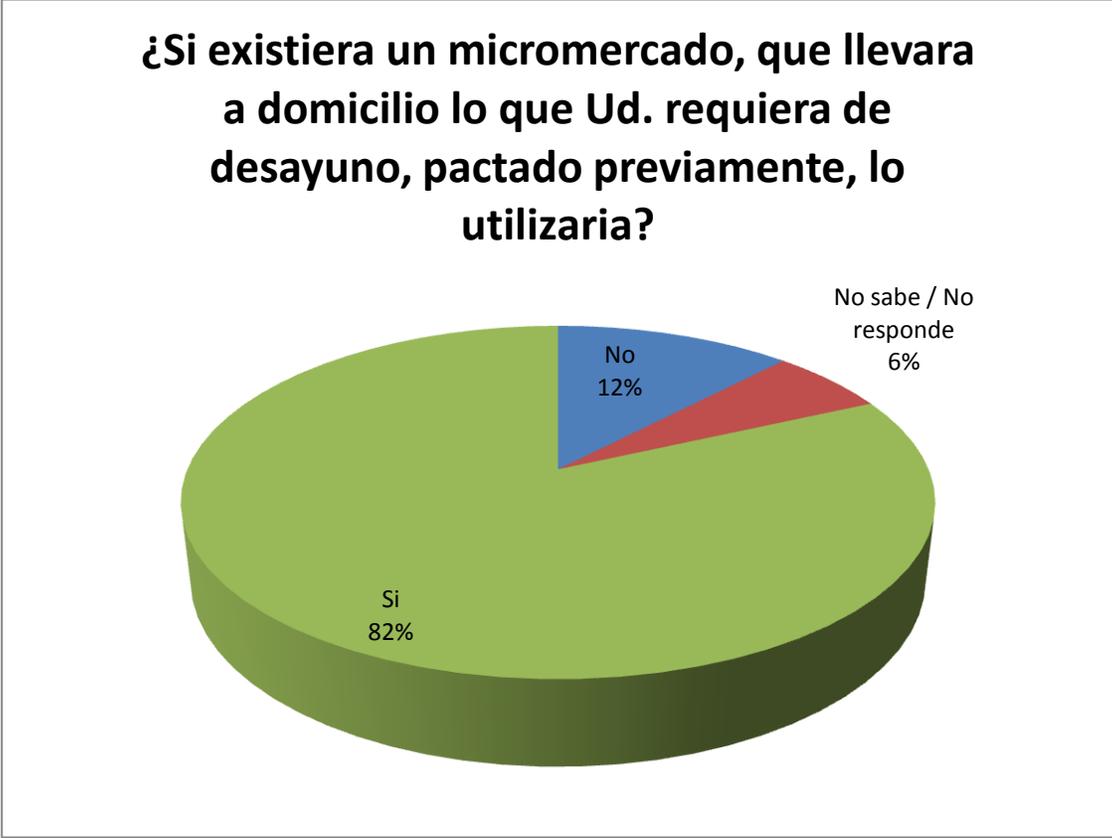
El 97 % manifestó comprar lo necesario para el desayuno familiar personalmente, lo que indica el gusto de las personas por escoger de manera detallada lo que van a desayunar y a su vez se ve la viabilidad para ofrecer un servicio personalizado de domicilio, que suministre los productos necesarios para el desayuno (huevo, pan, leche, naranjas etc.).

Figura 33. Tabulación de “Micro – mercado la 35”



Dentro de los resultados más relevantes al tabular las encuestas, se encontró que el 82 %, estaría dispuesto a utilizar un servicio que llevara frecuentemente a domicilio, los implementos necesarios para el desayuno, sin tener que ir hasta el micro-mercado, diariamente:

Figura 34. Tabulación Micro-mercado la 35



Para analizar la viabilidad de la segunda propuesta creativa, se realizaron las dos siguientes preguntas, obteniendo los siguientes resultados:

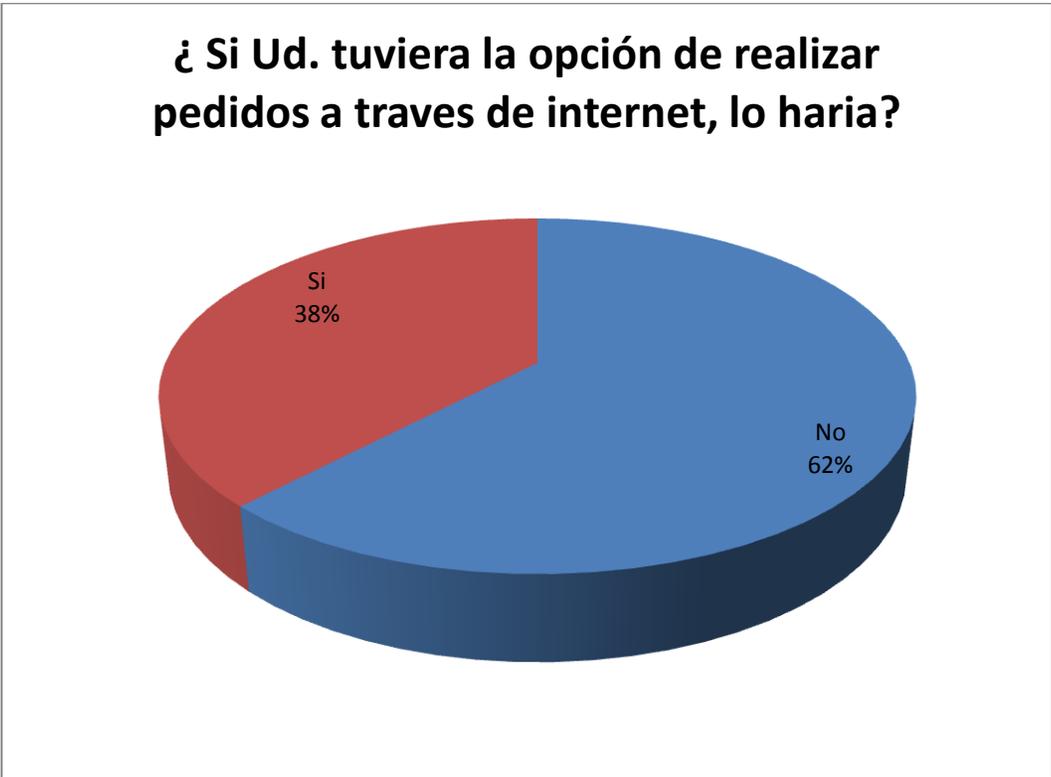
Al preguntarle a las personas encuestadas si tenían en su hogar servicio de internet, el 64 % respondió que sí, y el 36 restante no tiene servicio de internet.

Figura 35. Tabulación “Micro – mercado la 35”



Al analizar la segunda propuesta planteada anteriormente, el resultado obtenido fue que el 62 % de las personas encuestadas en el sector, no estarían dispuestos a realizar pedidos a través de internet:

Figura 36. Tabulación “Micro-mercado la 35”



Como conclusión de la investigación de mercados para el caso del Micro mercado la 35, es viable implementar la opción de pactar con el cliente lo que desea a la semana de desayuno, para poder suministrarse diariamente o la frecuencia que el cliente elija, aunque este proyecto está en la etapa de garantías, no se ha aprobado aun.

7.9 CONOCER MEDIANTE UN SOFTWARE LOS INDICADORES FINANCIEROS PARA VER LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

Dentro de los análisis pre créditos que se deben hacer, los indicadores financieros forman un papel crucial, ya que para que un crédito sea aprobado en FUNDESAN debe tener viabilidad en los aspectos de mercadeo, operacionales, legales, financieros y de términos de respaldo de crédito al igual que cumplir con el perfil de un emprendedor, los indicadores financieros de los cuatro créditos aprobados son:

1. Dotación industrial, MARKJEAN: TIR: 79,49 % VPN: 258.129.560. , P.E (porcentaje sobre las ventas proyectadas) de 63,3 %, rentabilidad sobre ventas: 11,8 %, rentabilidad sobre la inversión : 44,7 %, rentabilidad sobre patrimonio: 55,2 %.
2. Taller de confección de margarita: con los siguientes indicadores financieros realizados por la coordinación de proyectos y emprendimiento: TIR: 94,30 %, VPN: 75.189.310, P.E (porcentaje sobre las ventas proyectadas) de 61,7 %, rentabilidad sobre ventas: 38,3 %, rentabilidad sobre inversión: 50,4 %, rentabilidad sobre patrimonio: 55,6 %.
3. “Multicasa Center”, Elkin Velazco: con los siguientes indicadores financieros realizados por la coordinación de proyectos y emprendimiento: TIR: 29,45 %, VPN: 47.991.645, P.E (porcentaje sobre las ventas proyectadas para el año 1) de 80,1 %, rentabilidad sobre ventas: 3,9 %; rentabilidad sobre la inversión: 18,6 %, rentabilidad sobre patrimonio: 28 %.
4. “Maní - Ají”, Gonzalo Rodríguez: TIR: 50,97 % VPN: 21.285.260. P.E (porcentaje sobre las ventas proyectadas el primer año) de 89,2 %, rentabilidad sobre ventas 5,8 %, rentabilidad sobre inversión: 27,3 %, rentabilidad sobre patrimonio: 100 %.

5. Ferrería- Cacharrería “San Miguel”, Miguel Méndez: TIR: 30,53, VPN: 23.539.840, P.E (porcentaje sobre ventas proyectado primer año): 65 %, rentabilidad sobre la ventas: 5,7 %, rentabilidad sobre inversión: 19,6 %, rentabilidad sobre patrimonio: 29,5 %.

6. “Desayunos especiales”, Cesar Corredor: TIR: 87,49 %, VPN: 57.415.189, P.E (porcentaje sobre ventas proyectado primer año): 67,9 %, rentabilidad sobre ventas: 12,7 %, rentabilidad sobre inversión: 49,1 %, rentabilidad sobre patrimonio: 100%.

Los créditos aprobados en los cuatro meses de practica empresarial, mostrados anteriormente serán expuestos con mayor profundidad, en el numeral 8.1 (resumen ejecutivo de los créditos aprobados).

8. ACTIVIDADES ADICIONALES REALIZADAS

Dentro de las actividades adicionales realizadas en cuatro meses de la práctica empresarial en FUNDESAN, se encuentran las siguientes:

8.1 RESUMEN EJECUTIVO DE LOS PROYECTOS MÁS RELEVANTES

Es válido resaltar que en la línea de emprendimiento, se tienen en cuenta 3 factores claves para que un establecimiento comercial funcione, el primero relativo a tener las competencias correspondientes a la actividad que se va a desarrollar, el segundo que sea una idea con un alto valor agregado o factor innovador, y la última es que se utilice un recurso ocioso y en lo posible tenga un impacto social importante. Paralelamente a estos factores, se trabaja como eje principal de acción, la formalización de empresas dentro del municipio de Bucaramanga, y el fomento de empleo dentro de la ciudad.

A continuación, para ejemplificar el proceso crediticio realizado en FUNDESAN, se plantearán los 6 proyectos de emprendimiento aprobados, al igual que los casos más importantes que se encuentran en proceso y no han podido acceder al crédito por diversas causas como garantía, o no se ha terminado el plan de negocios, o las enumeradas en el numeral filtro de causas de proceso crediticio del numeral 8.3. Se expondrá también un caso que cumplió con la mayoría de requisitos para acceder al crédito cuya carpeta fue radicada, pero las garantías presentadas como respaldo de crédito fueron insuficientes.

8.1.1 Proyectos de Emprendimiento Aprobados.

8.1.1.1 John Anderson Roa: Dotaciones industriales “Mark Jean”. El día 09 de agosto del 2010 se acerco a las instalaciones de FUNDESAN John Roa, un joven de 23 años, cuyo estado civil es soltero, no tiene hijos, vive actualmente en una vivienda familiar por lo que no paga arriendo, ha tenido vida crediticia con el Banco de Colombia; John está interesado en solicitar un crédito por el valor estimado de \$ 18.000.000 para invertir en materia prima, y en maquinaria y poder realizar el montaje de un taller de dotaciones industriales, ya que la familia siempre se ha dedicado a la confección de prendas para vestir y desea formalizar su propia unidad productiva. (La ficha de emprendimiento de John roa se puede observar en el ANEXO O).

Posteriormente se realizo el plan de negocios correspondiente a la unidad productiva de confecciones, durante el proceso John se mostro con gran interés, recurriendo constantemente por asesoría necesaria para el buen diligenciamiento de las variables contempladas en el plan de negocios, como la competencia (Benchmark), el plan de ventas, de compras, estrategias de ingreso al mercado, costos, y demás factores investigados, (el plan de negocios de “ Mark Jean” se puede observar siguiendo en el ANEXO D).

El logo realizado durante el proceso de análisis y diseño del plan de negocios fue el siguiente:

Figura 37. Logotipo de “Mark Jean”



El proceso de John se retraso debido a la dificultad para él al conseguir el respaldo o codeudor para un crédito por el monto solicitado, finalmente consiguió como respaldo a su padre presentando como garantía un inmueble ubicado en Floridablanca, además de la señora Olga Rueda, la cual presento como garantía un contrato a termino indefinido con la Electrificadora de Santander con el cargo de profesional en recursos humanos desde hace 12 años, con asignación salarial superior a 3 SMLV, se realizo la referenciacion y análisis de viabilidad respectiva a los codeudores y se comprobó la veracidad de los mismos. El desembolso se realizo el día 22 de septiembre del 2010, por un valor aprobado por el comité de \$ 15.100.000.

Actualmente “Mark Jean” funciona al mostrador, en la calle 34 # 24-72, se le realizo la primera visita de seguimiento, dentro de la cual se comprobó el excelente funcionamiento de la unidad productiva, ya que ha generado 8 empleos directos, a pesar de llevar menos de 3 meses en el mercado. (El seguimiento realizado se puede observar en el numeral 7.9.4)

8.1.1.2 Claudia Margarita: Taller de confecciones. La señora Claudia Margarita se presentó el día 09 de agosto del 2010 en las instalaciones de FUNDESAN, solicitando un micro crédito por el valor de \$ 3.000.000 a invertir en materia prima y maquinaria para un pequeño taller de ensamble ubicado en el sector pantano 2; Claudia tiene un hijo, es soltera y estudia diseño de modas, la mamá es diseñadora desde hace más de 20 años, y trabajarían juntas formando una familia-empresa para obtener un sustento económico estable. La ficha de emprendimiento se puede observar en el siguiente en el ANEXO P.

Se realizó el plan de negocios en compañía de la emprendedora, ya que es importante que conozca los parámetros sobre los cuales se establecerá su taller, y poder establecer los factores claves de éxito para su futura unidad productiva, y minimizar el riesgo de fracaso; se planteó como ventaja competitiva la realización de diseños exclusivos y la variedad dentro del portafolio de productos ofrecidos, ya que se realizan: ropa para dama, uniformes para colegio, ropa deportiva, ropa para caballero, trajes de baño y bolsos para dama. (El plan de negocios completo se puede apreciar en el ANEXO E).

La garantía no fue un problema para Claudia Margarita, ya que el señor Silvestre Pabon (amigo de la familia), desde un inicio la acompañó en el proceso crediticio y la respaldó en el crédito presentando como garantía un contrato laboral a término indefinido con la secretaria de educación municipal de Bucaramanga, con una antigüedad de 22 años, además presta servicio como celador en la institución educativa nuestra señora del pilar, con asignación básica superior a 2 SLMV; se realizó la referenciación y análisis de viabilidad del codeudor comprobando la veracidad del mismo.

El monto aprobado por el comité fue de \$ 2.600.000, a un plazo de 24 meses, la fecha de desembolso fue el día 22 de septiembre del 2010.

Figura 38. Lugar de operación del taller de confecciones.



Actualmente el taller de confecciones de Margarita Ortega, funciona en la Cra 10 occidente # 35 A 12, pantano 2, ha generado hasta el momento 3 empleos directos y 2 temporales.

8.1.1.3 Elkin Velazco “Multikasa Center”. El día 30 de agosto del 2010, se presento el señor Elkin Andrés Velazco, con la idea de negocio de realizar el montaje de un almacén especializado en artículos para el hogar, la idea nace de ver que existe una alta demanda por este tipo de productos en el sector, y de querer aprovechar el local propio ubicado en campo hermoso; solicitó un crédito por el valor de \$ 10.000.000 a invertir en la adecuación del local, y mercancía para comercializar. Elkin estudia negocios internacionales en la Universidad Santo Thomas, es soltero tiene un hijo, y junto con su novia y hermana atenderían el negocio (la ficha de emprendimiento diligenciada se puede observar en el ANEXO Q).

Elkin se mostro interesado, ya que asistía constantemente para recibir asesoría en el plan de negocios (el plan de negocios completo, se puede observar en el

ANEXO F), y como resultado de la asesoría brindada, se pudo crear la siguiente imagen corporativa para generar recordación en el mercado:

Figura 39. Logotipo “Multikasa Center”



Para poder reducir el riesgo de fracaso de la unidad productiva, se realizó una investigación de mercados (expuesta en las investigaciones de mercado del primer informe), para conocer si dentro del sector de campo hermoso, realmente se requería un almacén especializado en artículos para el hogar; la investigación de mercados arrojó que el 65 % de las personas encuestadas, si están interesados en comprar en un almacén especializado en artículos para el hogar dentro del sector. (La investigación de mercados completa se puede observar en el numeral 7.8.1).

Se realizaron las visitas al lugar de operación para dar el visto bueno del local y de la ubicación, se le aconsejó de cómo organizar el local, y donde ubicar cada estante a comprar, para obtener una utilización óptima del espacio; a continuación se comprobó la viabilidad financiera realizado por parte de la coordinadora de proyectos y emprendimiento, obteniendo los indicadores financieros expuestos en el numeral 7.7.

Finalmente el crédito fue expuesto ante el comité donde se le dio continuidad, teniendo como respaldo de crédito, dos codeudores, que son los padres de Elkin Velazco, el señor Elkin Alberto Velazco que ofreció como garantía un inmueble, y la señora Ilba Sanguino con estabilidad laboral trabaja como coordinadora de

formación en la institución educativa, colegio Agustiniiano. La fecha pactada de desembolso fue el día 19 de octubre del 2010, por el valor de \$ 10.500.000 a un plazo de 36 meses, con beneficio de periodo de gracia de 6 meses. Actualmente “Multikasa Center” funciona en la calle 45 #6 occidente 06, en campo hermoso.

8.1.1.4 Gonzalo Rodríguez “Maní - Ají”. El día 18 de septiembre del 2010, se acerco a las instalaciones de FUNDESAN el señor Gonzalo Rodríguez con la iniciativa de generar un producto nuevo creado a partir de la mezcla de maní con ají, además argumentó ser desplazado y las pocas oportunidades que hasta el momento el estado le ha ofrecido; es soltero tiene un hijo, y vive actualmente en el hotel Floridablanca donde paga \$ 300.000 mensual de arriendo; se le explico la importancia de diligenciar un plan de negocios, y las garantías necesarias que debe cumplir para respaldar el crédito. (La ficha de emprendimiento diligenciada se puede observar en el ANEXO R).

Diariamente se acercaba con inquietudes para diligenciar el plan de negocios, y mostrando dificultad para conseguir el codeudor. Una vez se diligencio por completo el plan de negocios (el plan de negocios de “Maní – Ají, se puede observar en el ANEXO G) se pudo tener una idea clara de que se necesitaban 5.000.000 invertidos en una tostadora especial y en materia prima y así poder iniciar su unidad productiva; también se definió los 3 segmentos a los que se debía llegar en el corto y largo plazo y estos eran:

1. Mercado callejero: conformado por chazas y puestos ambulantes, se les distribuirá presentaciones de 30 a 70 g, el comportamiento proyectado de compra dentro de la semana es constante, con un hábito de compra diario.
2. Mercado de tiendas: se les venderá presentaciones de 70, 125 gramos, con un hábito de consumo semanal, donde se tiene previsto que el comportamiento de ventas mensual será estándar.
3. Mercado institucional (casinos, restaurantes, bares, etc.): se les venderá la presentación de 200 gramos o más según lo requiera el cliente, con un hábito de

consumo promedio mensual, el comportamiento de ventas en los bares y centros nocturnos será exponencial durante los fines de semana.

Dentro del portafolio de productos diseñado con el Señor Gonzalo Rodríguez, se encuentran presentaciones, de 30 gr, de 70 gr, de 125 y de 200 gr, dichas presentaciones de los productos se pueden apreciar en las siguientes imágenes:

Figura 40. Presentación de 30 gr “Maní- Ají”



Figura 41. Presentación de 70 gr “Maní – Ají”



Figura 42. Bolsa de 125 gr “Maní – Ají”



Figura 43. Presentación de 200 gr “Maní – Aji”



La imagen del producto fue diseñada junto con el emprendedor, dando como resultado el siguiente logo:

Figura 44. Logotipo “Maní – Aji”



El proceso se retraso debido a que el señor Gonzalo Rodríguez tuvo inconveniente en conseguir la persona que lo respaldara con su crédito, finalmente fue su hermana quien lo respaldo con una finca raíz ubicada en Piedecuesta, la viabilidad financiera realizado por parte de la coordinadora de proyectos y emprendimiento, obteniendo los indicadores financieros expuestos en el numeral 7.7.

El desembolso se realizo el 10 de noviembre del 2010 por el valor de \$ 5.000.000, a un plazo de 36 meses, con un periodo de gracia máximo de 6 meses; se considero necesario acompañarlo a realizar el proceso de compra, y acomodación de la maquinaria en el lugar de funcionamiento.

Actualmente “Maní – Aji” funciona en el centro comercial panamá, último piso, y el emprendedor ya ha realizado contratos de venta al por mayor en restaurantes del centro de la ciudad de Bucaramanga.

8.1.1.5 Miguel Méndez “Ferretería - Cacharrería, San Miguel”. El día 23 de agosto se acerco a las instalaciones de FUNDESAN, a la línea de emprendimiento, el señor Miguel Méndez, tiene 65 años, era vendedor ambulante de bebidas, argumentaba que no podía continuar con su oficio, ya que no permitían transportar su carro de bebidas en el servicio público masivo Metro-línea, por ende decidió emprender y ver las posibilidades que le ofrece FUNDESAN por realizar su sueño realidad de realizar el montaje de una unidad productiva; el señor Miguel es casado tiene 4 hijos a cargo, vive en el barrio regadero Norte, ha tenido crédito en la fundación mundial de la mujer.

Solicitaba un crédito para realizar el montaje de una ferretería, ya que ese siempre había sido el sueño del señor, al indagar a cerca del conocimiento de él respecto al negocio de ferreterías se pudo comprobar que no era suficiente, por ende se le aconsejo que se realizara el plan de negocios paulatinamente, pero de una manera concienzuda para garantizar la eficacia del mismo. Se realizo un acompañamiento permanente y se le explico cómo podía averiguar el

funcionamiento interno de las ferreterías del sector (Benchmarking) para que pudiese lograr el éxito de su unidad productiva. (La ficha de emprendimiento del señor Miguel, se puede observar en el ANEXO T).

3 meses después el señor Miguel Méndez conocía a cerca de productos relacionados con ferreterías y gracias a la asesoría de un amigo de él que tenía una ferretería y al acompañamiento brindado en FUNDESAN, se completo el plan de negocios (el plan de negocios completo se puede observar en el ANEXO I), y se dio paso a las garantías.

Miguel Méndez tenía un local propio el cual le sirvió como garantía de su propio crédito solicitado por el valor de 6.000.000, (la viabilidad financiera realizado por parte de la coordinadora de proyectos y emprendimiento, obteniendo los indicadores financieros expuestos en el numeral 7.7.).

El día 19 de noviembre del 2010, se realizo el desembolso, con un valor aprobado por el comité de 5.500.000, el cual fue invertido en compañía del asesor de emprendimiento, en mercancía comprada a los distribuidores autorizados en productos de ferretería para obtener una mayor economía, además se logro distribuir los estantes necesarios para realizar el montaje de su unidad productiva. Es importante aclarar que el señor Miguel aporto de recurso propio \$ 6.500.000 en la acomodación de todos los estantes necesarios que en compañía de la línea de emprendimiento, se acomodaron estratégicamente teniendo en cuenta el espacio disponible en el local.

A continuación se muestran algunas imágenes del sector y productos ofrecidos en la ferretería “San Miguel”:

Figura 45. Visita a Ferretería “San Miguel”



Figura 46. Visita Ferretería “San Miguel”



Figura 47. Ferretería “San Miguel”



Actualmente, la ferretería-cacharrería San Miguel, funciona en la Cra 26 # 10 n 56 Regadero Norte, manifestando un profundo agradecimiento por el acompañamiento realizado por la fundación para el desarrollo de Santander.

8.1.1.6 Cesar Corredor “Desayunos Especiales”. El 22 de octubre del 2010 se presento a las instalaciones de FUNDESAN el señor Cesar Corredor, con la iniciativa de impulsar una unidad productiva que llevaba funcionando durante un mes, dedicada a ofrecer desayunos a domicilios en fechas especiales, para ello solicitó un crédito por el valor de \$ 5.000.000 a invertir en materia prima y arriendo de un local para realizar la actividad comercial. El señor Cesar trabaja actualmente en un centro nocturno en el área de atención y servicio al cliente, es soltero tiene un hijo del cual es directamente responsable, ya que vive con la madre en otra ciudad, ha tenido vida crediticia con el Éxito, y vive en una vivienda familiar de unos amigos de la familia ubicada en el barrio la victoria, donde paga \$ 150.000 de arriendo por una habitación. (La ficha de emprendimiento de Cesar se puede observar en el ANEXO S).

Se realizó el plan de negocios (el plan de negocios completo se puede observar en el ANEXO H), donde se definió el portafolio de servicio y se concluyó la importancia de conocer con mayor profundidad características del mercado objetivo, como las fechas en que más se regala, o los detalles que suelen regalar en fechas importantes, y se dio a conocer el portafolio de productos con la opción de poder modificar algún producto en especial. Se realizó una investigación de mercados (en el numeral 7.8.3 se explica a fondo los resultados obtenidos en la investigación de mercados) la cual arrojó resultados como el agregar flores, o algún obsequio sorpresa, lo que nos sugirió de poder ampliar el portafolio para abarcar un mayor porcentaje de mercado real, y realizar una reingeniería constante para garantizar la sostenibilidad de la unidad productiva en el tiempo.

Los productos a ofrecer, contemplados dentro del plan de negocios son los siguientes:

Figura 48. Portafolio servicios, desayuno feliz día, “Desayunos especiales”

Desayuno "Feliz Día"

- Jugo de Naranja
- Café o Chocolate
- Mantecada, almojábana o Croissant
- Porción de Fruta
- Mini Torta
- Dulce
- Globito metalizado o flor
- Tarjeta o Esquela
- Detalle de recuerdo

Desayunos Especiales

Demuéstrale que tan importante es para ti, con un detalle fuera de serie

Tel: 515 409 1049 - Son especials desayunos especiales en el mundo
Facebook: Desayunos especiales

\$25.000=

Porque Hoy. Tu eres el Motivo

Figura 49. Portafolio de servicios, desayuno tradicional, “Desayunos especiales”

Desayuno "Tradición"

JUGO DE NARANJA
CHOCOLATE CON QUESO
ALMOJABAAS
MINI TAMAL
MINI TORTA
DULCE (TÍPICO)
GLOBITO METALIZADO O
TARJETA
FLOR
DETALLE DE RECUERDO

Desayunos Especiales

Demuéstrale que tan importante es para ti, con un detalle fuera de serie

Tel: 315 4091649 - 301 6006946
desayunos.especiales@hotmail.com
Facebook: Desayunos especiales

\$30.000=-

Porque Hoy. Tu eres el Motivo

The advertisement features a wicker basket filled with various breakfast items, including a chocolate cake, a tamal, and a tortita, all tied with a colorful ribbon. The background is a vibrant blue with a floral pattern. A yellow starburst graphic highlights the price of \$30,000. The text is in Spanish and includes contact information for 'Desayunos Especiales'.

Figura 50. Portafolio de servicios, desayuno Light, “Desayunos especiales”

Desayuno "Pensando en ti" (Light)

Jugo de Naranja
Ensalada de Frutas
Café o Chocolate
Galletas o pan integral
Yogurt con Cereal
Mini Torta
Globo y Tarjeta
Flor
Detalle de recuerdo

Desayunos Especiales

Demuéstrale que tan importante es para ti, con un detalle fuera de serie

Tel: 315 4091649 - 301 6006946
desayunos.especiales@hotmail.com
Facebook: Desayunos especiales

\$35.000=-

Porque Hoy. Tu eres el Motivo

The advertisement shows a breakfast spread on a purple tablecloth, including a bowl of fruit, a glass of juice, a plate of yogurt and cereal, a mini torta, and a chocolate cake. The background is a vibrant orange with a floral pattern. A yellow starburst graphic highlights the price of \$35,000. The text is in Spanish and includes contact information for 'Desayunos Especiales'.

Figura 51. Portafolio de servicios, desayuno infantil, “Desayunos especiales”

Desayuno "Infantil"

- Jugo de Naranja
- Leche achocolatada
- Cereal
- Frutas con Helado
- Brownie con Velita
- Galletas mini chips y nucita
- Dulces muchos Dulces
- Juguete y Tarjeta
- Detalle de recuerdo

Desayunos Especiales

Demuestre que tan importante es para ti, con un detalle fuera de serie

Tel. 315 4091649 - 301 6006946
desayunos.especiales@hotmail.com
Facebook: Desayunos.especiales

\$35.000=

Porque Hoy. Tu eres el motivo

Figura 52. Portafolio de servicios, “porque eres especial, “Desayunos especiales”

Desayuno "Por que eres Especial"

- Jugo de Naranja
- Malteada
- Wraps o Pannini's
- Fresas con crema
- Brownie con Velita
- Dulce o Chocolatina
- Globo y Tarjeta
- Flores muchas Flores
- Detalle de recuerdo

Desayunos Especiales

Demuestre que tan importante es para ti, con un detalle fuera de serie

Tel. 315 4091649 - 301 6006946
desayunos.especiales@hotmail.com
Facebook: Desayunos.especiales

\$40.000=

Porque Hoy. Tu eres el motivo

Figura 53. Portafolio de servicios, “tú eres mi motivo”, “Desayunos especiales”



Dentro del plan de negocios se contemplo como una estrategia de marketing, el tener un presupuesto para publicidad y dar a conocer los productos ofrecidos en “Desayunos especiales”, para ello se construyo la siguiente publicidad:

Figura 54. Tarjeta de publicidad de “Desayunos especiales”



La viabilidad financiera realizado por parte de la coordinadora de proyectos y emprendimiento, obteniendo los indicadores financieros expuestos en el numeral 7.7.

Las garantías ofrecidas por Cesar Corredor es respaldo mediante finca raíz del señor Alfredo La Rotta; el proyecto se presento al comité donde aprobaron la viabilidad financiera a 3 años, pero lo aprobaron condicionado a presentar una propuesta a corto y largo plazo donde se muestren las modificaciones que se pueden realizar a los productos ofrecidos actualmente, la propuesta realizada en compañía del asesor de emprendimiento se muestra a continuación:

“DESAYUNOS ESPECIALES

Porque hoy tú eres el motivo

La proyección a mediano (6 meses) y largo plazo (1 año) es la siguiente:

Mediano Plazo (6 meses):

1. Constituir legalmente la empresa.
2. Analizar nutricionalmente los actuales menús y realizar los cambios necesarios para cumplir las expectativas de los clientes.
3. Establecer una sede física como punto de atención al cliente.
4. Crear nuevos menús para ampliar la oferta
5. Adicionar nuevos elementos (según recomendaciones de los clientes) a cada uno de los productos ofrecidos.
6. Implementar nuevos medios publicitarios a través de internet (pagina Web, Twitter, e-mails publicitarios) y mantener los actuales medios físicos (volantes y tarjetas)

Largo Plazo (1 año)

1. Posicionarnos como la mejor opción al momento de ofrecer un detalle especial
2. Reinventarnos constantemente para lograr mayor aceptación por parte de nuestros clientes.
3. A través del año, crear nuevas promociones haciendo énfasis en cada una de las épocas especiales.
4. Implementar en la página web un blog para mantener en constante contacto a nuestros clientes
5. Aumentar al doble nuestras ventas, manejando calidad, precios bajos y absoluta satisfacción por parte de nuestros clientes.
6. Abrir una sucursal en otra ubicación de Bucaramanga, dependiendo de la demanda que se tenga.

ESTRATEGIA.

Para poder mantenerse vigente en el mercado, continuar y aumentar la producción de la empresa con el paso de los meses se hace necesaria una reingeniería constante del producto; enfocándose en las necesidades y sugerencias de los clientes que en últimas son la razón de ser de nuestra empresa.

Para tal fin se presentan las siguientes propuestas para lograr dicho objetivo.

1. Portal Web. Se proyecta diseñar una página web, agradable, calidad y con todos los contenidos necesarios para un fácil acceso y conocimiento del producto; adicionándoles varios vínculos para lograr una interconexión con los clientes que utilizan nuestros productos y que se convierta en una ventana publicitaria de nuestra empresa; se puede implementar el sistema de pago a través de tarjeta para facilitar la consecución de los mismos; una galería de fotos de todos los clientes agasajados, un muro para comentarios y felicitaciones en cada fecha especial.

A través de este sistema se pueden enviar correos electrónicos de felicitación en fechas especiales para cada miembro de nuestra base de datos y fuera de esta que contenga nuestro portafolio de servicios para darnos a conocer de una forma masiva e incentivar la adquisición de nuestros productos.

2. Productos Adicionales. A parte del concepto de “DESAYUNOS ESPECIALES” se pueden agregar otro tipo de productos y servicios para enriquecer nuestra oferta y hacerla más llamativa, estos productos serán:
 - a. Videos de dedicatoria por parte de quien lo envía para colgarlos en la web.
 - b. Servicio de entrega de regalos ya comprados por los clientes que envían el detalle.
 - c. Peluches y ramos de flores de diferentes motivos y tamaños, para sumarlos a cualquiera de nuestros menús.
 - d. Serenatas para amenizar el momento de la entrega.

3. Aumentar el portafolio de Servicios. Para no quedarnos solamente en un solo servicio o producto ofrecido, se plantea la necesidad de agregar otro tipo de conceptos:
 - a. Desayunos grupales o de oficina
 - b. Desayunos de pareja
 - c. Menús para fiestas infantiles
 - d. Menús para fiestas para Adultos
 - e. Menús para todo tipo de reunión

4. Sede física. Convertir nuestras instalaciones en el lugar propicio para encontrar todo lo necesario para un buen detalle, surtiendo dicho lugar de infinidad de elementos como dulcería, paluchería, tarjetería, y llegar al punto de poder brindar los desayunos en ese mismo lugar; y así poder brindar también cenas especiales o reuniones para celebrar dichas ocasiones.

5. Otro tipo de Productos. Se pueden ofrecer por fuera de nuestro concepto original de alimentos tipo desayuno los siguientes productos.
 - a. Anchetas Navideñas
 - b. Kit Escolares y Universitarios
 - c. Kit de Belleza
 - d. Bonos para diferentes sitios como Spa, gimnasios, almacenes de ropa y calzado, Salas de juego, Discotecas o Bares.

Adicional a estas estrategias se crearan promociones y bonos de descuento a nuestros clientes frecuentes”²⁹.

La fecha pactada de desembolso fue el 1 de diciembre del 2010; actualmente “Desayunos especiales” funciona en la siguiente dirección: carrera 14 # 65-85, la victoria.

8.1.2 Proyectos de Emprendimiento en Proceso.

8.1.2.1 Jaime Quintero “Micro-mercado la 35”. El señor Jaime Quintero se acerco a las instalaciones de FUNDESAN el día 19 de agosto del 2010, con su esposa Jenny Serpa, interesados en acceder a un crédito por el valor de \$ 17.000.000 y poder realizar la compra de un micro mercado que lleva más de un año y medio funcionando en la calle 35 y se encuentra en venta, además desean tener un mayor ingreso económico y un trabajo independiente; el señor Jaime no tiene hijos a cargo, tiene vivienda propia, y trabaja actualmente como profesor en un instituto educativo, es contador público de profesión al igual que su esposa .

Se le explico los requisitos básicos para poder acceder a la financiación en la línea de emprendimiento y a su vez las ventajas de acceder a un crédito con la

²⁹ Propuesta para la sostenibilidad a corto y largo plazo, realizada en conjunto por el emprendedor cesar corredor, y la línea de emprendimiento de FUNDESAN.

fundación para el desarrollo de Santander, Jaime se mostro interesado en diligenciar el plan de negocios argumentando la importancia que tenia para poder conocer detalles del micro mercado que podía desconocer; sin embargo no fue constante con el proceso, ya que regreso al mes de haber venido, con inquietudes acerca del plan de negocios, posteriormente se diligencio completamente el plan de negocios.

Las garantías presentadas por el señor Jaime eran personas con estabilidad laboral; el crédito se presento a pre-comité donde se contemplo la posibilidad de realizar una investigación de mercados, para buscar un factor innovador que marque la diferencia con los demás micro mercados del centro de Bucaramanga, se realizo la investigación de mercados (la investigación de mercados y los resultados de la misma se pueden observar en el numeral 7.8), dando como resultado que se puede implementar un servicio a domicilio pactado previamente que suministre lo necesario para el desayuno diario.

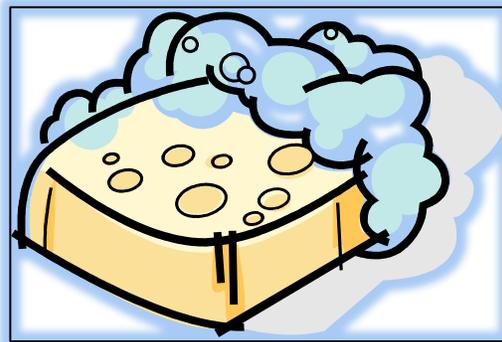
El señor Jaime Quintero no ha regresado después de que se realizo la investigación de mercado, por ende el proceso está estancado, a su vez debe presentar la documentación relativa a las garantías necesarias para respaldar el crédito.

8.1.2.2 Nalvis Cordero “Alquiler de lavadoras Lava- Más”. El día 09 de septiembre del 2010, se acerco por primera vez a las instalaciones de FUNDESAN la señora Nalvis Cordero, tiene 29 años, es soltera tiene 5 hijos, 3 hijos a cargo, interesada en los requisitos que tenía que cumplir para acceder a un micro-crédito por el valor aproximado de \$ 3.000.000 para realizar el montaje de un alquiler de lavadoras en el lugar donde ella reside que es la ciudadela café Madrid, ya que desea tener una estabilidad económica; se le explicaron los beneficios, garantías y requisitos que se deben cumplir para poder acceder a la financiación en la línea de emprendimiento.

Nalvis fue constante y se mostro siempre interesada para diligenciar el plan de negocios, se le explico detalladamente la importancia de diligenciarlo al igual que se completo conjuntamente con la señora; posteriormente se realizo una visita al sector donde se comprobó que había una competencia al frente de la casa de la señora Nalvis lo que nos llevo a realizar una investigación de mercados, para conocer un poco mas variables relacionadas con el mercado objetivo del alquiler de lavadoras. El formato de recolección de información utilizado en la investigación de mercado, los resultados obtenidos en la misma, se pueden observar en el numeral 7.8.

Se creó el siguiente logo en compañía de la emprendedora para generar recordación entre las personas de la ciudadela café Madrid.

Figura 55. Logotipo del alquiler de lavadoras “Lava – Más”



" LAVA - MÁS "
Alquiler de Lavadoras

Finalmente se retroalimentó con Nalvis los resultados positivos de la investigación de mercados, y se le explicó que necesitaba una persona con estabilidad laboral para respaldar su financiación que al parecer no era un obstáculo para ella ya que tenía a una persona que le podía colaborar; el crédito se presentó ante pre-comité y comité de aprobación los cuales vieron un impacto social importante y aprobaron dicho crédito con la condición por supuesto de tener garantía de respaldo.

La emprendedora trajo finalmente las colillas de pago y la carta laboral del codeudor, los cuales fueron analizados por el encargado de radicar carpetas del departamento de micro-crédito en FUNDESAN, el cual comprobó que el señor codeudor de Nalvis tenía el sueldo embargado, por ende no era viable dicha garantía; actualmente la señora está en búsqueda de una persona que le pueda servir de codeudor con la financiación de FUNDESAN y poder pactar la fecha del desembolso.

8.1.2.3 Dairo Soto “Diseños y soluciones metálicas D&S”. El 27 de agosto del 2010, el señor Dairo Soto se acercó a la línea de emprendimiento en la fundación para el desarrollo de Santander; tiene 35 años, es casado tiene un hijo a cargo, y trabaja en “Metálicas pinzón del sur” como operario de la empresa, Dairo está interesado en acceder a un micro-crédito por el valor aproximado de \$ 6.000.000, para poder comprar materia prima e iniciar una micro empresa dedicada a la fabricación de muebles metálicos y lo relacionado a la ornamentación, ya que está cansado de laboral para alguien más y desea tener su propia empresa y un sueldo estable para poder tener una mejor calidad de vida junto con su familia.

Se le explicaron que debe tener presentar un codeudor que respalde el crédito con estabilidad laboral, y el plan de negocios que se debe diligenciar para conocer variables importantes de su futura unidad productiva.

El emprendedor no mostró problema alguno en diligenciar el plan de negocios, y fue diariamente con inquietudes a cerca de algunos rubros del plan, argumentando que independiente del crédito por el cual estaba accediendo, el diligenciar dicho

formato le ha servido para conocer en detalle aspectos que antes no había contemplado de su idea de negocio.

Dentro del plan de negocios se realizó el diseño de un logo que permita que lo identifiquen a la unidad productiva dentro del mercado objetivo, dicho logo fue el siguiente:

Figura 56. Logotipo de diseños y soluciones metálicas “D&S”



Una vez diligenciado el plan de negocios, se eligió el lugar donde iba a operar su futura unidad productiva, sin embargo hasta la fecha Dairo no ha podido conseguir la persona que le pudiera servir como codeudor, quedando el proceso crediticio estancado por la falta de garantías para el crédito.

8.1.2.4 Luz Estela Quintero “Grupo Planeta Ambiental”. La señora Luz Estela Quintero se presento a las instalaciones de la fundación para el desarrollo de Santander el día 19 de octubre del 2010, en compañía de su esposo Germán, tienen un hijo, y están interesados en solicitar un crédito por el valor de \$ 16.000.000, para invertir en la creación de una empresa dedicada a la recolección, transporte y gestión de residuos sólidos y peligrosos, la empresa está constituida desde hace menos de 6 meses en la cámara de comercio como empresa unipersonal, siendo la señora Luz Estela la representante legal y el señor Germán el gerente de dicha unidad productiva.

Se les explico el proceso crediticio detalladamente al igual que las garantías y ventajas de acceder a un crédito en la línea de emprendimiento de FUNDESAN, y se les sugirió demostrar mediante cotizaciones la utilización del valor solicitado para no sobre-endeudarse, y verificar que el monto analizado es el correcto para lo que se requiere que es realizar la acomodación de la bodega la cual queda en la vía a chimita, y lo relativo al trámite de la licencia ambiental.

El proceso se llevo a cabo con el señor Germán ya que la esposa debía hacerse cargo de su hijo, según argumentaba él; se diligencio el plan de negocios en el cual se analizo a la competencia en Bucaramanga de empresas como “SANDESOL S.A E.S.P” y “DESCONT S.A E.S.P”, además se plantearon costos y gastos, para conocer la viabilidad financiera de la empresa; adicional a ello se realizo un logo en conjunto con el señor Germán, el cual es ilustrado a continuación:

Figura 57. Logotipo de “Grupo Planeta Ambiental”



Se realizo una visita para analizar la viabilidad de crédito, conocer las condiciones en las que vive el emprendedor y verificar la información suministrada por el cliente potencial en la entrevista inicial, la visita se realizo en conjunto con el trabajador social; las imágenes de la visita social se muestran a continuación:

Figura 58. Visita Residencia Luz Quintero



Figura 59. Visita Residencia Luz Quintero



Es válido resaltar que se comprobó mediante cotizaciones, que el valor ,para lo que se requiere lograr con el proyecto inicialmente, es de \$15.500.000, por ende requiere de codeudores que respalden la deuda con finca raíz y estabilidad laboral, el señor Germán pudo conseguir la garantía necesaria para respaldar el valor del crédito, pero debe demostrar de alguna forma que la licencia ambiental está en trámite para que el comité apruebe la idea de negocio, la idea se presento ante un pre-comité el cual avalo lo realizado en el plan de negocios, y los indicadores financieros establecidos en el software contable, pero no lo han presentado ante el comité para fijar una fecha de desembolso.

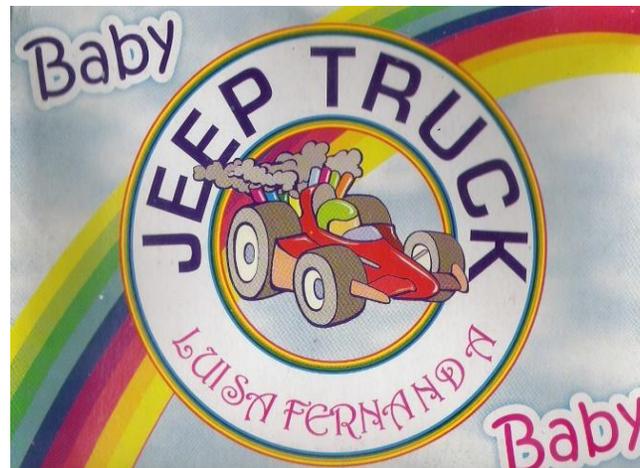
8.1.2.5 Jefferson Cruz “Baby Jeep Truck”. El 8 de noviembre del 2010 se presento el señor Jefferson Cruz a la línea de emprendimiento, interesado en conocer los requisitos y beneficios relacionados con el acceder a un crédito por el valor aproximado de \$ 9.000.000, para crear una nueva línea de producción dentro de la empresa familiar de calzado llamada “Jeep Truck”; Jefferson desde hace 5 años ha estado vinculado con la fami-empresa como operario y administrador de la empresa de calzado que lleva en el mercado más de 7 años.

El emprendedor desea aprovechar su conocimiento como ingeniero industrial y su experiencia en el sector de calzado para expandir la empresa con una nueva línea de producción ligada al calzado infantil, ya que ha realizado algunos productos o zapatos para bebe y argumenta que los diseños que el realiza tienen alta demanda en Bucaramanga, pero no tiene el capital suficiente para invertir en maquinaria ni en materia prima y realizar el montaje de la nueva línea de producción; por ende se acerco a FUNDESAN para solicitar dicho monto para el crédito.

Se le explico detalladamente el proceso crediticio pre y post crédito, y la asesoría continua que implica tener un crédito en la línea de emprendimiento.

El plan de negocios fue diligenciado durante la semana siguiente, siendo muy constante en todo el proceso para completarlo además tenia conocimiento previo lo genero mayor facilidad al momento de realizarlo; Jefferson tenia avanzada la idea, ya que nos mostro la publicidad que piensa realizar, al igual que algunos productos que ha realizado, a continuación se muestra el logo de la nueva línea de producción:

Figura 60. Logotipo “Baby Jeep Truck”



Dentro del portafolio de productos de Baby Jeep Truck se encuentran zapatos tipo sport y sandalias, a continuación se muestran algunos ejemplares de zapato tipo sport realizado por el emprendedor:

Figura 61. Portafolio de productos “Baby Jeep Truck”



Figura 62. Portafolio de productos “Baby Jeep Truck”



Figura 63. Portafolio de productos “Baby Jeep Truck”



Las garantías necesarias para acceder a un crédito son una persona con Estabilidad laboral y una persona que respalde la deuda con finca raíz, Jefferson cumplía a cabalidad con dichas garantías; la idea de negocio fue presentada en un pre-comité, en el cual se decidió que no es temporada para realizar un crédito para el sector de calzado ya que a final de año entra en descenso la producción de zapatos, sin embargo se avalo el proyecto y se postergo para inicio del otro año, con previo consentimiento de el señor Jefferson Cruz quien estuvo totalmente de acuerdo con dicha apreciación.

8.1.2.6 Diana Reyes “Reyes del Algodón”. El día 30 de noviembre del 2010, la señora Diana Margarita Reyes, se acerco a las instalaciones de FUNDESAN interesada en asesoría y en acceder a un crédito por el valor de \$ 13.000.000 para realizar la acomodación del local y obtener el registro INVIMA para los algodones con sabores a frutas y de distintas figuras que realiza, la idea nace porque la hermana tiene una empresa posicionada en Costa Rica y le enseñó a Diana el proceso productivo para realizar estos algodones de azúcar ; la emprendedora tiene 43 años, es casada tiene 2 hijas a cargo, y es beneficiaria del programa de la cámara de comercio “Mujeres ECO”.

La emprendedora tenía adelantado el plan de negocios, el cual se adapto al formato utilizado en la línea de emprendimiento de FUNDESAN, sin algún inconveniente; la imagen de la empresa, sobre la cual se deben trabajar estrategias de posicionamiento en el mercado, es mostrada a continuación:

Figura 64. Logotipo “Reyes de algodón”



Alguno de los productos que elabora la empresa “Reyes de Algodón” hace menos de 3 meses se pueden apreciar en las siguientes imágenes:

Figura 65. Portafolio de productos “Reyes del algodón”



Figura 66. Portafolio de productos “Reyes del algodón”



Figura 67. Portafolio de servicios “Reyes del algodón”



El proceso productivo de los corazones de algodón de azúcar, es netamente manual, por ende la silueta del corazón no es estándar lo que impide un control de la cantidad de materia prima utilizada en cada lote de construcción, se le recomendó y contacto a la señora Diana con un experto en realización de maquinaria y transformación de acero, para que le realizara un molde con las figuras que ella quisiera, el cual tuviera la parte inferior de la silueta son bastante filo, para a manera de troquel se realice por presión las figuras de corazón o de árboles navideños para cualquier temporada, y poder así estandarizar el proceso productivo.

La idea de negocio de la señora Diana Reyes no ha sido presentada ante el comité, ya que ella no ha tenido tiempo para conseguir las garantías pertinentes, debido a que su microempresa se encuentra en alta temporada y debe realizar varios lotes de producción.

8.1.3 Proyecto de Emprendimiento Negado. Es necesario aclarar la diferencia entre un crédito negado, y desistir del proceso crediticio; un crédito es negado cuando el emprendedor presenta las garantías y demuestra interés en culminar el proceso crediticio, presenta documentos y se radica la carpeta con el análisis de CIFIN correspondiente, y finalmente se le da respuesta a la solicitud de crédito al presentarlo a un comité; el desistir del proceso crediticio es simplemente ausentarse en alguna etapa, o nunca presentar documentos por falta de garantías, o falta de interés para continuar con el proceso y llegar a obtener una respuesta.

8.1.3.1 Cesar Balzarini “Frutería la 53”. El día 26 de agosto del presente año, se presento ante la línea de emprendimiento, la señora María Luz Dora, interesada en un crédito por el valor de \$ 6.000.000, para volver a inaugurar una cafetería frutería llamada “Frutería la 53”, la cual está ubicada en el lugar donde viven en arriendo por el valor de \$ 1.200.000; la señora explicaba, que años atrás tenia la frutería la cual tenía gran éxito dentro del sector de cabecera, pero junto con su

esposo, se tuvieron que trasladar a Venezuela a vivir, por situaciones desconocidas, y subarrendaron la casa y la micro-empresa a una conocida de la familia, a raíz de la mala situación económica en el país vecino, se devolvieron a Colombia con cartera castigada a causa de una deuda que tiene activa, al llegar a su residencia vieron que la señora se había escapado con las ganancias y encontraron el negocio cerrado; actualmente ellos viven allí, y tratan de salir adelante, el esposo es comercializador de productos de panadería, y ella está luchando por inaugurar nuevamente la cafetería en la residencia, por ende ella argumenta que sabe que no puede acceder al crédito por la cartera castigada, pero su esposo Cesar Balzarini si lo puede hacer, siempre y cuando haga parte y esté involucrado con aspectos relativos a la empresa.

Se le explico a la señora María, los requisitos y las garantías necesarias para poder acceder a un crédito en la línea de emprendimiento, y se le sugirió que cotizara lo que realmente deseaba invertir con el crédito; posteriormente al analizar las cotizaciones el valor del crédito oscilaba entre los \$ 3.000.000, ya que la señora contaba con maquinaria en su residencia.

El plan de negocios fue diligenciado con la señora en los días posteriores, ya que presentaba suma urgencia por obtener el monto solicitado.

Consiguió las garantías solicitadas, presentando a un codeudor con estabilidad laboral como respaldo de la deuda, al radicar la carpeta con el encardado del departamento de micro-crédito, se pudo apreciar que la garantía no era viable para el monto solicitado, además el señor Cesar Balzarini, no se presento a tramitar algún proceso crediticio.

Sin embargo se le explico a la señora María Luz Dora que lo más conveniente era no continuar endeudándose ya que su capacidad de pago era cada vez mas reducida, y con el crédito no iba a solucionar las deudas que tenia activas, se le presento el caso al trabajador social de la línea de emprendimiento, el cual le facilito capacitaciones para encontrar sus fortalezas y asesorarla en proyecto de vida, actualmente la señora María se encuentra más consciente de su estado económico, y sus deudas han disminuido ya que ayuda a su esposo con el trabajo.

8.2 ESTANDARIZACIÓN DEL PROCESO CREDITICIO DE LA LÍNEA DE EMPRENDIMIENTO

Se realizó la estandarización del proceso crediticio para que se pueda conocer interna y externamente, cuales son las etapas pre y post- crédito que FUNDESAN debe manejar para analizar y aprobar un crédito en la línea de emprendimiento; adicional a ello, se organizaron y crearon algunos formatos para dar claridad a los formatos utilizados para dar un servicio de calidad durante el proceso crediticio, los formatos utilizados y organizados son los siguientes:

0,1 Ficha de emprendimiento (Ver ANEXOS O – T)

0,2 Informe de recepción histórico.

0,3 Informe Mensual de recepción (ver ANEXOS J - N)

0,4 Seguimiento uno (ver ANEXO A)

0,5 Seguimiento dos (ver ANEXO B)

0,6 Instructivo de plan de negocios (ver ANEXO C)

0,7 Plan de Negocios (ver ANEXOS D - I)

0,8 Seguimiento de llamadas (ver ANEXO Y)

0,9 Seguimiento Resumen (Ver ANEXO V).

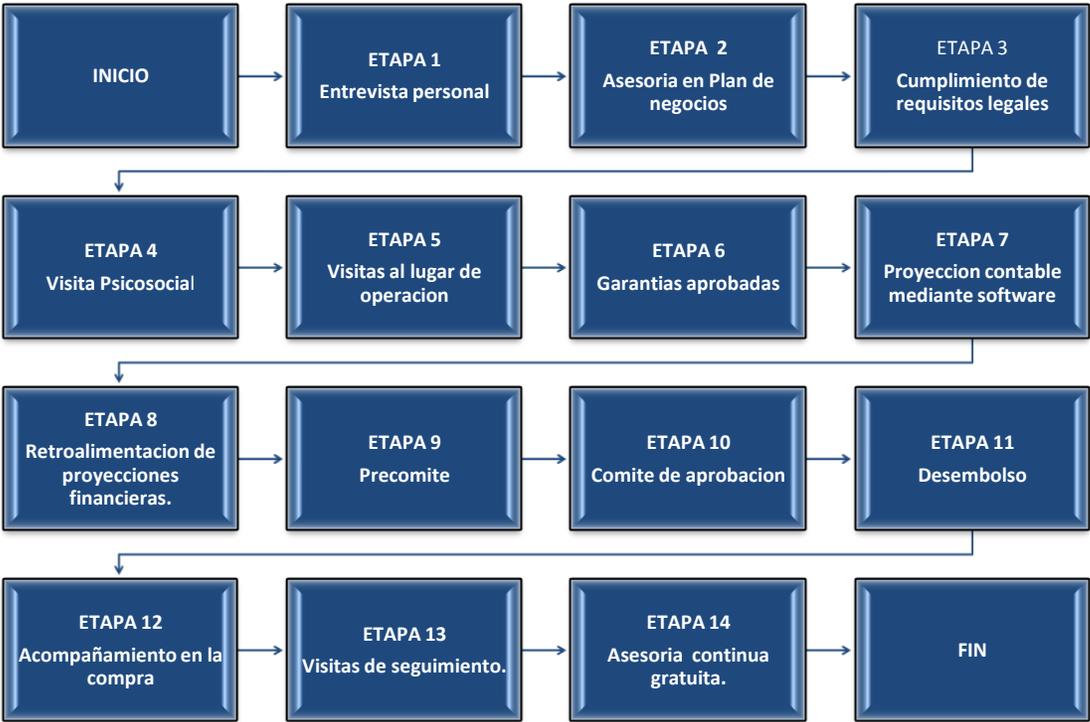
0,10 Clientes Activos (Ver ANEXO U)

0,11 Instructivo Legal (ver numeral 8.3)

A continuación se muestra el proceso crediticio estandarizado, realizado en búsqueda de un mejor servicio al cliente, ya que al conocer y tener todo el equipo de emprendimiento el mismo proceso para que un cliente acceda al mismo crédito, se podrá obtener una mejor comunicación, además es útil para que las personas

que ingresen nuevas conozcan en detalle cuales son las etapas que debe cumplir cada cliente para acceder a un crédito empresarial.

Figura 68. Proceso de crédito en la línea de emprendimiento



➤ **PRECREDITO:**

El análisis pre crédito abarca desde la etapa 1 hasta la etapa 9, dichas etapas son explicadas a continuación:

Etapa 1 Entrevista Personal:

La entrevista personal con el emprendedor, se divide en dos partes:

- ✓ Diagnostico del emprendedor: en la primera parte se realiza un diagnostico, mediante una ficha de emprendimiento donde se identifica el perfil de un emprendedor teniendo en cuenta el contexto sicosocial, económico, y se conoce la idea de negocio, y su origen.
- ✓ Generalidades del crédito: la segunda parte se exponen las ventajas de acceder a un crédito en FUNDESAN, los aspectos relativos a la tasa de interés, el plazo el periodo de gracia, y se explican los requisitos y garantías para poder obtener un crédito en emprendimiento, y las cotizaciones para que el monto del crédito sea justificado.

Etapa 2 Asesoría en Plan de negocios:

Consiste en diligenciar de manera personalizada con el emprendedor, el formato de plan de negocios, donde se explican las razones y la importancia de diligenciarlo, y se le brinda un instructivo para facilitarle el acceso a la información, además se realiza asesoría continua en cualquier inquietud que pueda tener el emprendedor, y de considerarlo necesario se realiza una investigación de mercados, para conocer ciertas variables del mercado objetivo, una vez se tiene aprobado el plan de negocios procedemos a la etapa 3.

Etapa 3 Cumplimiento de requisitos legales:

Se deben conocer y cumplir ciertos requisitos legales para realizar el montaje operativo de la idea de negocio, y no tener inconvenientes futuros en la parte interna y externa del negocio con las entidades gubernamentales competentes encargadas de verificar el cumplimiento legal para operar correctamente dependiendo del sector económico en que se encuentre la unidad productiva; para facilitar el conocimiento y entendimiento de los requisitos legales se creo un

instructivo legal, que guía al emprendedor hacia la formalización de su unidad productiva. (Ver numeral 8.3).

Etapa 4 Visita psicosocial

Se realiza una visita psicosocial por parte de un profesional en la materia, para verificar el entorno sicosocial, donde se conocen aspectos operacionales, y familiares de cada cliente potencial, para así determinar el diagnóstico que influirá con el comportamiento de pago del cliente, y poder establecer si se requiere algún tipo de colaboración en cuanto a unidad familiar, o temas relacionados al trabajo social.

Etapa 5 Visitas al lugar de operación:

Se realizan visitas al lugar que el emprendedor considerara correcto para el montaje de su unidad productiva para analizar la viabilidad locativa de la empresa y realizar las siguientes actividades ligadas a la viabilidad del crédito:

- Revisar la parte operativa del negocio: en el caso de empresas que quieran expandir su línea de producción y cuentan con recursos propios, la visita se realiza para verificar los recursos con los que se cuenta, y ver las falencias productivas a satisfacer.
- Realizar una inspección donde se determinan los recursos propios con los que se cuenta, y la validación de la información suministrada en la entrevista personal, para determinar si se cumple con un perfil subjetivo del emprendedor.

Etapa 6 Garantías aprobadas:

Dentro de los requisitos expuestos por el asesor, se encuentran las garantías, donde se les explica a los emprendedores, que necesitan obtener un respaldo para su crédito, que consiste en garantías personales (estabilidad laboral, finca raíz), o garantías reales (hipoteca), las cuales son proporcionales al monto solicitado; en esta etapa se analiza además la capacidad y habito de pago del solicitante, y de los codeudores, una vez aprobadas las garantías expuestas se puede pasar a la siguiente etapa.

Etapa 7 Proyección contable:

Se realiza una proyección contable mediante un software interno, donde se analiza la viabilidad financiera del proyecto, proyectando indicadores financieros, y se establecen las metas de ventas a cumplir para obtener la rentabilidad deseada; estas proyecciones se deben presentar al pre comité, para su posterior aprobación. Es válido aclarar que mediante la proyección contable se verifican si los patrones establecidos en el plan de negocios son viables o no, para su posterior modificación o aprobación.

Etapa 8 Retroalimentación:

Una vez realizadas las proyecciones contables se comparte esta información con el emprendedor, donde se cambia o se dejan las variables ya establecidas en el plan de negocios, dependiendo de los aspectos operacionales analizados, además esta información se debe conocer y asumir para saber las metas que debe cumplir una vez se realice el montaje de la unidad productiva.

Etapa 9 Pre comité:

Se realiza un pre comité integrado por funcionarios de FUNDESAN y del IMEBU donde el asesor expone los factores analizados del crédito solicitado, que son los relativos al micro entorno del emprendedor, y a las variables del proyecto, que juntas determinan la viabilidad del proyecto y del crédito empresarial de emprendimiento.

Etapa 10 Comité de aprobación:

En el comité de aprobación se reúne la dirección ejecutiva de FUNDESAN y directivas IMEBU para conocer, aprobar y verificar la viabilidad operativa y financiera del emprendedor, y poder realizar el desembolso del crédito.

Etapa 11 Desembolso:

Una vez aprobado el crédito, el solicitante y codeudores firman pagare y posteriormente se realiza el desembolso y se le explican nuevamente al emprendedor los parámetros establecidos, como el periodo de gracia, descuentos y se le recuerda el monto de la cuota que debe cancelar cada mes, en esta etapa se termina el análisis o servicio pre crédito.

➤ SERVICIO POST-CREDITO:

Etapa 12 Acompañamiento en la compra:

Se realiza un acompañamiento en la compra, según las cotizaciones entregadas en la etapa 1, para verificar que el monto de dinero justificado se destine realmente a lo establecido inicialmente.

Etapa 13 Visitas de control:

En esta etapa de visitas de seguimiento empieza el servicio post-crédito, donde se realizan visitas esporádicas mensuales o bimensuales, (ver ANEXOS A Y B) según lo requiera la unidad productiva ya activa, con el fin de verificar si se están cumpliendo las proyecciones en ventas planteadas en un inicio, conocer si han generado empleo, y se han formalizado ante la cámara de comercio y DIAN, y para determinar los inconvenientes que han tenido durante el tiempo de operación y buscar una estrategia para resolver sus necesidades.

Etapa 14 Asesoría continua:

Dentro de la visita de control se conocen las necesidades de conocimiento de los emprendedores activos, y se les realiza una asesoría gratuita en las áreas que necesiten ayuda, como en el área contable, de mercadeo, jurídica, imagen corporativa y demás falencias que se puedan diagnosticar en las visitas de control o seguimiento.

El proceso de acceder al crédito en la línea de emprendimiento, es aproximadamente de 15 días hábiles, una vez terminado el plan de negocios.

8.3 REALIZACIÓN DE UN FILTRO EN EL PROCESO CREDITICIO EN LA LÍNEA DE EMPRENDIMIENTO

Según datos históricos la tasa de aceptación en la Fundación para el desarrollo de Santander es de aproximadamente 12 %, en los dos últimos meses de la practica empresarial en FUNDESAN se atendieron 272 emprendedores, los cuales han empezado el proceso pre crédito pero se han estancado en algunas etapas del proceso, para poder analizar cuáles son las barreras que tienen los emprendedores en obtener la financiación se realizo un filtro donde se ejemplifica las causas que genera el no poder acceder al crédito generando una tasa de rechazo alta en el crédito de emprendimiento:

Figura 69. Filtro en proceso crediticio



En la grafica anterior se percibe que 241 personas se quedaron en la entrevista personal, debido a que no persistieron con la idea de negocio, o simplemente no se adaptaron a las exigencias explicadas en la etapa 1, es decir del total atendidos (272) el 88,6 % no paso de la entrevista personal.

En la etapa 2 se puede observar que hay 7 personas (2,5 %) cuyo plan de negocios está en proceso de análisis, ya que este formato se diligencia entre el asesor de emprendimiento y el solicitante del crédito, en donde ambos autores cumplen un papel primordial ya que el emprendedor facilita la información relevante al formato de plan de negocios y el asesor lo guía y aprueba la información suministrada.

15 emprendedores (5,5 %) pasaron las etapas de entrevista, plan de negocios, requisitos legales, y la visita pre-crédito, pero se estancaron en las garantías, ya sea porque el codeudor no le sirvió como respaldo, o porque no encuentra un codeudor que le pueda colaborar con el proceso crediticio.

Dentro del pre comité la junta directiva analiza el análisis suministrado por la coordinadora de proyectos y emprendimiento, y dan el visto bueno del proyecto, en esta etapa se encuentran 3 proyectos (1,1 %).

En la etapa de desembolso se encuentran 6 emprendedores, cuyo proceso crediticio fue aprobado por el comité, lo cual genera un porcentaje de aceptación o emprendedores que acceden al crédito de 2,2 %.

Finalmente podemos observar que el mayor porcentaje de personas se encuentra en la etapa 1 la cual es la entrevista personal, lo cual es comprensible ya que la mayoría de personas no cuentan con las garantías exigidas, o no están dispuestas a diligenciar un plan de negocios, por ende se comprueba que muy pocas personas pueden acceder a un crédito en FUNDESAN debido a los requisitos que son impuestos iniciando el proceso crediticio, y que deben ser de esa manera ya que son implantados por el instituto municipal de empleo y fomento empresarial de Bucaramanga. Sin embargo se podrían realizar acciones o planes de mejora que abarquen una mayor claridad en diligenciar planes de negocio, o instructivos

en la parte legal, o realizar convenios con diversas entidades que puedan ser más flexibles en cuanto a garantías y requisitos se refiera, para que la etapa 1 sea un poco más flexible para los emprendedores potenciales.

Dentro de la etapa 1 un porcentaje de los que se acercan a las instalaciones de FUNDESAN, no pueden acceder al crédito porque van a desarrollar su actividad comercial fuera del área de cobertura que es Bucaramanga, o porque no aplican para el perfil de emprendimiento (ya sea porque van a iniciar un proyecto de comida rápida u otra unidad productiva, que no cumple los estándares de innovación impuestos por el IMEBU).

8.3 REALIZACIÓN DE UN INSTRUCTIVO LEGAL

En pro de la mejora continua, y de desarrollar estrategias que incentiven el acceso con mayor facilidad por las personas a FUNDESAN, se creó un instructivo legal, al ver la necesidad de las personas atendidas de conocer la información ligada a la creación de una nueva unidad productiva. El instructivo legal fue creado también al ver que la gran mayoría de las personas que son entrevistadas y realizan o desean realizar un actividad mercantil relacionada con la manipulación de alimentos no conoce la reglamentación relacionada con este tipo de servicio (ver sección estadística numeral 8.4), por ende se explico lo relacionado al curso de buenas prácticas de manufactura, y la importancia del carne que acredita a las personas a manipular alimentos (el curso dictado de B.P.M se puede apreciar en el numeral 8.9).

Figura 70. Folleto de instructivo legal

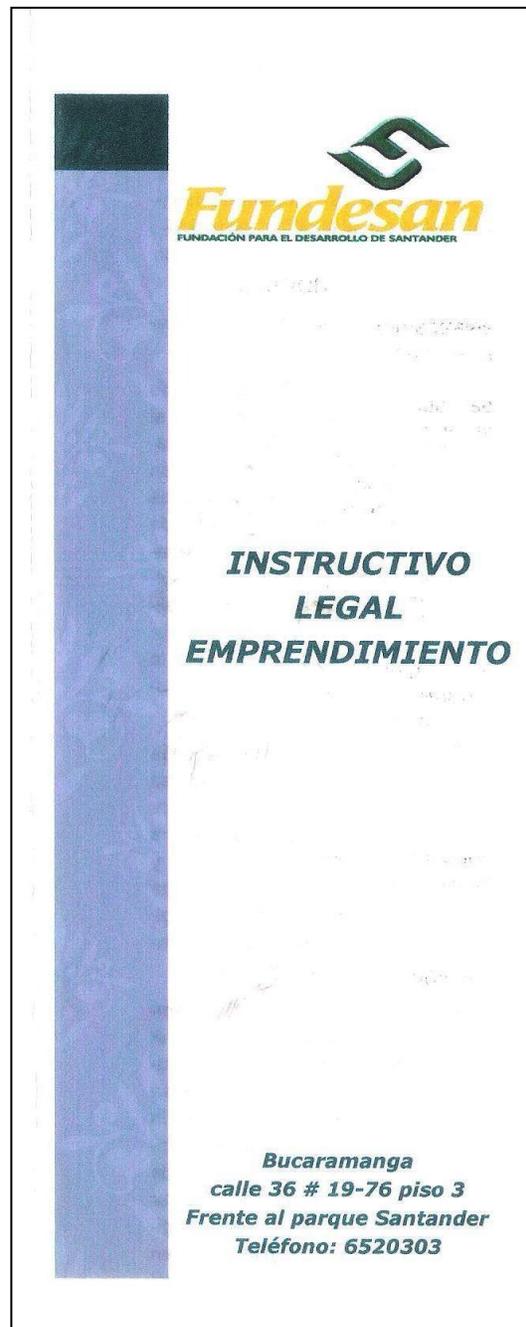


Figura 71. Folleto instructivo legal

INSTRUCTIVO LEGAL

Objetivo General: informar acerca de los requisitos tributarios y mercantiles que deben cumplir todas las empresas al momento de abrir un establecimiento de comercio, al público y las entidades gubernamentales relacionadas con los trámites.

Pasos previos a la creación de empresa.

- 1. Consultar la viabilidad de Uso de suelo:** se debe verificar si en el lugar donde está ubicado el establecimiento comercial se pueden realizar; las actividades comerciales correspondientes a la empresa de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT). La consulta de uso de suelo se puede realizar a través de la página web: www.sintramites.com, digitando la dirección del establecimiento comercial.
- 2. Consulta de homonimia:** se debe verificar que no exista otra empresa u otra marca con el mismo nombre o razón social registrada ante la superintendencia de industria y comercio. Para realizar la consulta puede hacerse a través de la página web del centro de atención empresarial www.sintramites.com.
- 3. Minuta de constitución de la empresa:** se debe tramitar, según el tipo de sociedad mercantil, la minuta de constitución para la empresa ante una notaría para obtener la escritura pública que debe presentar en la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Se puede elaborar la minuta de constitución en la página web: www.sintramites.com, en compañía de un asistente virtual

Requisitos para formalizar una empresa.

- 4. Registro mercantil:** el registro mercantil tiene por objeto llevar la matrícula de todos los comerciantes y establecimientos de comercio, al igual que la inscripción de actos, libros y documentos. Para inscribirse en el registro mercantil debe dirigirse a la Cámara de comercio territorial, y solicitar el RUE (registro único empresarial) por un valor unitario de 0.70 % SMMLV (\$ 3.605 para el año 2010). El trámite del registro mercantil se puede realizar por internet en la siguiente pagina web : www.sintramites.com.

Nota 1: Para obtener mayor información, puede acercarse a:
Centro de Atención Empresarial CAE
Cámara de Comercio de Bucaramanga – Oficina centro
Carrera 19 No. 36-20 Piso 1
Tel (7) 6334064 –6527000 ext. 220

- 5. Concepto técnico de bomberos:** el servicio de inspección por parte de los bomberos de Bucaramanga, tiene por objeto minimizar el riesgo de accidentes, incendios explosiones, u otras situaciones que generen algún tipo de daño a las personas del lugar.

Nota 2: Para obtener mayor información sobre diligenciar el numeral 5, puede acercarse a:
Bomberos de Bucaramanga
Calle 44 No. 10-13
Tel: (7) 652 6242- (7) 642 2450

- 6. Inscribirse en el RUT Y obtener el NIT:** El RUT (registro único tributario) es administrado por la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), y es un medio para clasificar a las personas jurídicas o naturales con obligaciones administradas por el DANE. El NIT es el número de identificación tributaria, y sirve para identificar a los inscritos en el RUT. La inscripción se puede realizar mediante internet, en la siguiente página web: www.dian.gov.co.

Nota 3: Para obtener mayor información, puede acercarse a:
Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN)
Calle 36 # 14-05—Tel. (7) 6309444

- 7. Paz y salvo de Sayco:** El paz y salvo con la sociedad de autores y compositores de Colombia (SAYCO), permite difundir música en el establecimiento de comercio. Para obtener este documento, una vez se obtenga el NIT y el concepto de bomberos, se debe ir a Sayco para elaborar la liquidación dependiendo del negocio, y expedir el paz y salvo.

Nota 4: Para obtener mayor información, puede acercarse a:
Organización SAYCO-ASINPRO
Calle 35 # 13-51 oficina 303.
Tel (7) 6422088
Pagina web: www.sayco.org
bucaramanga@saycoacinpro.org.co

Figura 72. Folleto de instructivo legal

8. **Concepto sanitario:** en caso de que la empresa manipule alimentos, es necesario obtener un concepto sanitario, obtener el carné de acreditación para manipular alimentos y realizar un curso de manipulación de alimentos y obtención su certificación.

Nota 5: Para obtener mayor información sobre el concepto sanitario puede acercarse a:

Secretaría de Salud Alcaldía de Bucaramanga.

Calle 45 # 11-52 -
Tel. (7) 6424112

www.bucaramanga.gov.co

9. **Licencia ambiental:** en caso de que su empresa realice actividades que puedan afectar el medio ambiente, está sujeta a una revisión en relación con el impacto ambiental, que pueda generar.

Nota 6: Para obtener mayor información a cerca de la licencia ambiental acercarse a:

Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB)

Carrera 23 # 37-63 -
Tel. 6346100

Página web: www.cdm.gov.co

10. **Registro de Industria y comercio:** El registro de industria y comercio es el trámite necesario para obtener la legalidad de funcionamiento de establecimiento de comercio, servicio, de industria, que certifican el cumplimiento de las normas sanita-

rias, de seguridad, salubridad y las anteriormente expuestas

Nota 7: Para obtener mayor información acerca del registro de industria y comercio puede acercarse a:

Centro de Atención Empresarial

Cámara de Comercio de Bucaramanga

Sede Centro

Carrera 19 No. 36-20 Piso 1

Tel: 652 7000 Fax: 633 4062

Centro de Atención Empresarial

Página web:

www.camaradirecta.com

FUENTE:

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Centro de atención empresarial. Disponible en web: <http://www.sintramites.com>.

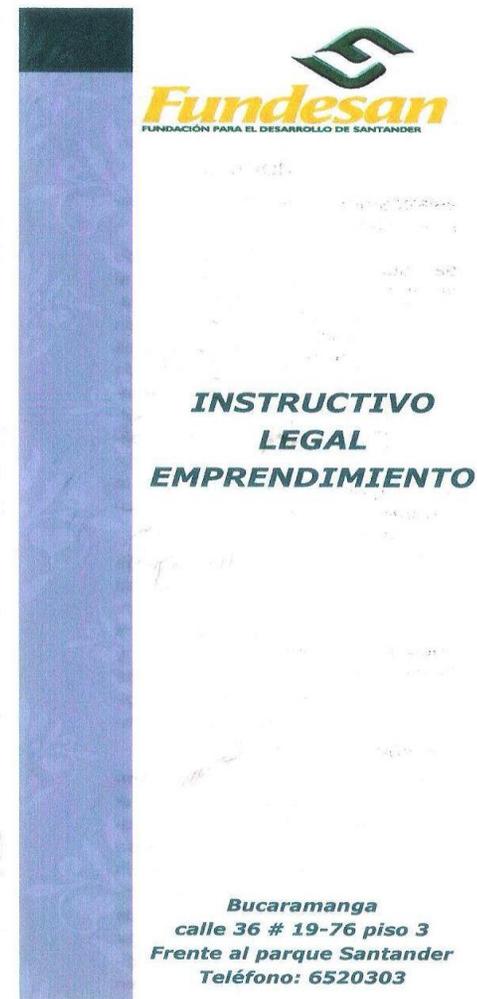
Recuperado: 12 de Noviembre del 2010.

ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Consultas y trámites. Disponibles en web:

<http://www.bucaramanga.gov.co>.

Recuperado: 12 de noviembre del 2010.

LEGIS EDITORES S.A, Guía legis para la pequeña empresa. Legis editores, 15ª edición. 2010. 264 p. ISBN 978-958-653-827-5.



8.4 REALIZACIÓN DE UNA SECCIÓN ESTADÍSTICA

La sección estadística, se creó con el único objetivo de conocer datos históricos de las personas atendidas, de los clientes activos, y de los clientes atendidos durante la práctica empresarial en FUNDESAN, para poder desarrollar estrategias de mejora continua; a continuación se plantean graficas relacionadas con el diagnostico de FUNDESAN, los clientes atendidos en los cuatro meses, y los clientes activos, subdivididos por sectores económicos, por genero y por actividad económica, para conocer a fondo las generalidades y poder tomar políticas en un futuro dependiendo de las mayorías encontradas.

8.4.1 Diagnostico histórico de personas atendidas.

8.4.1.1 Diagnostico, participación por sectores económicos.

Figura 73. Sección estadística

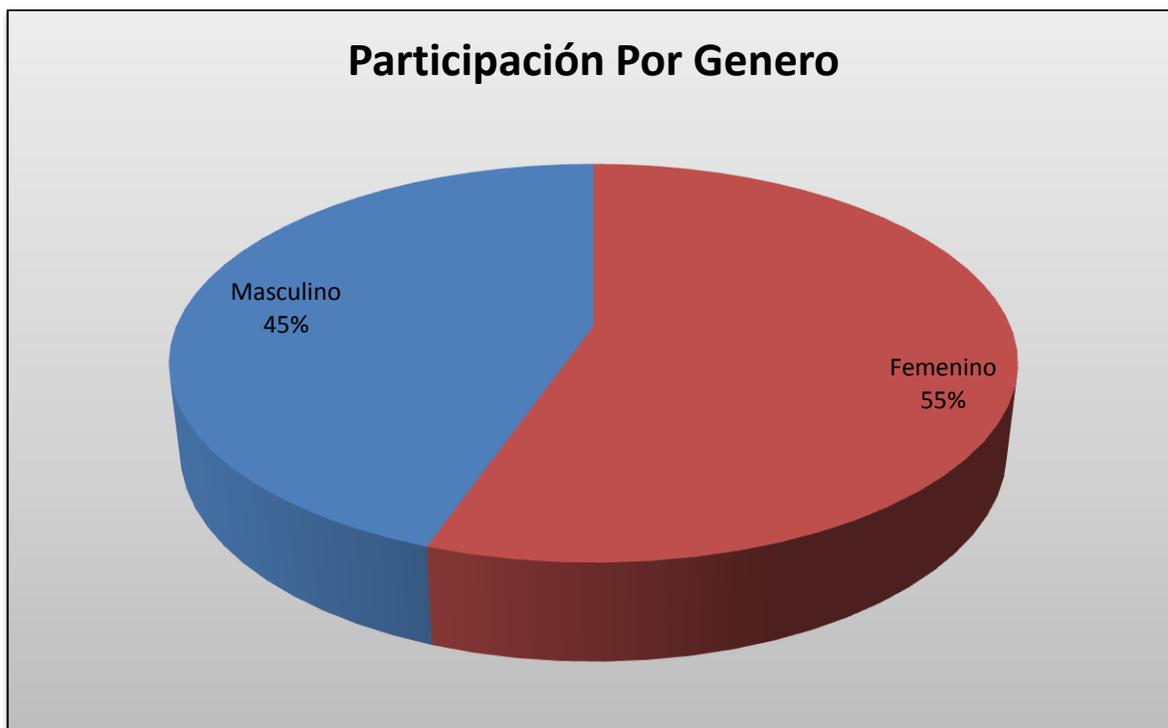
Industria	Servicios	Comercialización	No sabe	TOTAL
35	87	156	22	300



8.4.1.2 Diagnostico, participación por género.

Figura 74. Sección estadística

Femenino	Masculino	TOTAL
166	134	300

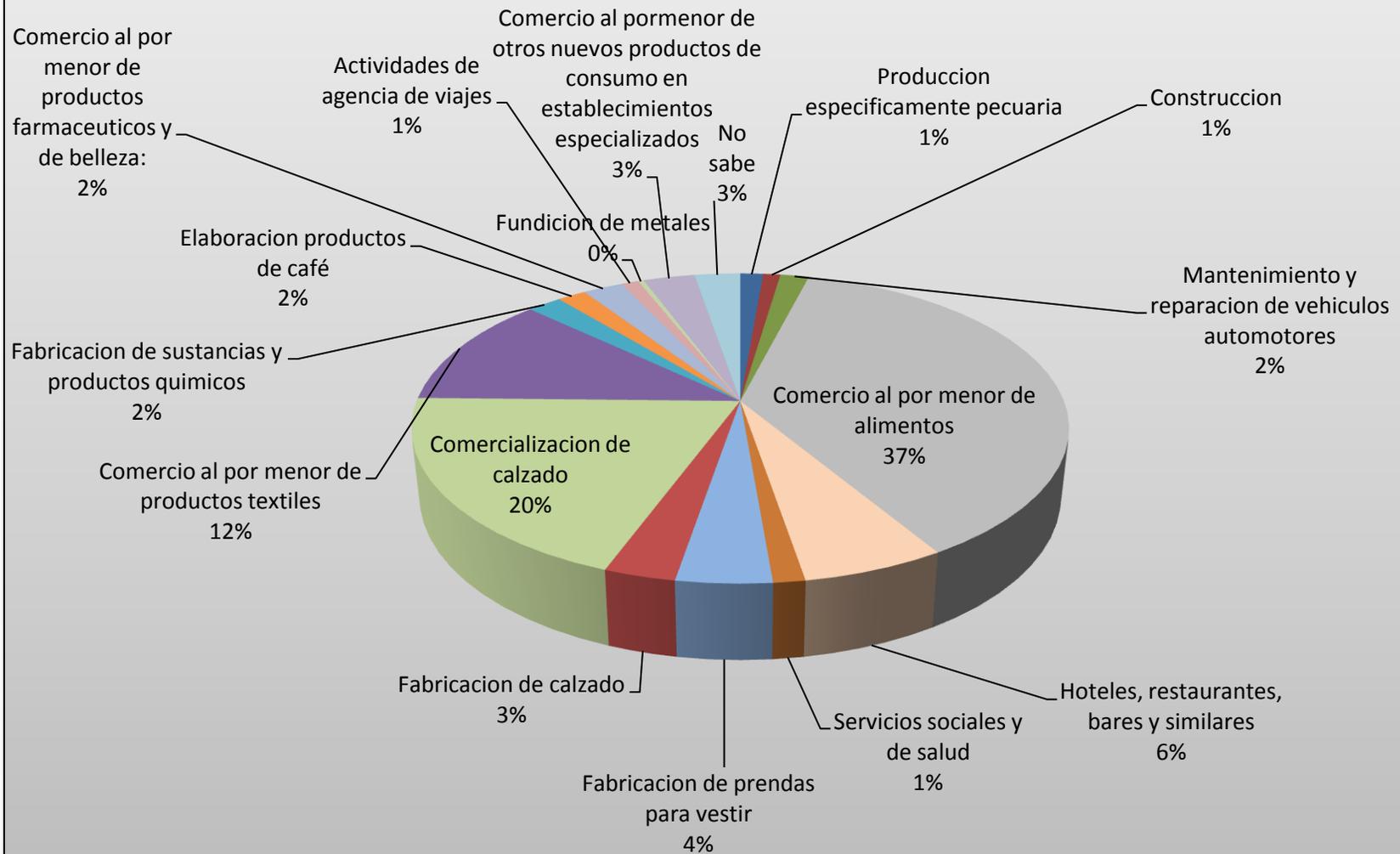


8.4.1.3 Diagnostico, participación por actividad económica.

Figura 75. Sección estadística

Producción específicamente pecuaria	4
Construcción	3
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	5
Comercio al por menor de alimentos	112
Hoteles, restaurantes, bares y similares	18
Servicios sociales y de salud	4
Fabricación de prendas para vestir	12
Fabricación de calzado	9
Comercialización de calzado	59
Comercio al por menor de productos textiles	35
Fabricación de sustancias y productos químicos	6
Elaboración productos de café	5
Comercio al por menor de productos farmacéuticos y de belleza:	7
Actividades de agencia de viajes	3
Fundición de metales	1
Comercio al por menor de otros nuevos productos de consumo en establecimientos especializados	9
No sabe	8
TOTAL	300

Participación por actividades económicas



8.4.2 Clientes Activos.

8.4.2.1 Clientes activos, participación por sectores económicos.

Figura 76. Sección estadística

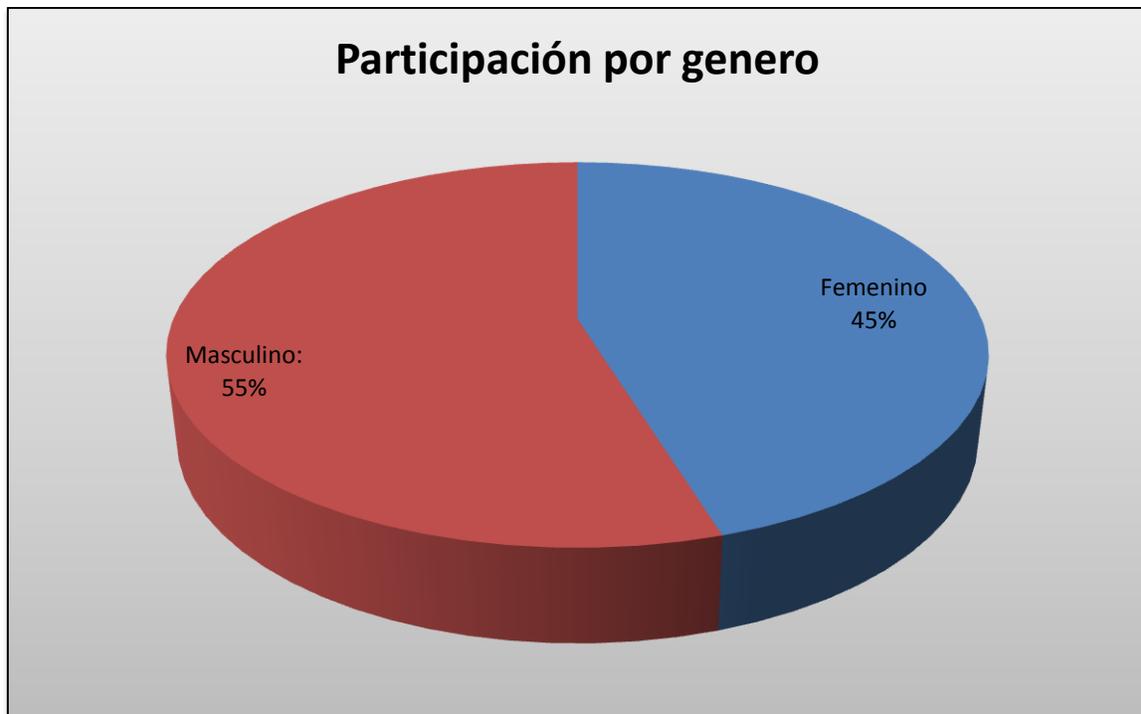
Industria	Servicios	Comercialización	TOTAL
8	15	19	42



8.4.2.2 Clientes Activos, participación por género.

Figura 77. Sección estadística

Femenino	Masculino:	TOTAL
19	23	42

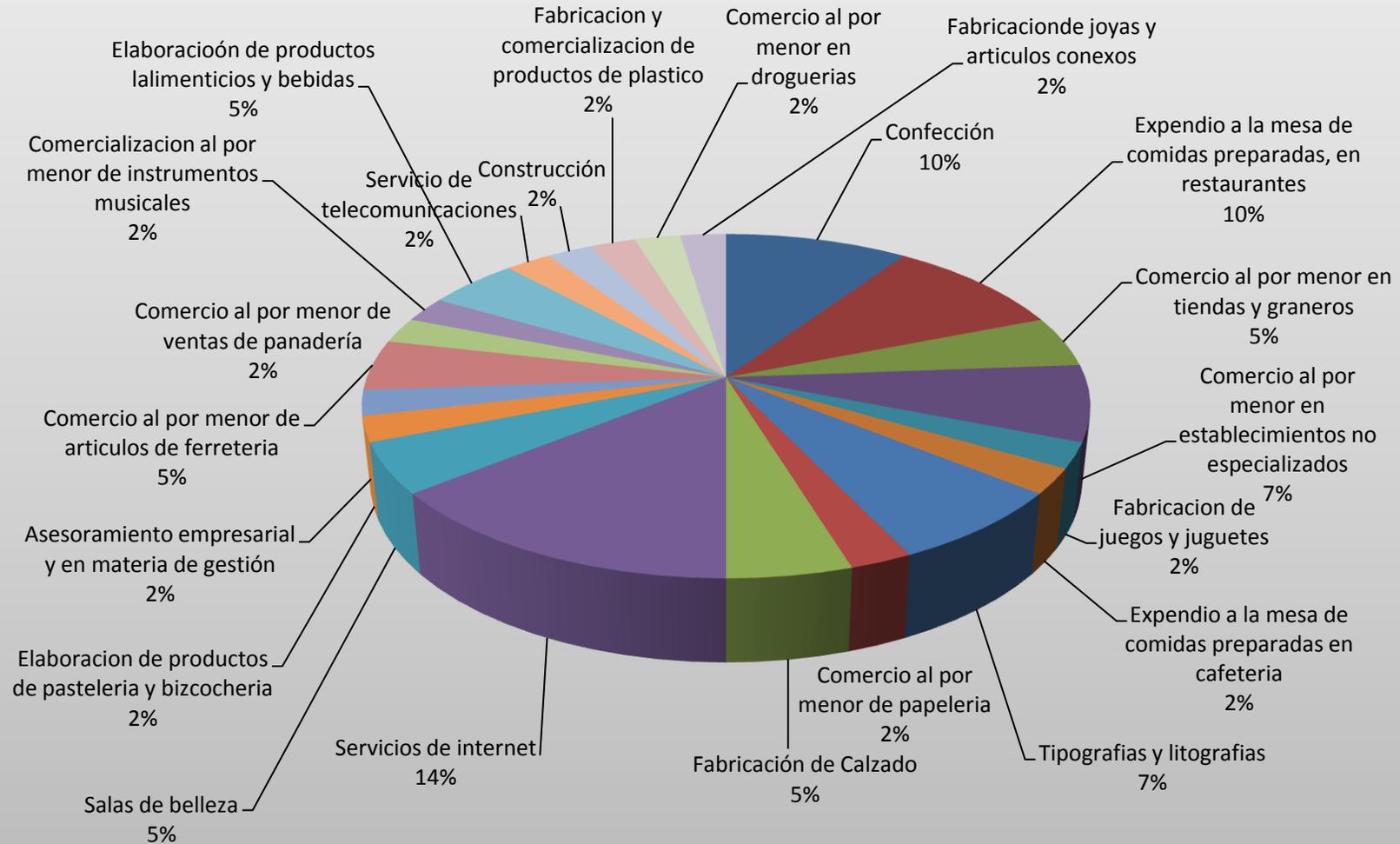


8.4.2.3 Clientes Activos, participación por actividad económica.

Figura 78. Sección estadística

Confección	4
Expendio a la mesa de comidas preparadas, en restaurantes	4
Comercio al por menor en tiendas y graneros	2
Comercio al por menor en establecimientos no especializados	3
Fabricación de juegos y juguetes	1
Expendio a la mesa de comidas preparadas en cafetería	1
Tipografías y litografías	3
Comercio al por menor de papelería	1
Fabricación de Calzado	2
Servicios de internet	6
Salas de belleza	2
Elaboración de productos de pastelería y bizcochería	1
Asesoramiento empresarial y en materia de gestión	1
Comercio al por menor de artículos de ferretería	2
Comercio al por menor de ventas de panadería	1
Comercialización al por menor de instrumentos musicales	1
Elaboración de productos alimenticios y bebidas	2
Servicio de telecomunicaciones	1
Construcción	1
Fabricación y comercialización de productos de plástico	1
Comercio al por menor en droguerías	1
Fabricación de joyas y artículos conexos	1
TOTAL	42

Participación por actividad económica



8.4.3 Emprendedores atendidos en 4 meses.

8.4.3.1 Emprendedores atendidos, participación por sectores económicos:

Figura 79. Sección estadística

Industria	Servicios	Comercialización	No sabe	TOTAL
46	62	123	41	272



8.4.3.2 Emprendedores atendidos, participación por género:

Figura 80. Sección estadística

Femenino	Masculino	TOTAL
155	117	272

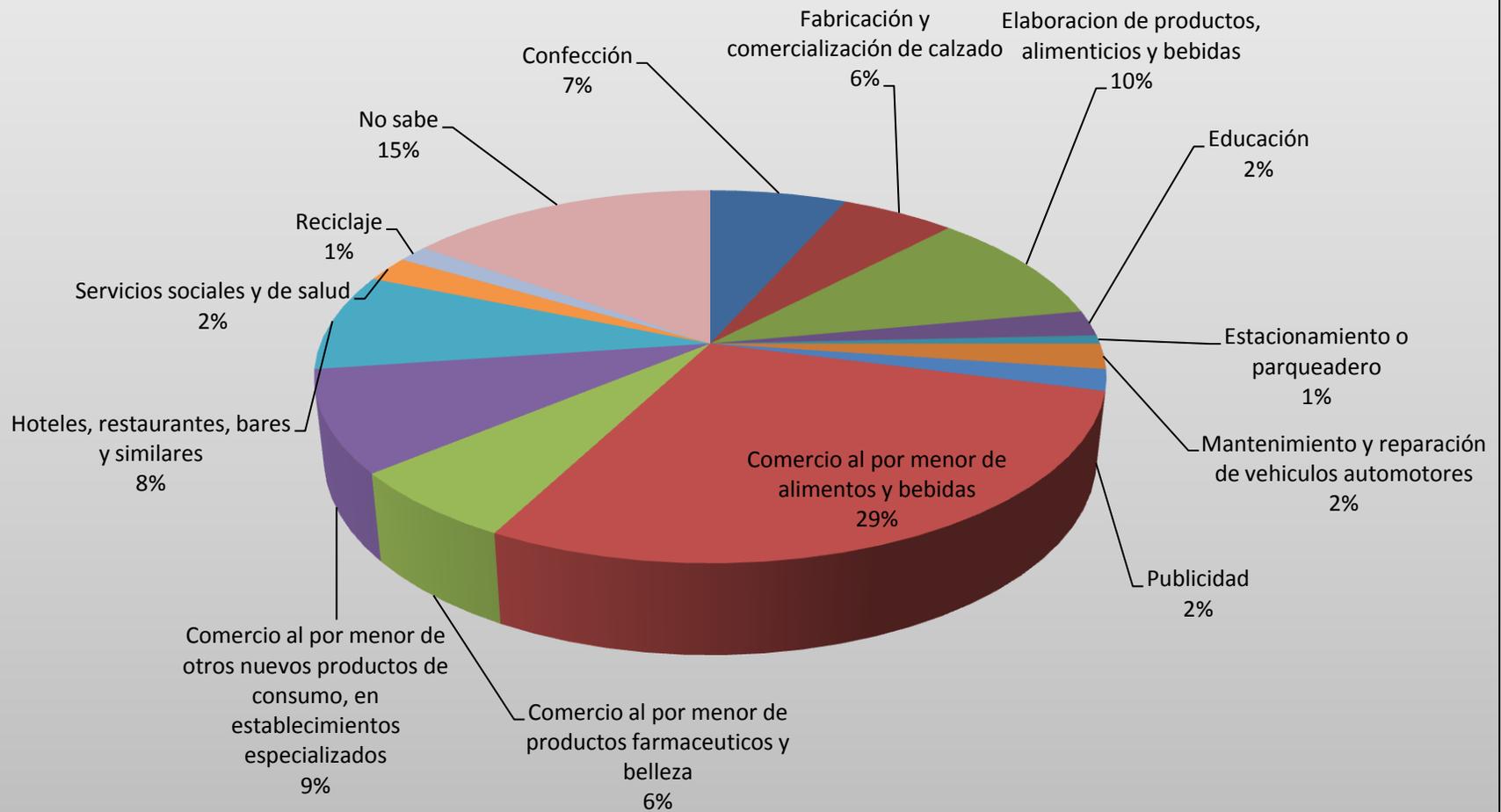


8.4.3.3 Emprendedores atendidos, participación por actividad económica:

Figura 81. Sección estadística

Confección	18
Fabricación y comercialización de calzado	15
Elaboración de productos, alimenticios y bebidas	27
Educación	6
Estacionamiento o parqueadero	2
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	6
Publicidad	5
Comercio al por menor de alimentos y bebidas	78
Comercio al por menor de productos farmacéuticos y belleza	17
Comercio al por menor de otros nuevos productos de consumo, en establecimientos especializados	24
Hoteles, restaurantes, bares y similares	23
Servicios sociales y de salud	6
Reciclaje	4
No sabe	41
TOTAL	272

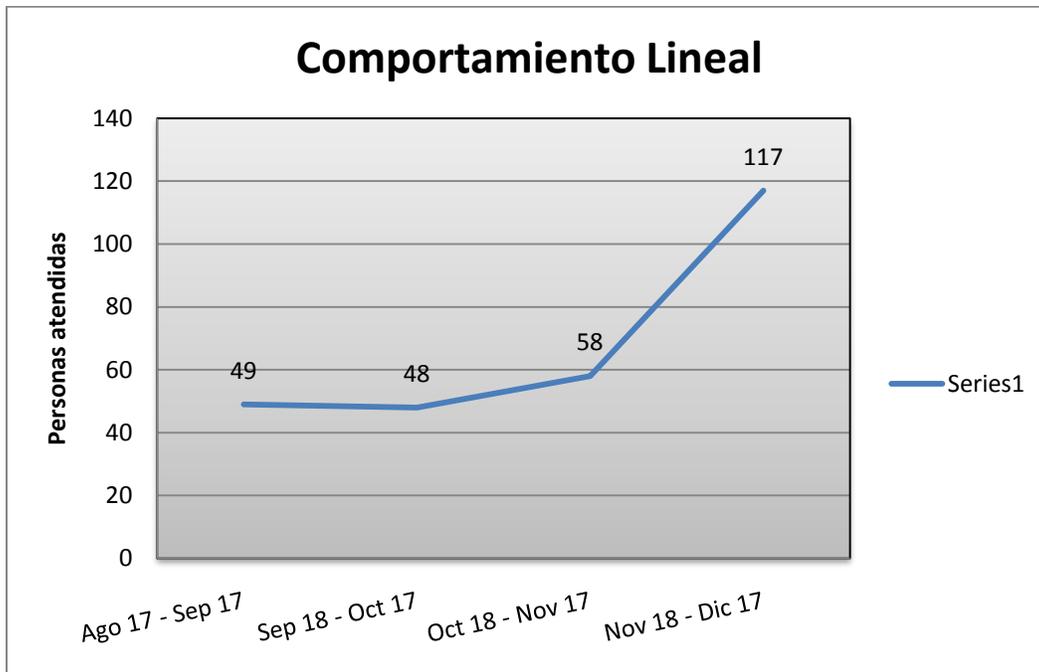
Participación por actividad económica



8.4.3.4 Emprendedores atendidos, comportamiento lineal.

Figura 82. Sección estadística

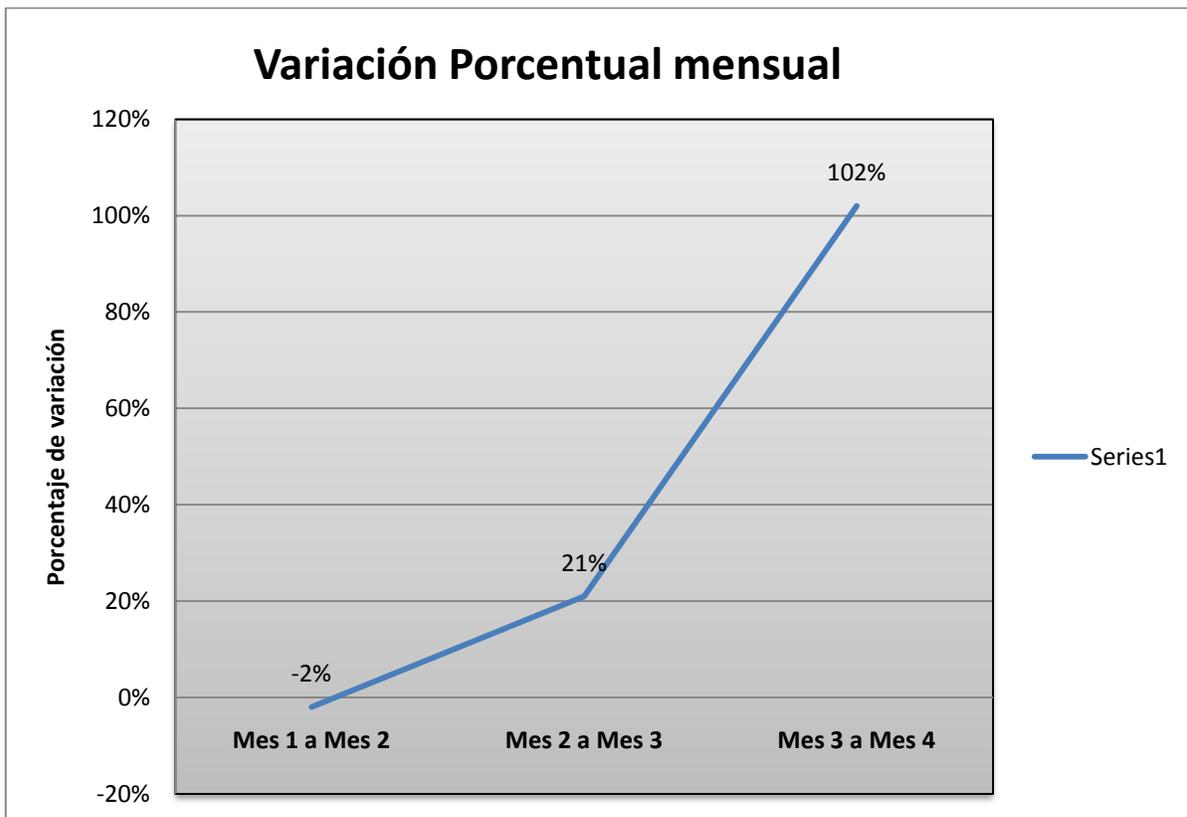
Mes-2010	Personas atendidas
Ago. 17 - Sep. 17	49
Sep. 18 - Oct. 17	48
Oct. 18 - Nov. 17	58
Nov. 18 - Dic. 17	117
Total	272



8.4.3.5 Emprendedores atendidos, variación porcentual mes a mes.

Figura 83. Sección estadística

Mes-2010	Personas atendidas
Mes 1 a Mes 2	-2%
Mes 2 a Mes 3	21%
Mes 3 a Mes 4	102%



8.4.4 Análisis Estadístico. La importancia de la estadística en este caso, es realizar un balance histórico, de los clientes activos, y de los emprendedores atendidos y las políticas relativas a la mejora continua, para aumentar el acceso al mercado, teniendo en cuenta las mayorías especificadas en las graficas; a continuación se plantean las mayorías encontradas y las políticas o actividades realizadas teniendo en cuenta los resultados obtenidos:

1. Dentro del diagnostico histórico de las personas con ideas de negocio que han pasado por las instalaciones de FUNDESAN, el 52 % se ubica en comercialización, al igual que en el análisis de los cuatro meses de práctica, el porcentaje mayor lo obtuvo comercialización con un 45 %, por ende se estructuraron las siguientes políticas basados en comercialización: se diseño un plan de negocios adaptado al comercio específicamente (ver numeral 8,5), para facilitarle a las personas atendidas con el diligenciamiento del formato, ya que presentaban inconvenientes al diligenciar el formato habitual utilizado en la línea de emprendimiento (enfocado a industria o servicio) y poder incentivar la participación o el acceso al crédito en la línea de emprendimiento.

2. Teniendo en cuenta los mayores porcentajes de las tres graficas de actividades económicas (diagnostico, clientes activos, y los emprendedores atendidos en los cuatro meses de practica), con un 37 %, 33 %, y 29 %, respectivamente, se puede observar que la producción comercialización de alimentos tiene un porcentaje mayor que el resto, por ende se debe enfocar una política en facilitar el acceso a trámites legales en manipulación de alimentos; por ende se realizo un instructivo legal (Ver numeral 8,3), donde especifica las obligaciones mercantiles para todo tipo de sectores económicos ya que la mayoría de personas no conocen cuales son los requisitos los cuales deben cumplir al momento de abrir un establecimiento al público, o realizar una actividad mercantil determinada; adicionalmente, se organizo un curso de buenas prácticas de manufactura, dictado por la secretaria de salud, a las personas que dentro de su actividad económica manipulan alimentos o productos de consumo para incentivar la participación y el acceso a un crédito (Ver numeral 8.9).

➤ **Aportes realizados con base a los datos estadísticos:**

1. Realización de un plan de negocios adaptado al sector de comercio.
2. Instructivo legal práctico donde especifica las obligaciones relacionadas con la apertura de un establecimiento o actividad comercial.
3. Realización de un curso de buenas prácticas de manufactura, dictado por la secretaria de salud, en las instalaciones de FUNDESAN.

Para analizar el impacto de dicha sección estadística, se realizó el comportamiento lineal, y la variación porcentual mensual, el cual indica un incremento exponencial en el tercer y cuarto mes, que fue el lapso de tiempo donde se implementaron dichos formatos y actividades, lo que impulso al departamento de emprendimiento, de 49 personas atendidas en el primer mes, a 117 en el mes cuarto, con una variación porcentual inicial negativa de 2 %, a una final positiva de 102 %, viendo la sensibilidad del mercado objetivo y potencial de FUNDESAN al realizar actividades o estrategias para facilitar y mejorar en cierta medida el acceso al aprendizaje y a la financiación.

Finalmente es importante que dentro de FUNDESAN, se sigan llevando registros estadísticos, para poder conocer los parámetros sobre los cuales se debe regir la fundación, para mejorar el servicio al cliente, y poder suministrar herramientas para incentivar la buena gestión de las unidades productivas de cada emprendedor, como fue el caso de el instructivo legal realizado, y el curso dictado en el mes de noviembre por la secretaria de salud municipal.

8.5 REALIZACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS ENFOCADO AL SECTOR DE COMERCIALIZACIÓN, CON UN INSTRUCTIVO DEL MISMO

Al asesorar a los emprendedores se observó la dificultad que tenían los que tenían una idea de negocio relacionada con el sector de comercio, al diligenciar el plan de negocios actual, por ende se ve la importancia de diligenciar un plan de negocios que se adapte fácilmente a cada sector comercial de las ideas de negocio suministradas por los emprendedores, para ello se creó el formato de plan de negocios enfocado al sector de comercio, en el cual replantea la sección de evaluación financiera facilitando el entendimiento del cliente, además según la sección estadística, el 45 %, de las ideas de los emprendedores atendidos en los cuatro meses de práctica, pertenecen al sector de comercialización; dicha sección de evaluación financiera plan de negocios adaptado al sector de comercio, se puede observar en el ANEXO W.

Adicional al formato de plan de negocios explicado anteriormente, se creó un instructivo del plan de negocios enfocado a comercialización, cuya finalidad es facilitar el diligenciamiento del nuevo formato de plan de negocios en especial de la sección de evaluación financiera, donde se explica y plantea un ejemplo de costo de venta, precio de venta, y utilidad bruta, ya que las personas atendidas manifiestan dificultad en diligenciar algunos numerales. El instructivo de la sección de evaluación financiera del plan de negocios de comercio, se puede observar en el ANEXO X.

8.6 REALIZACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO

Se realizo por solicitud del director de micro-crédito, un manual de procedimiento y funciones, en conjunto con la coordinadora de calidad de FUNDESAN, a continuación se presenta el manual de procedimientos, y el de funciones realizado:

8.6.1 MANUAL DE PROCEDIMIENTO Y FUNCIONES PARA EL DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER –FUNDESAN-³⁰

8.6.1.1 INTRODUCCION

Este documento contiene la descripción de las actividades que deben seguirse en la realización de las funciones del departamento de emprendimiento. Pretende que los responsables de los diferentes cargos cumplan una labor adecuada en cada uno de los procedimientos en los cuales interviene. Es de suma importancia que toda la información obtenida sea utilizada correctamente con el fin de lograr un mayor control sobre el propio funcionamiento.

8.6.1.2 OBJETIVO

El objetivo del manual de procedimiento es informar controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; simplificar la responsabilidad por fallas y errores; facilitar las labores de auditoría, la evaluación del control interno y su vigilancia; que tanto los empleados como los jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente; reducir los costos al aumentar la eficiencia general, además de otras ventajas adicionales.

³⁰ Manual de procedimientos y funciones para la línea de emprendimiento, realizado por el departamento de emprendimiento en conjunto con la coordinación de calidad en FUNDESAN.

8.6.1.3. MARCO LEGAL

- ✓ Reglamento de crédito de cada uno de los convenios (Idesan, Alcaldía Bucaramanga, Alcaldía Floridablanca, Alcaldía Piedecuesta)
- ✓ Resolución N 01 de 7 de marzo de 2001 expedida por el consejo superior de micro empresa.

8.6.1.4 RESPONSABLES

8.6.1.4.1 Departamento de emprendimiento

- ✓ Coordinador de proyectos y emprendimiento.
- ✓ Asesor de proyectos de emprendimiento.
- ✓ Trabajador social.
- ✓ Auxiliar de cartera.

Figura 84. Manual de procedimientos y funciones.

8.6.1.5 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS LINEA DE EMPRENDIMIENTO		DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO	
PROCESO: CREDITO			
I. PRE-CREDITO			
ETAPA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DOCUMENTO
Entrevista personal	1. Diligenciar ficha de emprendimiento: 1.1 Información comercial 1.2 Información personal	Asesor de emprendimiento	0.1 Ficha de emprendimiento
	2. Explicar Generalidades de crédito: 2.1 Proceso crediticio. 2.2 Garantías y ventajas. 2.3 Características generales del crédito.	Asesor de emprendimiento	
	3. Actualizar informe mensual	Asesor de emprendimiento	0.3 Informe mensual de recepción
	4. Actualizar informe histórico de recepción y estadístico.	Asesor de emprendimiento	0.2 Informe de Recepción.
Plan de Negocios	1. Concientización de la importancia del plan de negocios.	Asesor de emprendimiento	

	2. Entrega del formato de plan de negocios.	Asesor de emprendimiento	0.7 Plan de negocios.
	3. Explicación y entrega del instructivo del plan de negocios.	Asesor de emprendimiento	0.6 Instructivo del plan de negocios
	4. Investigación de mercados.	Asesor de emprendimiento	<p>Microsoft Office Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> -Investigación de mercados - Se parte de una muestra operacional de una población infinita, para hallar la muestra en población finita, con un error probabilístico, y nivel de confianza subjetivo. <p>Las fuentes de información para conocer el tamaño de población son: Cámara de comercio de Bucaramanga, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).</p>
	5. Asesoría continúa para completar el plan de negocios.	Asesor de emprendimiento	0.7 Plan de negocios.
Requisitos legales (Asesoría administrativa y legal)	1. Concientización importancia de requisitos legales	Asesor de emprendimiento	
	2. Explicación de los requisitos legales relativos a la actividad económica a realizar.	Asesor de emprendimiento y /o Asesor Jurídico Imebu	
	3. Entrega del instructivo legal	Asesor de emprendimiento	0.11 Instructivo Legal

Realización de Visitas	1. Visita Psicosocial:	Trabajador social	Formato visita social al emprendedor
	2. Informe Social	Trabajador social	Informe social inicial
	3. Visita al lugar de operación.	Asesor de emprendimiento	
Viabilidad financiera	1. Proyección contable	Asesor de emprendimiento	Software contable
	2. Retroalimentación de la proyección contable.	Asesor de emprendimiento	
Garantías para el crédito.	1. Entrega del formulario	Asesor de emprendimiento	
	2. Recibo de documentos.	Asesor de servicio al cliente	
	3. Aprobación de garantías.	Asesor de servicio al cliente	
Radicación	1. Revisión del formulario y documentos.	Asesor de servicio al cliente	
	2. Elaboración de factura para e pago de consulta de la Cifin	Recepción	Software Fénix
	3. Cancelación de la factura	Caja	
	4. Ordena y radica los documentos	Asesor de servicio al cliente	
	5. Relación de los números de cédulas de deudor y codeudor para realizar las consultas	Asesor de servicio al cliente	
	6. Consulta en las centrales de riesgo.	Director de micro crédito	Página de internet
Aprobación del crédito	1. Se presenta resumen del plan de negocios, investigación de mercado, viabilidad financiera y garantías al pre comité con el director de micro crédito.	Asesor de emprendimiento y Director de micro crédito.	Microsoft power point – software contable y financier
	2. Realiza diapositivas con la información general del crédito para presentar ante el comité, el cual aprueba, aplaza o rechaza el crédito.	Asesor de emprendimiento, Director de Microcrédito, delegado del convenio y el director ejecutivo.	Microsoft power point – software contable y financier
	3. Elaboración del acta del comité de crédito	Recepción	Acta comité de aprobación

	4. Se informa al emprendedor sobre la decisión tomada en el comité, y la fecha del desembolso.	Asesor de emprendimiento	
Operación de desembolso	1. Elaboración tabla de autorización de desembolso	Director de micro crédito	Tabla de desembolso
	2. Grabar las solicitudes de crédito al sistema Fénix tomando la información de la carpeta del cliente.	Asesor de servicio al cliente o auxiliar administrativo	Software Fénix
	3. Imprimir pagarés, carta de instrucción y verificar la información del cliente (nombre, apellido, cédula, monto, cuota, tasa de interés, y el día en que cancelara la primera cuota) en el software.	Coordinación de cartera	Software Fénix
	4. Si los datos son correctos y pasa la tabla de autorización de desembolso firmada y anexa las carpetas al departamento financiero para la aprobación de desembolso, e imprimir el comprobante de egreso y elaboración de los cheques.	Coordinación de cartera y Directora financiera	Software Fénix, carpetas, cheques, comprobante de egreso.
	5. Devolución de las carpetas a la coordinación de cartera para legalizar los documentos.	Directora financiera	Carpetas, comprobante de egreso y cheques.
	6. Deben hacer presencia el deudor y codeudor a FUNDESAN, para firmar pagares, carta de instrucciones y seguro del crédito.	Coordinación de cartera, deudor y codeudor.	Pagares carta de instrucciones y seguro del crédito
	7. Entrega la tabla de amortización del crédito del cheque para que la lleva a caja y reclame el cheque.	Coordinación de cartea	Tabla de amortización del crédito
	8. Entrega la relación de pagares y carta de instrucciones de los créditos desembolsados al departamento de contabilidad	Coordinación de cartera y tesorería	Pagares y cartas de instrucciones
	9. Registrar estadística de los créditos: beneficiario, actividad económica, dirección, numero teléfono, monto, empleos generados.	Asesor emprendimiento	Estadísticas Excel
II. POST-CRÉDITO			
Verificación de la	1. Acompañamiento de compra.	Asesor emprendimiento	

Inversión	2. Verificación de las cotizaciones.	Asesor emprendimiento	Cotizaciones realizadas para el proyecto inicial.
Gestión de cartera	1. Cobro preventivo: se imprime listado diario de cuotas próximas a vencer, y se avisa telefónicamente.	Coordinación de cartera/ auxiliar administrativo	0.8 seguimiento de llamadas, software fenix.
	2. Cobro persuasivo: si el cliente presenta mora de 8 días, se realiza llamada y se hace compromiso de pago.	Coordinación de cartera/ auxiliar administrativo	
	3. Si el cliente continúa en mora, se envía carta con el mensajero, y hace firmar el recibido.	Coordinación de cartera/ auxiliar administrativo	Carta formato Word
	4. Si el cliente no responde la carta se realiza una visita y un informe de la visita de cartera.	Coordinación de cartera/ auxiliar administrativo	Formato de acuerdo de pago
	5. Si el cliente persiste en mora se realiza una nueva visita, explicando las implicaciones que tiene el no pago de la obligación.	Coordinación de cartera/ auxiliar administrativo	Formato de visita de cartera.
	6. Si al 30 día del mes, no registra pagos será reportado a la central de riesgo financiero.	Directora financiera.	
	7. Los primeros 5 días de cada ms, se realiza comité de cartera, donde se deciden los clientes que se envían a cobro pre jurídico (mora de 60 días), y cobro jurídico (mora 90 días)	Director ejecutivo, financiero, micro crédito, y coordinación de cartera.	
Asesoría Continua	1. Visitas de seguimiento	Asesor emprendimiento	0.4 visita de seguimiento uno 0.5 visita de seguimiento dos
	2. Actualizar lista de chequeo con resultado de las visitas realizadas.	Asesor emprendimiento	0.9 Seguimiento resumen (Lista de chequeo)

	3. Adjuntar el formato de visita a la carpeta del emprendedor correspondiente.	Asesor emprendimiento	
	4. Cuando el emprendedor presente falencias en áreas relacionadas con la gestión de la microempresa, se realizan capacitaciones en el tema correspondiente.	Asesor emprendimiento	

8.6.1.6 MANUAL DE FUNCIONES LINEA DE CRÉDITO EMPRENDIMIENTO

Esta área se encarga de facilitar recursos a personas que cuentan con una idea de negocio, que manejan un perfil de emprendedor, que ya tienen constituida una empresa, pero quieren crear una nueva línea de productos o para empresas que llevan solo 6 meses en el mercado. En conjunto a la financiación esta área ofrece asesoría continua, teniendo como eje de acción la formalización y generación de empresas sostenibles en el tiempo que puedan generar empleo digno.

8.6.1.6.1 Responsables

1. Coordinador de proyectos y emprendimiento.
2. Asesor de proyectos de emprendimiento.
3. Trabajador social.
4. Coordinadora de cartera
5. Auxiliar de cartera.

8.6.1.6.1.1 *Coordinador de Emprendimiento*

Objetivo del cargo:

Facilita recursos a personas que cuentan con una idea de negocio y que manejan un perfil de emprendedor, solicita la ejecución de los créditos mediante IMEBÚ; Es la encargada de coordinar el área de emprendimiento.

Funciones Permanentes:

1. Coordina el área de emprendimiento en su totalidad.
2. Gestiona los créditos con IMEBÚ.
3. Presenta los créditos solicitados a IMEBÚ.
4. Aporta su opinión en la toma de decisiones con respecto a los créditos, según su criterio.
5. Controla el trabajo realizado por los practicantes de su área.
6. Asiste a reuniones correspondientes al área de emprendimiento.

Funciones Principales:

1. Efectúa visitas psicosociales al cliente.
2. Realiza entrevistas personales a los clientes acerca de su idea de negocio.
3. Realiza asesoría en el diligenciamiento del plan de negocios.
4. Realiza visitas al lugar de operación.
5. Solicita garantías aprobadas.
6. Realiza una proyección contable de importancia para el crédito solicitado.
7. Organiza pre comité con el equipo de trabajo de FUNDESAN e IMEBÚ.
8. Asiste a comité de aprobación.

9. Suministra información telefónica o personal a los interesados en obtener crédito empresarial.

Funciones Secundarias:

1. Realiza una retroalimentación con el cliente de la información analizada.
2. Ejecuta el acompañamiento de la compra cuando el negocio así lo requiera.
3. Realiza visitas de control después de desembolsado el dinero.
4. Asesora continuamente al cliente, en el tema que se requiera.
5. Asiste a reuniones de FUNDESAN de líneas de crédito y búsqueda de dinero.
6. Informa a los interesados de FUNDESAN mediante reuniones lo que se ha realizado en el área de emprendimiento.

Funciones Ocasionales:

1. Representa a la fundación en eventos cuando los encargados no pueden asistir.

8.6.1.6.1.2 Asesor de Emprendimiento:

Objetivo del cargo:

Apoyar el área de emprendimiento y facilitar el proceso de ejecución del análisis de los créditos y dar a conocer la información necesaria al cliente y los procesos necesarios que se deben llevar a cabo para solicitar un crédito.

Funciones Permanentes:

1. Suministrar la información al cliente ya sea personal o vía telefónica.

2. Manejar los formatos y registros necesarios para cada crédito solicitado.
3. Asesorar al cliente en su plan de negocio.
4. Realizar la investigación de mercados de los créditos que sean necesarios.
5. Ordenar mensual e históricamente los créditos solicitados.

Funciones Principales:

1. Entrevistar las personas interesadas en solicitar crédito.
2. Asesorar a los clientes en el plan de negocios
3. Realizar investigación de mercados.

Funciones Secundarias:

1. Dar a conocer el cumplimiento de los requisitos operacionales.
2. Actualizar la lista de chequeo de cada cliente.

Funciones Ocasionales:

1. Realiza visitas al posible lugar de operación del negocio.
2. Asiste a capacitaciones con emprendedores.
3. Realiza visitas de seguimiento a clientes activos.
4. Realizar presentaciones en Microsoft Office Power Point de los créditos a presentar al comité.
5. Exponer el portafolio de servicios del área de emprendimiento ante organizaciones interesadas.
6. Corroborar datos de referenciación personal y laboral de los créditos a aprobar.

8.6.1.6.1.3 Trabajo social:

Objetivo del cargo:

Apoyar el área de emprendimiento y fortalecimiento en la parte psicosocial, indagar información personal de los clientes que han solicitado crédito y dar un diagnóstico subjetivo de la perspectiva del cliente y su situación familiar, económica y social.

Funciones Permanentes:

1. Elaborar las fichas y formatos para aplicar en cada visita.
2. Realizar visitas domiciliarias a los clientes que han solicitado crédito.
3. Analizar el entorno del cliente interesado en la aprobación del crédito.
4. Coordinar la ejecución de talleres y charlas para los clientes interesados.

Funciones Principales:

1. Realizar visitas domiciliarias.
2. Realizar informes acerca de la perspectiva del cliente.
3. Caracterizar la población que se encuentra dentro del programa.
4. Hacer una muestra de la población.

Funciones Secundarias:

1. Elaborar y mejorar las fichas y formatos.
2. Implementar la ficha en cada visita.
3. Organizar talleres y charlas de interés para los clientes.

Funciones Ocasionales:

1. Asistir a eventos y realizar sus respectivos informes.

*8.6.1.6.1.4 Coordinador de cartera***Objetivo del cargo:**

Realiza llamadas a los clientes con el fin de informarles que se encuentran en mora y lo que ocasiona no pagar sus cuotas a tiempo y las consecuencias que esto puede causar en su vida crediticia y los problemas que le podría generar a su codeudor, se encarga de que el indicador de cartera no aumente y permanezca estable.

Funciones Permanentes:

1. Se encarga de manejar toda la cartera de la fundación y evitar que la cartera crezca.
2. Realiza desembolsos de los créditos aprobados.
3. Envía al abogado la relación de clientes en mora.
4. Diligencia el formato general de operaciones de cobro realizadas en las carpetas de los clientes que presenten mora reiterada.
5. Realiza cobro de cartera vía telefónica o personalmente cuando sea necesario.
6. Revisa las visitas de cartera efectuadas por las asesoras de crédito.
7. Revisa y actualiza el informe del abogado mensualmente.

Funciones Principales:

1. Realiza desembolsos de los créditos aprobados, imprime pagares, cartas de instrucciones y diligencia el seguro del deudor.
2. Entrega la relación de pagares y las cartas de instrucciones que certifican que el cliente está conforme con el desembolso y el valor de las cuotas y se compromete a cancelar puntualmente.
3. Hace acuerdos de pago con los deudores vía telefónica.
4. Envía informes de los clientes en mora al abogado para iniciar cobro jurídico.
5. Realiza llamadas de cobro de las diferentes carteras a clientes que presenten hasta más de 20 días de mora.
6. Diligencia el formato general de operaciones de cobro realizadas en las carpetas de los clientes que presenten mora reiterada.
7. Realiza el cobro de cartera que pase más de 30 días mediante un comunicado escrito al deudor y codeudor.
8. Envía cartas de aviso de reporte a CIFIN durante los primeros 7 días de cada mes a los clientes que tengan más de 30 días de mora.
9. Revisa y actualiza el informe del abogado mensualmente.

Funciones Secundarias:

1. Revisa las visitas de cartera efectuadas por las asesoras de crédito.
2. Revisa informes de la gestión de cobro que hacen los abogados.
3. Envía las certificaciones de terminación del proceso al abogado cuando el cliente ha cancelado la totalidad del crédito, honorarios y los costos judiciales.
4. Endosa pagares, hace liquidaciones de los clientes y sus respectivas hojas de vida para ser enviados al abogado y así poder iniciar el proceso de cobro jurídico.

Funciones Ocasionales:

1. Realiza grabación de créditos.
2. Ejecuta pagares manuales.
3. Reemplaza a la persona encargada de la tesorería cuando sea necesario.
4. Redacta comunicados.

8.6.1.6.1.5 Auxiliar de cartera:

Objetivo del cargo:

Realiza llamadas a los clientes que se encuentran en mora con menos de 20 días, con el fin de informarles que se encuentran en mora y lo que ocasiona no pagar sus cuotas a tiempo.

Funciones Permanentes:

1. Revisar el estado individual de cartera de cada micro empresario y recordarle anticipadamente su fecha de pago.
2. Imprimir los listados diarios de los clientes con cuotas por vencer y el listado de clientes que no exceden los 20 días de mora y en base a ello se realizar las llamadas respectivas.
3. Archivar carpetas por línea de pago.
4. Recordar vencimientos de pago, imprimir en fénix informes, relaciones de documentos por vencer por fecha, clasificar por estado, selección de la cartera por cobrar por orden de nombre, incluir espacios de observación, incluir teléfono y ejecutar.

5. Control de cobro preventivo con el informe no superiores a 20 días de vencimiento.

Funciones Principales:

1. Graba los créditos en el software fénix de los deudores de la sede principal e imprime pagares, cartas de instrucciones y tablas de movimiento.
2. Lleva la relación de los pagos diarios basándose en los recibos de caja que son registrados en la carpeta manual.
3. Archivo de la copia del formato de seguro a la respectiva carpeta de cada cliente.
4. Ejecuta cartas de cobro jurídico, para ser entregados deben llevar su firma.
5. Realiza cobro preventivo de cartera a clientes que tengan hasta 20 días en mora.

Funciones Secundarias:

1. Registrar y archivar mensualmente los recibos de caja.
2. Archiva los recibos y las notas de contabilidad de los diferentes convenios.
3. Elabora tablas de desembolso del banco de familia y hacienda productiva.
4. Asignar a cada carpeta su respectivo marbete con nombre completo del cliente y número de crédito.
5. Manejo y orden del archivo general de las carpetas.
6. Archivar los recibidos de las cartas y acuerdos de pago de los clientes en las respectivas carpetas.

Funciones Ocasionales:

1. Organiza el archivo cuando sea necesario.
2. Dar información a los clientes vía telefónica o personal cuando se requiera.
3. Reemplaza a la encargada de la dirección cuando esta se encuentre ausente.
4. Realiza desembolsos cuando la coordinadora de cartera se encuentra ausente.
5. Elabora certificaciones de paz y salvo a los clientes que han terminado el crédito y de los que lo soliciten”.

8.7 REALIZACIÓN DE DOS VISITAS DE SEGUIMIENTO A CLIENTES ACTIVOS

Se realizaron dos visitas de seguimiento post-crédito, al emprendedor John Anderson Roa, quien tiene una empresa de dotación industrial, llamada Mark-Jean, y a Jorge Gualdron quien tiene una sala internet, la finalidad de dichas visitas es conocer, aspectos en las áreas de mercadeo, producción, contabilidad, y administración que permitan generar un diagnostico, y poder determinar las falencias de dichas empresas y poder brindar asesoría oportuna en los temas que lo requieran; los formatos utilizados fueron, el formato de seguimiento 1 (ANEXO A), y el formato de seguimiento 2 (ANEXO B), los informes con el diagnostico correspondiente, se muestran a continuación:

Figura 85. Visita de seguimiento John Roa



**0.4 FORMATO DE VISITAS DE SEGUIMIENTO
Y ACOMPAÑAMIENTO**

I. INFORMACION DEL BENEFICIARIO

- Nombre del empresario: Jhon Anderson Roa.
- Actividad: Confecciones.
- Identificación C.C. No. 1098028837
- Dirección: Calle 34 # 24-72
- Programa: Línea Emprendimiento
- Valor cuota: 564.252 Plazo: 36 Desembolso: 15^a 100.000

II. ESTADO ACTUAL CARTERA

Al día _____
 Mora 30 días _____
 Mora 60 días _____
 Mora 90 días _____

III. ASPECTOS CONTABLES

- Actualmente lleva contabilidad?
 SI NO _____ Porque _____
- ¿Se cuenta con documentos que soporten contablemente la actividad?
 Facturero Si
 Recibos de caja Si
 Anotación de ventas Si
 Anotación de gastos Si
- Aspecto Legal y Tributario
 Industria y comercio: Si _____ No
 Matrícula _____
 Inscrito en Cámara de Cio.: Si No _____ En trámite _____
 Régimen: Simplificado _____ Común
- Los ingresos percibidos en su empresa, a que se destinan principalmente en %
 Reversión en el negocio X 60%.
 Pago de la mano de obra X 20%.
 Arrendamiento X 6%.
 Servicios _____
 Gastos Administrativos X 7%.
 Gastos Familiares _____

5. Cómo determina el precio de sus productos?
 Por costos Por el mercado Otro _____
6. Necesita capacitación o refuerzo contable?
 Sí No _____ Cual? Estados financieros.

IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

1. Cuantas personas tiene vinculadas a la empresa?
 Nomina _____ 4
 Por contrato 1
 Por producto elaborado _____
2. qué modalidad de contrato utiliza?
 Verbal _____ Escrito Indefinido _____
3. Utiliza satélites?
 Sí No _____ Cuántos _____
4. los empleados tienen funciones específicas?
Sí Atención cliente, ensambladores, compra, vendedor.
5. Paga prestaciones sociales a sus empleados?
 Sí _____ No Bonificaciones _____ Otro _____
6. Tiene afiliado a seguridad Social a sus empleados
 Sí No _____
7. Necesita capacitación o refuerzo administrativo?
 Sí No _____ Cual Asesoría Prestaciones Sociales y contabilidad.

V. ASPECTOS DE MERCADEO

- 1.Cuál es el promedio de ventas mensuales? \$ 14 000,000.
 Cual es el % de venta? Contado 45% Crédito 55%
2. Cuántas referencias de productos maneja 40.
3. Ha realizado análisis de cuales son las referencias que mas rota en la empresa
 Sí No _____
4. Considera que el precio de venta de sus productos es el adecuado, a la luz de la competencia? Sí No _____

5. Qué persona está a cargo de las ventas de la empresa? 2 personas
- 6.Cuál es la política de plazos de venta?
 Contado 30 días 60 días _____ 90 días _____
 Más de 90 días _____
7. Cuales son sus principales clientes:
 A. Industrias AVM.
 B. Distrajes.
 C. GEMS.
8. Cual es la política de plazos de compra?
 Contado 30 días _____ 60 días _____ 90 días _____
 Mas de 90 días _____
9. Cuales son sus principales proveedores
 A. Comertex.
 B. Mercantil del Norte.
 C. Ruloencaje.
10. cuales son sus principales competidores
 A. Dotaherlago.
 B. Dotaciones Industriales.
 C. _____
11. cual es su ventaja competitiva
Calidad del producto, atención cliente, Entrega a tiempo, precios de penetración.
12. Necesita capacitación o refuerzo en mercadeo
 Si No _____ Cual Expansión, manejo al cliente, Imagen corporativa.

VI. ASPECTOS DE PRODUCCION

1. Presenta problema en distribución de planta
 Si _____ No Cual _____
2. Los empleados cuentan con los implementos mínimos de seguridad industrial?
 Si No _____
3. Cual es el % de la utilización de la capacidad instalada 90. %
4. Se realiza control de calidad en cada uno de los procesos
 Si No _____
5. Necesita capacitación o refuerzo en producción
 Si _____ No

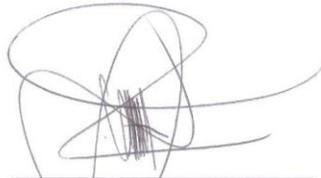
VII. SUGERENCIAS PARA UNA MEJOR PRESTACION DEL SERVICIO DE CREDITO A LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA

VIII. TIPO DE VISITA

Visita de seguimiento No. 1.

IX. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES DEL

ASESOR fortalecer la imagen corporativa para generar recordación en el cliente y los ubiquen fácilmente en el sector.



Firma del empresario



Firma del Asesor

Ciudad Bucaramanga

Fecha 29 octubre/2010.

BALANCE GENERAL				
	VISITA 1	VISITA 2	VISITA 3	VISITA 4
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
Caja	4'000.000.			
Bancos	2'000.000.			
Cuentas por Cobrar	4'000.000.			
Inventario de Materia Prima	2'500.000.			
Inv. Productos en proceso	5'000.000.			
Inv. Productos terminados	6'500.000.			
Otros	-			
ACTIVOS FIJOS				
Maquinaria y Equipo	18'000.000.			
Vehículos	0.			
Muebles y Enseres	1'000.000.			
Construcciones	-			
Terrenos	-			
TOTAL ACTIVOS	43'000.000.			
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Sobregiros				
Obligaciones Bancarias	800.000.			
Cuentas por pagar Proveedores	2'000.000.			
Anticipos	1'000.000.			
Prestaciones y Cesantías	-			
Impuestos por Pagar	400.000.			
PASIVO A LARGO PLAZO				
Oblig. Bancarias a L.P.	-			
Cuentas por Pagar a L.P.	-			
TOTAL PASIVO	4'200.000.			
PATRIMONIO				
Utilidad Neta %	38'800.000			



0.5 FORMATO DE SEGUIMIENTO EMPRENDIMIENTO

FECHA:

NOMBRE DEL MICROEMPRESARIO: John Anderson Roa.
ACTIVIDAD ECONOMICA: Confeccion Detachones Industriales.
PERIODO EVALUADO:
DIRECCION COMERCIAL: Calle 34 #24-72.

ESTADO ACTUAL DE LA CARTERA:

REFLEJOS DE LA INVERSION	P. ANTERIOR	P. ACTUAL	VARIACION
EMPLEOS SOSTENIDOS		4.	
VENTAS		14'000.000.	

PERFIL DE LA EMPRESA

AREA ADMINISTRATIVA Y DE PERSONAL:

Cuenta con 4 empleados con funciones especificas, aunque debe contemplar prestaciones sociales.

AREA FINANCIERA Y DE COSTOS:

Algunos clientes extienden a 50 dias el credito y el compra a proveedores de contado, debe equilibrar ambas cuentas.

AREA DE MERCAOS

Debe manejar un letreiro para que los clientes potenciales lo identifiquen facilmente en el sector.

AREA DE PRODUCCION

Capacidad utilizada (90%), capital de trabajo insuficiente para expandir mercado, o realizar contrato por pedido igual o superior a 200 uds.

INVENTARIOS:

Tiene inventarios por valor de 13'500.000.

INFORME VISITA JOHN ANDERSON ROA

El día 29 de octubre del 2010 se realizó la visita de seguimiento al emprendedor John Anderson Roa, negocio de dotaciones industriales llamado "Mark Jean", obteniendo los siguientes resultados:

DIAGNOSTICO:

- **Área administrativa y de personal:** cuenta con 4 empleados en nomina, cuya modalidad de contrato es escrita, se tienen documentos que soportan la actividad contable como facturero, recibos de caja, y el personal conoce y está comprometido con la visión de la empresa.
- **Área financiera y de costos:** Se cuenta con un contador dentro de la nomina de "Mark Jean", cuyas funciones específicas son el gestionar y realizar el estado de resultados de la empresa, sin embargo algunos clientes se extienden hasta 50 días en el crédito, y la empresa cancela de contado a proveedores de materia prima.
- **Área de mercados:** el promedio de ventas mensuales es de \$ 14.000.000, se cancela a crédito el 55 % de dichas ventas, y el 45 % restante es de contado, se manejan 40 referencias de producto, manejando un precio de venta de paridad, y ajustado con la competencia, se está realizando una expansión de mercado a grandes industrias en Santander.
- **Área de producción:** Se tiene inventario valorado en \$ 13.500.000, se está utilizando el 90 % de la capacidad instalada en la planta de producción, los empleados cuentan con los implementos mínimos de seguridad industrial.

RECOMENDACIONES:

- **Área financiera y de costos:** debido a que algunos clientes se extienden a más de 50 días, y la empresa cancela de contado con los proveedores, el capital de trabajo se ve afectado por ende debe realizar estrategias para equilibrar ambas cuentas para y estabilizar su flujo de caja dentro de la empresa.
- **Área de mercados:** no se cuenta con una imagen externa en el local que permita o genere recordación en el mercado y lo puedan ubicar fácilmente, por ende se recomienda trabajar en la imagen corporativa de la empresa, y dar a conocer el portafolio de servicios a los clientes potenciales del sector mediante los distintos métodos publicitarios.
- **Área de producción:** La capacidad utilizada es del 90 %, y se está implementando una estrategia de penetración de mercado para la cual no pueden acceder con el capital de trabajo existente, se recomienda buscar una financiación de una entidad crediticia que fortalezca la capacidad de producción y poder acceder finalmente a grandes contratos de dotación industrial, o postergar dichos contratos y fortalecer el área contable de la empresa.

La siguiente visita se realizó al emprendedor Jorge Gualdron, quien no estuvo presente el día pactado, por ende se realizó el diagnóstico con el señor Rodrigo Mendoza quien es el encargado de la administración y gestión de la sala internet, a continuación se muestra el formato de visitas, utilizado, y el informe con el diagnóstico correspondiente:

Figura 86. Visita de seguimiento Jorge Martínez Gualdrón



**0.4 FORMATO DE VISITAS DE SEGUIMIENTO
Y ACOMPAÑAMIENTO**

I. INFORMACION DEL BENEFICIARIO

1. Nombre del empresario: Rodrigo Mendoza

2. Actividad: Sala Internet

3. Identificación C.C. No. 97.430.223

4. Dirección: Cra 70cc # 20-043

5. Programa: Línea emprendimiento

6. Valor cuota: 235.417 Plazo: 36 Desembolso: 6.300.000

II. ESTADO ACTUAL CARTERA

Al día _____

Mora 30 días _____

Mora 60 días _____

Mora 90 días _____

III. ASPECTOS CONTABLES

1. Actualmente lleva contabilidad?
SI _____ NO Porque _____

2. ¿Se cuenta con documentos que soporten contablemente la actividad?

Facturero NO

Recibos de caja NO

Anotación de ventas NO

Anotación de gastos NO

3. Aspecto Legal y Tributario

Industria y comercio: Si _____ No

Matricula _____

Inscrito en Cámara de Cio.: Si No _____ En trámite _____

Régimen: Simplificado Común _____

4. Los ingresos percibidos en su empresa, a que se destinan principalmente en %

Reinversión en el negocio	<u>X 70%</u>
Pago de la mano de obra	<u>X 90%</u>
Arrendamiento	<u>-</u>
Servicios	<u>-</u>
Gastos Administrativos	<u>-</u>
Gastos Familiares	<u>-</u>

5. Cómo determina el precio de sus productos?
 Por costos _____ Por el mercado Otro _____
6. Necesita capacitación o refuerzo contable?
 Sí No _____ Cual? Estados financieros

IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

1. Cuantas personas tiene vinculadas a la empresa?
 - Nomina 2
 Por contrato _____
 Por producto elaborado _____
2. qué modalidad de contrato utiliza?
 Verbal Escrito _____ Indefinido _____
3. Utiliza satélites?
 Sí _____ No Cuántos _____
4. los empleados tienen funciones específicas?
si tienen
5. Paga prestaciones sociales a sus empleados?
 Sí _____ No Bonificaciones _____ Otro _____
6. Tiene afiliado a seguridad Social a sus empleados
 Sí _____ No
7. Necesita capacitación o refuerzo administrativo?
 Sí No _____ Cual Incentivo personal

V. ASPECTOS DE MERCADEO

- 1.Cuál es el promedio de ventas mensuales? \$ 1'800.000.
 Cual es el % de venta? Contado Crédito _____
2. Cuántas referencias de productos maneja 4
3. Ha realizado análisis de cuales son las referencias que mas rota en la empresa
 Sí No _____
4. Considera que el precio de venta de sus productos es el adecuado, a la luz de la competencia? Sí No _____

5. Qué persona está a cargo de las ventas de la empresa? Roberto

6. Cuál es la política de plazos de venta?
Contado 30 días _____ 60 días _____ 90 días _____
Más de 90 días _____

7. Cuales son sus principales clientes:
A. Alba Luz Nova
B. Luis Estrella
C. _____

8. Cual es la política de plazos de compra?
Contado 30 días _____ 60 días _____ 90 días _____
Mas de 90 días _____

9. Cuales son sus principales proveedores
A. El Puma
B. La Galpina
C. _____

10. cuales son sus principales competidores
A. Sela internet, Jairo Ayala
B. _____
C. _____

11. cual es su ventaja competitiva
Atención y variedad

12. Necesita capacitación o refuerzo en mercadeo
Si No _____ Cual Imagen corporativa

VI. ASPECTOS DE PRODUCCION

1. Presenta problema en distribución de planta
Si No _____ Cual espacio

2. Los empleados cuentan con los implementos mínimos de seguridad industrial?
Si _____ No _____

3. Cual es el % de la utilización de la capacidad instalada 100 %

4. Se realiza control de calidad en cada uno de los procesos
Si _____ No _____

5. Necesita capacitación o refuerzo en producción
Si _____ No _____

VII. SUGERENCIAS PARA UNA MEJOR PRESTACION DEL SERVICIO DE CREDITO A LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA

VIII. TIPO DE VISITA

Visita de seguimiento No. 1

IX. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES DEL ASESOR

Llevar registro de ingresos, reforzar la imagen corporativa, reacomodar la maquinaria y equipo para maximizar el espacio.


Firma del empresario


Firma del Asesor

Ciudad Bucaramanga

Fecha 29 oct/2010

BALANCE GENERAL				
	VISITA 1	VISITA 2	VISITA 3	VISITA 4
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
Caja	14,000			
Bancos	0			
Cuentas por Cobrar	0			
Inventario de Materia Prima	50,000			
Inv. Productos en proceso	0			
Inv. Productos terminados	0			
Otros				
ACTIVOS FIJOS				
Maquinaria y Equipo	9,000,000			
Vehiculos	0			
Muebles y Enseres	600,000			
Construcciones	8,000,000			
Terrenos				
TOTAL ACTIVOS	12,664,000			
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Sobregiros	0			
Obligaciones Bancarias				
Cuentas por pagar Proveedores	0			
Anticipos	0			
Prestaciones y Cesantias	0			
Impuestos por Pagar				
PASIVO A LARGO PLAZO				
Oblig. Bancarias a L.P.	0			
Cuentas por Pagar a L.P.	0			
TOTAL PASIVO	0			
PATRIMONIO				
Utilidad Neta %	12,664,000			



0.5 FORMATO DE SEGUIMIENTO EMPRENDIMIENTO

FECHA: 29 oct/2010.

NOMBRE DEL MICROEMPRESARIO:
ACTIVIDAD ECONOMICA: Sala internet.
PERIODO EVALUADO:
DIRECCION COMERCIAL: C/la 70cc #29 04.

ESTADO ACTUAL DE LA CARTERA:

REFLEJOS DE LA INVERSION	P. ANTERIOR	P. ACTUAL	VARIACIÓN
EMPLEOS SOSTENIDOS		2	
VENTAS		1'800.000	

PERFIL DE LA EMPRESA

AREA ADMINISTRATIVA Y DE PERSONAL:

Se cuenta con 2 empleados, solo atiende una persona la sala internet, X-box, minutos, fotocopias, scanner.

AREA FINANCIERA Y DE COSTOS:

Se deben llevar registro de los ingresos y egresos ya que no se tienen en cuenta.

AREA DE MERCAOS

Se debe reforzar la imagen corporativa y publicidad en el sector.

AREA DE PRODUCCION

INVENTARIOS:

Se cuenta con inventario de salosinas por el valor de 50.000.

INFORME VISITA JORGE MARTINEZ GUALDRON

El día 29 de octubre del 2010 se realizo la visita de seguimiento al emprendedor Jorge Martínez Gualdron, cuyo negocio es una sala de internet, obteniendo los siguientes resultados:

DIAGNOSTICO:

- **Área administrativa y de personal:** cuenta con 2 empleados en nomina, pero solo uno es el encargado de la gestión y administración general del negocio, la modalidad de contrato es verbal, no se tienen documentos que soportan la actividad contable.
- **Área financiera y de costos:** Dentro del negocio no se encuentra una persona capacitada para realizar la actividad contable, no se tienen registros de las diferentes operaciones financieras que se realizan diariamente, la política de plazos de compra es de contado.
- **Área de mercados:** el promedio de ventas mensuales es de \$ 1.800.000, se cancela el 100 % de contado, se manejan 4 referencias de producto, manejando un precio de venta de paridad, y ajustado con la competencia.
- **Área de producción:** Se tiene inventario valorado en \$ 50.000 se está utilizando el 100 % de la capacidad instalada del local.

RECOMENDACIONES:

- **Área financiera y de costos:** No se lleva registro de las actividades financieras realizadas diariamente, por ende no tiene consciencia de los ingresos, y egresos generados, se recomienda capacitarse y concientizarse de la importancia de la contabilidad en cualquier tipo de negocio.
- **Área de mercados:** se cuenta con una imagen externa en el local que permita ubicar fácilmente el establecimiento en el sector, debido a que se está utilizando el 100 % del espacio instalado dentro del local, no se puede abarcar un mayor porcentaje de mercado.
- **Área de producción:** se debe analizar la cantidad de personas que no están satisfechas o el mercado potencial que se puede abarcar, si se llega a expandir el local, para captar así un mayor porcentaje del mercado en el sector.

Teniendo en cuenta el diagnostico recibido por los 2 emprendedores visitados, y del resto del grupo de clientes activos, se realizo en las instalaciones del SENA, una capacitación relativa a la administración de empresas y contabilidad, para poder incrementar el conocimiento y la buena gestión de los clientes activos con su unidad productiva.

8.8 CHARLA ANTE EL INPEC, Y CETA

Durante los dos últimos meses de práctica empresarial, se dictaron dos charlas en las cuales se mostraba el portafolio de FUNDESAN, haciendo énfasis en la línea de emprendimiento.

La primera charla fue en el club lomas del viendo Viento Comfenalco Santander, en el salón principal se llevo a cabo una presentación ante el instituto nacional penitenciario y carcelario “INPEC” con el motivo de darles a conocer a un grupo de 26 funcionarios cercanos a obtener la pensión laboral, los servicios ofrecidos por la Fundación Para el Desarrollo de Santander “FUNDESAN”, con interés especial en la línea de emprendimiento, analizando los siguientes tópicos:

1. ¿Qué es un emprendedor y cuál es su perfil?
2. Ventajas y causas de un emprendedor.
3. Etapas del proceso crediticio en FUNDESAN.
4. Importancia del plan de negocios y sus partes.
5. Generalidades del crédito.

Algunos funcionarios del INPEC tienen la ilusión de formar su propia unidad productiva, por ende se les brindo la información pertinente para que puedan desarrollar la idea y llevarla a la realidad empresarial.

A continuación se muestran algunas imágenes tomadas el día del evento:

Figura 87. Charla “INPEC”



Figura 88. Charla “INPEC”



Figura 89. Charla “INPEC”



La segunda charla se realizo en las instalaciones de la congregación mariana, invitados por la cooperativa empresarial de trabajo asociado “CETA” entidad operador del proyecto “atención integral para el apoyo a la reintegración económica y social de población desmovilizada” donde se informo a los 14 asistentes a cerca de los servicios ofrecidos por FUNDESAN y los requisitos y ventajas asociadas con la obtención de un crédito.

8.9 CAPACITACIÓN EN BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (B.P.M)

Según datos de la sección estadística expuesta en el presente informe, dentro de los datos históricos, el 37 % de personas tienen ideas de negocio relacionadas con la comercialización de alimentos, y el 27 % de los clientes activos tienen empresas relacionadas con el comercio de alimentos, por ende se organizo una capacitación a cerca de Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M), (llevado a cabo del 16 al 22 de noviembre del 2010 en las instalaciones de FUNDESAN), para que

dichos emprendedores, cumplirán con lo relativo a la reglamentación nacional y pudieran obtener el carné que los acredita para manipular alimentos, y el certificado del curso de B.P.M, (dichos requisitos legales se exponen claramente en el instructivo legal, numeral 7.9.1). A continuación se exponen imágenes a cerca de la capacitación realizada en el mes de noviembre:

Figura 90. Capacitación B.P.M



Figura 91. Examen físico, capacitación B.P.M.



El examen físico, fue necesario implementarlo para realizar el diagnóstico en cuanto a enfermedades que puedan imposibilitar a un emprendedor para realizar una actividad mercantil relacionada con la manipulación de alimentos, o poder finalmente obtener el carnet de acreditación para manipular alimentos, como un requisito legal de salubridad. (Ver instructivo legal numeral 8.3).

9. IMPLEMENTACION DE PROPUESTAS

Dentro de los 4 meses de la práctica empresarial en la Fundación Para el Desarrollo de Santander, se realizaron e implementaron, todas las mejoras propuestas ya que el cargo como aseso permite conocer de primera mano las necesidades del emprendedor que pueden incentivar su participación dentro del proceso crediticio, las mejoras propuestas e implementadas fueron las siguientes:

9.1 FORMULA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA HALLAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Anteriormente no se utilizaba formula para hallar el tamaño de la muestra, por ende se propuso e implemento una fórmula para estimar el tamaño de muestra de una población en particular (ver numeral 7.8).

9.2 INSTRUCTIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Al atender a emprendedores al inicio de la práctica, existía un instructivo del plan de negocios (Ver ANEXO Z), pero no era coherente con el formato del plan de negocios utilizado, lo que generaba gran confusión a los clientes potenciales para diligenciarlo, por ende se decidió crear un instructivo (ver ANEXO C) basado exactamente en el mismo formato que se estaba utilizando del plan, para que lo pudiesen diligenciar paso por paso; dicha iniciativa redujo las quejas por parte de los clientes manifestando gratitud por el formato implementado, generando mayor interés en solicitar créditos empresariales.

9.3 SECCIÓN ESTADÍSTICA

La importancia de la estadística radica en analizar las mayorías encontradas para implementar mejoras sobre dicha población; la línea de emprendimiento no contaba con una sección estadística, mediante la cual se analizaran variables relacionadas con los clientes atendidos, y los clientes activos; por ende se ve la necesidad de crear una sección estadística (ver numeral 8.4) en la cual, se analice el informe histórico de personas atendidas, las personas atendidas durante los 4 meses de mi práctica, y los clientes cuyo crédito está activo, esta información sirve de base para detectar falencias y estrategias que permitan incrementar la calidad y asesoría en las mayorías encontradas, a continuación se muestran los resultados implementados de dicho análisis de la estadística: (el análisis estadístico con las mejoras implementadas se pueden ver en el numeral 8.4.4)

9.3.1 Curso B.P.M. Se organizó Curso de Buenas Prácticas de Manufactura para las personas cuya actividad mercantil está relacionada con los alimentos, además se contrató con un laboratorio clínico para dar el carnet que acredita al emprendedor para manipular alimentos, el curso fue ofrecido por dado por la secretaria de salud, municipal (ver numeral 8.9).

9.3.2 El instructivo legal. Dentro de las personas atendidas se pudo percibir la falta de conocimiento acerca de los trámites legales vinculados con abrir un establecimiento al público u ofrecer una actividad mercantil como tal, por ende se diseñó un instructivo legal, en el cual se especifican los requisitos legales y las entidades reguladoras de dichas obligaciones así propender que las unidades productivas cuenten con toda la reglamentación al día, al facilitarle la información respectiva. (Ver numeral 8.3).

9.3.3 Creación del plan de negocios enfocado al sector de comercio, y su instructivo. Como resultado de la sección estadística se encontró dentro de las mayorías en sectores económicos, al sector de comercio, por ende se implementó un plan de negocios enfocado netamente a dicho sector, las personas manifestaban confusión en la sección de evaluación financiera la cual fue

modificada, el resto del plan e instructivo es el mismo del plan de industria y servicios. (Ver numeral 8.5).

9.4 ESTANDARIZACIÓN DEL PROCESO CREDITICIO DE LA LÍNEA DE EMPRENDIMIENTO

Al observar durante la primera semana, como atendían a los clientes dentro de la línea de emprendimiento, se pueden observar discrepancias que nublan la coherencia del servicio ofrecido, ya que el proceso era manejado de diferentes formas con cada emprendedor, lo que dificultaba la continuidad del proceso crediticio con los asesores, por ende se diseñaron en conjunto con los asesores de emprendimiento, las etapas que debe superar cada emprendedor para poder acceder al crédito por la línea de emprendimiento, para que todos pudiesen canalizar la información sin generar confusión con los clientes atendidos. (El proceso crediticio diseñado se puede observar en el numeral 8,2).

9.5 ORGANIZACIÓN Y CREACIÓN DE LOS FORMATOS NECESARIOS PARA EL PROCESO CREDITICIO

En conjunto al proceso crediticio diligenciado se recopilaron los formatos creados (instructivo plan de negocios existente, instructivo legal, formato mensual, plan de negocios enfocado al sector de comercio e instructivo del mismo, seguimiento resumen o check list) y los existentes para poder estandarizar los formatos que se empezarían a utilizar en común acuerdo para brindar una mejor asesoría para el emprendedor. (Los formatos creados y recopilados se pueden observar en el numeral 8,2).

9.6 REALIZACIÓN DEL FORMATO DE LISTA DE CHEQUEO, TENIENDO EN CUENTA LOS FORMATOS DE SEGUIMIENTO

Para poder realizar la estandarización del proceso crediticio, fue necesario diseñar un seguimiento resumen o lista de chequeo, la cual tiene la función de recopilar información de los formatos de seguimiento uno y dos realizado por practicantes del IMEBU a los créditos activos en FUNDESAN, ya que anteriormente la información no podía ser utilizada en beneficio del micro-empresario, puesto que no era tabulada ni analizada a cabalidad. (Ver numeral 7.4).

9.7 INFORME MENSUAL DE RECEPCIÓN

En la línea de emprendimiento se tenía un informe histórico con la información de todas las personas atendidas desde que está funcionando el departamento, aunque dicha información no era tabulada ni analizada parcialmente, es decir al presentar ante el comité las personas atendidas en el mes, no se conocía con exactitud los emprendedores recibidos, por ende se realizó una modificación pequeña pero sustancial, al crear un formato independiente llamado “Formato mensual de recepción” en el cual se guarda información de cada mes, de las personas que asistieron. (Ver numeral 7,3).

9.8 REALIZACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES EN CONJUNTO CON LA COORDINACIÓN DE CALIDAD

Al llegar a FUNDESAN y realizar el empalme, se solicitó el manual de funciones, para observar las actividades que se debían desarrollar durante los cuatro meses de práctica, pero el departamento de emprendimiento no tenía redactado dichas funciones, lo que no imposibilitaba continuar el ciclo y canalizar información al ingresar un empleado nuevo, por ende se diseñó el manual de procedimiento y funciones como aporte a la estandarización del proceso y mejora continua del mismo. (Ver numeral 8.6).

La evaluación de los aportes explicados anteriormente se puede evidenciar, midiendo la variación mensual de las personas atendidas en FUNDESAN, ya que en el último mes, la implementación de las propuestas generó un aumento del 101 % respecto a las personas atendidas en el mes anterior. (Ver numeral 8.4.4).

CONCLUSIONES

Dentro de los 4 meses de la práctica empresarial, se atendieron a 272 personas, interesadas en formar una unidad productiva y en asesoría para realizarlo, de las cuales:

- El 88 % (241) , desistieron del proceso crediticio por razones ligadas a las garantías, o por no poder ubicar la empresa dentro del área de cobertura de Bucaramanga, o no cumplir con el perfil subjetivo de un emprendedor.
- En conjunto con 26 emprendedores se completaron y retroalimentaron los planes de negocio a cabalidad, y 7 planes (2,5 %) aun continúan siendo analizados dentro del proceso crediticio.
- 272 fichas fueron diligenciadas conociendo factores personales, sicosociales, crediticios y empresariales de cada emprendedor.
- Se realizaron 4 investigaciones de mercado a diferentes unidades productivas cuyo resultado fue enriquecedor para prestar un servicio idóneo de acuerdo a los resultados obtenidos.
- 15 emprendedores los cuales pudieron sobrepasar las etapas previas a la etapa de garantías, se estancaron dentro del proceso crediticio en la etapa relativa a conseguir el respaldo de la deuda.

6 emprendedores, lograron superar todas las etapas del proceso crediticio, logrando acceder al crédito empresarial, es decir se logro culminar el proceso de asesoría y cumplimiento de requisitos crediticios (establecer la viabilidad) de los siguientes 6 proyectos empresariales:

- ✓ John Roa, Dotaciones Industriales “Mark – Jean”.
- ✓ Claudia Margarita Ortega, Taller de confección de prendas para vestir.
- ✓ Elkin Velazco “Multikasa Center”.
- ✓ Gonzalo Rodriguez “Maní – Ají”.
- ✓ Cesar Corredor “Desayunos Especiales”.

- ✓ Miguel Mendez, ferretería cacharrería “San Miguel”.

Finalmente dentro del proceso de asesoría se logro establecer la viabilidad de los casos analizados de emprendimiento, conociendo los factores ligados al contexto de las ideas de emprendimiento, realizando visitas al lugar de operación y dando asesoría en el plan de negocios al igual que en las investigaciones de mercados realizados.

Mediante la retroalimentación de los indicadores financieros, la asesoría en plan de negocios, en investigación de mercados y gracias a los instructivos realizados, se capacito a 272 personas aumentando el conocimiento en ellas acerca de cómo realizar el montaje de una empresa, al igual se les capacito en los requisitos legales que deben cumplir al iniciar una unidad productiva.

Como consecuencia de las estrategias implementadas como fueron los instructivos, la sección estadística, el curso de BPM, y las mencionadas anteriormente, se logro una variación positiva de 21% y 102 % respectivamente, en los dos últimos meses de práctica de las personas atendidas e interesadas en realizar un montaje de unidad productiva, por ende se percibe la sensibilidad del mercado objetivo y potencial de FUNDESAN al realizar actividades o estrategias para facilitar y mejorar en cierta medida el acceso al aprendizaje y a la financiación, ya que el número de personas atendidas una vez implementadas las mejoras creció exponencialmente de 49 en el primer mes, a 117 atendidas en el cuarto y último mes.

RECOMENDACIONES

Teniendo como eje de acción la mejora continua y calidad en el servicio ofrecido, se plantean las siguientes recomendaciones a tener en cuenta según la experiencia obtenida dentro de la Fundación Para el Desarrollo de Santander como asesor en proyectos de emprendimiento:

1. Se debe continuar actualizando la sección estadística, de cada cliente que es atendido, de los clientes activos, y de la recepción histórica, para diseñar continuamente políticas encaminadas hacia las mayorías encontradas.
2. Utilizar el manual de funciones realizado para guiar a la persona entrante dentro de las funciones que debe realizar, al igual que el proceso crediticio estandarizado para que se continúe al proceso realizado hasta el día de finalización de la práctica.

En conjunto a las recomendaciones operativas del departamento de emprendimiento expresadas anteriormente, a continuación se plantean algunas opciones asociadas al macro entorno de FUNDESAN, para dar un mejor servicio crediticio:

3. Expandir al área metropolitana el servicio de crédito empresarial para proyectos de emprendimiento, buscando convenios con las alcaldías de los municipios aledaños, ya que un número importante de personas desisten de su idea de negocio al estar imposibilitados a realizar el montaje de la empresa dentro de Bucaramanga.
4. Incluir como una línea de servicio de emprendimiento, el crédito y asesoría para personas que deseen comprar empresas ya constituidas; al comprar una empresa en funcionamiento se reduce el riesgo de fracaso de la misma, siempre y cuando se analicen los factores claves de éxito de dicha empresa enfocados a las capacidades del emprendedor.

5. Realizar una caracterización de los procesos de emprendimiento dentro del convenio con el IMEBU, para poder canalizar la información y evitar confusión en los clientes; se observó en algunos casos la falta de comunicación entre las partes, al no tener claro las características que debe tener la futura empresa de un cliente para acceder a un crédito con FUNDESAN – IMEBU, lo cual genera desconfianza y poca credibilidad del servicio prestado al futuro beneficiario.

6. Implementar una línea de crédito que preste servicio a personas de comida rápida (micro-crédito) dentro de la cual se preste asesoría personalizada a dicha actividad comercial.

7. Realizar acciones encaminadas hacia la auto-sostenibilidad de la fundación para no depender de la voluntad política de los convenios realizados, es decir se debe fortalecer una personalidad organizacional, la cual sea inmutable y no permita confusión al cliente por los servicios ofrecidos variantes, ya que en ocasiones FUNDESAN se adapta a las características del convenio, y debería ser de manera contraria.

BIBLIOGRAFÍA

- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Boletín de mercado laboral julio 2010. Disponible en la web: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres__web_ech_jul_corta10.pdf. Recuperado: 27 agosto del 2010.

- FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER. Institucional. Disponible en web: <http://www.fundesan.org>. Recuperado: 28 agosto del 2010.

- CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Empresas constituidas en el 2010 en Santander. Disponible en la web: <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2010/constituidas1sem2010.pdf>. Recuperado: 26 Agosto del 2010.

- RED NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO. Disponible en internet: http://www.corporacioncec.org.co/index.php?option=com_content&view=category&id=27&layout=blog&Itemid=47. Recuperado: 3 Septiembre del 2010.

- CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1014 del 26 de enero del 2006. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.

- MEDELLIN DIGITAL. Cultura E, hacer empresa que buen negocio. Disponible en la web:

<http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/CulturaE/default.aspx>.

Recuperado: 3 septiembre del 2010.

- CENTRO DE EMPRENDIMIENTO BOGOTA EMPRENDE. Alcaldía mayor de Bogotá –Cámara de comercio de Bogotá. Disponible en la web: <http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx?catID=1>. Recuperado: 29 de Agosto del 2010.
- UNIVERSIA COLOMBIA S.A. Nueva red de emprendedores en Santander. Disponible en la web: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/experiencias-de-emprendimiento/nueva-red-de-emprendedores-en-santander.html>. Recuperado: 29 de Agosto del 2010.
- RED DE EMPRENDEDORES. Alcaldía de Medellín. Disponible en la web: <http://redemprendedoresmed.wordpress.com/%c2%bfquienes-somos/>. Recuperado: 19 de agosto del 2010.
- VANGUARDIA LIBERAL. Bajo la tasa de desempleo en Bucaramanga. Disponible en la web: <http://www.vanguardia.com/historico/63651-en-abril-bajo-la-tasa-de-desempleo-en-bucaramanga>. Recuperado: 26 Agosto del 2010.
- SCHUMPETER, Alois Joseph. Capitalismo, socialismo y democracia. Folio, España 1942. 372 p. ISBN 84-7583-012-9.
- INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA AGROPECUARIA. Gestión del emprendimiento e innovación. Disponible en internet:

http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. Recuperado: 26 agosto del 2010.

- FIDA EN AMERICA LATINA. “ la evolución del concepto de la innovación y su relación con el desarrollo ” Disponible en internet:
http://www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_1142.pdf. Recuperado: 27 septiembre del 2010.

ANEXOS

ANEXO A Formato uno de seguimiento.
**FORMATO DE VISITAS DE SEGUIMIENTO
Y ACOMPAÑAMIENTO**

I INFORMACION DEL BENEFICIARIO

1. Nombre del empresario: _____
2. Actividad: _____
3. Identificación C.C. No. _____
4. Dirección: _____
5. Programa: _____
6. Valor cuota: _____ Plazo: _____ Desembolso: _____

II ESTADO ACTUAL CARTERA

Al día _____

Mora 30 días _____

Mora 60 días _____

Mora 90 días _____

III ASPECTOS CONTABLES

2. ¿Actualmente lleva contabilidad?

SI _____ NO _____ Porque _____

3. ¿Se cuenta con documentos que soporten contablemente la actividad?

Facturero _____

Recibos de caja _____

Anotación de ventas _____

Anotación de gastos _____

4. Aspecto Legal y Tributario

Industria y comercio: Si _____ No _____

Matrícula _____

Inscrito en Cámara de Cio.: Si _____ No _____ En trámite _____

Régimen: Simplificado _____ Común _____

5. Los ingresos percibidos en su empresa, a que se destinan principalmente en %

Reinversión en el negocio _____

Pago de la mano de obra _____

Arrendamiento _____

Servicios _____

Gastos Administrativos _____

Gastos Familiares _____

6. ¿Cómo determina el precio de sus productos?

Por costos _____ Por el mercado _____ Otro _____

7. ¿Necesita capacitación o refuerzo contable?

Sí _____ No _____ ¿Cual? _____

IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

8. ¿Cuántas personas tiene vinculadas a la empresa?

Nomina _____

Por contrato _____

Por producto elaborado _____

9. ¿Qué modalidad de contrato utiliza?

Verbal _____ Escrito _____ Indefinido _____

10. ¿Utiliza satélites?

Sí _____ No _____ Cuántos _____

11. ¿Los empleados tienen funciones específicas?

12. ¿Paga prestaciones sociales a sus empleados?

Si _____ No _____ Bonificaciones _____
Otro _____

13. ¿Tiene afiliado a seguridad Social a sus empleados?

Si _____ No _____

14. ¿Necesita capacitación o refuerzo administrativo?

Si _____ No _____ Cual _____

V. ASPECTOS DE MERCADEO

15. ¿Cuál es el promedio de ventas mensuales? \$ _____
¿Cuál es el % de venta? Contado _____ Crédito _____

16. ¿Cuántas referencias de productos maneja? _____

17. ¿Ha realizado análisis de cuáles son las referencias que mas rota en la empresa?
Sí _____ No _____

18. ¿Considera que el precio de venta de sus productos es el adecuado, a la luz de la competencia? Si _____ No _____

19. ¿Qué persona está a cargo de las ventas de la empresa? _____

20. ¿Cuál es la política de plazos de venta?

Contado _____

30 días _____

60 días _____

90 días _____

Más de 90 días _____

21. ¿Cuáles son sus principales clientes?:

A. _____

B. _____

C. _____

22. ¿Cuál es la política de plazos de compra?

Contado_____

30 días_____

60 días_____

90 días_____

Más de 90 días_____

23. ¿Cuáles son sus principales proveedores?

A. _____

B. _____

C. _____

24. ¿Cuáles son sus principales competidores?

A. _____

B. _____

C. _____

25. ¿cuál es su ventaja competitiva?

26. ¿Necesita capacitación o refuerzo en mercadeo?

Si_____ No_____ Cual_____

VI. ASPECTOS DE PRODUCCION

27. ¿Presenta problema en distribución de planta?

Si _____ No _____ Cual _____

28. ¿Los empleados cuentan con los implementos mínimos de seguridad industrial?

Si _____ No _____

29. ¿Cual es él % de la utilización de la capacidad instalada? _____%

30. Se realiza control de calidad en cada uno de los procesos

Si _____ No _____

31. ¿Necesita capacitación o refuerzo en producción?

Si _____ No _____

VII. SUGERENCIAS PARA UNA MEJOR PRESTACION DEL SERVICIO DE CREDITO A LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA _____

VIII. TIPO DE VISITA

Visita de seguimiento No. _____

IX. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES DEL ASESOR

Firma del empresario

Firma del Asesor

Ciudad _____

Fecha _____

BALANCE GENERAL				
	VISITA 1	VISITA 2	VISITA 3	VISITA 4
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
Caja				
Bancos				
Cuentas por Cobrar				
Inventario de Materia Prima				
Inv. Productos en proceso				
Inv. Productos terminados				
Otros				
ACTIVOS FIJOS				
Maquinaria y Equipo				
Vehículos				
Muebles y Enseres				
Construcciones				
Terrenos				
TOTAL ACTIVOS				
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Sobregiros				

Obligaciones Bancarias				
Cuentas por pagar Proveedores				
Anticipos				
Prestaciones y Cesantías				
Impuestos por Pagar				
PASIVO A LARGO PLAZO				
Oblig. Bancarias a L.P.				
Cuentas por Pagar a L.P.				
TOTAL PASIVO				
PATRIMONIO				
Utilidad Neta %				

ANEXO B Formato dos de seguimiento.

FORMATO DE SEGUIMIENTO EMPRENDIMIENTO

FECHA:

NOMBRE DEL MICROEMPRESARIO:
ACTIVIDAD ECONOMICA:
PERIODO EVALUADO:
DIRECCION COMERCIAL:

ESTADO ACTUAL DE LA CARTERA:

REFLEJOS DE LA INVERSION	P. ANTERIOR	P. ACTUAL	VARIACIÓN
EMPLEOS SOSTENIDOS			
VENTAS			

PERFIL DE LA EMPRESA

AREA ADMINISTRATIVA Y DE PERSONAL:
AREA FINANCIERA Y DE COSTOS:
AREA DE MERCAOS
AREA DE PRODUCCION

INVENTARIOS:

ANEXO C Instructivo del plan de negocios

0.6 INSTRUCTIVO PLAN DE NEGOCIOS	
ANALISIS SITUACIONAL NOMBRE EMPRENDEDOR: NOMBRE EMPRESA:	
IDEA DE NEGOCIO	
Defina de forma clara, en que consiste su idea de negocio. (¿Que negocio desea crear?)	
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface	
Exponga las razones que llevaron a realizar este proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y demás factores que usted considere relevantes para la implementación de su proyecto.	
MISION	
Exponga cual es la razón de ser de su proyecto, la actividad a realizar de la empresa, y a las personas que sirve con su funcionamiento.	
VISION	
Exponga lo que quiere llegar a ser con la empresa en un futuro, cuales son las expectativas dentro de unos años.	
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENZAS	
Describa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la siguiente manera: <u>ANALISIS INTERNO DE LA EMPRESA:</u> 1. Fortalezas: describa cuales son los elementos internos que lo diferencian de la competencia, describa habilidades, o las ventajas que usted percibe que pueda aprovechar. 2. Debilidades: describa cuales son los elementos que dificultan el buen funcionamiento de la empresa en terminos de recursos y falta de habilidades que usted o su empresa enfrentan. <u>ANALISIS EXTERNO (DEL SECTOR):</u> 3. Oportunidades: describa las situaciones externas positivas que usted puede percibir en el entorno (ejem: alguna tendencias de mercado que aumentan la clientela; ejem 2: cambios en las normatividad legal o politica del país que incentive la actividad económica de su empresa.). 4. Amenazas: describa las situaciones del entorno negativas a las que se puede enfrentar su empresa. (ejem: análisis de los competidores o competidores con un mayor reconocimiento en el mercado).	
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga	
Con base a lo descrito en el punto anterior, se formulan las estrategias a tener en cuenta para enfrentar exitosamente el mercado: 1. Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades) : se deben describir los planes que se llevaran a cabo para aprovechar al maximo las oportunidades que nos brinda el mercado, mediante las fortalezas de la empresa descritas en el punto anterior. 2. estrategias DA (Debilidades- Amenazas): se deben describir las estrategias que utilizaría la empresa para disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas. (ej: la empresa de verse en mal estado, podra realizar un cambio radical en su estructura, o en su direccionamiento dentro del mercado).	

AREA DE MERCADEO I			
MERCADO POTENCIAL			
Son los clientes en general que estan en las condiciones de adquirir el producto o servicio ofrecido por su empresa.			
MERCADO OBJETIVO			
Son los clientes hacia los que va dirigido especialmente el producto, y que estan en condiciones económicas y locativas adecuadas para adquirir el bien o servicio.			
MERCADO REAL			
Representa los clientes sobre los cuales se tiene plena certeza que van a adquirir el producto, es decir son las personas del mercado objetivo las cuales compran mi producto.			
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado			
<p>Describa características del mercado al cual va a llegar su producto:</p> <p>1. Tamaño: plantee el número de consumidores actuales que estarían dispuestos a adquirir su producto.</p> <p>2. Ubicación: en que zona geográfica están ubicados sus clientes. (ejem: ubicado bucaramanga o en la región de santander o fuera del país).</p> <p>3. Hábitos de compra: especifique cada cuantos días puede comprar su cliente el producto que usted ofrece.</p> <p>4. ¿Cómo se distribuye el producto o servicio actualmente en el mercado?: especifique la forma en que el producto de su competencia se distribuye, o la forma en que llega al cliente (ej: se distribuye puerta a puerta, mediante algún medio de transporte o un intermediario como un supermercado).</p>			
FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva			
Describa las características de su producto o servicio que son únicas dentro de la competencia actual. (ej: calidad, entrega en menor tiempo o bajo precio).			
COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
1.Nombre de una empresa que es competencia.	Describa el producto, el precio, el diseño, la calidad, la distribución y la publicidad del competidor numero uno.	Plantee una ventaja y una desventaja del competidor numero uno.	Especifique la ubicación de la empresa competidora numero uno.
2.Nombre de otra empresa que es competencia. (escriba tantos competidores como le sea posible).	Describa el producto, el precio, el diseño, la calidad, la distribución y la publicidad del competidor numero dos.	Plantee una ventaja y una desventaja del competidor numero dos.	Especifique la ubicación de la empresa competidora numero dos.
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS			
<p>1.Describa los productos sustitos, es decir, los que satisfacen necesidades similares a los que usted ofrece. (ej: un producto sustituto del azúcar es la miel; un producto sustituto de la carne de res es la carne de cerdo).</p> <p>2.Describa los productos complementarios, es decir, aquellos que son necesarios para formar un conjunto. (ej: un producto complementario del café es el azúcar).</p>			
ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación) La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?			
Plantee las estrategias que utilizará para ingresar su producto o servicio al mercado, tenga en cuenta el factor diferencial antes mencionado. (ejemplo: calidad superior, precio menor con respecto a la competencia).			

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO
PRODUCTOS O SERVICIOS
Enumere cuales son los productos o servicios que usted pretende crear en su empresa.
MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO
Como se va a dar a conocer su producto en el mercado.
ETIQUETA DEL PRODUCTO O SERVICIO
Describa el sello caracterización (si lo tiene) de su marca que lo distingue en el mercado.
ENVASE Y EMBALAJE
Describa la forma de presentación de su producto o servicio dentro del mercado.
FICHA TECNICA
Describa cuales son las características principales del producto o servicio a desarrollar como: Capacidad, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características del empaque etc.

AREA MERCADEO III

A continuacion se plantea un ejemplo de productos de negocio de comida rapida

PLAN DE MERCADEO

PLAN DE VENTAS UNIDADES										
PRODUCTO (escriba los nombres de cada producto en las casillas de abajo).	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT
PERRO CALIENTE	Escriba el numero de unidades que podrian venderse en un mes (EN ESTE CASO DE PERROS) 20									
HAMBURGUESA	15									
3										

ESTACIONALIDAD ANUAL

PRODUCTO (escriba los nombres de cada producto en las casillas de abajo).	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT
1	porcentaje de ventas en este mes									
2										
3										

ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS

Describe el comportamiento de las ventas durante un año, es decir si hay un periodo en el que se realizan mayores ventas, o si hay meses en los que no se vende o no rota el producto. (la sumatoria de los porcentajes en la tabla anterior al sumarse horizontalmente debe dar el 100%).

CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES

Canales de distribucion: describa mediante que medio les hace llegar el producto a sus clientes y cual es ese canal de distribucion. (ej: el vender el producto a un supermercado, y a traves de este llega al usuario final).

PRECIO Y POLITICAS DE VENTA

Cual es el precio al cual se comercializaria su producto, teniendo en cuenta el costo de produccion, los gastos y el precio de la competencia.

SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

Especifique el sitio donde se va a realizar el proceso de produccion o de comercializacion de los productos o servicios.

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL											
CONSTITUCION DE LA EMPRESA											
Se tiene un plazo maximo de un año para obtener los siguientes requisitos de funcionamiento: 1. Diligenciar el RUT (registro unico tributario) y NIT (numero identificación tributaria) de manera gratuita. 2. Registro en camara de comercio. 3. Tenga en cuenta lo plasmado en el instructivo legal recibido.											
RECURSO HUMANO Y FUNCIONES											
Número Empleos Directos Generados: Especifique el numero de empleados con los que cuenta.											
Especifique las funciones de los empleados que tienen en este momento.											
ORGANIGRAMA											
Diseñe la estructura jerarquica de su empresa. (ejemplo: gerente-administrador-operario).											
NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS											
Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43											
♣♣ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2										SI	NO
♣♣ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1											
♣♣ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4										SI	NO
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel642 20 88 – Fax 642 23 57										SI	NO
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000										SI	NO
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS											
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago									
RUT											
Industria y Comercio											
SAYCO											
INVIMA											
Escritura Constitución											
Cámara de Comercio:											
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA											
ACTIVIDAD / PERIODO TIEMPO											
Emprendedor: Especifique las actividades que se van a realizar relacionadas con el montaje de la empresa y el desarrollo operacional de la misma.											

AREA PRODUCCION Y TECNICA											
MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?											
1.Especifique el nombre y el costo de la maquinaria que podría necesitar para realizar la produccion de sus productos.											
2.Especifique la maquinaria que tenga usted en este momento.											
MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?											
1.especifique los muebles que requiere para el funcionamiento de su empresa, y el costo de los muebles.											
2.especifique los muebles con los que usted cuenta en este momento para el funcionamiento de la empresa.											
EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?											
1.Especifique los equipos de oficina (papeleria, computador, etc), y el costo de esos equipos de oficina en el mercado.											
2. especifique los equipos de oficina con los que usted cuenta en este momento.											
VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehículo											
defina si requiere algun vehiculo o transporte para el buen funcionamiento de la empresa.											
MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?											
1.Describa los materiales que necesita para realizar la produccion del servicio o producto (ej: para realizar mubeles la materia prima puede ser la madera).											
2.Especifique el costo de la materia prima que va a utilizar en la realizacion del producto.											
PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA											
Describa las actividades que se realizan a las materias primas para que el producto este terminado para la distribucion al cliente.											
COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS											
Especifique cada cuantos dias realiza inventario de materia prima o de los elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa. (ej: en una tienda, se puede realizar pedidos de carne cada semana; o el producto que mas se vende en una tienda es la carne).											
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA (POR MAQUINA, ESPACIO, ETC)											
Especifique el area del local donde se ubicará la unidad productiva, y la capacidad instalada de las maquinas de producción con las que cuenta, con el fin de saber cuanto es la producción maxima que podemos vender y si es suficiente para cumplir con las proyecciones de ventas proyectadas.											

VENTAS						
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios						
A continuacion se plantea un ejemplo del costo de los productos de un negocio de comida rapida.						
COSTOS						
MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	PRODUCTOS					
	PERRO CALIENTE			HAMBURGUESA		
	CANT	COSTO	PRECIO. VENTA	CANT	COSTO	PRECIO.VENTA
PAN	1	500		1	500	
SALCHICHA	1	1000				
SALSAS, QUESOS, PAPAS	1	500		1	500	
CARNE				1	2000	
TOTAL POR PRODUCTO		2000	3500		3000	4500
GASTOS MENSUALES						
GASTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
Arriendo						
Telefono	Emprendedor: Coloque el valor de los gastos fijos y variables en las casillas al lado de los gastos.					
Celular						
Água						
Luz						
Gas						
Papelería						
Aseo						
Cafeteria						
Pagina Web						
Mat. Publicit						
Transporte						
Total						
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS						
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar		Fecha Aproximada de pago			
RUT						
Industria y Comercio						
INVIMA						
Escritura Constitución						
Cámara de Comercio						
6						
NOMINA MENSUAL						
CARGO	Nº	Sueldo Básico		Prestaciones Sociales Sí? No?		
Exponga los cargos de la empresa con los que empezara su unidad productiva,	Especifique el numero de personas que deben ocupar ese cargo planteado en la casilla del lado.	Escriba la cantidad de dinero que se piensa pagar por cada cargo.		Especifique si piensa empezando la unidad productiva brindar a los empleados a lo correspondiente con prestaciones sociales.		

ANEXO D Plan de negocios John Roa “Mark – Jean”.

ANALISIS SITUACIONAL	
NOMBRE EMPRENDEDOR	JHON ANDERSON ROA RUEDA
NOMBRE EMPRESA:	MARK JEAN DOTACIONES
	
IDEA DE NEGOCIO	
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE DOTACIONES PARA EMPRESAS INDUSTRIALES DE LA REGION, MANEJANDO UN NIVEL DE ALTA CALIDAD, CUMPLIMIENTO E INNOVACION EN EL MERCADO	
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface	
BUSCAMOS SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE EN LA RECORDACION DE MARCA, OFRECIENDO GRAN VARIEDAD EN NUESTROS PRODUCTOS, PARA CUBRIR LAS ESPECIFICACIONES REQUERIDAS POR EL MISMO. BRINDANDO SIEMPRE ALTA CALIDAD Y CUMPLIMIENTO AL SERVICIO DEL CLIENTE	
MISION	
PRODUCIR Y COMERCIALIZAR PRODUCTOS CON GRAN CALIDAD, OFRECIENDO UN SERVICIO INTEGRAL A TODAS LAS EMPRESAS REGIONALES Y NACIONALES, GENERANDO GRAN CONSOLIDACION CLIENTE-PROVEEDOR	
VISION	
MARK JEAN DOTACIONES PARA EL 2012, BUSCA SER UNA EMPRESA CONSOLIDADA Y ALCANZAR EL MAYOR NIVEL DE PRODUCTIVIDAD EN LA COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR EN LA REGION	
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENZAS	
<p>DEBILIDADES: CORTA TRAYECTORIA EN EL MERCADO - DISPOSICION INMEDIATA DE PRODUCTO TEREINADO</p> <p>OPORTUNIDADES: FORTALECIMIENTO Y CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS DE LA REGION, POSIBILIDADES DE EXPANCIION A OTROS MERCADOS. CONSUMO PERIODICO DEL PRODUCTO.</p> <p>FORTALEZAS: SE CUENTA CON PERSONAL APTO PARA LOS CARGOS. MANEJO ESTRATEGICO EN LA PRODUCCION (SUBCONTRATACION) Y ESTRATEGIA DE</p>	
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga	
<p>DOFA: CREAREMOS ESTRATEGIAS PREVENTIVAS BASADAS EN LA OFERTA Y LA DEMANDA EN ESTE CASO COMO EL ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO, PARA NO SOLO COMPETIR CON PRECIOS SINO CON TIEMPO DE ENTREGA.</p> <p>FO: SE BUSCA APROVECHAR AL MAXIMO LAS CAPACIDADES CON QUE CUENTA LA EMPRESA TANTO TECNOLOGICO COMO DE RECURSO HUMANO, JUNTO CON LAS SITUACIONES BRINDADAS POR EL ENTORNO .</p> <p>DA: SE EJECUTARAN ESTRATEGIAS CON EL FIN DE MEJORAR LA DISPOSICION DEL PRODUCTO REQUERIDO POR EL CLIENTE Y ASI PREVEER LA COMPETENCIA DESLEAL.</p>	

AREA DE MERCADEO I			
MERCADO POTENCIAL			
EMPRESAS DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y LA REGION			
MERCADO OBJETIVO			
EMPRESAS QUE MANEJAN UN ALTO POTENCIAL DE PERSONAL Y QUE POR SU ACTIVIDAD REQUIERAN QUE LA DOTACION SE CONSUMA PERIODICAMENTE			
MERCADO REAL			
EMPRESAS DE LA REGION QUE DESEEN SATISFACER SUS NECESIDADES DE IMAGEN, RESPALDO E IDENTIFICACION POR MEDIO DE PRENDAS COMODAS QUE FACILITEN LA EJECUCION DE SUS LABORES			
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado			
TAMAÑO: 500 EMPRESAS. UBICACIÓN: SANTANDER HABITOS DE COMPRA: COMPRAS PERIODICAS ENTRE 3 A 4 MESES. VENTAS EN PROMEDIO MENSUAL 2.000 A 4.000 PRENDAS EN PROMEDIO MENSUAL, ENTRE LAS PRENDAS MAS COMERCIALIZADAS O DE MAYOR CONSUMO SE ENCUENTRAN EL PANTALON JEAN 14 ONZAS, LA CAMISA Y BATA EN DRIL Y LA CAMISETA TIPO POLO. MOTIVOS DE COMPRA: CUMPLIMIENTO DE POLITICAS INTERNAS Y GUBERNAMENTALES. PROTECCION E IDENTIFICACION DE LA EMPRESA. FORMA DE DISTRIBUCION: LA DISTRIBUCION SE REALIZA DE FORMA DIRECTA, ES DECIR FABRICANTE CONSUMIDOR.			
FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva			
NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA SE BASA EN EL CUMPLIMIENTO DE ENTREGA Y LA CALIDAD DEL PRODUCTO.			
COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
DOTAHERLOG O S.A.	PRODUCTOS:TODA CLASE DE DOTACION PARA LAS EMPRESAS PRECIO: BAJOS Y ALTAMENTE COMPETITIVOS EN EL MERCADO PUBLICIDAD: POCA	VENTAJA: GRAN CAPACIDAD EN INVENTARIOS Y MANEJO DE VOLUMENES EN PEDIDOS DESVENTAJA: FALTA DE MEJOR CALIDAD Y FALENCIAS EN LAS ENTREGAS DE PEDIDOS	CLL 37 No. 13-44 BUCARAMANGA
DOTACIONES	PRODUCTOS: DOTACIONES INDUSTRIALES Y HOSPITALARIAS PRECIOS: ACORDES CON EL MERCADO PUBLICIDAD: POCA	VENTAJA: DIVERSIDAD DE PRODUCTOS MEDICOS DESVENTAJA: PRECIOS NO TAN COMPETITIVOS EN EL MERCADO	CLL 21 No. 22-47 BUCARMANGA
DOTACIONES ARYLIZ	PRODUCTO: DOTACION INDUSTRIAL PRECIOS: ACORDES CON EL MERCADO PUBLICIDAD: POCA	VENTAJA: CUENTA CON UN SITIO DE TRABAJO ADECUADO. DESVENTAJA: POCO INNOVACION EN DISEÑOS Y CALIDAD.	CRA 15 No. 24-59 BUCARAMANGA
ALMACEN VERACRUZ	PRODUCTO: DOTACION INDUSTRIAL, COLEGIAL, HOSPITALARIA Y DE OFICINA PRECIOS: ALTOS PUBLICIDAD: ALTO NIVEL	VENTAJA: GRAN RECONOCIMIENTO Y TRAYECTORIA EN EL MERCADO CON ALTA CALIDAD DESVENTAJA: PRECIOS NO COMPETITIVOS EN EL MERCADO	CRA. 33 No. 52-45 BUCARAMANGA
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS			
NO TENEMOS PRODUCTOS SUSTITUTOS. DE PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS COMO LO SON LOS ELEMENTOS DE PROTECCION Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.			
ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación)			
La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?			
LOS PRECIOS SE FIJARON DEACUERDO A LOS COSTOS DE PRODUCCION Y COSTOS FIJOS, COMPARANDOLOS CON LOS PRECIOS DEL MERCADO Y TENIENDO EN CUENTA LA CANTIDAD DE PRENDAS REQUERIDAS POR EL CLIENTE. PLAZA: BUCARAMANGA Y ZONAS ALEDAÑAS PROMOCION: SE REALIZA POR MEDIO DE VOZ A VOZ Y TELEMERCADERO.			

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO
PRODUCTOS O SERVICIOS
DOTACIONES INDUSTRIALES - DOTACIONES HOSPITALARIAS - DOTACIONES PARA OFICINA Y PARA RESTAURANTES
MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO
 <p>MARK JEAN D O T A C I O N E S CALLE 34 # 24 - 72 TEL. 6 34 32 33</p>
ETIQUETA DEL PRODUCTO O SERVICIO
MARQUILLA CON EL LOGO, LA DIRECCION DE LA EMPRESA Y EL TELEFONO. ESPECIFICACIONES SEGÚN LAS ESTABLECIDAS POR LA SUPERINDUSTRIA DE COMERCIO
ENVASE Y EMBALAJE
EL EMPAQUE SE REALIZA DEACUERDO A LAS ESPECIFICACIONES DEL CLIENTE Y SE PROCURA ENTREGAR EMPACADO POR NOMBRE DE LOS EMPLEADOS PARA ASI FACILITAR LA ENTREGA AL CLIENTE Y ESTE A SU VEZ Y ASI SE GENERA MAS SASTISFACCION DE BUEN SERVICIO.

AREA MERCADEO III												
PLAN DE MERCADEO												
PLAN DE VENTAS UNIDADES												
PRODUCTO	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
PANTALON JEAN	120	165	250	130	170	245	120	165	250	130	170	270
CAMISA DRIL	115	160	205	120	120	185	110	160	210	120	160	210
PANTALON TIPO JEAN	120	170	220	110	115	140	125	170	220	110	170	230
CAMISA OXFORD	105	120	140	100	110	140	100	120	180	100	130	150
CAMISETA TIPO POLC	130	130	220	100	135	150	100	130	250	100	140	250
TOTAL	590	745	1035	560	650	860	555	745	1110	560	770	1110
ESTACIONALIDAD ANUAL												
PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
PANTALON JEAN	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
CAMISA DRIL	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
PANTALON TIPO JEAN	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
CAMISA OXFORD	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
CAMISETA TIPO POLC	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS												
EL DETALLE DE LOS PRODUCTOS ANTERIORMENTE ENUNCIADOS SON LOS DE MAYOR CONSUMO EN LAS EMPRESAS, TENIENDO UN NIVEL DE AUMENTO CONSIDERABLE CADA TRES MESES DONDE LA MAYORIA DE EMPRESAS SOLICITAN SU DOTACION TOTAL. LOS OTROS MESES (BAJO Y MEDIO) SON LOS MESES EN LOS QUE LA PRODUCTIVIDAD SE MANTIENE MIENTRAS LLEGA EL ALZA TRIMESTRAL.												
CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES												
LAS VENTAS SE MANEJAN DE FORMA DIRECTA (FABRICANTE - VENDEDOR DE LA EMPRESA - CLIENTE) PROCESO DE PRODUCCION: LA ORDEN DE COMPRA ES APROVADA POR EL CLIENTE - ASOSADOR COMERCIAL - GERENTE - DISEÑO - PRODUCCION												
PRECIO Y POLITICAS DE VENTA												
LOS PRECIOS SE FIJAN DE ACUERDO A PRECIOS ESTABLECIDOS POR LA COMPETENCIA Y SEGÚN LOS COTOS DE FABRICACION. LAS POLITICAS DE VENTAS: SE MANEJAN CREDITOS A UN MAXIMO DE 30 DIAS A EMPRESAS QUE TENGAN CON LA NUESTRA UN PERIODO SUPERIOR A 6 MESES, PRECIOS ESPECIALES A EMPRESAS QUE SUPEREN CIERTA CANTIDAD DE PRODUCTOS DEPENDIENDO EL CASO.												
SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION												
SITIO DE COMERCIALIZACION: OFICINA UBICADA EN LA CALLE 34 Nº 24 - 72 BUCARAMANGA SITIO DE PRODUCCION: BODEGA Y PLANTA UBICADA EN LA CALLE 34 Nº 24 - 72 BUCARMANGA												

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL												
CONSTITUCION DE LA EMPRESA												
LA EMPRESA SE ENCUENTRA LEGALMENTE CONSTITUIDA CON SU REGISTRO DE CAMARA DE COMERCIO Y RUT DEBIDAMENTE DILIGENCIADOS COMO PERSONA NATURAL DECLARANTE DE IVA.												
RECURSO HUMANO Y FUNCIONES												
Número Empleos Directos Generados:											4	
LA EMPRESA CUENTA CON 4 EMPLEADOS DIRECTOS CON CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS												
ORGANIGRAMA												
GERENTE: ENCARGADO DE LAS FINANZAS, COBROS Y COMPRAS DE LA EMPRESA. GEFE DE PRODUCCION: ENCARGADO DE CORTE Y PRODUCCION CORTADOR: ENCARGADO DE CORTAR Y DISEÑAR VENDEDOR: ENCARGADO DE LAS VENTAS VENDEDOR DE MOSTRADOR: ENCARGADO DE LAS VENTAS DE ALMACEN O MOSTRADOR. MENSAJERO: ENCARGADO DE ENTREGAS DE LOS PEDIDOS												
NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS												
Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43												
♣♣ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2											SI	NO
♣♣ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1												
♣♣ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4											SI	NO
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel642 20 88 – Fax 642 23 57											SI	NO
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000											SI X	NO
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS												
TIPO DE OBLIGACION		Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago									
RUT		130.000	mar-11		SE ENCUENTRA CON CAMARA DE COMERCIO Y RUT.							
Industria y Comercio												
SAYCO												
INVIMA												
Escritura Constitución												
Cámara de Comercio:												
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA												
ACTIVIDAD / PERIODO TIEMPO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4								
	Inversion credito	Presup uesto	acomodacion M.P	Venta								

AREA PRODUCCION Y TECNICA
MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?
MAQUINARIA PROPIA. (ENCAUCHADORA SINGER 300W405 \$2.000.000) (CERRADORA DE CADENETA SINGER 253-11\$1.500.000) (PUNTADA INVISIBLE SINGER 9SS1-S17483 \$1.000.000) (ABOTONADORA SINGER 175-63 \$2.000.000) (FILETEADORA COLLARIN UNION SPECIAL 52900BH \$1.500.000) (HOJALADORA SINGER 71-30 \$2.000.000) (PLANA INDUSTRIAL SINGER 591 \$700.000) CORTADORA GEMSY DE 8" (800.000) PARA UN TOTAL DE \$11.500.000 EN MAQUINARIA.
MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?
MUEBLES Y ENSERES PROPIOS. (2 VITRINAS MOSTRADOR \$600.000) (MESON DE CORTE DE 5M. DE LARGO POR 2M DE ANCHO \$700.000) (ESCRITORIOS OFICINA \$800.000) PARA UN TOTAL DE \$2.100.000
EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?
EQUIPO DE OFICINA PROPIO. (2 COMPUTADORES DE OFICINA \$2.000.000) (1 TELEFAX \$250.000) (1 IMPRESORA LASER \$250.000) PARA UN TOTAL DE \$2.500.000
VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehículo
VEHICULO PROPIO. MOTO HONDA ECO 100 \$2800.000
MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?
MATERIA PRIMA EXISTENTE A 30 DE JUNIO \$4.200.000
PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA
<p>PROCESO DE PRODUCCION: EL TIEMPO QUE MANEJAMOS CON LOS CLIENTES PARA LA ENTREGA DEL PEDIDO ES DE 15 DIAS HABILES. PROCESO:</p> <p>DIA 1: PROGRAMACION DIA 2-3: CORTE DIA 4-5-6-Y 7: ENSAMBLE DIA 8-9 Y 10:</p> <p>ESTAMPADO O BORDADO DIA 11-10: EMPACADO Y FINALIZACION PEDIDO TERMINADO</p> <p>DISPUESTO PARA LA ENTREGA. PEDIMOS 15 DIAS PARA TENER 2 O 3 DIAS DE</p> <p>PRORROGA EN CASO DE UN INCONVENIENTE EN PRODUCCION PODERLA SOLUCIONAR A TIEMPO Y ENTREGAR EL PEDIDO A LA FECHA PACTADA CON EL CLIENTE</p>
COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS
LOS INVENTARIOS SE MANEJAN DE FORMA PERIODICA, SE CUENTA CON PRODUCTO TERMINADO PARA DAR ENTREGA INMEDIATA AL CLIENTE Y PRODUCTO EN PROCESO PARA CUBRIR EL PRODUCTO QUE VA SALIENDO DE INVENTARIO.
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA (POR MAQUINA, ESPACIO, ETC)
CONTAMOS CON LA MAQUINARIA NECESARIA PARA EL MANEJO DE LA PRODUCCION Y FINALIZACION DEL PRODUCTO. TAMBIEN MANEJAMOS TALLERES SATELITES PARA UN MANEJO AGIL Y DE CALIDAD EN LA PRODUCCION.

VENTAS												
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios												
COSTOS												
MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	PRODUCTOS											
	PANTALON TIPO JEAN		CAMISA DRIL		PANTALON JEAN 14 ONZAS		CAMISA OXFORD		CAMISETA TIPO POLO			
	CANT.	PRECIO DE VENTA	CANT	PRECIO DE VENTA	CANT	PRECIO DE VENTA	CANT	PRECIO DE VENTA	CANT	PRECIO DE VENTA	CANT	PRECIO DE VENTA
TELA	6970		6638		6.418		6931		5715			
CORTE	300		300		300		300		300			
ENSAMBLE	3500		2400		3600		4000		2800			
PRELAVADO					1034							
BOLSA EMPAQUE	26		26		26		26		26			
TOTAL	10796	15.000	9364	13.400	11.378	15.400	11257	17.000	8841	15.000		
GASTOS MENSUALES												
GASTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
Arriendo	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000	990.000
Telefono	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000
Celular												
Agua	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Luz	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000
Gas												
Papelera	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Aseo												
Cafeteria												
Pagina Web												
Mat. Publicit												
Transporte												
Total	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS												
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar		Fecha Aproximada de pago									
RUT												
Industria y Comercio												
INVIMA												
Escritura Constitución												
Cámara de Comercio	120.000		feb-11									
NOMINA MENSUAL												
CARGO	Nº	Sueldo Básico		Prestaciones Sociales Sí? No?		Observaciones						
REP. LEGAL . GERENTE	1	800.000		NO								
VENDEDOR	2	350.000		NO		SE PAGA COMISION DEACUERDO A LAS VENTAS						
CORTADOR	3	700.000		NO		POR CONECPITO DE CORTE Y MANEJO PRODUCCION						
ALMACEN	4	500.000		NO		POR MANEJO Y VENTAS ALMACEN						

ANEXO E Plan de negocios Claudia Margarita Ortega.

0.7 PLAN DE NEGOCIOS.	
ANALISIS SITUACIONAL NOMBRE EMPRENDEDOR: Claudia Margarita Ortega. NOMBRE EMPRESA: Taller de confecciones Claudia Margarita.	
IDEA DE NEGOCIO	
Taller de confecciones (fabricación y comercialización)	
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface	
Cubrir la necesidad básica de protegerse en la intemperie mediante ropa diseñada mediante procesos de calidad.	
MISION	
Diseñar, confeccionar y comercializar prendas de vestir de alta calidad, para superar las expectativas de los clientes de Bucaramanga y Santander.	
VISION	
Para el año 2013 esperamos ser una empresa líder en el sector de confecciones, comprometida con Bucaramanga, e ir ampliando paulatinamente nuestros productos e ir penetrando mercados, para ser conocidos no solo en Bucaramanga sino en Santander.	
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENAZAS	
<p>Debilidades: no tener recursos para formalizar nuestra empresa, y expandir nuestro mercado; ser poco reconocida en el mercado de Santander.</p> <p>Oportunidades: tener clientes fieles con nuestros productos, contar con la opción de obtener un crédito, y poseer una demanda en alza.</p> <p>Fortalezas: una fortaleza muy grande es el conocimiento que se tiene a cerca del negocio y del sector de confecciones, además de una experiencia muy amplia por parte de mi familia dentro de este campo.</p> <p>Amenazas: Una amenaza muy importante dentro de este mercado, es la numerosa competencia a la cual nos enfrentaremos.</p>	
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga	
<p>Estrategias DO: Al tener clientes definidos dentro de nuestra empresa, podemos brindar un producto de mayor calidad y mediante la obtención de recursos con el crédito, expandir el mercado para darnos a conocer más y generar mayor utilidades.</p> <p>Estrategias FA: Mediante la experiencia y el conocimiento que se tiene acerca del negocio, se aumentará la calidad para superar las expectativas de los clientes, y así poder superar a la calidad llegando a otro grupo estratégico.</p>	

AREA DE MERCADEO I			
MERCADO POTENCIAL			
Personas y empresas de Bucaramanga, Santander y de Colombia interesadas en el diseño de prendas para vestir.			
MERCADO OBJETIVO			
Personas y empresas de Santander interesadas en el diseño exclusivo de prendas para vestir para niño, dama y caballero.			
MERCADO REAL			
Empresas privadas, colegios de Bucaramanga y personas naturales interesadas en el diseño de prendas para vestir.			
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado			
El hábito de compra del segmento de mercado objetivo es en promedio dos veces por semana; los productos se fabrican sobremedidas a particulares y sobrepedidos a colegios o empresas del sector, y son los clientes en la mayoría de ocasiones los que llevan la tela sobre la cual se va a diseñar el producto y lo recogen en un tiempo determinado por el taller de confecciones.			
FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva			
Un factor diferencial que nos representa como taller de confecciones son los diseños exclusivos que garantizan la calidad del producto final.			
COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
informales	Ofrecen los mismos servicios, calidad baja.	Conocimiento adquirido en la carrera profesional.	Bucaramanga
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS			
Los productos sustitutos de los bienes ofrecidos en la empresa, pueden ser busos, chaquetas, driles y demás prendas de vestir que pueden ser utilizadas en reemplazo de las que se producen en nuestra empresa; los productos complementarios serían bolsos (se fabrican dentro de la empresa), zapatos, relojes, bufandas, gorras y demás accesorios que pueden acompañar la vestimenta.			
ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación) La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?			
La empresa cuenta con una ventaja importante puesto que ya ingreso en el mercado, y en este momento cuenta con clientes fieles a los productos que realiza; se fidelizaran a los clientes ofreciendoles productos de calidad y diseño exclusivo, para que voz a voz vayamos ampliando el mercado objetivo, y en un futuro realizar publicidad visual para expandir aun mas nuestro mercado.			

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO					
PRODUCTOS O SERVICIOS					
<p>Loa productos que se fabrican dentro de la empresa son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Confeccion pantalon. 2. Confeccion conjunto. 3. Confeccion de vestido 4. Arreglos. 5. Blusas 					
MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO					
<p style="text-align: center;">Claudia Ortega</p>					

AREA MERCADEO III

PLAN DE MERCADEO

PLAN DE VENTAS UNIDADES

PRODUCTO	MES											
Pantalon	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	23	24
Conjunto	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	23	24
Vestido	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	12	13
Arreglos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	22	23

ESTACIONALIDAD ANUAL

PRODUCTO	MES	MES	MES									
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Pantalon	MEDIO	ALTO	ALTO									
Conjunto	MEDIO	ALTO	ALTO									
Vestido	MEDIO	ALTO	ALTO									
Arreglos	MEDIO	ALTO	ALTO									

ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS

Dentro del año según la experiencia que se tiene dentro del negocio, se ha observado que los meses que se tiene mayor venta y por ende se requiere una mayor producción y mayor materia prima, es en noviembre y diciembre, o el fin de año.

CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES

La distribución se realiza de forma directa (empresa-cliente). Llega el cliente a la empresa a solicitar sobremedida un producto, un empleado es el encargado de tomar las medidas, y de cortarlas; el segundo empleado se encarga de ensamblar el corte y de pulir detalles del corte; y el tercer empleado se encarga del manejo de las máquinas (como fileteadora, plancha) y entregar el producto terminado al cliente; es válido aclarar que el cliente es el encargado de suministrar las telas necesarias para la confección de la prenda de vestir.

PRECIO Y POLITICAS DE VENTA

Para establecer el precio se tiene en cuenta el costo y si el cliente suministra la tela, o si se debe comprar al proveedor, y se establece teniendo en cuenta el promedio del mercado, y del producto que se requiera.

SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

El sitio de producción está ubicado en la Cra 10 occ # 35 a 12 pantano 2, barrio la joya.

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Debe tener en cuenta los requisitos explicados en el instructivo legal.

RECURSO HUMANO Y FUNCIONES

Número Empleos Directos Generados: 3 empleos directos.

Un empleado toma las medidas y las corta para realizar blusas o vestidos para dama; el segundo empleado se encarga de realizar mas que todo pantalon para dama y demas cortes; y el tercer empleado se encarga del manejo de las maquinas como fileteadora y la plancha.

ORGANIGRAMA

No hay una estructura jerarquica como tal, ya que existe una estructura plana dentro del taller de confecciones.

NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS

Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43			
♣♣ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2	SI		NO
♣♣ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1			
♣♣ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4	SI		NO
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel642 20 88 – Fax 642 23 57	SI		NO
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000	SI		NO

GASTOS LEGALES E IMPUESTOS

TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago	
RUT			
Industria y Comercio			
SAYCO			
INVIMA			
Escritura Constitución			
Cámara de Comercio:			

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA

ACTIVIDAD / PERIODO TIEMPO	Mes 1	Mes 2	Mes 3								
	Compra	Produccion	Venta								

AREA PRODUCCION Y TECNICA
<p>MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?</p> <p>La empresa cuenta como recurso propio con: 2 planas, 1 fileteadora, y 1 familiar. Y necesita para ampliar el negocio: 1 collarin, 1 plana, 1 fileteadora. 1 cortadora y 1 meson.</p>
<p>MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?</p> <p>La empresa cuenta con una mesa grande para trabajar.</p>
<p>EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?</p> <p>No cuenta con equipos de oficina.</p>
<p>VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehículo</p> <p>Por ahora no cuenta con un vehiculo ya que los clientes llegan directamente al taller para realizar el pedido y recoger el producto.</p>
<p>MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?</p> <p>La materia prima que se requiere para l realizacion de los productos es la siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tela (cuyo valor osila entre los 12.000 y 15.000 pesos) 2.Hilos. 3.Botones y cierres 4.Hilazas. 5.Cuellos para polo.
<p>PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA</p> <p>El proceso de produccion si es sobremedida, el cliente se acerca a la empresa, se le toman las medidas del producto que desea, se corta la tela y se ensambla; si es sobrepedido en cantidad (para colegio) mediante un molde se hacen los cortes sobre un meson, y se ensamblan las partes.</p>
<p>COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS</p> <p>Los pedidos de materia prima en la mayoría de los casos se realizan sobrepedido, lo que garantiza que la materia prima no se desperdicie o se quede almacenada.</p>

VENTAS													
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios													
COSTOS													
MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	PRODUCTOS												
	Pantalon			Conjunto			Vestido			Arreglos			
	CANT	VALOR	PRECIO	CANT	VALOR	PRECIO	CANT	VALOR	PRECIO	CANT	VALOR	PRECIO	
Hilo	3.000			5.000			6.000			200			
Maquinaria	2.000			5.000			4.000			1.000			
Mano de obra	4.000			7.000			5.000			1.500			
Total	9.000	15.000		17.000	30.000		15.000	25.000		2.700	4.000		
GASTOS MENSUALES													
GASTO	MES	MES		MES	MES		MES	MES		MES	MES		MES
	SEPT	NOV		DIC	ENE		FEB	MAR		ABR	MAYO		JUNIO
Arriendo													
Telefono	0	0		0	0		0	0		0	0		0
Celular													
Agua													
Luz	55.000	55.000		55.000	55.000		55.000	55.000		55.000	#####		55.000
Gas													
Papelera													
Aseo													
Cafeteria													
Pagina Web													
Mat. Publicit													
Transporte													
Total	55.000	55.000		55.000	55.000		55.000	55.000		55.000	#####		55.000
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS													
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar		Fecha Aproximada de pago										
RUT													
Industria y Comercio													
INVIMA													
Escritura Constitución													
Cámara de Comercio													
6													
NOMINA MENSUAL													
CARGO	Sueldo Básico		Prestaciones Sociales Sí? No?										Observaciones
Operario	300.000		No										
Adminsitrador	515.000		No										

ANEXO F Plan de negocios Elkin Velazco “Multikasa Center”.

0.7 PLAN DE NEGOCIOS.			
ANALISIS SITUACIONAL			
NOMBRE EMPRENDEDOR	ELKIN ANDRES VELASCO SANGUINO		
NOMBRE EMPRESA:	MULTIKASA CENTER		
			
IDEA DE NEGOCIO			
Almacen especializado en la comercializacion al por mayor y al detal, de articulos para el hogar.			
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface			
Las familias modernas y las amas de casa en general tienen la necesidad de decorar las instalaciones de su casa, para darle elegancia y confort a su hogar, para ello se va a realizar el montaje de un almacen especializado en articulos para el hogar, unico en el sector, donde las personas interesadas, pueden conseguir cualquier tipo de elementos decorativos que deseen.			
MISION			
MultiKasa Center es un almacen especializado en la comercializacion de articulos relativos a la decoracion del hogar , mediante productos de calidad y bajos precios, interesados en ofrecer un optimo servicio al cliente teniendo como eje de accion la satisfaccion del mismo.			
VISION			
Ser en el 2015 una empresa lider en la comercializacion de articulos para la decoracion del hogar, reconocida en Bucaramanga y su area metropolitana por su excelente servicio al cliente, y la calidad reflejada en los bienes ofrecidos.			
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENZAS			
ANALISIS INTERNO:			
<p>1. Fortalezas: Tener la capacidad potencial para gestionar un negocio, y ser un profesional con disponibilidad de tiempo, son pilares primordiales para realizar un montaje apropiado y una administracion asertiva del negocio.</p> <p>2. Debilidades: La falta de experiencia en la gestion de empresas, y la falta de recursos financieros necesarios para realizar la inversion inicial de el almacen, son dos factores que se consideran importantes dentro de las debilidades.</p>			
ANALISIS EXTERNO:			
<p>3. Oportunidades: La gran demanda que existe en el sector en productos para el hogar, como resultado de necesidades insatisfechas en cuanto a articulos decorativos es una oportunidad que se debe aprovechar, ademas de la gran ubicacion del local en el sector, lo que permitira estar en contacto directo con clientes potenciales e ir posicionandono la marca en el mercado.</p> <p>4. Amenazas: El ingreso al mercado regional de grandes distribuidores reconocidos a nivel internacional, es un factor importante a tener en cuenta, aunque forman parte de un grupo estrategico diferente, hacen parte de los stakeholders, que se deben contemplar al diseñar estrategias de ingreso al mercado; el contrabando es un factor que influye negativamente en las decisiones de compra del mercado, por ende se debe tener en cuenta al diseñar estrategias de precio.</p>			
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga			
<p>1. Estrategias FO : Mediante la capacidad de gestionar y la disponibilidad de tiempo, se cubrira la alta demanda del sector ofreciendo productos para la decoracion del hogar con alta calidad y a precios de paridad, ubicandonos en un sitio estrategico para la venta.</p> <p>2. Estrategias DA: Se implementara un programa de sugerencias al cliente externo , e interno, mediante el cual se pueda impulsar la buena gestion del negocio; ademas se tratara de ofrecer en un futuro productos que la competencia no maneje (jugueteria, etc) para marcar una diferenciacion clara en la variedad de bienes ofrecidos; se convertira la llegada de grandes distribuidores, en una oportunidad de abastecimiento, mediante la cual se puedan manejar promociones dependiendo del precio que manejes estos proveedores potenciales.</p>			

AREA DE MERCADEO I			
MERCADO POTENCIAL			
Familias o personas ubicadas en Bucaramanga y su area metropolitana interesadas en adquirir articulos para el hogar.			
MERCADO OBJETIVO			
Personas ubicadas en Bucaramanga itneresadas en la compra de articulos relativos al hogar.			
MERCADO REAL			
Personas ubicadas en Campo hermoso (Bucaramanga) interesadas en la comrpa de articulos relacionados con el hogar.			
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado			
El mercado al que MULTIKASA CENTER esta dirigido y según la investigacion de mercados realizada, el habito de compra es mensual o quincenalmente, y la calidad y el precio son los factores predominantes al elegir articulos para el hogar ; el producto es comprado directamente por el consumidor final al almacen de cadena correspondiente.			
FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva			
factor diferencial es la variedad que manejan en los productos a ofecer, y al calidad de estos productos que se adapta a las características del consumidor.			
COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
D.V.	Manejan algunas referencias que manejaríamos nosotros, ademas manejan articulos para papeleria, cahcarrera, y jugueteria.	Tiempo en el mercado / Su ubicación y su falta de orden en su establecimiento.	Campo Hermoso
LA PAZ	Manejan los mismos articulos de nuestro negocio	Mas de 20 años en el mercado, ademas de tener varios establecimientos / La distancia entre su local comercial y mi mercado, ya que estan ubicados en el centro y mi demanda en campo hermoso.	Centro
Los Marinillos	Manejan los mismo articulos de nuestro negocio	Un ambiente tranquilo en su local, su gran surtido / Tiempo en el mercado 3 meses.	Centro
Grandes Superficies ÉXITO, CARREFOUR, HOME CENTER	manejan los mismos articulos ademas de secciones de articulos para baño y habitacion.	Su surtido, promociones, descuentos / Su ubicación para mi demanda	ÉXITO Oriental Carrera 15, Carrefour Carrera 33, Home Center Carrera 21
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS			
Se maneja una gran variedad para articulos para el hogar, donde estaran cubiertas todo tipo de referencia y material en menor cantidad.			
ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación) La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?			
Se maneja una gran variedad para articulos para el hogar, donde estaran cubiertas todo tipo de referencia y material en menor cantidad; ademas se entrara al mercado con una publicidad grande, ademas de estrategias de promociones por inauguracion del negocio.			

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO

PRODUCTOS O SERVICIOS

Se manejaran 4 lineas de comercializacion en MULTIKASA CENTER, las lineas son las siguientes:

1. Utensilios de plastico.
2. Vajillas de porcelana.
3. Aluminio
4. Cristaleria

MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO

"MULTIKASA CENTER".

ETIQUETA DEL PRODUCTO O SERVICIO



AREA MERCADEO III

PLAN DE MERCADEO

PLAN DE VENTAS UNIDADES

PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES							
	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT
PLASTICOS	150	165	195	180	120	90	90	90	90	90	90	150
VAJILLAS	72	80	80	80	72	56	56	56	56	56	56	28
ALUMINIO	70	77	91	77	63	42	42	42	42	42	42	70
CRISTALERIA	110	121	143	110	99	66	66	66	66	66	66	121

ESTACIONALIDAD ANUAL

PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	OCT	NOV	DIC.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGO	SEPT
PLASTICOS	10%	11%	13%	12%	8%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	10%
VAJILLAS	9%	10%	10%	10%	9%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	10%
ALUMINIO	10%	11%	13%	11%	9%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	10%
CRISTALERIA	10%	11%	13%	10%	9%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	11%

ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS

El periodo donde mas ventas obtendra nuestro negocio sera de septiembre, octubre, y epoca navideña (noviembre, diciembre) , y ademas el periodo de enero donde es temporada escolar, en el cual las madres amas de casa y en general compran articulos sobretodo plasticos para empacar snacks de sus hijos para el colegio. El periodo donde las ventas son mas bajas entre Febrero y Julio.

CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES

Se utilizara un canal directo de distribucion, ya que el consumidor final ira directamente a MULTICASA a la seccion donde se encuentra el articulo de su interes, junto con la ayuda de uno de nuestros vendedores para realizar la compra.

PRECIO Y POLITICAS DE VENTA

Se maneja gran variedad de articulos, y se maneja un precio de paridad basado en la competencia actual en el mercado. Se observara cuales son los producto que mas rotan en un determinado lapzo de tiempo, y los que no roten se podran retornar al proveedor que los suministroo.

SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

El local donde estara ubicado el almacen MULTIKASA CENTER sera en: Calle 45 No. 6 occ -06 A Campo Hermoso

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL									
CONSTITUCION DE LA EMPRESA									
Actualmente el negocio esta inscrito en camara de comercio									
RECURSO HUMANO Y FUNCIONES									
Número Empleos Directos Generados:					3				
1 Administrador, 1 Cajero, 1 vendedores, el cual presta el servicio a los clientes ayudandolos a encontrar el producto que estan buscando dentro del negocio.									
ORGANIGRAMA									
<pre> graph TD A[Adminsitracion] --- B[Caja] A --- C[Ventas] </pre>									
Administrador-Cajero-Vendedor.									
NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS									
Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43									
♣♣ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2					SI	NO			
♣♣ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1					SI	NO			
♣♣ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4					SI	NO			
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel642 20 88 – Fax 642 23 57					SI	NO			
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000					SI	x	NO		
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS									
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago							
RUT	0								
Industria y Comercio	0								
SAYCO	0								
INVIMA	0								
Escritura Constitución	0								
Cámara de Comercio:	150.000								
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA									
ACTIVIDAD / PERIODO TIEMPO	mes 1	mes 2	mes 3						
	Arreglo local	caja registradora	acomodacion mercancia						

AREA PRODUCCION Y TECNICA
MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?
MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?
<p>Actualmente se cuenta con los siguientes recursos: (15) Estanteria metalica. precio unitario: \$53.000 precio total: \$800.000. Caja registradora (1) precio: \$ 600.000.</p> <p>Adicional a esto para realizar el montaje del almacen se requiere: -Papeleria (tarjetas, volantes, factureros), -Aviso luminoso para la imagen del almacen.</p>
EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?
<p>El negocio necesita: -Camaras de vigilancia (4) -Computador para las camaras de vigilancia. Valor aproximado = 2'000.000</p>
VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehiculo
MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?
<p>Se requiere para abastecer el almacen de una Materia Prima, cotizada en la Cristaleria El salvador por un valor: de \$10,000.000, comenzaremos con este proveedor , y se piensa contactar en un futuro directamente a las fabricas de los productos que se comercializan en MULTICASA.</p>
PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA
COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS
<p>Se realizara inventario semestral; ademas se realizaran pedidos a proveedor aproximadamente cada tres meses con el proveedor llamado "el salvador", y en un futuro directamente a fabricantes mensualmente. Es valido resaltar que se dejara en consignacion 5.000.000 aproximadamente para realizar el recambio de mercancias con productos que no roten en un lapzo determinado.</p>
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA (POR MAQUINA, ESPACIO, ETC)
<p>Area del local 170 m2</p>

VENTAS														
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios														
COSTOS														
PRODUCTOS	LINEAS DE COMERCIALIZACION													
	PLASTICOS			VAJILLAS			ALUMINIO			CRISTALERIA			Utilidad	
CANT	VALOR	PREC. VENTA	CANT	VALOR	PREC. VENTA	CANT	VALOR	PREC. VENTA	CANT	VALOR	PREC. VENTA			
Recipiente Hermetico # 3 Grande	1	\$ 2.180	\$ 2.820											\$ 640
RIMO	1	\$ 1.430	\$ 1.970											\$ 540
Recipiente rectangular 1000 cc	1	\$ 1.400	\$ 1.800											\$ 400
tanque 1,5 lt VANYPLAST	1	\$ 2.920	\$ 3.680											\$ 760
Vaso PERSAL lujo pequeño	1	\$ 600	\$ 900											\$ 300
Mugs Vaso PLESCO grande	1	\$ 1.080	\$ 1.350											\$ 270
Juego vajillas CORONA 4 x 16	1			1	\$ 43.000	\$ 52.000								\$ 9.000
Juego vajillas CRISTAL 3 x 12	1			1	\$ 24.700	\$ 33.000								\$ 8.300
Juego vajilla CORONA 4 x 16	1			1	\$ 50.000	\$ 59.950								\$ 9.950
Juego vajilla dinner set 4 x 20 HOME	1			1	\$ 65.550	\$ 72.450								\$ 6.900
Posillo flower tinto	1			1	\$ 1.700	\$ 2.300								\$ 600
Posillo mug flower	1			1	\$ 2.600	\$ 3.400								\$ 800
Posillo mug te flower	1			1	\$ 1.900	\$ 2.300								\$ 400
Posillo mug tema libre	1			1	\$ 4.136	\$ 5.100								\$ 964
Posillo mug chocolate blanco	1			1	\$ 2.600	\$ 3.300								\$ 700
Ollita UMCO grande	1								\$ 5.279	\$ 6.300				\$ 1.021
Ollita REY 400 ml	1								\$ 2.880	\$ 3.400				\$ 520
Paila # 16 UMCO	1								\$ 2.732	\$ 3.300				\$ 568
Sarten # 16 MUNAL	1								\$ 3.876	\$ 4.600				\$ 724
Jarra # 8 MUNAL	1								\$ 2.805	\$ 3.400				\$ 595
Cacerola rf. 737	1								\$ 5.415	\$ 6.400				\$ 985
Ollita REY 400 ml	1								\$ 2.880	\$ 3.400				\$ 520
Olla presion UMCO 6 lt	1								\$ 37.000	\$ 44.400				\$ 7.400
Tiesto # 1 doble faz	1								\$ 6.300	\$ 7.550				\$ 1.250
Jarra # 10 MUNAL	1								\$ 3.262	\$ 3.900				\$ 638
Juego Vaso RITMO x 6	1											\$ 5.500	6800	\$ 1.300
Set MINIMUS x 4 barroco	1											\$ 3.500	4400	\$ 900
Juego CRISTAL P100 mango	1											\$ 8.500	10200	\$ 1.700
Juego vasos CRISTAL 2842 x 4 und	1											\$ 8.500	10200	\$ 1.700
Vaso MORENITA	1											\$ 660	1000	\$ 340
Vaso CRISTAL p 100 pequeño	1											\$ 1.080	1450	\$ 370
Refractaria NUDIR pequeña	1											\$ 9.900	11800	\$ 1.900
Refractaria NUDIR 3 lt	1											\$ 16.200	19500	\$ 3.300
Refractaria cuadrada	1											\$ 23.750	26000	\$ 2.250
TOTAL														
GASTOS MENSUALES														
GASTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNI	JULIO	AGTO			
Arriendo	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000			
Telefono	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000			
Celular	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Agua	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000			
Luz	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000			
Gas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Papeleria	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000			
Aseo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Cafeteria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Pagina Web	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Mat. Publicit	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000			
Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Total	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000	\$ 590.000			
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS														
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago												
RUT														
Industria y Comercio														
INVIMA	0													
Escritura Constitución	0													
Cámara de Comercio	\$ 150.000													
NOMINA MENSUAL														
CARGO	Nº	Sueldo Básico	Prestaciones Sociales Si?		Observaciones									
Administrador(a)		\$ 300.000	No?											
Cajero		\$ 300.000	NO											
Vendedor		\$ 100.000 (+ comisiones)	NO											

ANEXO EVALUACION FINANCIERA (COSTO-PRECIO DE VENTA)		
<u>PLASTICOS</u>		
Articulo	Costo	Precio de Venta
Recipiente Hermetico # 3 Grande RIMO	\$ 2.180	\$ 2.820
Recipiente rectangular 1000 cc RIMO	\$ 1.430	\$ 1.970
Recipiente cuadrado PERSAL 1 lt	\$ 1.400	\$ 1.800
tanque 1,5 lt VANYPLAST	\$ 2.920	\$ 3.680
Vaso PERSAL lujo pequeño	\$ 600	\$ 900
Mugs Vaso PLESCO grande	\$ 1.080	\$ 1.350
<u>VAJILLAS</u>		
Articulo	Costo	Precio de Venta
Juego vajillas CORONA 4 x 16	\$ 43.000	\$ 52.000
Juego vajillas CRISTAL 3 x 12	\$ 24.700	\$ 33.000
Juego vajilla CORONA 4 x 16	\$ 50.000	\$ 59.950
Juego vajilla dinner set 4 x 20 HOME ELEMENT	\$ 65.550	\$ 72.450
Posillo flower tinto	\$ 1.700	\$ 2.300
Posillo mug flower	\$ 2.600	\$ 3.400
Posillo mug te flower	\$ 1.900	\$ 2.300
Posillo mug tema libre	\$ 4.136	\$ 5.100
Posillo mug chocolate blanco	\$ 2.600	\$ 3.300
<u>ALUMINIO</u>		
Articulo	Costo	Precio de Venta
Olleta UMCO grande	\$ 5.279	\$ 6.300
Olleta REY 400 ml	\$ 2.880	\$ 3.400
Paila # 16 UMCO	\$ 2.732	\$ 3.300
Sarten # 16 MUNAL	\$ 3.876	\$ 4.600
Jarra # 8 MUNAL	\$ 2.805	\$ 3.400
Cacerola rf. 737	\$ 5.415	\$ 6.400
Olleta REY 400 ml	\$ 2.880	\$ 3.400
Olla presion UMCO 6 lt	\$ 37.000	\$ 44.400
Tiesto # 1 doble faz	\$ 6.300	\$ 7.550
Jarra # 10 MUNAL	\$ 3.262	\$ 3.900
<u>CRISTALERIA</u>		
Articulo	Costo	Precio de Venta
Juego Vaso RITMO x 6	\$ 5.500	6800
Set MINIMUS x 4 barroco	\$ 3.500	4400
Juego CRISTAL P100 mango pequeño	\$ 8.500	10200
Juego vasos CRISTAL 2842 x 4 und	\$ 8.500	10200
Vaso MORENITA	\$ 660	1000
Vaso CRISTAL p 100 pequeño	\$ 1.080	1450
Refractaria NUDIR pequeña	\$ 9.900	11800
Refractaria NUDIR 3 lt	\$ 16.200	19500
Refractaria cuadrada	\$ 23.750	26000

ANEXO G Plan de negocios Gonzalo Rodríguez “Maní – Aji.”

0.7 PLAN DE NEGOCIOS.	
ANALISIS SITUACIONAL NOMBRE EMPRENDEDOR: Gonzalo Rodriguez Martinez NOMBRE EMPRESA: Maniaji.	
IDEA DE NEGOCIO	
Fabricación y comercialización de mani impregnado con aji "ManiAji".	
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface	
Se va a satisfacer la necesidad basica de alimentacion, mediante un producto innovador que es el mani impregnado de aji, para asi poder saciar la demanda que existe en cuanto a el consumo de frutos secos.	
MISION	
Somos una empresa dedicada a la fabricacion y comercializacion de mani impregnado con aji, interesados en satisfacer los requisitos del cliente, mediante un producto innovador y de gran calidad, como lo es el maniaji.	
VISION	
Ser en el 2012 una marca reconocida en el mercado regional por la calidad del producto brindado, teniendo como eje de accion la innovacion y la satisfaccion del cliente.	
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENZAS	
Debilidades: no contar con la solvencia economica para poder formalizar la empresa llamada "Maniaji". Oportunidades: Contar con una alta demanda sobre el maniaji, por ser un producto innovador, puesto que ah tenido aceptacion en el mercado real. Fortalezas: Se comercializara con precios de penetracion al mercado; se cuenta con un alto conocimiento del proceso de transformacion del producto, lo que permite lograr una eficacia en el proceso productivo y obtener una alta productividad como fortalezas de la empresa maniaji. Amenazas: Existe una competencia en el mercado generada por grandes productores nacionales de mani salado, dulce, achocolatado, entre otros.	
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga	
ESTRATEGIAS FO: Satisfacer a alta demanda que existe en el mercado, mediante precios de penetracion, lo que facilita el acceso a diversos segmentos del mercado, ademas se podra garantizar la calidad del producto durante el proceso de produccion. ESTRATEGIAS DA: Para poder gestionar la marca de una forma sostenible competitiva dentro del mercado, se utilizara la innovacion, la calidad, y un precio bajo en relacion con la competencia, tratando de conseguir fondos economicos de inversionistas u organismos externos de apoyo.	

AREA DE MERCADEO I			
MERCADO POTENCIAL			
Grandes superficies o distribuidoras nacionales, bares e instituciones ubicadas en el area regional e internacional, interesadas en el consumo al por mayor y detallado del producto "Maniaji".			
MERCADO OBJETIVO			
Vendedores de dulces ambulantes, estacionarios, tiendas de golosinas, bares y casinos interesados en la compra de un producto innovador como lo es el "Maniaji" ubicados en Bucaramanga y su area metropolitana.			
MERCADO REAL			
Personas naturales no alergicos al producto, sitios publicos, centros de reuniones que esten ubicados en el centro de Bucaramanga interesados en la adquisicion de producto innovador como el mani impregnado de aji.			
CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado			
Los habitos de compra del mani aji estan identificados mediante segmentos de mercado, especificados de la siguiente manera: 1. mercado callejero: se les vendera presentaciones de 30 a 70 gramos, con un habito de compra diario. 2. mercado de tiendas: se les vendera presentaciones de 70 125 gramos, con un habito de consumo semanal. 3. mercado institucional (casinos, restaurantes, bares, etc): se les vendera la presentacion de 200 gramos o más segun lo requiera el cliente, con un habito de consumo promedio mensual			
El mani salado actualmente se distribuye en grandes superficies de dsitribucion, como el exito carrefour, y es ofrecido en los diferentes mercados anteriormente establecidos.			
FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva			
El valor agregado y lo que hace innovador al producto ofrecido, es que es una union entre el mani y el aji, lo que lo convierte en un producto unico y novedoso dentro del mercado nacional, y santandereano.			
COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
Nacional de chocolates.	Manicero la especial, con un empaque al vacio en presentaciones de 25, 40 gramos.	Ventaja: La principal ventaja es el posicionamiento y reconocimiento que tiene esta marca en el mercado nacional, ademas de los registros de calidad que posee. Desventaja: La desventaja es el precio elevado del mani salado.	Grandes superficies de distribucion, ÉXITO, CARREFOUR, y tiendas que venden al detalle ubicadas en el territorio nacional y regional.
Frito Lay	Manimoto, y mani salado.	Ventaja: Cuenta con una gran aceptacion en el mercado, y reconocimiento en el mercado nacional, y regional, y cuenta con los registros de calidad que garantizan su calidad en el proceso productivo. Desventaja: la desventaja respecto al "maniaji" del precio elevado.	se distribuye mediante grandes cadenas de distribucion, como son: el ÉXITO, CARREFOUR, y demas establecimientos de venta al detail, ubicadas en la region y el territorio nacional.
IMPORTADOS.	Marca planters, y kraft.	Ventaja: Marca con posicionamiento mundial, con un empaque al vacio llamativo. Desventaja: costo elevado de distribucion y venta.	Se distribuye en grandes cadenas nacionales como son: el ÉXITO Y CARREFOUR.
MANITOBA	Marca nacional Manitoba .	Ventaja: Marca posicionada en el emrcado regional. Desventaja: Precio elevado al consumidor.	Se distribuye en grandes cadenas de distribución como son: el ÉXITO Y CARREFOUR.
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS			
Productos sustitutos: en el caso de "ManiAji" son los productos sustitutos son el mani salado, el mani con dulce o achocolatado,el mani agridulce, el manimoto, y tambien productos como los pistachos son considerados como productos sustitutos del "ManiAji".			
Productos complementarios: actualmente en el mercado los licores, suelen estar acompañados de mani salado, ademas en un futuro "ManiAji" tiene planeado ofrecer la mantequilla de mani, como producto complementario del "ManiAji".			
ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación)			
La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?			
Se emplearan precios de penetracion al mercado, es decir precios por debajo de la competencia, para que el alto precio no sea una barrera para el consumidor final al adquirir "maniaji" por primera vez. El producto se distribuiran inicialmente a vendedores al detail, distribucion tienda a tienda, para ir posicionando paulatinamente el "Maniaji" en el mercado local, se ofreceran degustaciones del producto en presentaciones de 30 gramos, para que el distribuidor o cliente, compruebe la aceptacion del producto, y pueda realizar pedidos de mayor cantidad. Actualmente "Maniaji" se encuentra distribuido a restaurantes del centro con una gran aceptacion del producto, y no puede expandirse por el limite de produccion, por no contar con la maquinaria apropiada.			
El mercado que se abastecerá inicialmente esta segmentado y es analizado a continuacion:			
Segun registros en la camara de comercio, se cuenta con:			
1. mercado callejero: existen 918 fuentes de soda y cafeterias con un habito de compra diario, de las cuales se piensa abarcar el 1 %, lo que significa 84 establecimientos que compren diariamente presentaciones de 30 gramos, mensualmente se venderan 2500 presentaciones a este segmento de mercado.			
2. Mercado de tiendas: hasta el 2010 estan registradas en camara de comercio 4228 tiendas con un habito de consumo semanal. de las cuales se abarcará aproximadamente el 1 % del mercado, lo que significa vender 500 presentaciones de 70 y 125 gramos.			
3. Mercado institucional: los casinos, restaurantes, bares y tavernas registrados son aproximadamente 1494, de los cuales se abarcará un 0,7 %, para poder vender 100 presentaciones de 200 gramos cada mes, y poder cumplir con el plan de ventas establecidos anteriormente.			

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO

PRODUCTOS O SERVICIOS

El producto ofrecido es el mani impregnado de aji, "ManiAji"; con presentaciones estandares de 30, 70, 125 y 200 gramos.

MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO

MANIAJÍ
"LA UNION PERFECTA".

ETIQUETA DEL PRODUCTO O SERVICIO



ENVASE Y EMBALAJE

El producto "ManiAji" lanzara al mercado diversas presentaciones o empaques, dependiendo del mercado al que se dirija, las presentaciones estandares que se van a manejar son: 30, 70, 125 y 200 gramos.

AREA MERCADEO III												
PLAN DE MERCADEO												
PLAN DE VENTAS UNIDADES												
PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
30 g	2.500	2500	2700	2700	2700	2700	2700	2700	2750	2778	2778	2780
70 g	300	300	301	301	301	301	301	301	304	307	307	310
125 g	200	200	202	202	202	202	202	202	204	206	206	208
200 g	100	100	102	102	102	102	102	102	103	104	104	105
ESTACIONALIDAD ANUAL												
PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
30 g	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
70 g	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
125 g	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
200 g	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS												
<p>El comprotamiento de las ventas durante la semana depende del segmento del mercado a quien va dirigo el producto, por ello se explicara acontinuacion el comportamiento proyectado a cada nicho de mercado:</p> <ol style="list-style-type: none"> mercado callejero: (presentaciones de 30 y 70 gr), el comportamiento dentro de la semana es constante, con un habito de compra diario. mercado de tiendas: se les vendera presentaciones de 70, 125 gr, con un habito de consumo semanal, donde se tiene rpevisto que el comportamiento de ventas mensual sera estandar. mercado institucional (casinos, restaurantes, bares, etc): se les vendera la presentacion de 200 gramos o màs segun lo requiera el cliente, con un habito de consumo promedio mensual, el comportamiento de ventas en los bares y centros octurnos sera exponencial durante los fines de semana. 												
CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES												
<p>El producto se lleva directamente al cliente, y gracias a que los clientes estan ubicados dentro del sector, se va a realizar el domicilio a pie, mediante una distribucion tienda a tienda, hasta lograr el reconocimiento de la marca en el sector.</p>												
PRECIO Y POLITICAS DE VENTA												
<p>La estrategia de precios utilizada sera la de penetracion de mercado, ya que se utilizaran precios que estan por debajo de la competencia, lo que facilita el acceso del mercado al producto innovador ofrece.</p> <p>Dentro de la politica de venta de la empresa "ManiAji", se identificaran tres segmentos de mercado, los cuales, son el mercado callejero, el mercado de tiendas, y el institucional, dentro de los cuales el precio varia teniendo en cuenta las características de mercadeo utilizadas en cada empresa dentro del segmento de mercado.</p>												
SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION												
<p>Actualmente el proceso de produccion se realiza en el ultimo piso el ultimo piso del centro comercial panama. Local 402</p>												

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

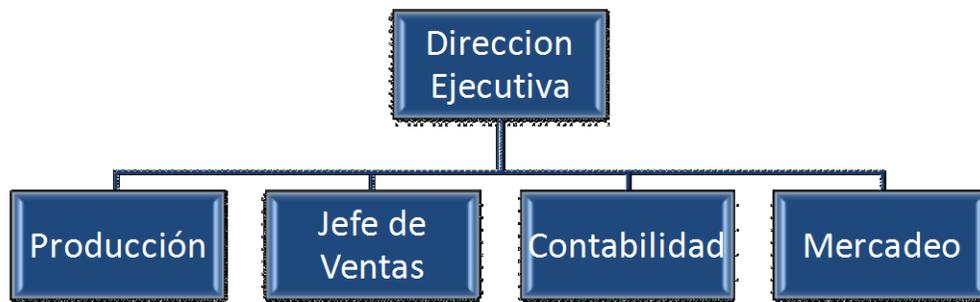
Cuenta con registro ante la DIAN.

RECURSO HUMANO Y FUNCIONES

Número Empleos Directos Generados: 1

La empresa inicialmente va a contar con una persona encargada de producir el maní, de la ventas, de la contabilidad y del mercadeo; con el tiempo se ira expandiendo la nomina de empleados a cada area especificada en el organigrama.

ORGANIGRAMA



NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS

Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43			
♣♣ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2	SI	NO	
♣♣ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1			
♣♣ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4	SI	NO	
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel:642 20 88 – Fax 642 23 57	SI	NO	
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000	SI	NO	

GASTOS LEGALES E IMPUESTOS

TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago	
RUT			
Industria y Comercio			
SAYCO			
INVIMA			
Escritura Constitución			
Cámara de Comercio:			

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA

ACTIVIDAD / PERIODO TIEMPO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5						
	Compra maquinaria	Acomodacion del local	Publicidad	Produccion	Venta						

AREA PRODUCCION Y TECNICA											
MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?											
<p>Se requiere la compra de la siguiente maquinaria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. una tostadora de granos a gas, por el valor de \$ 3.000.000. 2. un caldero inmusa por valor de \$ 100.000. 3. una selladora por un valor de \$ 40.000. 											
MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?											
Se cuenta con una mesa de trabajo propia dentro del sitio de fabricación del Maniaji.											
EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?											
VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehiculo											
MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?											
Se requiere adquirir una arroa de materia prima por valor de 55.000 en promedio bimensual, dependiendo de los pedidos realizados mensualmente.											
PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA											
El proceso de produccion del maniaji es el siguiente:											
<pre> graph LR A[IMPREGNACION] --> B[TOSTION] B --> C[ENFRIAMIENTO] C --> D[PESAJE Y EMBALAJE] </pre>											
<p>IMPREGNACION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se impregna al mani, la sal y el aji, por aproximadamente 30 minutos. 											
<p>TOSTION</p> <ul style="list-style-type: none"> • La tostion del mani dura aproximadamente 60 minutos para darle la contextura al producto. 											
<p>ENFRIAMIENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se deja enfriar aproximadamente durante 120 minutos. 											
<p>PESAJE Y EMBALAJE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El producto es pesado y empacado segun indicaciones del cliente, con una duracion aproximada de en 2 horas por arroba. 											
COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS											
Se maneja una politica de inventarios, donde se cuenta con un stock de produccion maximo de 10 Libras, ya que el proceso de produccion es relativamente corto, y se puede despachar en el mismo dia de realizado el pedido.											
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA (POR MAQUINA, ESPACIO, ETC)											
El local donde se realiza la produccion tiene aproximadamente 12 m ² ; la maquina utilizada en el proceso productivo, ocupa 1m ² del area del local.											

VENTAS												
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios												
COSTOS												
MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	PRODUCTOS											
	30 g			70 g			125 g			200 g		
	CANT	VALOR	Precio venta	CANT	VALOR	Precio venta	CANT	VALOR	Precio venta	CANT	VALOR	Precio venta
MANI		160			360			700			1070	
AJI		4			9			15			28	
SAL		1			3			5			7	
PANELA		2			5			9			14	
ZUMO DE LIMON		2			5			9			14	
		\$ 169	\$ 450		\$ 383	\$ 800		\$ 738	\$ 1.500		\$ 1.133	\$ 3.200
GASTOS MENSUALES												
GASTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO		
Arriendo	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000						
Telefono												
Celular	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Agua												
Luz												
Gas	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Papelaria												
Aseo	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Cafeteria												
Pagina Web												
Mat. Publicit	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Transporte	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
TOTAL	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000	595.000
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS												
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar		Fecha Aproximada de pago									
RUT												
Industria y Comercio												
INVIMA												
Escritura Constitución												
Cámara de Comercio												
TOTAL												
NOMINA MENSUAL												
CARGO	Nº	Sueldo Básico		Prestaciones Sociales Si? No?		Observaciones						
GERENTE	1	800.000		NO								

ANEXO H Plan de negocios Cesar Corredor "Desayunos Especiales"

0.7 PLAN DE NEGOCIOS.							
ANALISIS SITUACIONAL NOMBRE EMPRENDEDOR: CESAR IVAN CORREDOR BECERRA NOMBRE EMPRESA: DESAYUNOS ESPECIALES							
IDEA DE NEGOCIO							
Mi empresa consiste en la distribucion a domicilio de "DESAYUNOS ESPECIALES", esto es un paquete compuesto por varios elementos como alimentos, golosinas, flores, esquelas, todo empacado y adornado de tal forma para dejar un buen recuerdo de la ocasión; Puede ser en cumpleaños, aniversarios, fechas especiales como dia del padre, madre, amor y amistad, etc.							
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface							
La idea surge de la necesidad de encontrar el detalle adecuado para festejar esas fechas tan importantes; la tradicion enmarcaba una cena especial, un ramo de flores, una caja de chocolates, etc. Entonces, por que no reunir todo esto en un solo detalle y ofrecer la oportunidad de demostrar originalidad y brindar un regalo que contenga muchas opciones y a un bajo costo.							
MISION							
Brindar una solucion practica al momento de ofrecer un detalle a todos nuestros seres queridos en cualquier fecha especial.							
VISION							
"DESAYUNOS ESPECIALES" se proyecta para el 2012 como la primera empresa en el mercado y en la mente de nuestros clientes al momento de pensar en un detalle fuera de serie para sus seres mas especiales.							
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENAZAS							
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> FORTALEZAS: es un producto novedoso y por un bajo costo ofrece la oportunidad de brindar en un solo paquete un detalle inolvidable. </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> DEBILIDADES: En estos momentos la poca capacidad productiva y de distribucion de cada uno de nuestros "DESAYUNOS ESPECIALES" </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> siempre buscan al momento de dar un regalo, que este sea original y economico, nosotros brindamos esta posibilidad. </td> <td style="vertical-align: top;"> OPORTUNIDADES: Todos </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> son restaurantes, floristerias, tiendas de regalo, y demas establecimientos encargados de brindar momentos especiales. estos pueden empezar ofrecer nuevas promociones y empaquetar nuevos servicios para no perder su clientela. </td> <td style="vertical-align: top;"> AMENAZAS: Nuestros competidores </td> </tr> </table>		FORTALEZAS: es un producto novedoso y por un bajo costo ofrece la oportunidad de brindar en un solo paquete un detalle inolvidable.	DEBILIDADES: En estos momentos la poca capacidad productiva y de distribucion de cada uno de nuestros "DESAYUNOS ESPECIALES"	siempre buscan al momento de dar un regalo, que este sea original y economico, nosotros brindamos esta posibilidad.	OPORTUNIDADES: Todos	son restaurantes, floristerias, tiendas de regalo, y demas establecimientos encargados de brindar momentos especiales. estos pueden empezar ofrecer nuevas promociones y empaquetar nuevos servicios para no perder su clientela.	AMENAZAS: Nuestros competidores
FORTALEZAS: es un producto novedoso y por un bajo costo ofrece la oportunidad de brindar en un solo paquete un detalle inolvidable.	DEBILIDADES: En estos momentos la poca capacidad productiva y de distribucion de cada uno de nuestros "DESAYUNOS ESPECIALES"						
siempre buscan al momento de dar un regalo, que este sea original y economico, nosotros brindamos esta posibilidad.	OPORTUNIDADES: Todos						
son restaurantes, floristerias, tiendas de regalo, y demas establecimientos encargados de brindar momentos especiales. estos pueden empezar ofrecer nuevas promociones y empaquetar nuevos servicios para no perder su clientela.	AMENAZAS: Nuestros competidores						
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga							
ESTRATEGIAS FO: Siempre estar actualizando los productos y menus que manejamos, adicionar nuevas promociones y servicios. Para cada fecha especial crear una campaña que enmarque originalidad y bajos costos, preguntar y encuestar a nuestros clientes sobre nuevas ideas y sugerencias con las que podamos mejorar y ampliar nuestros servicios.							
ESTRATEGIA DA: Estar pendiente de las nuevas ofertas de los diferentes establecimientos que por separado marcan nuestra competencia, aumentar nuestra capacidad produccion con la adecuacion de instalaciones y nuestra capacidad de distribucion con la consecucion de otros vehiculos para los domicilios.							

AREA DE MERCADEO I			
MERCADO POTENCIAL			
Nuestros clientes pueden ser cualquier persona, hombre o mujer en un rango de edad de 14 a 99 años que tengan un ser especial a quien ofrecerle un detalle fuera de serie, en la fecha que ellos elijan.			
MERCADO OBJETIVO			
Nuestro mercado objetivo se amplia a cualquier persona con la capacidad de destinar desde \$25.000 para ofrecer uno de nuestros "DESAYUNOS ESPECIALES", sin importar la edad, el sexo ni la fecha de entrega .			
MERCADO REAL			
Tomando en la cuenta que se debe realizar una amplia publicidad para lograr un mayor reconocimiento sobre los productos y servicio que ofrecemos, nuestro mercado real puede ser toda persona que quiera enviar un detalle, este puede ser de cumpleaños, aniversarios, fechas especiales.			
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado			
TAMAÑO. En la actualidad se están vendiendo un promedio de 2 "DESAYUNOS ESPECIALES" x día.			
UBICACIÓN. Nuestro mercado principal se encuentra en Bucaramanga y su área metropolitana.			
HABITOS DE COMPRA. Un cliente puede hacer de dos a tres compras por año.			
Nuestro producto se distribuye a domicilio vía motorizado.			
FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva			
Con nuestro producto se reúnen varios elementos esenciales al momento de realizar un buen regalo, como pueden ser, flores, chocolates, peluches, tarjetas, helados, etc. Todo en un solo paquete y a diversos precios.			
COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
FLORISTERIAS	Ramos de flores de diferentes tamaños, con chocolates o frutas, a diferentes precios y a domicilio	Mayor variedad de flores, no ofrece otras opciones aparte de flores o frutas.	Cll 34 con Cra 20 Centro de Bucaramanga
RESTAURANTES	Desayunos, almuerzos y Cenas	Mayor variedad en los alimentos que ofrecen, no ofrecen otras opciones aparte de comida	Cra. 33 con Cll 34 esquina
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS			
SUSTITUTOS: cenas especiales, ramos de flores, cajas de chocolates, serenatas.			
COMPLEMENTARIOS: tríos de serenatas, frutas, helados, flores, globos metalizados			
ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación) La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?			
La estrategia planteada es imprimir 10.000 volantes y 10.000 tarjetas, para repartir por los diferentes sectores de la ciudad y su área metropolitana; al no tener un competidor específico que maneje exactamente el mismo producto, es solamente ofreciendo un producto de calidad y novedoso y económico como se piensa abrir el mercado.			

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO

PRODUCTOS O SERVICIOS

"DESAYUNOS ESPECIALES", paquete que contiene alimentos como café, chocolate, almojabana, croissant, también puede llevar, helado, frutas, golosinas como chocolates, marmelos, dulces, de igual forma flores, globos, esquelas. Todo este paquete dependiendo del menú que escoja nuestro cliente. y entregado a domicilio

1. FELIZ DIA:



3. LIGHT



4. INFANTIL



5. PORQUE ERES ESPECIAL



6. TU ERES MI MOTIVO



MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO

"DESAYUNOS ESPECIALES"

ETIQUETA DEL PRODUCTO O SERVICIO

"Por que hoy tu eres el motivo"

ENVASE Y EMBALAJE

Todo el paquete viene empacado en una caja decorativa, y en su interior cada uno de los elementos que lo componen vienen en envases desechables.

AREA MERCADEO III												
PLAN DE MERCADEO												
PLAN DE VENTAS UNIDADES												
PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
DESAYUNOS ESPECIALES	25	27	25	25	27	25	25	25	25	27	27	27
ESTACIONALIDAD ANUAL												
PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Desayunos especiales	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS												
Los desayunos especiales presentan un comportamiento exponencial en fechas especiales, como el día de la madre, día del amor y amistad y a fin de año.												
CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES												
La distribución se hace a domicilio a través de domiciliario												
PRECIO Y POLITICAS DE VENTA												
El precio de nuestros "DESAYUNOS ESPECIALES" puede variar dependiendo del menú que escoja el cliente este valor oscila entre los \$25.000 y \$ 45.000, manejando un promedio de venta de \$35.000												
SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION												
El sitio de producción "Taller de preparación, armado y decoración" se encuentra ubicado en la Cra 14 # 65-77; la comercialización se realiza vía telefónica y la entrega se hace a domicilio												

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

RUT. 13872865-2 Registro en camara de comercio pendiente Enero 2011.

RECURSO HUMANO Y FUNCIONES

Número Empleos Directos Generados: empleos actuales 2

una persona encargada de la comercializacion, cobro, armado del producto y la otra se encarga de la distribucion o entrega a domicilio.

ORGANIGRAMA

Gerente-distribuidor

NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS

Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43			
♣♣ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2	SI		NO
♣♣ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1			
♣♣ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4	SI		NO
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel642 20 88 – Fax 642 23 57	SI		NO
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000	SI		NO

GASTOS LEGALES E IMPUESTOS

TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago	
RUT			
Industria y Comercio			
SAYCO			
INVIMA			
Escritura Constitución			
Cámara de Comercio:			

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA

ACTIVIDAD / PERIODO TIEMPO	mes 1	mes 2	mes 3								
	arreglo locativo	Publicidad	Constitucion legal								

AREA PRODUCCION Y TECNICA
MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?
ELEMENTOS NECESARIOS: nevera, estufa, horno microondas, licuadora, camara digital ELEMENTOS PROPIOS: camara, portatil.
MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?
EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?
Papeleria, recibos de caja, volantes y tarjetas de publicidad valor 560,000
VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehículo
No es necesario un vehiculo propio para la distribucion de los "DESAYUNOS ESPECIALES", ya que se cuenta con 2 motos para repartir domicilios.
MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?
Chocolate, leche, pan, galletas, almojabanas, croissant, jugos, helados, dulces
PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA
Todos los productos vienen empacados desde el proveedor, se selecciona los productos necesarios según los menus escogidos por los clientes y se procede al proceso de empacado y decoracion luego de esto el paquete se encuentra listo para su distribucion y entrega al cliente final.
COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS
Los inventarios rotan semanalmente dependiendo de los pedidos que se tengan, ningun producto dura mas de 6 dias en bodega.

VENTAS																			
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios																			
COSTOS																			
MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	PRODUCTOS																		
	Feliz Dia			Tradicion				PQ eres Especial				Tu eres mi motivo				Light			
	CANT	VALOR	PRECIO VENTA	Menu	CANT	VALOR	PRECIO VENTA	Menu	CANT	VALOR	PRECIO VENTA	Menu	CANT	VALOR	PRECIO VENTA	Menu	CANT	VALOR	PRECIO VENTA
Jugo de Naranja	1	700		Jugo de Naranja	1	700		Jugo de Naranja	1	700		Jugo de Naranja	1	700		Jugo de Naranja	1	700	
Café	1	600		Chocolate y queso	1	1000		Malteada	1	2000		Malteada	1	2000		Ensalada de Frutas	1	3000	
Croisant	1	700		Almojabana	1	600		Wraps	1	5000		Waffles	1	5000		Chocolate ligh	1	1000	
Porcion de Fruta	1	500		Tamal	1	1600		Fresas con Crema	1	2000		Fruta con Helado	1	3500		Galletas Dux	1	500	
Mini Torta	1	3000		Mini torta	1	3000		Brownie	1	2000		Mini Torta	1	3000		Yogourt con cereal	1	2000	
Dulce	1	500		Dulce	1	500		Chocolatina	1	2000		Chocolatina	1	2000		Mini Torta	1	3000	
Globo o Flor	1	2500		Globo	1	2500		Globo	1	2500		Globo	1	2500		Globo	1	2500	
Tarjeta	1	1000		Flor	1	2500		Flor	1	2500		Flores	1	3500		Flor	1	2500	
Mug de Recuerdo	1	2000		Mug de Recuerdo	1	2000		Mug de Recuerdo	1	2000		Mug de Recuerdo	1	2000		Mug de Recuerdo	1	2000	
Caja y Decoracion	1	2000		Caja y Decoracion	1	2000		Caja y decoracion	1	2000		Caja y decoracion	1	2000		Caja y Decoracion	1	2000	
Total		13500		Total		16400		Total		22700		Total		26200		Total		19200	
			25000				30000				40000				45000				35000
GASTOS MENSUALES																			
GASTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNO	JULIO	AGTO							
Arriendo	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000							
Telefono	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Celular	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000							
Agua	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Luz	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Gas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Papeleria	300,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Aseo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Cafeteria	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Pagina Web	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Mat. Publicit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
Transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
TOTAL	515,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000	215,000							
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS																			
NOMINA MENSUAL																			
CARGO	Nº	Sueldo Básico			Prestaciones Sociales Si? No?		Observaciones												
Administrador	1	600,000																	
Repartidor	1	Por entrega																	

ANEXO I Plan de negocios Miguel Méndez ferretería “San Miguel”.

0.7 PLAN DE NEGOCIOS.	
ANALISIS SITUACIONAL	
NOMBRE EMPRENDEDOR: Miguel Mendez	
NOMBRE EMPRESA: Ferretería	
IDEA DE NEGOCIO	
Realizar el montaje de una ferretería-cacharrería en el barrio el regadero de Bucaramanga.	
JUSTIFICACION - Necesidad que satisface	
<p>El sector de las ferreterías en Colombia ha sido relevante dentro del comercio al por menor según cifras del DANE en diciembre de 2005, dentro de la Muestra Mensual de Comercio al por Menor aparecían las cifras del comportamiento de los sectores minoristas, entre los que se encuentran las ferreterías en el cuarto lugar de los segmentos de ventas del comercio al por menor, con un 19,65% del mercado, en los años 2006, 2008 el sector ferretero continuo en ascenso con una variación positiva de 15,33 % respecto a años anteriores, aunque al finalizar el cuarto trimestre del año 2008, todo el comercio al por menor, incluyendo las ferreterías, tuvo un decrecimiento de 2,5%, durante el año 2009 el ministerio de hacienda realizo acciones correctivas que incentivarán el gasto público, y fue hasta el año 2010 el año donde se reactiva la posición de las ferreterías en relación con el comercio minorista, ya que según cifras del DANE el sector ferretero obtuvo una variación real en ventas en relación al 2009 de 21,8 %.</p> <p>Con el montaje de una ferretería-cacharrería se va a satisfacer la gran demanda existente en el sector hacia los productos relacionados con la construcción y el hogar, ya que no existe sobre la vía principal una cacharrería o ferretería, por ende cuando alguien desea adquirir un producto afín, debe trasladarse entre 5 y 6 cuadras, hacia otro sector, en base a esa necesidad, se inicio el montaje de un negocio dentro del sector para que no haya necesidad de trasladarse grandes distancias, y puedan encontrarlo mucho más cerca de sus hogares u obras de construcción.</p>	
MISION	
Ofrecer productos de construcción y de cacharrería de calidad, teniendo como ventaja competitiva la variedad y buena atención, para poder superar las expectativas de los clientes dentro del sector.	
VISION	
Ser reconocidos para el 2012 en el sector como uno de los negocios centrales del sector el regadero, y poder abarcar un mayor porcentaje del mercado.	
DEBILIDADES - OPORTUNIDADES - FORTALEZAS - AMENAZAS	
<p>DEBILIDADES: Falta de recursos económicos para poder realizar el montaje del negocio; falta de conocimiento del negocio de la ferretería, y ser nuevos en el sector lo que genera poca confianza para los clientes potenciales en el sector.</p> <p>OPORTUNIDADES: Dentro del sector, existen varias obras en construcción, lo que genera una mayor probabilidad de compra para los recursos que necesiten en el transcurso de la obra.</p> <p>FORTALEZAS: Contar con un local propio (área de 25 m²) donde se va a realizar el montaje del negocio lo que facilita la acomodación del mismo, y reduce los gastos operativos.</p> <p>AMENAZAS: Existen ferreterías consolidadas en el área con una trayectoria amplia en el sector de construcciones.</p>	
ESTRATEGIAS - DOFA: Supervivencia - FO: Crecimiento - DA: Fuga	
<p>Estrategias FO: al contar con un local propio se reducen los gastos fijos, y aprovechando la alta demanda existente en el sector, se realizara una estrategia de desarrollo de mercados, para ir expandiendo paulatinamente el porcentaje de mercado que se piensa abarcar dentro del sector.</p> <p>Estrategias DA: no tener experiencia en el negocio de ferreterías, aumenta la posibilidad de incurrir en errores y en desconocer diversos factores claves de éxito dentro de esta actividad económica, para ello piensa vincular a la organización a personas que conocen del negocio, y ofrecer una innovación superior a la de la competencia, además no se descarta como estrategia de salida el encogimiento del negocio.</p>	

AREA DE MERCADEO I

MERCADO POTENCIAL

Persona natural y jurídica ubicada en Bucaramanga e interesada en adquirir bienes relacionados al sector de la construcción.

MERCADO OBJETIVO

Personas naturales ubicadas en la comuna 2 de Bucaramanga (aproximadamente la componen 1500 personas) interesadas en adquirir bienes de calidad relacionados al sector de la construcción.

MERCADO REAL

Maestros de construcción y personas naturales ubicados en el barrio regadero norte de Bucaramanga, interesadas en productos de ferretería y cacharrería.

CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO - Tamaño - Ubicación - Hábitos de compra y motivaciones - Cómo se distribuyen los productos o servicios actualmente en el mercado

Maestros compra diaria, personas naturales 2 veces a la semana.

FACTOR DIFERENCIAL Y VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO O SERVICIO - Identificación de la ventaja competitiva

Variedad, ferretería y cacharrería.

COMPETIDOR	PRODUCTO-PRECIO-CALIDAD-DISEÑO-DISTRIBUCION-PUBLICIDAD	PRINCIPAL VENTAJA / DESVENTAJA	UBICACIÓN
Ferretería regadero	Productos: ladrillos, cemento, pintura, tubería.	Ventaja: mucho tiempo en el mercado. Desventaja: Servicio al cliente.	Calle 26 # 25, el regadero
Cacharrería Roman	Productos: papelería, juguetería, equipos electrónicos.	Ventaja: reconocido en el sector. Desventaja: horario de atención al cliente.	Calle 26 # cra 25, el regadero.

ESTRATEGIAS INGRESO AL MERCADO (Producto/Servicio) - Precio - Plaza - Promoción(Comunicación)

La estrategia a aplicar implica un descuento del producto o un costo?

Se ingresara al mercado con precios menores que la competencia, precios de penetración, además se realizara publicidad previo al momento de apertura del negocio con tarjetas o volantes, para que conozcan los productos ofrecidos por la ferretería y la operacionalización de la misma.

En cuanto al servicio y por ser la única ferretería-cacharrería dentro del sector, se piensa ofrecer un servicio personalizado con cada cliente donde la persona conozca la variedad ofrecida en el negocio y pueda conseguir siempre lo requerido, y se piensa en un futuro realizar domicilio en el sector para abarcar un mayor porcentaje del mercado.

Es válido aclarar que la unidad productiva inicio operaciones hace 3 semanas y la aceptación en el mercado del sector ha sido masiva, aunque se ve la necesidad de invertir en materia prima o productos a comercializar, para lo cual se utilizara el monto del crédito solicitado en FUNDESAN, ya que una de las ventajas competitivas proyectadas para la ferretería es la variedad en la mercancía, para que el cliente potencial encuentre siempre lo que requiere dentro del local, lo cual formaría parte del poder de la marca dentro del "branding".

AREA DE MERCADEO II - PRODUCTO				
PRODUCTOS O SERVICIOS				
Se van a ofrecer las siguientes lineas de servicio: 1. Materiales de construccion. 2. Papeleria. 3. Pinturas.				
MARCA DEL PRODUCTO O SERVICIO				
"FERRETERIA-CACHARRERIA SAN MIGUEL"				

AREA MERCADEO III

PLAN DE MERCADEO

PLAN DE VENTAS UNIDADES

PRODUCTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES
Galon macilla	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Cemento blanco	12 bultos	13	13	13	13	13	13	13	13	13	14	15
Ladrillo h 10	180	181	181	181	181	181	181	181	181	181	185	190
Tubos	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9	10
Cuadernos	45	40	42	42	42	42	45	42	42	42	42	42
Carpetas	15	10	11	11	11	11	15	11	11	11	11	11
Colbones	15	13	13	13	13	13	18	13	13	13	13	13
Pintura pintuco	4 galones	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	6
cemento diamante	3 bultos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6
Ladrillo h 7	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	55	55
Ladrillos h 15	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	110	110
Tubos poeco	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	13	13
Segueta	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	10	11
Martillos	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	10	11
Arena carretada	12 carretadas	12	12	12	12	12	12	12	12	12	16	17

ESTACIONALIDAD ANUAL

PRODUCTO	Dia											
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUNIO	JULIO	AGTO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Galon macilla	Medio	Alto	Alto									
Cemento blanco	Medio	Alto	Alto									
Ladrillo h 10	Medio	Alto	Alto									
Tubos	Medio	Alto	Alto									
Cuadernos	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
Carpetas	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
Colbones	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
Pintura pintuco	Medio	Alto	Alto									
cemento diamante	Medio	Alto	Alto									
Ladrillo h 7	Medio	Alto	Alto									
Ladrillos h 15	Medio	Alto	Alto									
Tubos poeco	Medio	Alto	Alto									
Segueta	Medio	Alto	Alto									
Martillos	Medio	Alto	Alto									
Arena carretada	Medio	Alto	Alto									

ESTACIONALIDAD DE LAS VENTAS

A final de año desde noviembre se incrementa exponencialmente la venta de materiales para construcción y al inicio de año y a mediados se incrementa la venta de cacharrería.

CANALES DE DISTRIBUCION - DIAGRAMA DE PROCESO - RESPONSABLES

El canal de distribución es directo, puesto que los clientes interesados van directamente al lugar de comercialización para obtener los productos requeridos.

PRECIO Y POLITICAS DE VENTA

Teniendo en cuenta el precio de la competencia, se decidió estimar el precio al consumidor incrementando un 28 % aproximadamente al costo de la mercancía.

SITIO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

Cra 26 # 10 n 56 Regadero Norte

AREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Se debe tener en cuenta los aspectos contemplados dentro del instructivo legal.

RECURSO HUMANO Y FUNCIONES

Número Empleos Directos Generados: 2 empleos directos.

1 gerente: encargado de la administracion y gestion de la ferreteria-cacharrería.
1 jefe de ventas: encargado de atender a los clientes, y gestionar la caja.

ORGANIGRAMA



NORMATIVIDAD LEGAL E IMPUESTOS

Alcaldía de Bucaramanga Calle 35 N°. 10-43				
↕↕ Secretaria Hacienda Piso 2 Fase 2	SI		NO	
↕↕ Secretaria Salud Piso 2 Fase 1				
↕↕ Permiso de Uso (Planeación) Piso 4	SI		NO	
SAYCO Calle 36 # 13-51 Oficina 303 Tel642 20 88 – Fax 642 23 57	SI		NO	
Camara de Comercio Cra 19 # 36 - 20 Tel 6527000	SI		NO	

GASTOS LEGALES E IMPUESTOS

TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar	Fecha Aproximada de pago	
RUT			
Industria y Comercio			
SAYCO			
INVIMA			
Escritura Constitución			
Cámara de Comercio:			

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - PUESTA EN MARCHA

ACTIVIDAD / PERODO TIEMPO	MES 1	MES 2	MES 3							
	Compra mercancia		Acomodacion de local	Constitucion legal						

AREA PRODUCCION Y TECNICA											
MAQUINARIA - Datos Proveedor - Precio -COTIZACION - Cuenta con maquinaria propia? Valor?											
Se requieren: 4 vitrinas, un estante, 2 barriles de barsol y tinner, caja registradora. Recurso propio: 5 vitrinas , 4 estantes.											
MUEBLES Y ENSERES - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con muebles y enseres propios? Valor?											
EQUIPO DE OFICINA - EQUIPO COMPUTO - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con equipo de oficina y/o de computo propios? Valor?											
VEHICULO - FLOTA DE TRANSPORTE - Valor? - El programa no financia Vehículo											
MATERIAS PRIMAS - Datos Proveedor - Precio - COTIZACION - Cuenta con inventario de materia prima? Valor?											
Se han invertido 6.500.000 en productos a comercializar.											
PROCESO DE PRODUCCION - TIEMPO POR PROCESO - EXPLICACION DETALLADA											
COMPORTAMIENTO DE LOS INVENTARIOS MATERIA PRIMA, PP Y PRODUCTO TERMINADO, ROTACION EN NUMERO DE DIAS											
La politica de inventario se va a manejar cada 2 meses.											
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA (POR MAQUINA, ESPACIO, ETC)											
Area de 25 m ² con posibilidad de ampliacion.											

VENTAS																	
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios																	
COSTOS																	
PRODUCTOS OFRECIDOS	PRODUCTOS																
	CANT	COSTO VENTA	PRECIO VENTA	Utilidad bruta													
Galon	1	38149	48830	10681													
Cemento blanco	1	13000	16500	3500													
Ladrillo	1	854	1010	156													
Tubos	1	8720	11200	2480													
Cuadernos	1	1400	1800	400													
Carpetas	1	140	182	42													
Colbones	125 gr	1000	1300	300													
Pintura pintuco	1	5.833	7466	1633,24													
cemendo diamante	1	12500	16500	4000													
Ladrillos el mejor	1	800	1100	300													
Tubos poeco	1	8750	11000	2250													
Segueta	1	9734	12500	2766													
Martillos	1	10290	13200	2910													
Arena carretada	1 metro	5000	6500	1500													
GASTOS MENSUALES																	
GASTO	MES	MES	MES		MES	MES	MES		MES	MES		MES	MES		MES	MES	
	SEPT	OCT	NOV		DIC	ENE	FEB		MAR	ABR		MAYO	JUNIO		JULIO	AGTO	
Arriendo																	
Telefono	15.000	15.000	15.000		15.000	15.000	15.000		15.000	15.000		15.000	15.000		15.000	15.000	
Celular																	
Agua	74.000	74.000	74.000		74.000	74.000	74.000		74.000	74.000		74.000	74.000		74.000	74.000	
Luz	131000	131000	131000		131000	131000	131000		131000	131000		131000	131000		131000	131000	
Gas	29.000	29.000	29.000		29.000	29.000	29.000		29.000	29.000		29.000	29.000		29.000	29.000	
Papeleria																	
Aseo																	
Cafeteria																	
Pagina Web																	
Mat. Publicit																	
Transporte																	
Total	249000	249000	249000		249000	249000	249000		249000	249000		249000	249000		249000	249000	
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS																	
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar		Fecha Aproximada de pago														
RUT																	
Industria y Comercio																	
INVIMA																	
Escritura Constitución																	
Cámara de Comercio																	
NOMINA MENSUAL																	
CARGO	Nº	Sueldo Básico		Prestaciones Sociales Si? No?		Observaciones											
Gerente	1	515.000		No													
Jefe de ventas	1	200.000		No													

ANEXO J Informe mensual Agosto

 Fundesan <small>FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER</small>		0.3 INFORME DE AGOSTO					
DIAS/MES/AÑO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	IDEA DE NEGOCIO	CORREO ELECTRONICO	OBSERVACION	
1	09/08/2010	BERNARDO ABREU	Piedecuesta finca villa paola (los colorados)	6551682	Panadería y venta comida rápida.	miguel.13.13@hotmail.com	se mostró interesada en continuar el proceso aunque no volvió. Se le envió el plan de negocio vía electrónica.
2	09/08/2010	FIDELINA TORRES	Cra 11 casa 32 Villa patricia el pablon.	6739186-3128358655	Venta ambulante para artículos para el hogar		se manifiesta molesta ante el proceso y su situación. Así mismo se burlan y hablan sarcásticamente del plan de negocio. la estudiante en práctica les asesora frente al plan de negocio, percibiendo el sarcasmo de estas señoras en su sonrisa y en cada una de sus palabras. Las señoras querían comparar las cuotas entre la fundación mundial de la mujer y FUNDESAN
3	09/08/2010	JHON ANDERSON ROA RUEDA	Cile 34 # 24-72	6343233-3156721052	Empresa de dotaciones industriales	markieandotaciones@hotmail.com	Se mostro muy interesada en abrir crédito con FUNDESAN de tal forma que a los cinco días de haber estado en la Institución envió el plan de negocio y luego trajo las cotizaciones reales. El plan está siendo revisado.
4	09/08/2010	BETSY YANETH MUÑOZ SERRANO	Calle 89a # 16-25 (SAN LUIS)	6365570-3164763409	Gimnasio Infantil	betquim19@yahoo.com	considera inapropiados los requerimientos de la Institución para prestarle el dinero, según ella en otros lugares no le solicitan hipoteca y menos diligenciar un plan de negocio que ella considera solo hace más lento el proceso y el dinero se necesita rápido.
5	09/08/2010	ZULEYDA ANDREA OSMAN	Cra 10 sector f peatonal 2 casa 31 (BETANIA)	3177994365	Sala de Internet	andrea_z@yahoo.es	Tanto ella como su esposo se mostraron dispuestos a llevar a cabo el proceso por la línea de emprendimiento; se les envió el plan de negocio pero jamás lo regresaron.
6	09/08/2010	OSCAR FERNANDO MOYANO	Calle 49# 48-08 (Rincon de la paz)	3167904496	Fabricación y venta de bolsos.	oscarfernandao@hotmail.com	se noto interesado al inicio, incluso llamo a decir que no le habían enviado el plan de negocio a su correo electrónico; una vez se le envió no volvió a comunicarse.
7	10/08/2010	SERGIO MORENO SANTOS	Sector 1 cancha el cristal casa 5.	3107700611-6372359	Comercialización productos para motocicletas.	sergio_43_caren@hotmail.com	A esta joven se le brindo la información pertinente y no volvió.
8	10/08/2010	ROQUELINA CAPATAZ	Cra 28 # 87-30 san martin bajo.	3174539676	Comprar una tienda		A esta mujer la desanimó enormemente el plan de negocio, pues considera que es muy difícil y largo.
9	10/08/2010	ARMANDO VILLAMIZAR	Cra 18 # 46-37 apto 201 centro	3154877868	Taller de confecciones	armanduvillamizar@hotmail.com	El señor acaba de llegar de Venezuela donde funcionaba como vendedor de muebles, porque la situación comercial se le complico en ese País así que tuvo que venir a Colombia a iniciar de cero. No tiene claro ni siquiera el monto a solicitar, ni el lugar donde funcionaría el negocio. Se siente incómodo ante cualquier solicitud; considera que son muchas las complicaciones y los obstáculos que le ponen para prestarle un dinero, dice que en la Alcaldía le dijeron que FUNDESAN le podría colaborar pero según él no es así. El solicita ayuda y no se siente a gusto con las respuestas institucionales.
10	10/08/2010	Juan camilo cepeda dominguez	Calle 60 # 8w 160 casa 24. Villas de sanpatricio	3123105261	Tienda dentro de un hotel		Aunque el solicitante es un joven, quien vino por la información fue su padre, sin embargo esta persona no aplica porque su negocio se encuentra ubicado en Floridablanca.
11	10/08/2010	RONALD EXABIER PAEZ	Cile 22N # 8-12 TEJAS NORTE	6802593-3105601968	Compra asadero pollo	gsitos1831@hotmail.com	El señor venía con su esposa, y le desagrado enormemente el plan de negocios, aun cuando la esposa estudia ingeniería industrial y tiene las facultades para diligenciarlo, ellos consideraron que ese paso sobra y que era un obstáculo. No volvieron.
12	10/08/2010	ERIKA XIOMARA BARON	Calle 35 N # 8A-210 T8B APT:304 (CAFÉ MADRID)	6402409-3137731061	Alquiler de lavadoras		Desistió de su idea de negocio, porque no tiene la más mínima intención de diligenciar el plan de negocios, según ella mejor va a solicitar por la línea de fortalecimiento para invertir en sus revistas.
13	10/08/2010	CLELIA PEÑA	Calle 104 C # 7-16	3186931069	Micromercado		esta persona considero algo muy difícil el plan de negocio, se lo llevo para diligenciarlo y volvió 18 días después sin absolutamente nada resuelto. La estudiante en práctica se tomo una hora y 10 minutos con ella explicándole paso a paso y solucionando de una vez entre las cosas algunos puntos. Le quedaron faltando cotizaciones reales y muy pocos puntos para que ella diligenciara; sin embargo se lo llevo y no volvió.
14	11/08/2010	JULIAN ANDRES VILLAMIZAR	MANUELA BELTRAN Cra 11 # 103E-19	6371159-3005575443	Local dedicado a al fotografía	jandresvo@hotmail.com	se le brindo la asesoría pertinente sobre lo que le faltaba complementar en el plan de negocio que ya tenía muy avanzado; se lo llevo argumentando que le faltaba complementar pero no volvió.
15	11/08/2010	JAIME RODRIGUEZ	Calle 14# 32c-98 san alonso	3144143376	Empresa ofrece servicios de telecomunicaciones	nr ingenieros@gmail.com	son dos ingenieros que se muestran interesados en seguir el proceso, ya enviaron el plan de negocio y en este momento se está analizando; se les entregó el formulario, se les solicito documentos y no volvieron.
16	11/08/2010	EDWIN JACOBO DIAZ RINCON	Cra 9 w # 47-35	3163038288	Fabrica de muebles	jacob-777@hotmail.com	se mostro muy entusiasmado con el proceso, se le envió el plan de negocio pero no volvió; días después regreso a solicitar tres millones de pesos indicando que ya tenía la fabrica en funcionamiento, pero necesita materia prima.
17	11/08/2010	ADRIANA LUCIA ESPINOZA	Cra 21 # 47-42 la concordia	3168209741	Fabrica de calzado	espinoza@misena.edu.com	La información se la habían dado con anterioridad en una feria del SENA, el plan de negocio ya lo tenía muy avanzado, se le envió al correo electrónico sin embargo no volvió
18	11/08/2010	FANNY FERRER LANDEAZABAL	Calle 63 # 11-28 (san gerardo frente ciudad bolivar)	3183892288	Fabrica de calzado		hijos que tienen amplia experiencia en el ejercicio de calzado. Se les brindo la información pertinente y el plan de negocio pero no volvieron.
19	11/08/2010	BELKIS CAICEDO	Calle 11 # 11-108	3178130347	Comercialización de bolsos, carteras, correas		A esta persona la desanimó el plan de negocio, sosteniendo que era un proceso demorado y el dinero se necesita pronto.
20	11/08/2010	Yudy Marcela Suarez	km 2 cile 14 # 2-24 Limoncito morrorico.	3185516133	Maquina de guarnición.		Tuvo dificultad cuando se le hablo del plan de negocio, argumentando que no entendía nada y que desde ya sabía que ninguno de sus hijos iba a comprender. La estudiante en práctica le brindo la información pertinente aclarándole que podría diligenciar lo que más pudiera y con lo demás se le colaboraba en la Institución.
21	11/08/2010	LUZ ESTELLA MARTINEZ	torres de mediterraneo torre 4 apto 1202	6947097-3165516346	SALA DE BELLEZA	luzestella1970@hotmail.com	A la persona se le brindo toda la información pertinente al crédito, y se le aconsejo que se capacitara a cerca de la actividad que desea ejecutar puesto que no tiene conocimientos actualizados en el ejercicio, así mismo el monto es muy alto junto con el arriendo del local y por el momento no hay viabilidad del proyecto, pero todavía esta en asesoramiento con FUNDESAN.
22	12/08/2010	GERMAN TORRES PRADA	Cra 18# 31-36 (GIRON)	6918605-3212402304	Fabrica camisas, buses y chaquetas.	gevros@yahoo.com	Se le brindo la información pertinente y no volvió
23	12/08/2010	NESTOR MARTINEZ	Cra 6E #28-126	6581475	Panadería		este emprendedor ya tiene la maquinaria y solo necesitaba para materia prima; se lo entusiasmado en continuar el proceso sin embargo se le entregó el plan de negocios y no volvió.

24	12/08/2010	Julian Galvis	c/le 31 A # 40-62	6907809-3173549623	Venta y juguetería china.	lgalvis@gmail.com	Esta persona solo viene por información porque el crédito va a estar a nombre de su novia, debido a un problema en data crédito sin resolver.
25	12/08/2010	Gustavo Adolfo Herrera	c/le 39 # 19-35 apto 202	3152507860	frutería	adolbitin@yahoo.es	La persona asistió más por información que con verdaderas ganas de solicitar crédito con FUNDESAN. El proceso no lo convenció lo suficiente y menos el plan de negocio. Solicito pasar por la línea de fortalecimiento pero su perfil aplica en emprendimiento. Se le envió Plan de negocios a su correo electrónico.
26	17/08/2010	YUDI ERLINCI MATHEUS	CRA 12N # 26-38	6700230	fabrica de zuelas	gomma_bqa@hotmail.com	a esta emprendedora, se le brindo la información pertinente al montaje de una fabrica de calzado, diligencio el plan de negocios, y esta en proceso de busqueda de garantías para el credito.
27	19/08/2010	RODOLFO PRADO, PATRICIA BORNER	Hotel dicapri	6450412-3127964744	Agencia de viajes.	ventura_tour Ltda@gmail.com	El señor y su socia querian informacion para el credito, se le brindo toda la información pertinente, volvio a los dos dias a terminar de diligenciar el plan de negocios y esta en el proceso de analisis del credito.
28	19/08/2010	CEIDY OMARA ESPARSA	CALLE 13 # 24-36	6322294- 3174291412	Fabrica de café	seidyto@hotmail.com	Se les brindo informacion y el formato para diligenciar el plan de negocios.
29	19/08/2010	JAIME QUINTERO-JENNY SERPA	CALLE 35-23		Compra de micromercado.	gemcer79@hotmail.com ; jaquico2113@hotmail.com	El señor y su esposa, solicitaban informacion sobre un credito, para comprar un micromercado, se les brindo la informacion pertinente al proceso del credito, y se comprometieron en diligenciar el plan de negocios.
30	19/08/2010	NUBIA NERY TRUJILLO	Monte redondo	3132418912	Sala de internet	nerynubia-0123@hotmail.com	La señora solicitaba informacion para llevar a cabo una sala de internet, se le explico cada variable del plan de negocios, y se lo llevo para completar alguna informacion que restaba.
31	20/08/2010	ROSALBINA PARDO	CALLE 73A # 31-22 BARRIO EL SOL II	6315577-3132524533	CONFECION DE PIJAMAS		La señora solicitaba informacion para poder ampliar y formalizar su negocio de fabricacion de pijamas, cuenta con una maquina muy deteriorada para realizar este producto, se le explico el proceso y se le brindo la asesoría pertinente para que empezara el proceso de la mano con FUNDESAN.
32	20/08/2010	MARGARITA ORTEGA	Cra 10 occidente # 35a-12 PANTANO 2 LA JOYA.	3112941341	TALLER DE CONFECIONES.		La joven se presento acompañada de su mama, solicitando informacion acerca de un credito para crear un taller de confecciones, el practicante diligencio la información pertinente del plan de negocios con la emprendedora, y la informacion restante seria diligenciada en los proximos dias.
33	20/08/2010	WALTER JAVIER RUBIO	CRA 18d # 3n-14 BARRIO LA JUVENTUD.	6403835	PORCIOCULTURA	walter_358_5858@hotmail.com	Este joven solicitaba asesoria para el montaje de una empresa, diciendo que queria montar unas bases solidas, el practicante le explico el plan de negocios, y continua en el proceso.
34	23/08/2010	FIDEL MOJICA	CRA 38 # 41-14	3005530443	PANADERIA	decpe@hotmail.com	El señor pedia asesoria en la parte del montaje de la empresa, el practicante le brindo toda la informacion necesaria indicandole los aspectos a tener en cuenta para diligenciar el plan de negocios.
35	23/08/2010	MIGUEL MENDEZ	CRA 26 10N 56 REGADERO NORTE	6402835-3165496561	MICSELANIA		El señor es un vendedor ambulante que quiere formalizar su empleo con un local, se le indico el proceso de montaje de la empresa, explicandole los aspectos primordiales para llenar el plan de negocios.
36	23/08/2010	Liliana Esther Reyes	Calle 47c # 11-10 (carmen)	6584649-3163558536	Fuente de soda	estherrevescastro@hotmail.com	La persona requería solo información pues su negocio aun no está claro, hasta ahora esta mirando la posibilidad junto con su esposo de montarlo y quiere asesorarse lo mejor posible. Se le brindo la información pertinente y se le envió el plan de negocio a su correo.
37	23/08/2010	Martha Serrano	Calle 53 # 20-28		No sabe cual idea de negocio.	salud2608@yahoo.es	Se le brindo la información necesaria para acceder a un credito, y no sabia cual idea de negocio empezar, por ende se le aconsejo pensar bien el negocio e ir desarrollando el plan de negocio con la idea que queria emprender.
38	23/08/2010	Rosalba Hernandez y Orlando Leon	TORRE 3 APTO 602 MINUTO DE DIOS	6405409-3158808157	Fabrica de calzado		A los señores se les explico los requisitos para acceder al credito, y el practicante diligencio el plan de negocios con ellos, y quedaron en regrear con algunas cotizaciones y seguir con el proceso.
39	25/08/2010	Nelsy Milena Arevalo	Calle 100 # 36-39 Torre 3 apto 402 El girasol	3164558608	Fabrica de accesorios	mile_1427@hotmail.com	Se le brindo la informacion necesaria al credito, y al plan de negocios respectivo, y esta interesada en continuar con el proceso.
40	25/08/2010	Jhony Lopez Garcia	Cra 25 # 30-17	6323024-3175502180	Almuerzos a domicilio	Lopezji@hotmail.es ; Luisa_clemencia@hotmail.com	Se les brindo la informacion respectiva a diligenciar el plan de negocios, y se desarrollo la idea de negocio junto con ellos, y estaban interesados en llenar el plan de negocios y continuar con el proceso.
41	26/08/2010	Maria Luz Dora Aguilar Pardo	Calle 53 # 36-18	6850731-3186661270	Frutas y delicatoces	cesarbalzirini@yahoo.es	La señora esta interesada en la compra de materia prima y de una maquinaria para su frutería y cafetería, se le explico el proceso respectivo y continua con el proceso.
42	27/08/2010	Dairo Soto Rivera	Cra 10 # 7-19	6382785	Fabrica de muebles y hornamentacion	ioanca2008@hotmail.com	El señor esta interesado en un credito para el montaje de una empresa de fabricacion de muebles, le brindaron la infoamcion necesaria para diligenciar el plan de negocios, y los requisitos para acceder al credito.
43	30/08/2010	Elkin Andres Velazco	Cra 27 # 42-30	6782586	Articulos para el hogar.	elkinandres11@hotmail.com	El señor solicitaba informacion y asesoria para poder llevar a cabo el montaje de una empresa especializada en la comercializacion de articulos para el hogar, se le brindo la informacion pertinente y se comprometo a diligenciar el plan de negocios.
44	30/08/2010	Alberto Arenas Bonilla	Cra 21 # 158-80	313888446	Servicio para mascotas.	Albertoarenas@italcol.com	El señor solicitaba informacion acerca del credito, y sobre el plan de negocios, se le explicaron los requisitos necesarios para acceder al credito, y tambien la informacion necesaria para diligenciar el plan de negocios.
45	30/08/2010	Fernando Roperero	Calle 30 # 11e-43	3105053133	Vidriería	nanoroperero-21@hotmail.com	El señor queria saber la viabilidad de su proyecto, se le brindo toda la informacion pertinente con el plan de negocios y la importancia de diligenciarlo, y el señor se comprometo con llenarlo, y continua en el proceso.
46	30/08/2010	Isidoro Caicedo	Calle 106 # 15 D bis 29 (Villalvor)	3157119569	Cocina Industrial	isidoroCaicedo@hotmail.com	Se le brindo la informacion necesaria sobre el plan de negocios y los requisitos para obtener el credito.

ANEXO K Informe mensual Septiembre



0.3 INFORME DE SEPTIEMBRE

DIA/MES/AÑO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	IDEA DE NEGOCIO	CORREO ELECTRONICO	OBSERVACION
1	01/09/2010 LIBARDO PALENCIA	Cra 5ta occ # 46-05	3166894393	Local de venta de comida en una obra de construcción		El señor pedía asesoría para acceder al crédito, se explicaron todos los requisitos pertinentes, y el señor solo iba a trabajar durante los 2 años que dura la obra de construcción, por ende no es un negocio que perdura en el tiempo, ni se formalizara, por ende no cumple con el perfil en la línea de emprendimiento.
2	01/09/2010 BERNARDA ABREU	Piedecuesta finca villa paola LOS COLORADOS	6551682-3172686860	Compra de una panadería ya constituida.	miguel.13.13@hotmail.com	La señora traía adelantado el plan de negocio, se le explicaron los requisitos para acceder al crédito, y continúa en el proceso.
3	01/09/2010 LUZ MARINA SUAREZ	Parque san agustin torre 8 apto 202	6990771	Fabrica de ordenador de bolsos.	Lumars_11@hotmail.com	La señora solicitó información acerca de los requisitos para el crédito, y el practicante le brindo la información pertinente para acceder al crédito, y también sobre el plan de negocio.
4	02/09/2010 ARMANDO RUEDA QUINTERO			Sala de internet	armando.sistemas@hotmail.com	El señor llamo a FUNDESAN solicitando información para acceder al crédito, el practicante le suministro toda la información correspondiente, y se le envió el formato de plan de negocios y el instructivo guía.
5	02/09/2010 JUAN BAUTISTA	Calle 50 # 16-86 SAN MIGUEL.	6428414-3208509639	fotocopiadora.		El señor quería asesoría para el montaje de una empresa, y tenía varias opciones o ideas de negocio, se le explico la viabilidad de cada una de ellas, y el se comprometió en analizar cada una de las ideas que tenía, para seguir con el proceso.
6	02/09/2010 SERGIO BELTRAN	Calle 204 # 40-74	6486328	hair store, centro para la pérdida del cabello.	zuleway@hotmail.com	El señor solicitaba información y asesoría, para acceder al crédito, se le explico los requisitos pertinentes, y el proceso que debía continuar.
7	02/09/2010 LILIA ROJAS	Calle 36 # 21-80	6329521-3157842137	Construir un apartamento para venderlo.	liliorojas2454@hotmail.com	La señora lilia rojas tiene dos lotes propios en giro, se le explico que el área de cobertura para la línea de emprendimiento era Bucaramanga, además su idea no era la creación de un negocio, sino la enajenación futura de unos lotes edificados.
8	03/09/2010 MARTHA JANETH GONZALEZ	Cra 14 # 45b-02	3177014491	Compra de micromercado	mavagomu@hotmail.com	La señora requería información acerca de las garantías para acceder a un crédito por 15.000.000 se le brindo la información en cuanto a garantías y a ventajas y servicios anexos proporcionados por FUNDESAN, se está realizando el plan de negocios con ella.
9	06/09/2010 HILDEFONSO GOMEZ PINZON	Calle 47a-4a37	3124740496	Compra de una maquina para calzado.	hildego@hotmail.com	El señor solicitó información para acceder al crédito de una maquina y ampliar su negocio, se le explico el procedimiento para obtenerlo, y el señor argumento que necesitaba "ya" el dinero, y que no podía perder tiempo en diligenciar plan de negocio.
10	06/09/2010 SHIRLLY EYLEEN JEYLANIS	Calle 104 D 8-21				Solicitaba información para acceder a un microcrédito, se brindo la información correspondiente, y están en el proceso de diligenciar el plan de negocios.
11	08/09/2010 ELIO DELGADO OSORIO	CRA A 104 E-22	3174724929			Información extraída de "viernes empresarial", se llamo a la persona, pero dijo que no estaba interesada porque había conseguido el recurso por otro lado.
12	08/09/2010 LORENA AYALA	CRA A 104 E-35	3164067496			Información extraída de "viernes empresarial", se llamo a la persona y dijo que pasaría a las instalaciones de FUNDESAN porque estaba interesada.
13	08/09/2010 DENNIS ROLANDO GOMEZ					Persona paso por la línea de emprendimiento, al analizar su caso, se paso por la línea de fortalecimiento, porque ya tenía un negocio constituido por mas de 2 años, y necesitaba recursos económicos para ampliarlo.
14	08/09/2010 DIOMAR CARRILLO		3185215080	Restaurante	diomarca222@hotmail.com	Solicitó información para acceder al crédito, y asesoría en el montaje del negocio, se le dio la información que requería, y se le envió el plan de negocios con el instructivo vía internet.
15	08/09/2010 MARLY XIMENA MENDEZ	CRA 14 W # 45A-12	3115406211	Tienda naturista o distribuidora	ximec705@hotmail.com	Se le dio asesoría con información relativa al plan de negocios, y a las garantías y ventajas relacionadas con FUNDESAN, se le envió la información del plan de negocios e instructivo al correo.
16	09/09/2010 NALVIS CORDERO	CALLE 38 AN 8A BIS 8	3152750949	Alquiler de lavadoras		Solicitó información para obtener un microcrédito destinado al montaje de un alquiler de lavadoras, se llevo el formato impreso del plan de negocios.
17	09/09/2010 ALEXANDER BLANCO ORDUZ	CRA 6 # 60-03	6443546	Restaurante	ALBIANORDUZ1@HOTMSIL.COM	Solicitó asesoría en el montaje de un restaurante, y para acceder al microcrédito empresarial, se le dio la información necesaria y envió el plan de negocios con el instructivo al email.
18	09/09/2010 DIANA CAROLINA CALVETE	CALLE 41 #6-15		MISCELANIA	carito_8619@hotmail.com	Solicitó asesoría en el montaje de una estaurante, y para acceder al microcrédito empresarial, se le dio la información necesaria y envió el plan de negocios con el instructivo al email.
19	09/09/2010 YULDER AMEZQUITA	CALLE 32 # 42-19		LIBRERÍA	ysam16@hotmail.com	El señor solicitó información acerca del crédito, se le suministro la información necesaria y se le explico la importancia del plan de negocios, enviándole el formato del plan al email junto con el instructivo correspondiente.
20	13/09/2010 MARIA HELENA RODRIGUEZ	Altos de villavista sector 26 bloque 37.	6498358	Ampliación del micromercado.		La señora solicitaba información acerca del crédito microempresarial, para comprar maquinaria y abastecer el micromercado que había comprado hacia un mes aproximadamente, se le brindo toda la información pertinente junto con el plan de negocios.
21	13/09/2010 RUBEN DARIO ROJAS	Vía a la costa, casa 27 Manzaan D.	3172906996	Panadería.	franklin.rojas@motorysa.com	El señor solicitó información para acceder al crédito y realizar el montaje de una panadería, se le explico las garantías que debía cumplir, al igual que la asesoría con el plan de negocios, y se envió al email.

22	13/09/2010	MIGUEL ANTONIO CACERES	km 5 vía manzana vereda rosa blanca	3005039262-3168719034	Casino para obra.	migueldi@hotmail.com	Desplazado por la realización de obras de acueducto por la alcaldía de Bucaramanga, solicitaba información y asesoría en el montaje de un casino para la obra del acueducto de Bucaramanga, y se asesoró en el plan de negocios, y se está diligenciando el formato del plan de negocios.
23	13/09/2010	BLANCA ESTER RANGEL	Calle 17 # 56-40 (morrórico, buenos aires)		Cafetería-frutería.		La señora solicitaba información para obtener el crédito, pero no sabía donde ubicar el local, se le recomendó analizar la posible localización del negocio, en compañía de FUNDESAN, e ir diligenciando el plan de negocios.
24	14/09/2010	GONZALO RODRIGUEZ MARTINEZ	Hotel floridablanca	3002638196	Mani con aji.		El señor requería información para obtener el crédito, para invertir en la compra de una máquina para el proceso productivo del mani con aji, se le brindó asesoría en la realización del plan de negocios y continúa en el proceso. El 16 de septiembre volvió con algunas inquietudes con el plan de negocios, se le explicó y se diligenció de forma personalizada el formato del plan de negocios, y continúa en el proceso.
25	14/09/2010	CLAUDIA CARDENAS	Calle 13 # 12-50	3175212692	Fabrica para productos de aseo.	princesapreciosas53@hotmail.com	Se le brindó asesoría para diligenciar el plan de negocios, además de explicarle los requisitos para acceder al crédito, continúa en el proceso.
26	15/09/2010	ANTONIO MARIA CARRILLO VARGAS	Cra 36 # 34-41 piso 2, el prado.	6941036	Panadería.		Señor de 70 años proveniente del SENA, se encuentra recibiendo un curso de panadería para personas de la tercera edad, busca formar una sociedad y poder realizar el montaje de una panadería.
27	16/09/2010	JHON ANDERSON ROA RUEDA	Clle 34 # 24-72	6343233-3156721052	Empresa de dotaciones industriales	markjeandotaciones@hotmail.com	Se mostro muy interesada en abrir crédito con FUNDESAN de tal forma que a los cinco días de haber estado en la Institución envió el plan de negocio y luego trajo los cotizaciones reales. El plan está siendo revisado.
28	17/09/2010	María Luz Dora Aguilar Pardo	Calle 53 # 36-18	6850731-3186661270	Frutas y delicatesses	cesarbalzirini@yahoo.es	La señora está interesada en la compra de materia prima y de una maquinaria para su frutería y cafetería, se le explicó el proceso respectivo y continúa con el proceso. La señora regresó el 17 de septiembre y debido a que se encuentra reportada en datacredit, la solicitud del crédito saldrá a nombre de su esposo Cesar Balzarini que trabajara en conjunto con ella, se diligenció el plan de negocios con ambos y continúa en el proceso.
29	17/09/2010	JUAN PRIETO	Calle 19 # 18-22	6717318	Fabrica de chocolate.	chocolimpico@hotmail.com	El señor solicitaba conocer los requisitos para acceder al crédito, se le explicaron, y dijo que él no iba a buscar codeudores, se le explicó que necesariamente debía conseguir algún tipo de garantía, y rechazo de hacerlo.
30	20/09/2010	GERSON FABIAN HERNANDEZ ROJAS	CALLE 19 # 32B-19 SAN ALONSO	3156881674-6320690	MENSAJERIA	fabio00723@hotmail.com	
31	20/09/2010	MILEYDI NIÑO ALVAREZ	Calle 38 EN 8 BIS 08, Ciudadela café madrid.	3152750949	Alquiler de lavadoras		Se le brindó la información necesaria para acceder al crédito, y se diligenció el plan de negocios con ella, y continúa en el proceso buscando los codeudores necesarios para obtener el crédito.
32	20/09/2010	DIEGO ANDRES TOVAR ESPAÑA	Calle 50A # 15-04 , San Miguel.	3172564501	Panadería.	yetis-1904@hotmail.com	El señor solicitaba requisitos para obtener el crédito, se le explicó todo el proceso, y se envió el formato de plan de negocios, y el instructivo del mismo, al email.
33	20/09/2010	CESAR AUGUSTO VARGAS	Cra 65 BIS # 125-15	3185573698	Lavado y embellecimiento de carros		El señor requería información y asesoría respecto al montaje de una empresa dedicada a ofrecer productos y servicios de lavado de cojinería y relativos al embellecimiento de automóviles, se diligenció el plan de negocios con el señor, y continúa en el proceso.
34	21/09/2010	ELIZABETH MARINO BAUTISTA	Cra 25 # 90-27, Diamante 2.	3153815310	Compra y gestion de una Litografía.		Se le explicó el proceso necesario para acceder a un crédito, debe diligenciar el plan de negocios y continúa en el proceso.
35	21/09/2010	LEONARDO ANGARITA	Calle 28 # 90-27	6427018	Publicidad industrial y escolar (forros para motos, maletines, koalas).	formotoaa.ca@hotmail.com , leosnar2601@hotmail.com	El señor solicitó información acerca del crédito, dijo tener afán en el acceso de 10.000.000, se le envió el plan de negocios al email junto con el instructivo, continúa en el proceso.
36	22/09/2010	MARTHA LUCIA MEDINA	Calle 10A # 17-40, Los comuneros.	6844100-3187024972	Tienda naturista (apicultura).	mar-meca@hotmail.com	La señora solicitaba información para acceder al microcrédito, se le explicó todos los requisitos además del plan de negocios, y se envió al email el plan de negocios y el instructivo, continúa en el proceso.
37	23/09/2010	LUZ MARINA JOYA OSORIO	Cra 5ta # 58-05, Naranjos real de minas.	6419585	Venta de comida rápida.		Se le brindó información acerca del crédito, y asesoría para el montaje de la empresa, y lo relativo a la preinversión del proyecto, se está diligenciando en conjunto el plan de negocios.
38	23/09/2010	ALFONSO MENDOZA	Cra 17 # 19-54 Alarcon	3163724585	Fabricación y comercialización de productos de paquete.	almenleal@hotmail.com	Se le brindó información a cerca de los requisitos del crédito, y la asesoría correspondiente, el señor tiene adelantado el plan de negocios, se envió al correo el formato del plan para adaptarlo al mismo.
39	23/09/2010	OSCAR EDUARDO MACIAS	Cra 12 occ # 45-13, 5ta estrella, bloque 1, apto 503.	3185414108-6523995	Confecciones, línea ropa deportiva.	oskar0917@hotmail.com	Se le brindó información a cerca del plan de negocios, y de los requisitos para acceder al crédito, se le envió el plan al email, y continúa en el proceso.
40	27/09/2010	FANNY RUEDA	Calle 45A Cra 5ta # 5-03, Villa del prado.	3142609097	Panadería.		La señora tenía recursos propios invertidos en el montaje de una panadería, solicita un crédito para terminar el montaje de la misma, se le explicó el plan de negocios, y continúa en el proceso.
41	27/09/2010	JAVIER ANTONIO SAAVEDRA	Cra 10 # 13-13 centro (Lebrija)	3115680876	Panadería.		El señor provenía de Lebrija con inquietud a cerca de los requisitos para acceder a un crédito y realizar el montaje de una panadería, se le brindó la información pertinente además de entregarle un plan de negocios impreso que iba a diligenciar.
42	27/09/2010	MAYERLI SANDOVAL	Calle 10 # 23-27	3173812829	Compra de una Fuente de soda.	Mayerli_sandoval@hotmail.com	Requería información para acceder a un crédito lo más rápido posible, se le explicó el plan de negocios y se envió al email el formato del plan junto con el instructivo.
43	28/09/2010	CRISTIAN CASTELLANOS		3167444771-3102098456	Fabrica y comercio de huevos de codorniz	kikankalin@hotmail.com	Solicitaba un crédito por 60 millones para comprar aves y gestionar la venta de huevos de codorniz, dijo que ya tenía listo el análisis de viabilidad, pero la fábrica de producción queda en Lebrija no aplica para FUNDESAN.
44	29/09/2010	SAID DLAYKAN	Cra 4ta # 39-68 apto 301, La joya.	6426987-3173201244	SPA o Centro naturista.	Saidlakan@hotmail.com	Se le brindó la información relativa a la obtención de un crédito con FUNDESAN y se envió al email el formato del plan de negocios junto con el instructivo.
45	30/09/2010	DIEGO NAVAS	Calle 122 # 22-41 (Barrio nissan)	31541730-6192582	Taller estampado y bordado.	aguavnavas@hotmail.com	Se le explicó las ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN, además de los requisitos exigidos, y se envió el plan de negocios y el instructivo al email.

ANEXO L Informe mensual Octubre.

		0.3 INFORME DE OCTUBRE					
		DIA/MES/AÑO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	IDEA DE NEGOCIO	CORREO ELECTRONICO
1	01/10/2010	LIZBETH PICO MENDOZA	Calle 105 A # 12-37	3156234669	Comercializadora de quimicos	lupze16@hotmail.com	La señora forma parte de "mujeres ECO" de la camara de comercio, estaba interesada en conocer los requisitos para acceder a un credito, se le envió el formato de plan de negocios e instructivo al email.
2	01/10/2010	LAURA ISABEL SILVA	Calle 64A # 3w-44	315371690			La señora fue a las instalaciones de FUNDESAN cuando el encargado de atenderla se encontraba en una reunion, aunque se le tomaron los datos personales para poder comunarse con ella.
3	04/10/2010	HEIDY PINILLA	Cra 58B # 121-32	3154510700	Cafeteria	heidypinilla@hotmail.com	La señora trabajo en una cafeteria durante mucho tiempo, y quiere realizar el montaje de una cafeteria, para independizarse, se le envió el plan de negocios al email y continua en el proceso.
4	05/10/2010	ENRIQUE ACUÑA	Cra 22 # 54-56, Nuevo Soto mayor	3172249027	Mantenimiento electrohidraulico.	electrohe_22@hotmail.com	Solicito informacion para acceder al credito, se le explicaron los requisitos exigidos por FUNDESAN, y continua en el proceso.
5	05/10/2010	DIANA SANTOS	Via café madrid, entrada colseguros norte, casa 158	3153579416	Drogueria	deca_87@hotmail.com	La señora trabajaba en una drogueria por 10 años, y quiere independizarse, se le explico el proceso para acceder al credito, y se le envió al email los formatos del plan de negocios.
6	06/10/2010	JAVIER HERNANDEZ	Calle 51B # 12-52, candles.	3103304518	IPS (salud elite Ltda)	javierortandohdez@hotmail.com	El señor javier hernandez tiene inscrita en la camara de comercio hace varios años una IPS creada por el, aunque todavia no esta funcionando, se le envió al correo y se le explico el plan de negocios, las ventajas y los tramites legales para que pueda operar correctamente su establecimiento.
7	07/10/2010	ERWIN ARCHILA	Calle 7 # 23-53. La universidad.	3168834352	Carpinteria	erwinarchila@hotmail.com	El señor esta interesado en formalizar una carpinteria, se le explicaron los requisitos para acceder al credito, y se envió al email el formato de plan de negocios y el instructivo del mismo.
8	07/10/2010	RUBY SALAZAR	Calle 36 w # 7-26	3154172813	Restaurante		La señora esta interesada en arrendar el restaurante en el que ella ha venido trabajando, aunque no conoce muchos aspectos operacionales del negocio, se le envió el plan de negocios para que lo fuera diligenciando, y continua en el proceso.
9	07/10/2010	SILVIA GUERRERO	Cra 11 # 68-34.	3173210034	Accesorios y detalles Tinkerbell.	terjuanis_18@hotmail.com	La emprendedora estaba interesada en realizar el montaje de un establecimiento de accesorios y detalles Tinkerbell, aunque no sabian el lugar para ubicar el negocio, se le envió al email el formato de plan de negocios y el instructivo para diligenciarlo.
10	07/10/2010	CLAUDIO MANRIQUE	Calle 31 # 6 occ 83	3157812594	Panaderia		El señor claudio desea realizar el montaje de una panaderia en compañía de dos socios más, a raíz de un curso de panaderia tomado en el SENA, por ende quiere continuar con la labor y ser independientes, se les explico y se les llevaron impreso el formato de plan de negocios junto con el instructivo.
11	07/10/2010	MARIA ALEJANDRA BALLESTEROS	Cra 27A # 122-27	6311529-3163222375	Confecciones para dama	alejabaga@hotmail.com	Esta interesada en formalizar un negocio familiar de confecciones, la señora estudia diseño de modas, y por ende siente la necesidad de dedicarse de lleno a este arte, se le envió al email el plan de negocios, y se le hablo de garantías y ventajas del credito en FUNDESAN.
12	08/10/2010	CLELIA PEÑA CUELLAR	Calle 104 C # 7-16	6370832	Micromercado		Clelia Peña ya habia venido a FUNDESAN, pero no continuo en el proceso porque estaba laborando, actualmente tiene los equipos de trabajo en la casa, y desea recuperar su negocio, se encuentra diligenciando en compañía del practicante el plan de negocios.
13	08/10/2010	JAVIER QUITIAM GAMA	Calle 36 # 7w-26. La joya.	315417283	Comida Rapida		Se le explico al señor los requisitos para acceder al credito en FUNDESAN, ademas de la importancia del plan de negocios, se le envió el formato de plan de negocios y continua en el proceso.
14	08/10/2010	MARTHA VILLAMIZAR	Calle 45 # 19-33	3107389105	Asistencia empresarial en sistemas	lals2411@hotmail.com	Se le explico a la emprendedora las ventajas y requisitos de acceder a un credito con FUNDESAN, se envió el formato de plan de negocios al email, y continua en el proceso.
15	11/10/2010	ELBA LIZCANO	Cra 20 # 18-40	3153301781	Carro de pizza		La señora esta interesada en realizar el montaje de un negocio de comida rapida, no se le veia mucho interes ni iniciativa por la idea de negocio, se imprimió y se le explico el formato de plan de negocios y el instructivo correspondiente.
16	11/10/2010	EMIDIO PEÑA	La estacion, torre 4A, apto 104, Café madrid.	3152109328	Distribuidora de huevos y pollo.		trabajaba en un negocio similar y cree que es muy rentable, monto solicitado es de 2 a 3 millones, se le solicitaron las cotizaciones para asegurarnos del monto exacto a solicitar y se imprimió y asesoró en diligenciar el plan de negocios.

17	11/10/2010	MIGUEL MENDEZ CARVAJAL	Cra 26 # 10N-56. Regadero.	6402835-3165496561	Ferreteria-Cacharrería.		El señor miguel mendez, había venido a fundesan el 32 de agosto del 2010, con la idea de una miscelánea, y dijo que recurrió al IMBEU porque FUNDESAN le quedaba muy lejos; ahora se mostro interesado en formalizar una ferreteria, se le explicaron nuevamente las ventajas, requisitos, y garantías al acceder en FUNDESAN, además se le explico como diligenciar el plan de negocio, se llevo el plan de negocios para diligenciarlo y continua en el proceso.
18	11/10/2010	JUAN EDUARDO CAMPOS	Calle 34 # 36-58	6809281-3005582547	Fabrica de galletas	juancamposvar3@hotmail.com	Juan eduardo tenía una fabrica de galletas en la urbanización portal de los angeles, y quiere realizar la construcción de un local dentro de Bucaramanga, solicita 10 millones para iniciar, y cuenta con toda la maquinaria necesaria para el proyecto, la marca de galletas lleva 3 años en el mercado se denomina Dol Cezza, se envió al email el plan de negocios y el instructivo correspondiente.
19	11/10/2010	GERMAN RANGEL DAVILA	Cra 27 # 84-18 (terranova)	6853097	Mantenimiento de edificios.	claruranda@hotmail.com	El señor German proviene de los Estados Unidos, y alta tiene la maquinaria necesaria para realizar mantenimiento a edificios, por ende solicita 10 millones aproximadamente, para transportar la maquinaria hasta Bucaramanga, y poder continuar con el proyecto.
20	11/10/2010	EDWAR ENRIQUE REMOLINA	Cra 54A # 141-29 (florida campestre)	6586238	Panadería	juera78@hotmail.com	Edwar lleva trabajando en una panadería hace un año, y desea ser independiente ya que considera tener el conocimiento suficiente para emprender, solicita de 3 a 5 millones para realizar el montaje de una panadería que se llamará "pan pa mi pueblo" puesto que desea ofrecer al mercado el pan mas economico sacrificando la utilidad de la empresa, se le explico el proceso de analisis de viabilidad de proyectos y continua en el proceso.
21	11/10/2010	ELIANA SANCHEZ ARENAS	Cra 8 # 61-132 (parque san remo 1, casa 109)	6442377-3125300121	Laboratorio clinico	elanasar@yahoo.es	La señora llamo a FUNDESAN a veriguar por los requisitos del credito, y pocos dias despues la suagra se acerco a las instalaciones de la fundacion, y se le explicaron los requisitos, ventajas y etapas del proceso precredito, ademas se le envió al email de la solicitante del credito el plan de negocios e instructivo para estructurar la idea del laboratorio clinico, ya que la solicitante es bacteriologa.
22	11/10/2010	MONICA LIZETH GOMEZ	Calle 42 # 9-49A	3157128173	Sala de belleza	Tn_bzeth_19@hotmail.com	Se le explicaron las ventajas de acceder a un credito con FUNDESAN, los requisitos para ello, y se envió al email el formato del plan de negocios para diligenciar junto con el instructivo.
23	12/10/2010	MARIA INES BARAJAS	Cra 11 # 67-22 (Barrio Bucaramanga)	3185188275	Accesorios de billar		La señora tiene el negocio desde hace mas de 5 años, ya tiene clientes fijos, necesita capital para surtir el negocio, por ende no cumple con el perfil de emprendimiento, pero se paso a la linea de fortalecimiento empresarial.
24	12/10/2010	WILMAR OMAR CEPEDA	Cra 9 # 8-124 (floridablanca)	6382760-3013354807	Distribuidora de huevos y pollo.	wilmarcepda@hotmail.es	Wilmar ha trabajado en tiendas anteriormente, y desea emprender en la realización de una unidad productiva comercializando huevos y pollo, actualmente trabaja en una empresa de vigilancia, se le explicaron las ventajas, requisitos y se envió el plan de negocios junto con el instructivo al correo electrónico.
25	12/10/2010	NAYIBE GIRALDO	Cra 48 # 28-131	3126455497	Accesorios para mujer		La señora quiere actualmente se dedica al hogar, y esta solicitando un millón para impulsar su empresa de accesorios para mujer, comprando materia prima para realizar sus productos, se le explico que se debía estructurar a fondo la idea mediante un plan de negocios y continua en el proceso.
26	12/10/2010	NEYLA ROCIO OVIEDO PINTO	Cra 40A # 148-66 (barrio balcones de santaana apto 501)	6482788-3003222443	Micromercado de frutas y verdura	narop02-2008@hotmail.com	La señora esta interesada en realizar el montaje de un micromercado de verduras y frutas, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un credito en FUNDESAN, se le explico lo relacionado al plan de negocios y se envió al email los formatos pertinentes.
27	12/10/2010	YANETH APARICIO	Paraguitas 1 casa 3C	3014545570	Loterías didácticas para la primera infancia	janet-aporicio_2010@hotmail.com	La señora Yaneth aparecio esa interesada en diseñar y comercializar un producto para la primera infancia, se le recomendo estructurar mas la idea en acompañamiento permanente con FUNDESAN y diligenciar el plan de negocios, ademas se le explicaron los requisitos, garantías y ventajas de obtener un credito en la fundación.
28	13/10/2010	RAUL TRUJILLO	Transversal horizontal asentamiento el paramo, sector 5 casa 13.	3155904537	Alquiler de lavadoras		Señor raul esta interesado en un credito por 4 millones para realizar el montaje de un alquiler de lavadoras, y esta interesado en realizar una investigación de mercados, actualmente trabaja en un taller mecanico, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder al credito en FUNDESAN, se llevo el plan de negocios impreso.
29	13/10/2010	GLORIA INES ALVAREZ	Cra 1era A # 28-82 Barrio napoles.	3144101529	Tienda		La señora esta interesada en un credito por 500.000 para la tienda que ya tiene varios años funcionando, por ende se paso por la linea de fortalecimiento, puesto que no cumple con el perfil de emprendedor, y continua en esa linea con el proceso crediticio.
30	14/10/2010	YENNY KATHERINE VELAZCO	Cra 17 A # 7-20, Cabecera del llano	3102950858-3144412649	Articulos de belleza y relajacion muscular	kata_ucc2009@hotmail.com	La señora esta estudiando ingeniería de mercados en la UCC, y vende paulatinamente articulos de belleza y relajacion muscular, y quiere un credito por 3 millones, para ubicar un local dentro de un centro comercial, se le explicaron los terminos para acceder al credito, y dijo no tener las garantías, de igual forma se le explico el plan de negocios y se envió al email la informacion pertinente.
31	14/10/2010	LUZ AMPARO MORENO	Calle 32 # 46-06	6320513-3162340082	Comida Rapida	amparito_moreno@hotmail.com	Luz amparo es madre soltera, solicita 500.000 para comprar un carro de comidas rapidas y poder tener un sustento economico, se mostro muy ansiosa e impaciente ante los requisitos y el plan de negocios enseñado, continua en el proceso.
32	14/10/2010	ELIZABETH ARDILA MARTINEZ	Cra 10 occ # 49-74, interior 2.	3164960922-6421269	Compra y gestion de un parqueadero.		La señora esta interesada en comprar un parqueadero que ya tiene mas de 3 años de estar funcionando, el monto solicitado es de 7 millones, aunque no encaja en el perfil de emprendimiento, puesto que va a adquirir un negocio ya funcionando, se le dijo que fuera al IMEBU para que le buscaran una entidad para financiar dicha idea.
33	15/10/2010	EDUARDO HERNANDEZ SANCHEZ	Cra 9 A # 22-35, girardot	3202557748	Fuente de soda.		El señor eduardo se dedica actualmente a la venta ambulante y quiere encontrar un local para que las autoridades lo dejen trabajar tranquilo, es decir no esta interesado en diseñar un negocio o en formalizar su empresa, sino que quiere tramitar un permiso para que lo dejen trabajar tranquilo, se remitió a la alcaldía en busqueda de una solución a su problema.
34	19/10/2010	DIEGO ESCOBAR	Paraguitas 1, floridablanca	3206547242	Reciclaje de papel	dieliseux@hotmail.com	El señor Diego Escobar estaba interesado en acceder a un credito, se le explicaron las ventajas y los requisitos para obtenerlo, aunque no sabia el monto solicitado, ni el lugar donde va a operar el negocio, por ende se le explico la improtancia del plan de negocios, y se le envió al email. NO aplica fuera del perimetro.
35	19/10/2010	EBER GONZALEZ	Cra 22 calle 15 (san francisco)		Aire acondicionado y mecanica general	atik_2112@hotmail.com	El señor esta interesado en comprar un negocio que comercializa y ofrece servicio en mecanica general, solicita un monto de 8 millones, invertidos en la compra del negocio, y maquinaria para vender, generaria 3 empleos, se le envió al email el formato de plan de negocios y el instructivo correspondiente.
36	19/10/2010	AMANDA TORRES DIAS	Calle 101 # 22A-114, Bloque 4 aptp 1-1, provenza	6312899	Diseño y patronaje	amandatdias@yahoo.com	Amanda torres estaba interesada en un credito por valor de 20.000.000 para poder comprar un local y formalizar su negocio, se le explicaron las ventajas y requisitos exigidos por FUNDESAN, para poder acceder a este, y dijo que no le servia el plazo de 36 meses, por lo que desistio del credito con la entidad.
37	19/10/2010	LUZ ESTELA QUINTERO	Cra 21 # 20-32, San Francisco.		Recoleccion transporte y almacenamiento de residuos solidos.	gandresky@gmail.com	El esposo de la señora luz estela, asistio a la entrevista personal con el asesor de emprendimiento, omeresado en un credito de 18 a 20 millones para la adecuacion de una boodega, se le explicaron los requisitos generales y ventajas relacionadas con el credito de emprendimiento, y se envió el plan de negocios junto con el instructivo al email.

							La señora es gerente de una empresa familiar de publicidad y diseño, "NEONARDILA" y desea realizar el montaje de una cafetería dentro del lote de la empresa, ya que hay un espacio disponible, y al lado queda un restaurante muy concurrido, quiso aprovechar esta oportunidad brindando un producto complementario al almuerzo como pastelería o postres, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder al crédito, y se envió el plan de negocios con el instructivo pertinente al email.
38	19/10/2010	CATALINA ESCALANTE	Calle 17 # 18-44, san francisco.	3003186359	Cafeteria	cata_escalante@hotmail.com	
39	19/10/2010	JAVIER MARQUEZ	Calle 37 # 24-72, edificio torre central, Centro.		Patacon y arepas.		El señor desea crear un local de comida rápida, pero quiere algo innovador y no un local de comida rápida corriente, por ende diseño unos patacones únicos en el mercado alimenticio, se le envió el plan de negocios al email, y continúa en el proceso.
40	20/10/2010	FLOR PINEDA	Calle 109 # 10-22	3173249968	Droguería		La señora flor pineda está interesada en un crédito por el valor de 15.000.000 para realizar el montaje de una droguería, ella es farmacéuta y siempre ha trabajado en el ambiente de droguerías, se le explicaron los términos y requisitos para acceder al crédito en FUNDESAN y continúa en el proceso.
41	20/10/2010	CECLIA CASTRO	Calle 109 # 10-22, Barrio España, Giron.	6370995-6374662	Entechar un parqueadero		La señora tiene activo un parqueadero por más de 10 años, y quiere entecharlo por requisitos de los clientes, por ende no cumple con el perfil de la línea de emprendimiento, se pasó por fortalecimiento y continúa en el proceso por esa línea de servicios.
42	20/10/2010	MARCELA HERRERA	Cra 15 #67-95		Fabrica de mantequilla	Marzela_110@hotmail.com	La señora había tenido una fábrica de mantequilla pero disolvió la sociedad por problemas familiares, quiere realizar el montaje nuevamente, solicita un crédito por un valor de un millón, se le envió el formato de plan de negocios al email continúa en el proceso.
43	21/10/2010	YENNY IAZMIN CACERES	Calle 3 # 16-13	6713752	Revista de catalogo		La señora está interesada en adquirir un crédito para poder fomentar sus ventas mediante revista de catalogo, lo cual no está dentro del perfil de emprendimiento, por ende se pasó por la línea de fortalecimiento.
44	21/10/2010	CARMEN ROSA PEREZ	Calle 20 # 11C-51, Rosales		Fabricación y venta de bolsos.	jersonsuarez_7@hotmail.es	La señora Carmen Perez estaba interesada en adquirir un crédito por valor de 5 millones para poder fortalecer su venta de bolsos a la cual tiene 15 años en el comercio, por ende se trasladó a la línea de fortalecimiento y continúa en el proceso.
45	22/10/2010	CESAR CORREDOR	Cra 14 # 65-85, La victoria	3016006946	Desayunos a domicilio		Cesar corredor estaba en la línea de fortalecimiento, pero el comité junto con la asesora de microcrédito concluyeron que el caso debería ser atendido y analizado por la línea de emprendimiento, continúa en el proceso precrédito en la línea de emprendimiento.
46	22/10/2010	DENNIS MUÑOZ	Calle 12 N # 1A occ 18, Bavaria 2		Tienda		Dennis Muñoz está interesada en un monto de 5 millones para realizar el montaje de una tienda en su residencia, actualmente vende obitas en su hogar, y desea emprender con una tienda, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un crédito en FUNDESAN, y se llevo el formato del plan de negocios con la explicación pertinente.
47	25/10/2010	ESPERANZA TARAZONA	Calle 56 # 17 A-10, barrio las villas	3188416650	Hogar Geriatrico		La señora esperanza trabaja hace 7 años con adultos mayores y desea realizar el montaje de un hogar geriátrico solicitando 7 millones, aunque no sabe el lugar donde va a operar el hogar, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN y se llevo el formato de plan de negocios ya explicado.
48	25/10/2010	ELENA BURGOS	Cra 29 A # 40-25, GIRON.	6469649-3138490003	Masajes y terapias.		La señora tiene un negocio de masajes y terapias desde hace más de un año en su residencia, y solicita un monto de 5 millones, por ende se trasladó a la línea de fortalecimiento porque el área de cobertura está por fuera de Bucaramanga, y ya tiene un negocio activo.
49	25/10/2010	MAURICIO CEPEDA	Manzana B # 16-20, Valle de los caballeros, giron.	3175517416	Tienda		El señor Mauricio Cepeda vive actualmente en Giron, y solicita un crédito por 5 millones para empezar una tienda, se le explicó que el área de cobertura de la línea de emprendimiento por el momento es solo Bucaramanga, por ende dice que puede buscar un local dentro del área para realizar el montaje de la unidad productiva, se le explicaron los requisitos y se llevo el plan de negocios con previa explicación.
50	26/10/2010	AMILDE AMAYA	Calle 17 # 16-17, Barrio olas altas.	3152642589	Confeccion ropa interior para niños.		La señora Amilde no tiene activo su negocio hace 6 meses, ya que la maquinaria está dañada, y no tiene materia prima, por ende solicita un crédito de 4 millones, para poder iniciar nuevamente su negocio de confecciones, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN, y continúa en el proceso.
51	26/10/2010	DIEGO PEDRAZA	Calle 30 # 9 E -53, La cumbre.	6584199-3187656412	Restaurante	gasel20822@hotmail.com	Diego Pedraza desea realizar el montaje de un restaurante con comida oriental e internacional, actualmente trabaja en restaurantes como chef, y algunas ocasiones como mesero, se le explicó el plan de negocios y se envió al email el formato de plan y el instructivo pertinente.
52	26/10/2010	LIZETH YOHANA RUEDA	Cra 18 A # 8N-15, Barrio 13 de junio.	3157655699	Comida Rapida	lohanna_1606@hotmail.com	La emprendedora Lizeth está interesada en un préstamo por 5 millones, invertidos en el montaje de un local de comida rápida, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN, y se envió al email los formatos correspondientes.
53	26/10/2010	SOFIA GAITAN	Calle 41 # 10cc-87, Campo hermoso.		Comercio de lamparas.	migordabella.65@hotmail.com	La señora Sofía estaba indecisa puesto que no sabía exactamente para que solicitaba el crédito, finalmente solicitó de 5 a 6 millones, para realizar el montaje de un local de comercio de lámparas y de iluminación, ya que ella trabaja actualmente en un negocio similar, se le explicaron las garantías y las ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN.
54	26/10/2010	SOCORRO VIVAS	Cra 3 # 26-74, La feria	3156053008	Comida Rapida		La señora Socorro había vendido anteriormente, a solicitar 10 millones para un negocio de pieles, después cambio por solicitar 7 millones, y actualmente regreso por un prestamos de un millón a invertir en comida rápida, en un carro y en materia prima, se le explicaron las condiciones de crédito, se llevo el formato de plan de negocios previamente explicado.
55	27/10/2010	DANIA CASTAÑEDA	Cra 80cc # 42-113, campo hermoso.	6524904-3174687912	Panadería	daniaalejandra10@hotmail.com	La señora Dania Castañeda solicita un crédito por 10 millones para invertir en el montaje de una panadería, se encuentra desempleada actualmente, no ha tenido vida crediticia tiene 3 hijos a cargo, se le explicaron los requisitos y se enviaron al correo electrónico los formatos correspondientes.
56	27/10/2010	DIMAS MENDEZ GRAS	Km 5 via mataza.	3116573385	Panadería		El emprendedor en potencia solicita un crédito por el monto de 3 millones para invertir en el montaje de una panadería, actualmente trabaja como vendedor en una panadería de Bucaramanga, se le explicó el formato de plan de negocios al igual que las garantías y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN.
57	28/10/2010	ROSALINO OBIEDO HERNANDEZ	Cra 11 # 31-22, Garcia Rovira	3156362672	Comida Rapida		El señor está interesado en realizar el montaje de un puesto de comida rápida en el pasaje el comercio, por ende se le comunico de los permisos pertinentes por ocupar espacio público, y de las garantías y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN.
58	29/10/2010	CARLOS CURTIADOR	Calle 112 # 45-20, Floridablanca	6503021-3164941019	Procesadora de cacao	carloscurtiador@hotmail.com	El emprendedor Carlos tiene una finca en río negro de cacao, y desea realizar el montaje de una procesadora de cacao en Bucaramanga, para lo cual destina una inversión inicial de 50 millones aproximadamente invertidos en maquinaria y equipo, se le explicaron los requisitos, y beneficios de acceder a un crédito con FUNDESAN y se enviaron los formatos correspondientes al plan de negocios y el instructivo, al email.

ANEXO M Informe mensual Noviembre

 FUNDACION PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER		0.3 INFORME DE NOVIEMBRE					
	DIA/MES/AÑO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	IDEA DE NEGOCIO	CORREO ELECTRONICO	OBSERVACION
1	02/11/2010	MIGUEL ANTONIO CACERES	Vereda retiro grande parte baja	3005039264	Hotel ubicado en la vereda rosablanca km 5 via matanza.	migueld@hotmail.com	El señor miguel antonio caceres se acerco por primera vez a FUNDESAN el 13 de septiembre del 2010, con la idea de un local de comida dentro de una obra de construcción, el día 2 de noviembre volvió y desea acceder a un crédito de 12.000.000 para realizar el montaje de un hotel, se le explicaron los requisitos y beneficios de obtener un crédito en la línea de emprendimiento en FUNDESAN.
2	02/11/2010	LUZ ESTELA QUINTERO	Cra 21 # 20-32, san francisco.	3114801802	Recolección transporte y almacenamiento de residuos sólidos.	gandresky@gmail.com	La señora Luz Estela había venido el 19 de octubre, se le explicaron los requisitos y garantías necesarias para acceder a un crédito por 18.000.000 aproximadamente, continúa en el proceso crediticio, en búsqueda de las garantías.
3	02/11/2010	DIANA SANTOS	Via café madrid entrada colseguros Norte casa 158.	3153579416	Droguería	deca.87@hotmail.com	Diana santos trabaja en una droguería hace más de 10 años, desea realizar el montaje de su propia unidad productiva, se envió el plan de negocios y el instructivo correspondiente al correo electrónico continúa en el proceso crediticio.
4	03/11/2010	HUGO CONTRERAS	Calle 59 # 1w-54	3143243260	Peluquería	hugoccp22@gmail.com	El señor Hugo Contreras es administrador actualmente de una peluquería, y desea realizar el montaje de una sala de belleza, desea obtener un crédito por el valor de 10 a 15 millones, se le explicaron los factores a tener en cuenta para acceder al crédito en la línea de emprendimiento, y se envió la información pertinente al correo electrónico.
5	03/11/2010	JOHN JAIRO FLOREZ	Vereda acapulco manzana 28, lote 10 (Giron)	6790146	Panadería	jfroz91167@hotmail.com	El emprendedor John realizó un curso en el SENA relacionado con panadería, solicitó un crédito por el valor de 5 millones, pero el área donde a funcionar la unidad productiva sería en Giron, y la línea de emprendimiento solo tiene área de cobertura Bucaramanga, se analizara la posibilidad de ubicar la panadería dentro del municipio de Bucaramanga.
6	04/11/2010	JUAN HUMBERTO GOMEZ	Cra 23 # 31-63, antonia santos.	6352203-3017969824	Panadería artesanal	jgomezgomez11@hotmail.com	Juan Gomez desea realizar el montaje de una panadería artesanal, argumentando que se ha perdido la forma tradicional de realizar el pan, es publicista, tiene 2 hijos, y solicita un crédito por el monto de 10 millones invertidos en acomodación del local, maquinaria y materia prima, se le explico el formato de plan de negocios y los requisitos y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN.
7	04/11/2010	LIGIA VARGAS	Calle 116 casa 3, Brisas de provenza	3188784424	Colegio "La tierra prometida"	herrajrometida1201@hotmail.com	La señora Ligia Vargas solicita un crédito de 11 a 15 millones para realizar el montaje de un colegio, no sabe exactamente el lugar donde funcionaría el colegio, tiene avanzada la idea y tiene un alto conocimiento a cerca de su idea de negocio, es madre comunitaria del bienestar familiar, y la idea surge del amor por los niños y de ver la necesidad de educación del sector donde vive, se enviaron los formatos del plan de negocios y el instructivo, y continúa en el proceso crediticio.
8	04/11/2010	MONICA CAMILA PORRAS	Calle 39 #2-41 (La joyosa)	6423395-3176723165	Club vacacional "Un mundo de diversion".	subirne2612@hotmail.com	Solicita un crédito por el valor de 10 millones para invertir en el montaje de un club vacacional "Un mundo de diversion", ya había funcionado en 2 temporadas con permiso de la alcaldía, pero no tiene capital de trabajo para continuar con la idea, estudia educación infantil, es casada tiene 2 hijas, el esposo vende pinchos en la residencia. Se le explico la información pertinente para acceder a un crédito con FUNDESAN en la línea de emprendimiento, y se enviaron los formatos de plan de negocio al email.
9	04/11/2010	CINDY YULEYSI HERNANDEZ	Calle 114 #15-34	3128335224	Revista de moda infantil	cindy.yuleysi_25@hotmail.com	Es auxiliar operativa, soltera tiene un hijo a cargo, solicita un crédito de 10 millones para realizar el montaje de una revista de moda infantil, desde su residencia, la idea nace porque siempre le ha gustado la moda y por su hija, además no conocía primera revista dedicada exclusivamente a ropa infantil por ende ve una gran oportunidad de negocio, se le explicaron las ventajas y requisitos correspondientes para acceder a un crédito con FUNDESAN.
10	04/11/2010	OMAR MENDEZ	Calle 51 #9 ecc-53, campo hermoso	3115777918	Fabricación y comercialización de vasos desechables		El señor Omar es casado tiene 3 hijos a cargo, actualmente es tornero y realiza montajes, además es fresador, solicita un crédito para terminar de construir la máquina necesaria para realizar los vasos desechables, por 40 millones, se le explicaron los requisitos y ventajas para acceder a un crédito en la línea de emprendimiento con FUNDESAN.
11	04/11/2010	ADALBER CARRASCAL QUINTERO	Cra 32 #46-17, Alvarez	3158061442	No sabe	adryscarrasc177@hotmail.com	El señor Adalber es empleado de Army, se presentó con su suegra para solicitar un crédito por 8 millones, pero no sabe con exactitud en que idea quiere invertir, se le explico la importancia y necesidad de conocer la idea de negocio, y como poder elegir una idea que se adapte a sus competencias, y al ver el plan de negocios desistió del crédito, y decidió pasar a fortalecimiento para averiguar un crédito para el papa.
12	05/11/2010	MARIA DEL SOCORRO PULIDO	Cra 22A # 228-03, Giron	3118753709	Despulpadora de fruta	mpulido@gmail.com	Maria pulido solicita un crédito por 10 millones, invertidos en maquinaria y equipo, y en publicidad para realizar el montaje de una despulpadora de fruta, es ingeniera de alimentos y actualmente no tiene un empleo fijo, se le explico el proceso crediticio y se envió al email los formatos correspondientes al plan de negocios y al instructivo.
13	05/11/2010	MARIA ELIA FERNANDEZ	Cra 17 # 29-49, San alonso	3154478331	Taverna y comida rapida		La señora había tenido un crédito en la línea de fortalecimiento el cual fue cancelado en su totalidad y el negocio lo cerro puesto que cambio de ubicación y se quedó sin capital de trabajo, actualmente desea invertir nuevamente para una unidad productiva taverna y comida rápida, ya tiene las maquinarias necesarias para el proceso productivo de alimentos, se le explicaron las garantías y ventajas relacionadas con la línea de emprendimiento de FUNDESAN, y se le dio los formatos correspondientes al plan de negocios e instructivo.

							Yalei Amaya desea realizar el montaje de una sala de internet, para ofrecer servicio de capacitación en sistemas, y servicio de internet, es tecnico en sistemas, y solicita un monto de 7.000.000 para invertir en equipos, y la adecuacion del local, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un credito en la linea de emprendimiento de FUNDESAN y se enviaron los formatos respectivos al correo electronico.
14	05/11/2010	YALEY AMAYA	Calle 104C # 12-52, Manuela Beltran.	6371240	Sala de internet	Yalei1031@hotmail.com	
15	05/11/2010	JULIETH NAYIBE	Cra 23 A # 18-29, san francisco.	3166865867	Productos inyeccion de PVC.	Juliehnayibe@hotmail.com	La señora Julieth solicita un credito entre 7 y 8 millones para invertir en productos mediante inyección de PVC, ya que el esposo tiene una empresa llamada "Maria Pallitos" y le prestaría la maquinaria necesaria para realizar la producción, se le explico el plan de negocios y se envio junto con el instructivo al correo electronico.
16	08/11/2010	JEFFERSON CRUZ	Calle 29 # 5-30	6520720	Fabrica y comercio de calzado	phu2087@hotmail.com	Jefferson Cruz solicita un credito por 9 millones a invertir en maquinaria para una empresa de calzado, su padre tiene una fabrica de calzado desde hace mas de 10 años. Jefferson es ingeniero industrial de la UIS y desea independizarse, se le explicaron los terminos del credito por emprendimiento, continua en el proceso.
17	08/11/2010	SAN DETROZ		3004625654	Restaurante internacional	sandredetroz@hotmail.com	San detroz es Belga, llego a Colombia buscando un mejor futuro, se esta quedando donde un amigo, y solicita un credito para realizar el montaje de unr restaurante de comida internacional pero argumenta que no tiene garantias, de igual forma se le explicaron las ventajas y el compañamiento que brinda FUNDESAN pre credito y post credito.
18	08/11/2010	EDGAR RAMIREZ	Calle 11 # 18A-05, interior 2, manzana 31.	6409464-3143024694	Comercializar Omnilife	No tiene correo electronico	Edgar Ramirez solicita un credito para coercializar productos de Omnilife, debido a que no hace parte del eprfil de empresa por la linea de emprendimiento, se traslado por la liena de fortalecimiento, ademas ya ha vendido productos omnilife, continua en el proceso.
19	09/11/2010	OMAR GELVEZ	Calle 52 # 52-36	6471297	Comercializar productos de cacao.	info.colcaco@gmail.com	Realizo el montaje de "Colombiana de cacao S.A" hace menos de 6 meses, solicita un credito por el valor de 30 millones para invertir en lotes de producción, se le explicaron las ventajas y requisitos para acceder al credito en la linea de emprendimiento con FUNDESAN, y se envio al correo los formatos respectivos.
20	09/11/2010	MARIA NINFA SILVA	Calle 30 # 9 E-27, la cumbre	3168671169-6999060	Perfumeria y esencia alfa y omega.	algarmlendez2016@yahoo.es	Se le explicaron las ventajas y requisitos para relativos al proceso crediticio en la linea de emprendimiento, se le enviaron los formatos de plan de negocios y el instructivo respectivo.
21	09/11/2010	MARTHA YANETH PELAYO	Cra 10 # 13-13, Lebrija.	6566114-3173180572	Panaderia	No tiene correo electronico	Se le explicaron las ventajas y requisitos para relativos al proceso crediticio en la linea de emprendimiento, se aclaro que el area de cobertura de emprendimiento es Bucaramanga, de igual forma se le enviaron los formatos de plan de negocios y el instructivo respectivo.
22	09/11/2010	MARBETH JANETH MARTINEZ	Calle 51 # 26 A-20, aptp 901, Kyron II.	3183815761-3175014215	Accesorios GIMAR.	marbethyaneth@hotmail.com	La señora Marbeth es medico de profesion, trabajo hasta hace un mes en una IPS privada, y siempre le gustaba realizar accesorios como hobby, actualmente desea realizar el montaje de "accesorios Gimar" ya que esta desempleada, y ve una oportunidad de negocio junto con su esposo, que es administrador de empresas, se le enviaron los formatos respectivos de la liena de emprendimiento al correo electronico.
23	10/11/2010	MARTHA SUAREZ	Sispreces, bloque 17 19 A apto 3-18	3134492138-6480746	Chocolatina yorigues.	marthapatricia_18@hotmail.com	La señora estaba en el programa mujeres ECO de la camara de comercio, se informo que el area de cobertura en la linea de emprendimiento era Bucaramanga, y se explico el plan de negocios y las ventajas de acceder a un credito en la liena de emprendimiento con FUNDESAN.
24	11/11/2010	JOSE LUIS GARCIA	Calle 35 AN-8 BIS 15, Ciudadela café madrid.	3133563080	Taller mantenimiento de motos.		Jose Luis Garcia es tecnico en mantenimiento y reparacion de motos del SENA, solicita un credito por el valor de 3.000.000 para realizar el montaje de un taller mecanico de motos, actualmente trabaja con la empresa metrolinea medio tiempo conscientizando sobre el correcto uso de este medio de transporte. Se le explico el formato del plan de negocios y se envio al correo la informacion pertinente a la liena de emprendimiento.
25	11/11/2010	ERICA CORDERO HOYOS	Calle 44 A # 5-07, Alfonso Lopez	3015250670	Comida Rapida	No tiene correo electronico	La señora Erica Cordero, solicita un credito por el valor de 4 millones para invertir en maquinaria y materia prima, actualmente trabaja medio tiempo en una zapateria y ha vendido almuerzos por mas de 2 años en el sector, se le explicaron los terminos por la linea de emprendimiento y se traslado a la linea de fortalecimiento ya que se ajustaba a dicho perfil, continua en el proceso.
26	11/11/2010	GLORIA RUBY DUARTE	Calle 61 # 10-150 Torre 4, apto 215	3165141047-3003040294	Sala de belleza		La señora Gloria solicita un credito por el valor de 5 millones, para realizar adecuaciones en un local del salon de belleza, actualmente tiene 2 establecimientos, uno en acropolis hace 3 meses, y otro en la plaza mayor, ademas ha trabajado desde la residencia desde hace 10 años, se traslado a la linea de fortalecimiento.
27	12/11/2010	NATALIA GELVEZ	Cra 15-11 # 92, Rio negro.	3003215465	Desarrollo de software	viqys@hotmail.com	Natalia es ingeniera de sistemas, trabaja actualmente como asesora comercial de software de la empresa "avance software", desea independizarse realizando el montaje de un negocio para desarrollo de software, solicita uncredito por el valor de 15.000.000 invertidos en el local, las licencias, la compra de equipo y maquinaria; se le explicaron las ventajas y requisitos de acceder a un credito en la linea de emprendimiento, y se enviaron los formatos al correo electronico, previamente explicados.

28	16/11/2010	ODILIO VARGAS	Calle 56 # 20-03, rosál colorados.	6739271-31842247656	Fabrica de calzado	tornillo8@hotmail.com	El señor Odilio ha trabajado en calzado durante 28 años, obteniendo el conocimiento necesario para poder independizarse, solicita un crédito por el valor de 10.000.000, invertidos en maquinaria y materia prima, realizó un curso en diseño de calzado en comfenalco. Se le explicaron las ventajas, garantías y requisitos a tener en cuenta para acceder a un crédito en la línea de emprendimiento de FUNDESAN, y se le enviaron los formatos correspondientes al plan de negocios y al instructivo previamente explicados.
29	16/11/2010	CARLOS PLAZAS RODRIGUEZ	Cra 21 B # 17 B -101, manzana J15, san jorge 2, Giron.	6901332-3158637039-3144536193	Ferreteria	carlosplazas12@hotmail.com	Es paramedico hace 14 años, actualmente realiza turnos diarios, y desea realizar el montaje de una ferreteria porque el paramedico no le deja suficiente sustento economico, la idea de la ferreteria nace porque vio a un amigo que tiene una ferreteria y le ha ido muy bien; se le explicaron las ventajas y requisitos necesarios para acceder a un crédito con FUNDESAN, se envio al correo electronico los formatos de emprendimiento previamente explicados.
30	16/11/2010	OSCAR GUTIERREZ PINZON	Cra 23 # 18-32, San Francisco	3152997975	Confeccion	starujo@hotmail.com ; ikmaxy2006@hotmail.com	El señor oscar gutierrez es comerciante de repuestos, solicita un crédito por el valor de 5.000.000 para realizar el montaje de un negocio de confecciones, su esposa conoce la parte operativa del negocio, y ven una buena oportunidad en el mercado, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un crédito con FUNDESAN y se envio al email los formatos correspondientes al plan de negocios y al instructivo del mismo, previamente explicados.
31	17/11/2010	LUZ ESTELA QUINTERO	Cra 21 # 20-32, San Francisco.	3114801802	Recoleccion transporte y almacenamiento de residuos solidos.	gandresky@gmail.com	El 19 de octubre asistio por primera vez la señora luz estela con el esposo el señor German, interesado en un crédito de 18 a 20 millones para la adecuación de una boodega relativa a un negocio de recolección, transporte y almacenamiento de residuos sólidos y peligrosos, se le explicaron los requisitos generales y ventajas relacionadas con el crédito de emprendimiento, y se envío el plan de negocios junto con el instructivo al email. Ah venido asistiendo regularmente a tramitar el plan de negocios, el día 17 de noviembre asistio el señor German por asuntos de garantía, continua en el proceso crediticio.
32	17/11/2010	GERMAN RANGEL DAVILA	Cra 27 # 84-18 (terranova)	6853097	Mantenimiento de edificios.	claruranda@hotmail.com	El señor German proviene de los Estados Unidos, y alla tiene la maquinaria necesaria para realizar mantenimiento a edificios, por ende solicita 10 millones aproximadamente, para transportar la maquinaria hasta Bucaramanga, y poder continuar con el proyecto. Trajo el plan de negocios para revisar y asesorar en el buen diligenciamiento del mismo, se encuentra en el proceso de garantías, continua en el proceso crediticio.
33	17/11/2010	MARYURY CEPEDA ALMEIDA	Cra 50 # 26-27, Albania.	3154048569	Venta de minutos	No tiene correo electronico	La señora maryury Cepeda esta interesada en un crédito por el valor de 1.000.000 para empezar un negocio de venta de minutos, dicho perfil de empresa no concuerda con lo establecido por el departamento de emprendimiento, e le sugirió que comenzara con recurso propio la venta de minutos y se pudiera expandir por la línea de fortalecimiento en un futuro.
34	18/11/2010	FRANCISCO JAVIER DIAZ	Calle 41 # 6-28, alfonso lopez.	3187963373	Asadero de pollo	pacho_1026@hotmail.com	Franciso javier es egresado de las unidades tecnologicas, en banca y finanzas, solicita un crédito por el valor e 35.000.000, se le explicaron las ventajas, requisitos y garantías de acceder a un crédito en la línea de emprendimiento con FUNDESAN, se enviaron los formatos de plan de negocios y el instructivo al correo electronico, previamente explicados.
35	18/11/2010	CLAUDIA JULIANA DELGADO	Cra 33 # 30 A-113, piso 3	3184986342	Pizzeria-fruteria	clajudegado@hotmail.com	Claudia delgado, solicita un crédito por el valor de 5.000.000 aproximadamente, aunque no sabe con exactitud en que iria invertido, se le explico la importancia de tener clara la inversion, mediante cotizaciones, se le explico el proceso crediticio en la línea de emprendimiento, y se enviaron los formatos previamente explicados al correo electronico.
36	19/11/2010	CLAUDIA ISABEL VILAMIZAR	Cra 19 A # 16-65, La trinidad	6773256-3188814204	Comercializadora de colchones.	isabel773@hotmail.com	La señora Claudia, trabajo durante 4 años en comodiflex, argumenta que ya adquirió las competencias necesarias para iniciar un negocio de la misma actividad economica, solicita un monto por el valor de 12 millones, invertidos en materia prima y en acomodación del local, actualmente trabaja en una empresa familiar de muebles, se le envío el formato de plan de negocios y el instructivo, previamente explicados al correo electronico.
37	19/11/2010	DEIBY HERNANDEZ RIVERA	Calle 24 # 5-49	6522423	Comercializar huevos y pollo	No tiene correo electronico	La señora llamo a la línea de emprendimiento donde se le explico a grandes rasgos cual era el proceso crediticio y se comprometio en venir personalmente, para conocer detalladamente cuales son las ventajas, requisitos y garantías que debe cumplir, para acceder a un crédito en la línea de emprendimiento.
38	19/11/2010	MARIA RAMIREZ	Cra 11 C # 104-35, piso 2, Manuela Beltran.	3168014206	Sala de belleza	marvinfinfo@hotmail.com	Maria Ramirez, actualmente es estilista a domicilio, esta realizando una capacitación con la alcaldía en el área financiera, solicita un crédito por el valor de 5.000.000 para realizar el montaje de una sala de belleza, se le explicaron las condiciones y requisitos que debe cumplir para acceder a un crédito con FUNDESAN, se enviaron los formatos a su correo electronico, previamente explicados.

CHARLA INPEC						
39	19/11/2010	ORLANDO PARADA ARIZA	EPMSC Aguachica	562920	No sabe	
40	19/11/2010	CLAUDIA PATRICIA PORRRAS	Reclusión Mujeres	6760494	No sabe	
41	19/11/2010	LUIS PINTO PLATA	EPMSC San Vicente	6254273	No sabe	
42	19/11/2010	GLORIA MEJIA ORTIZ	EPMSC Barrancabermeja	6225492	No sabe	
43	19/11/2010	ORMILSON LEAL	EPMSC Barrancabermeja	6225492	No sabe	orkma17@yahoo.es
44	19/11/2010	RODOLFO PABON CALDERON	INPEC Barrancabermeja, comercio	6225492	No sabe	
45	19/11/2010	GERARDO ARANGO	EPMSC Bucaramanga	3123749590	No sabe	
46	19/11/2010	PEDRO PABLO TORRES	EPMSC Velez	3107699931	No sabe	
47	19/11/2010	JOSE DE JESUS QUIROGA LOPEZ	EPMSC San Gil	91067785	No sabe	
48	19/11/2010	PASCUAL CABALLERO TARAZONA	EPMSC Bucaramanga	3017019485	No sabe	
49	19/11/2010	LUIS ORLANDO AREVALO	EPMSC Malaga	3112412262	No sabe	
50	19/11/2010	LUIS ENRIQUE MENDOZA	Calle 11 AN-7 34, Malaga	3142023602	No sabe	
51	19/11/2010	FABIO ESTEVES DIAZ	EPMSC San Gil	3134516484	No sabe	
52	19/11/2010	JUAN CARLOS JAIMES MESA	Palogordo, Giron	3137266857	No sabe	
53	19/11/2010	MIGUEL RUIZ VERA	Palogordo, Giron	3145922628	No sabe	
54	19/11/2010	LUIS RIVERO RUIZ	Palogordo, Giron	3168066701	No sabe	
55	19/11/2010	MIGUEL BAUTISTA	Reclusión Mujeres	3153729229	No sabe	
56	19/11/2010	FREDDY DIAZ	EPMSC Bucaramanga	3158769056	No sabe	
57	19/11/2010	GABRIEL LOPEZ ORTIZ	EPMSC Bucaramanga	6552722	No sabe	
58	19/11/2010	CARLOS OMAR OSORIO	Palogordo, Giron	3158977546	No sabe	
59	19/11/2010	NORBERTO BRICEÑO PINZON	EPMSC Giron	3156787018	No sabe	
60	19/11/2010	FRANCISCO OCHOA	EPMSC OCAÑA	3178519000	No sabe	
61	19/11/2010	ROGER CUEVAS ROJAS	EPMSC OCAÑA	3202412751	No sabe	
62	19/11/2010	JOSE DUARTE ORTEGA	EPMSC OCAÑA	3182788266	No sabe	
63	19/11/2010	RUBEN DARIO ROSAS MOLINA	EPMSC VELEZ	3205295538	No sabe	
64	19/11/2010	MYRIAM ROJAS GOMEZ	EPMSC VELEZ	3205199670	No sabe	
CHARLA "CETA"						
65	19/11/2010	RODOLFO SIERRA GOMEZ	Cra 5 #9-68, Local 133	3124453560	Venta de vitaminas	
66	19/11/2010	HENRY DE JESUS ROCHA VIANCHO	Cra 19 # 30-12	3142768774	Micromercado	
67	19/11/2010	ALBERTO ANTONIO ESPITIA ORTEGA	Cra 14 B # 58-06	3173233471	Sala de internet	
68	19/11/2010	JAIRO ENRIQUE MORENO	Cra 9 #8-26	3172924563	Tienda	
69	19/11/2010	GERARDO FERREIRA MUÑOZ	Cra 22 #31-41, apto 301	3157388376	Micromercado	
70	19/11/2010	WILMER PABON MORA	Cra 18 # 17 N-67	3152205380	Fabrica de Calzado	
71	19/11/2010	MARLON RAFAEL CABALLERO	Diagonal 55 con transversal 144, Casa 81	6586794	Sala de internet	
72	19/11/2010	LUIS EDUARDO RAMIREZ	Los andes, Floridablanca	3188628578	Fabricante de calzado	
73	19/11/2010	FREDUS URDANETA	Bucarica, Floridablanca	3142174742	Sala de internet	
74	19/11/2010	CLEMENTE BUENO GOMEZ	BAVARIA II	3184839714	Panaderia	
75	19/11/2010	ELENA LASSO ROPERO	Cra 28 52 BN-14	3158470303	Tienda	
76	19/11/2010	MIGUEL PEREZ	Calle 44, poblado, casa 1, Giron	3183721829	Lombricultura	
77	19/11/2010	LUIS FELIPE FIGUEROA	Calle 28 # 30-76I, Giron	3143458244	No sabe	
78	19/11/2010	NELLY RUEDA RIVERA	Ciudadela café madrid.	3114529040	Confecciones.	

El día 19 de noviembre, en el club Lomas del Viento Comfenalco Santander, en el salón principal se llevó a cabo una presentación ante el Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario "INPEC" con el motivo de darle a conocer a un grupo de 60 funcionarios cercanos a obtener la pensión laboral, los servicios ofrecidos por la Fundación Para el Desarrollo de Santander "FUNDESAN", con interés especial en la línea de emprendimiento, analizando los siguientes tópicos:

1. ¿Qué es un emprendedor y cuál es su perfil?
2. Ventajas y causas de un emprendedor.
3. Etapas del proceso crediticio en FUNDESAN.
4. Importancia del plan de negocios y sus partes.
5. Generalidades del crédito.

Algunos funcionarios del INPEC tienen la ilusión de formar su propia unidad productiva, por ende se les brindo la información pertinente para que puedan desarrollar la idea y llevarla a la realidad empresarial.

El día 19 de noviembre del 2010, en las instalaciones de la Coogregación Mariana, por solicitud de la cooperativa empresarial de trabajo asociado "CETA", (entidad operador del proyecto atención integral para el apoyo a la reintegración económica y social de población desmovilizada), se realizó una charla en la cual se expuso el portafolio de servicios brindados por La Fundación para el Desarrollo de Santander "FUNDESAN", sobre las líneas de servicio de emprendimiento, y fortalecimiento, a 14 personas interesadas en obtener un crédito y asesoría brindada por la fundación.

BANCOLDEX						
79	19/11/2010	ISOLINA SERRNANO	Calle 1 A # 23-37, san cristobal norte.	6405254	CANASTISA	
80	19/11/2010	ANA MILENA GOMEZ	Cra 5 # 29-34	3152937455	Calzado Pao	
81	19/11/2010	FRANCY A SILVA	Calle 15 D # 2 A-09	6731970	No sabe	
82	19/11/2010	ANA ABIGAIL DURAN	Calle 11 # 19-54 M22 Casa 2	3188257084	Papeleria K'YITA	ghandys-go@hotmail.com
83	19/11/2010	MARIBEL MONSALVE	Calle 31 # 18-09	3184879913	Sala de belleza KEOPS STILOS	
84	19/11/2010	FABIOLA TARAZONA	Calle 51 A # 16-112	6424337	Centro educativo	
85	19/11/2010	AMINTA MARTINEZ	Centro comercial del calzado SAN FRANCISCO	6345453	Local de calzado	
86	19/11/2010	PRISCLA PABON	Cra 5 A # 22-40 Paseo del puente piedecuesta.	6192974-3133949078	Micromercado	
87	19/11/2010	CARMEN ROLON	Cra 2 # 16AN-117	3152977691	Confecciones KATIANNA	
88	19/11/2010	JAELO ROLON	Calle 18 # 8-11 Tejar Norte	3166961034	No sabe	
89	19/11/2010	ADRIANA SANABRIA	Calle 27 # 2-61, Girardot	6708773	Venta de comida rapida	
90	19/11/2010	ELIZABETH VASQUEZ	Cra 6 # 31-16	3152993479-3172924552	Venta de ropa y minutos	
91	19/11/2010	LAYAN KATERINE VASQUEZ	Calle 27 # 2-61	6708779-3156914440	Salon de belleza	
92	19/11/2010	PAOLA ORDOÑEZ	Calle 68 # 10 A-47	3103617434	No sabe	
93	19/11/2010	LUZ ENITH CRISTO TORRES	Cra 2 # 16 A-41	3103617434	Ventas por catalogo	
94	19/11/2010	DORIS LAGUADO	Cra 16 # 33-44, piso 2 Local H-08	6821746-3138303286	Almacen de ropa	
95	19/11/2010	CARMEN ROSA SANTANA	El poblado, Giron	3173549895	Fabrica de herradura	
96	22/11/2010	MARIA ALEXANDRA RODRIGUEZ	Calle 121 # 18-21, cristal alto, provenza	6313159-3155144907	Miscelania	Superbaby.2@hotmail.com
97	22/11/2010	LUZ EDILMA VILLAMIZAR	Cra 53 # 17-17, miraflores	3163087283	Sala de internet	No tiene correo electronico
98	22/11/2010	NUBIA GOMEZ CABALLERO	Cra 8 occ # 42-177, Campo Hermoso	3167318000	Sala de internet	nubiagomezcaballero@hotmail.com
99	22/11/2010	EDINSON JAVIER CADENA	Calle 1 # 25 B-34, Regadero Norte	6402854-3178403611	Taller de calzado	No tiene correo electronico
100	22/11/2010	MAGDALINI VARGAS	Cra 12 C # 103 F-14, Manuela Beltran	6370751-3155722115	Local de comida	gerdamani@hotmail.com
101	22/11/2010	LUZ MERY BENAVIDEZ LOBO	Cra 40 # 9-80, Interior 2, apto 303, Diviso.	3162834106	Restaurante	No tiene correo electronico

El día 19 de noviembre del 2010, se realizo en las intalacioens de Bancoldex, una charla para 17 clientes potenciales, en la cual se expuso el portafolio de servicios, enfocando los beneficios de acceder a un credito con FUNDESAN, en las lineas de emprendimiento, y fortalecimiento.

Maria alexandra estudia actualmente en el SENA salud ocupacional, solicita un monto por el valor de 10.000.000 para invertir en la acomodacion del local, y la compra de mercancia, es soltera, no tiene hijos a cargo, y trabajaría junto a 2 familiares en la microempresa, se le enviaron al correo electronico los formatos relativos al area de emprendimiento previamente explicados, y se le informaron los requisitos y ventajas de acceder a un credito en la liena de emrpndimiento con FUNDESAN.

La señora Luz edilma llamo a FUNDESAN, interesada en un credito de emprendimiento, se le explicaron las garantias y requisitos necesarios para obtener un credito en la linea de emprendimiento con FUNDESAN.

La señora Nubia Gomez, es docente del colegio universal de ciencia medio tiempo, desea realizar el montaje de una sala internet en su residencia en compañía de una prima, solicita un prestamo por el valor de 7.000.000 a invertir en maquinaria y equipo, acomodacion del lugar, es soltera tiene una hija; se le explicaron las ventajas, beneficios y requisitos que se deben cumplir para acceder a un credito con FUNDESAN, se enviaron los formatos al correo electronico, previamente explicados.

Edeinson Cadena, es zapatero desde hace 15 años, solicita un credito por el valor de 3.000.000, para invertir en materia prima, como recurso propio tiene la maquinaria necesaria para el proceso productivo del calzado, se especializa en zapatos sport para niño y adulto, traía una muestra de zapato para niño realizada por él, al ver lo adelantado que estaba con su negocio y que solo necesitaba lo relativo para la materia prima se trasladado a la liena de fortalecimiento, ademas venia vendiendo esporadicamente desde su residencia, continua en el proceso.

Desde hace 5 meses vende pollo en floridablanca, solicita un credito por el valor de 5.000.000 para invertir en maquinaria, se le explico que el area de cobertura de emprendimiento es solo Bucaramanga, y que por tener mas de 5 meses funcionando debería trasladarse a la línea de fortalecimiento, continua en el proceso por dicha línea de servicio.

La señora Luz Mery solicita un credito por el valor de 10.000.000 para realizar la compra de un restaurante que lleva mas de un año de estar funcionando, se le explicaron los requisitos y ventajas de acceder a un credito en FUNDESAN, y se le explico la importancia de diligenciar un plan de negocios independientemente de si va a iniciar un negocio, o si ya esta activo el mismo y lo va a comprar.

BANCOLDEX 2						
102	22/11/2010	DILENA VARGAS	CIUDADELA NUEVO GIRON SECTOR 2 MZ H	3172745495	TIENDA NISSY	dilena-28@hotmail.com
103	22/11/2010	WILMER GARCIA SOLANO	CRA 19A NO.13B-47, Giron	6462366-3182060611	WORLD IMPRINTER	worldimprinter@hotmail.com
104	22/11/2010	OLGA GONZALEZ	CRA 17A NO.6-18 B.MESETA 3 GIRON	6593668	MICRO MERCADO BUENAVISTA	
105	22/11/2010	CARLOS MARIO GONZALEZ	AV LOS CAÑEYES NO.21B-205	6592740-3156612393	METALICAS EL COTI	
106	22/11/2010	NINI SOFIA ENCISO	CRA 18 NO.15-03 MARIA PAZ	6406698	Micromercado	
107	22/11/2010	MARIA VERONICA RIVERA	TV 27C NO.22-03 CIUDADELA NUEVO GIRON	6531798	Calzado Pao	
108	22/11/2010	ENA MARIA TORRES TORRES	CRA 12C NO.103F 08	6378272	Sala internet	
109	22/11/2010	ILSA CALDERON	BARRIO VILLA DEL CARMEN LOTE 1	3168911591	Confeccion	
110	22/11/2010	ROSA MARIA SUAREZ	CALLE 24 NO.2-58 CAMILO TORRES	3172163444	Tienda	
111	22/11/2010	MILENA PEÑA	CRA 56 CASA 13 CORPOVISUR	3125763727	Ferreteria	
112	22/11/2010	GILMA GONZALEZ	CALLE 21 SUR NO.85-23 NUEVO GIRON	3163541253	Micromercado	
113	22/11/2010	RUTH PICO	MZ B NO.21-70 NUEVO GIRON	3175911180	Sala internet	
114	22/11/2010	ROSALBA RAMIREZ	ACENTAMIENTO EL PAJARO CASA 13 RINCON DE GIRON	3106027795	Sala de belleza	
115	22/11/2010	ENRIQUE PALACIOS	BARRIO BRISA CAMPESTRE CASA 7 VIA TRANSEJES	6462266	Micromercado	elvispalabe@hotmail.com
116	22/11/2010	MARLENE ESTEBAN	CALLE 44A NO.11C-46	6997489	SOL Y LUNA	m_adri0316@hotmail.com
117	22/11/2010	NAYIBE JEREZ	CALLE 45A NO.32C-11	6461394	FRUTERIA LAS SHEILAS	
118	22/11/2010	NUBIA BAEZ RODRIGUEZ	CALLE 1 NO.24-21 B SAN CRISTOBAL NORTE	6401906	DROGUERIA QUINTA ESTRELLA	nubiabaezrodriguez@hotmail.com
119	22/11/2010	MARTHA CECILIA CACERES	CRA 22 NO.7-26 BARRIO COMUNEROS	3173579767	Fabrica muebles	
120	22/11/2010	MARITZA GALVIS	SECTOR 5 CASA 47 BAJO PROVENZA	3158491536	Fabrica calzado	marigalvis1@hotmail.com
121	22/11/2010	AURORA SOLANO	CRA 7 NO.24-45 GIRARDOT	6701916	confeccion	aurorasolano_4@hotmail.com
122	23/11/2010	SILVIA VILLAMIZAR	AV QUEBRADA SECA # 32 D-47	3182657104	Panaderia	sineb2006@hotmail.com
BANCOLDEX 3						
123	23/11/2010	CARMEN ALICIA LIZCANO	CALLE 7 NO.41-42 EL DIVISO	3003464910	CALZADO LAS 3 HORMIGAS	
124	23/11/2010	CLAUDIA PATRICIA CASTILLO	CL 21 CASA 120 VILLAS DE SAN IGNACIO	6701092	No sabe	
125	23/11/2010	MIRYAM REYES CARREÑO	CALLE 11 NO.1A-OCC 17 VILLAS DE SAN IGNACIO	6701092	No sabe	
126	23/11/2010	NOHORA PATRICIA ESPINOSA	CALLE 24 NO.2B-49 BARRIO SARABANDA	6428022	No sabe	
127	23/11/2010	MARIA ERNESTINA PEREZ	CRA 2DA NO.25-16 CASA 18	3126030520	Restaurante	
128	23/11/2010	CAROLA ZAFRA	CALLE 103D NO.12A-14 MANUELA BELTRAN	6372713	Bar	
129	23/11/2010	NANCY ACOSTA SANTANA	CALLE 1ERA NO.10-47 CUYANITA	3145903566	No sabe	
130	23/11/2010	ORFILIA BUITRAGO GARCIA	CALLE 1ERA A NO.24-08 CUYANITA	3138012007	No sabe	
131	23/11/2010	MARTHA CECILIA VASQUEZ	CALLE 32 NO.50-31 BARRIO ALBANIA	6357317	No sabe	
132	23/11/2010	KATHERINE AYALA	CRA 21 NO.15N 91 MZ 9 CASA 3 VILLA ROSA	3184362939	No sabe	kathetresa0512@hotmail.com
133	23/11/2010	MARIA ASCENCION BELTRAN	CALLE 3 NO.22B-45 SAN CRISTOBAL	6403430	FUNDACION JUNAM	fundacionjunam@hotmail.com
134	23/11/2010	CLARA INES LOPEZ	CRA 21 NO. 15N-31 MZ 9 CASA 4 VILLAROSA	6732233	PANADERIA CLARIPAN	clarita7411@hotmail.com
135	23/11/2010	DORIS JAIMES	CRA 21 A NO.15-91 MZ 9 CASA 3	6401697	COMIDAS RAPIDAS DOÑA DORIS	doris1964-2010@hotmail.com
136	23/11/2010	ALEXANDRA MUNERA	CALLE 24 NO.1A2B LA CUYANITA	3178740445	No sabe	
137	23/11/2010	EDILMA ZAMORA GUERRA	CALLE 2A NO.3-03	3104886699	Comida rapida	
138	23/11/2010	ROSA ROLON	CALLE 1A 3-03 LA CUYANITA	3106578853	No sabe	
139	23/11/2010	LAURA MARCELA TORRES	CALLE 1A 3-03 LA CUYANITA	3205397670	No sabe	

El día 22 de noviembre del 2010, se realizo en las intalacioens de Bancoldex, una charla para 20 clientes potenciales, en la cual se expuso el portafolio de servicios, enfocando los beneficios de acceder a un credito con FUNDESAN, en las lineas de emprendimiento, y fortalecimiento.

La señora Silvia Villamizar se comunico via telefonica con la linea de emprendimiento interesada en conocer los requisitos para acceder a un credito, se le explicaron en terminos generales las ventajas, requisitos y garantias necesarias para acceder a un credito con FUNDESAN, y se comprometo en acercarse a las instalaciones para explicarle detalladamente el proceso crediticio.

El día 23 de noviembre del 2010, se realizo en las intalacioens de Bancoldex, una charla para 17 clientes potenciales, en la cual se expuso el portafolio de servicios, enfocando los beneficios de acceder a un credito con FUNDESAN, en las lineas de emprendimiento, y fortalecimiento.

140	24/11/2010	RAQUEL ARENAS	Cra 8 B 10-05, Floridablanca	3154083113	Despulpadora de fruta	raquelarm@hotmai.com	La señora Raquel solicita un credito por el monto de 4.000.000, para invertir en una despulpadora de fruta, tiene una finca o cultivo en lebrija, y por ende desea aprovechar esa oportunidad para obtener un mayor ingreso economico, se le enviaron los formatos al correo electronico previamente explicados.
141	24/11/2010	YADIRA DIAZ	Calle 104 #31-91, el diamante	3004159303	Perfumeria	yadir710@hotmail.com	Yadira Diaz trabaja actualmente en una ferreteria, y solicita un credito por el valor de 2 millones, para invertir en mercancia , y realizar el montaje de una perfumeria, ya que tiene un familiar fabricante de perfumes, se le aconsejo cotizar para saber el monto que realmente necesita, y se envio al correo los formatos de plan de negocios y el isntructivo, previamnete explicados.
142	24/11/2010	GERARDO JOYA	Calle 7 #35-49, alfonso lopez	3174730939	Pesquera y cevicheria	gerardj1@hotmail.com	Gerardo ha trabajado e un puesto de comida hace mas de 6 meses, y solicita un credito por el valor de 8 millones para invertir en maquinaria y en la compra de mercancia, se le explicaron las ventajas y garantias necesarias para acceder a un credito por la linea de emprendimiento.
143	25/11/2010	RICARDO SANCHEZ	Calle 55 C # 16 A-52, reposo organización Jordan	6341362	Comercio Ropa interior	No tiene correo electronico	El señor Ricardo se comunico via telefonica con la linea de emprendimiento, solicitando un credito por el valor de 5.000.000, se le explico en terminos generales los requisitos, beneficios y garantias de acceder a un credito con FUNDESAN, se comprometo en acercarse a las instalaciones de FUNDESAN para explicarle detalladamente el proceso crediticio.
144	25/11/2010	ROSA MARIA TELLEZ	Calle 1 C # 19 A-26, trancision, sector 3	3133007579	Granero	No tiene correo electronico	La señora Rosa Tellez habia venido la primera vez el 3 de julio del 2010, para solicitar un credito por el valor de 4 millones a invertir en materia prima, ya se habia diligenciado el plan de negocios, pero quedaba pendiente el lugar o direccion comercial, el dia 25 de noviembre se acerco a las instalaciones de FUNDESAN a sugerir que continuaramos con el proceso que ya tenia un lugar para iniciar las actividades comerciales, se reanudo el proceso crediticio.
145	29/11/2010	MAYRA ALEJANDRA CACERES	Cra 21 #17-20, San Francisco	3134302659	Fabricacion de correas y bolsos	aleja39@gmail.com	Mayra Alejandra desde hace un mes fabrica y vende correas y bolsos de cuero con diseños exclusivos, solicita un credito por el valor de 5.000.000 para invertir en materia prima, e impresión de los diseños, y poder cumplir con algunos pedidos que tiene pendiente; tiene un gran interes por su empresa, y desea expandirse y darse a conocer en diversos mercados de Bucaramanga, es soltera no tiene hijos, y paga arriendo por el valor de 700.000. Se le explico detalladamente el proceso crediticio y se enviaron los formatos de plan de negocios e instructivo previamente explicados.
146	29/11/2010	JESUS FREDDY LUNA BUITRAGO	Cra 21 B # 115-21	3186921457	No sabe	jesufrelunbu2@hotmail.com	El señor Jesus Luna esta interesado en conocer el proceso crediticio, aunque no tiene claridad a cerca de su idea de negocio, y argumentó que dentro de un año tiene pensado realizar el montaje de alguna actividad comercial, actualmente es estudiante; se le explico el proceso crediticio y se enviaron los formatos al email para que los conociera y pudiese iniciar el proceso crediticio cuando tuviera claridad de cual idea desea implementar.
147	30/11/2010	DIANA MARGARITA REYES	Avenida tejas 104 -25, casa 7	6319112-3158517506	Fabricacion de productos de algodón.	dmarrey_64@hotmail.com	La señora Diana es beneficiaria de mujeres eco de la camara de comercio de Bucaramanga, solicito un credito por el valor de 15.000.000, aunque se le aconsejo que realizara las cotizaciones que respaldaran ese monto solicitado, se le explico el proceso crediticio, continua en el proceso.

ANEXO N Informe mensual Diciembre

		0.3 INFORME DE DICIEMBRE					
	DIAS/MES/AÑO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	IDEA DE NEGOCIO	CORREO ELECTRONICO	OBSERVACION
1	02/12/2010	Florimar Gonzalez	Calle 55 C # 16 A -52	6341362-3214822795	Comercio de ropa interior y pijamas	flbicon@hotmail.com	La señora Florimar esta interesada en acceder a un credito por el valor de 5.000.000, para invertir en la acomodacion de un local, y en mercancia para la venta, se le explicaron las condiciones generales del proceso crediticio, las ventajas y garantias que se deben cumplir, y manifesto tener afan por acceder al prestamo, y no podia esperar mas de 2 dias, por ende no continuo con el proceso crediticio.
2	02/12/2010	Flor Alba Mantilla	Km 1 via pamplona barrio los sauces, casa 236.	6455725-6325836	Comida rapida y fruteria.	No tiene correo electronico	Flor Mantilla tiene un puesto de comida rapida y una fruteria, hace mas de un año, y solicita un credito por el valor de 2.000.000 a invertir en materia prima, por ende se traslado para la linea de fortalecimiento, y continua en el proceso.
3	02/12/2010	Nancy Esther Gonzalez	Cra 26 # 11-78, la universidad.	3004501322	No sabe	No tiene correo electronico	La señora Nancy esta interesada en acceder a un credito, aunque no conoce la idea de negocio y mucho menos el monto a solicitar, se le explico el proceso crediticio, y se le aconsejo que planteara el proyecto que ella desea realizar, y que solicitara el credito segun cotizaciones de ese negocio.
4	06/12/2010	Sergio Andres Agudelo	Cra 46 # 64-44 , la floresta	6473492-3125444956	Inseminacion artificial	agudelopra026@hotmail.com	Sergio Agudelo es profesional en medicina veterinaria de la UCC, y esta interesado en acceder a un credito por el valor de 12.000.000 para invertir en maquinaria necesaria para su unidad productiva, se le enviaron los formatos relativos al plan de negocios e instructivo previamente explicados.
5	06/12/2010	Jaime Murcia Cruz	Calle 18 # 12-93, Kennedy	3188487115	Mensajería especializada	cruz_614@hotmail.com	Jaime Murcia, es estudiante del SENA, de negocios internacionales, esta interesado en un credito por el valor de 2.000.000 para realizar el montaje de una mensajería, se le explicaron los formatos relativos al proceso crediticio de emprendimiento, y se enviaron al correo electronico.
6	07/12/2010	Remigio Uribe Contreras	Calle 60 # 43 BW-75, Estoraques	3114644422	Taller de estampado.	remigio.26@hotmail.com · misare.cris@hotmail.com	El señor Remigio Uribe se acerco con su esposa, para solicitar un credito por el valor de 6 millones y poder realizar el montaje de un taller de estampado, actualmente el trabaja en un taller y desea independizarse, para tener una estabilidad laboral mayor y trabajar en una empresa propia, se le explico el proceso crediticio junto con los formatos correspondientes, se le enviaron al correo electronico.

ANEXO O Ficha de emprendimiento John Roa

01. FICHA PERFIL EMPRENDEDOR.

1) IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Fecha: 22 JULIO 2010

Estrato: 4-6

Dirección: Calle 34 # 24-72

Edad: 23 años

Nombre: John Anderson Roa Rueda

Teléfono: 6343233-3156721052

Correo electrónico: markjeandotaciones@hotmail.com

Escolaridad: Bachillerato.

¿Tiene vivienda propia? : Vivienda Familiar

¿Cuánto paga de arriendo? No paga arriendo

2) INFORMACIÓN FAMILIAR

Estado civil: Soltero

Número de hijos: No tiene hijos

¿Cuántos a cargo? No tiene hijos a cargo

¿Cómo colabora su familia con el negocio?

La familia trabajaría con él dentro de la unidad productiva Mark Jean.

¿Qué aspectos de su vida a nivel familiar e individual cambiarían con ese negocio?

Daría una estabilidad laboral para John y su familia, lo que contribuiría a una mejor calidad de vida.

2) INFORMACION COMERCIAL

¿Tiene vida crediticia? Si **¿Con que entidades?:** Banco de Colombia, termina en diciembre.

¿A qué se dedica actualmente?: dedicado empresa dotación.

Idea de negocio: empresa de dotaciones industriales.

¿De dónde nace esa idea? La familia siempre ha trabajado en negocios de este tipo, y desea emprender.

¿Cuánto es el monto solicitado? : 18.000.000 **Plazo:** 36 meses. **Periodo de gracia:** 6 meses

¿En que invertiría ese dinero? Maquinaria, y metería prima.

¿Con que recursos cuenta? 20.000.000 invertidos.

¿Dónde va a funcionar el negocio? En su residencia.

¿Cuánto paga de arriendo y servicios por el local? 900.000

¿Cuántos empleos generaría ese negocio? 4

¿En qué horarios estaría abierto el local? De 8 a 12 am de lunes a viernes, y sábados de 8 a 1 pm.

3) INFORMACION DE LOS CODEUDORES: el papa lo respalda con un inmueble finca raíz.

NOMBRE	Olga Ines Clara Mantilla	
DIRECCION	Calle 19 G # 19-26, portal campestre	
TELEFONO	3173769375-6303333 ext. 1185	
OCUPACION	Talento humano, Electricadora de Santander	
PARENTESCO CON EL SOLICITANTE	Amigo	
ESTADO CIVIL	Viuda	
NUMERO DE HIJOS	No tiene hijos	
VIDA CREDITICIA		
CON QUE VA A RESPALDAR	Estabilidad laboral	

4) CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR. Total ponderación: 26/30

1. ¿Saco adelante mis ideas? “yo no sé pero me lo invento”

Siempre casi siempre___ algunas veces___ nunca___
casi nunca___

32. ¿Tengo capacidad de asumir riesgos?

Siempre___ casi siempre___ algunas veces nunca___
casi nunca___

33. ¿Tengo capacidad de enfrentar problemas?

Siempre___ casi siempre algunas veces___ nunca___
casi nunca___

34. ¿Puedo identificar oportunidades?

Siempre___ casi siempre algunas veces___ nunca___
casi nunca___

35. ¿Me comprometo con aquello que me he propuesto?

Siempre casi siempre___ algunas veces___ nunca___
casi nunca___

36. ¿Estoy dispuesto a emprender en este momento una actividad económica?

Siempre casi siempre___ algunas veces___ nunca___
casi nunca___

ANEXO P Ficha de emprendimiento Claudia Margarita Ortega

01. FICHA PERFIL EMPRENDEDOR.

IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Fecha: Agosto 20 /2010

Edad: 25 años

Dirección: Cra 10 occ # 35ª 12 pantano 2.

Estrato: 2

Nombre: Claudia Margarita Ortega

Teléfono: 3112941341

Correo electrónico: no tiene.

Escolaridad: Universitaria.

¿Tiene vivienda propia? : Si

2) INFORMACIÓN FAMILIAR

Estado civil: Soltera

Número de hijos: 1

¿Cuántos a cargo? : 1

¿Cómo colabora su familia con el negocio?

La mama es diseñadora y ella confecciona las prendas.

¿Qué aspectos de su vida a nivel familiar e individual cambiarían con ese negocio?

Se fortalecería el apoyo económico, y la unión familiar crecería al trabajar todos juntos.

2) INFORMACION COMERCIAL

¿Tiene vida crediticia?: Si **¿Con que entidades?:** Financiera Comultrasan.

¿A qué se dedica actualmente?: Estudiante de diseño y trabaja en el negocio familiar.

Idea de negocio: Taller de confecciones.

¿De dónde nace esa idea?: Le ha gustado siempre el diseñar y coser prendas, y la mama siempre ha estado en ese negocio.

¿Cuál es el monto solicitado? : 2.500.000 **Plazo:** 36 meses **Periodo de gracia:** 6 meses

¿En que invertiría ese dinero?: en la compra de maquinaria.

¿Con que recursos cuenta? Cuenta con 2 planas, 1 fileteadora, y un familiar.

¿Dónde va a funcionar el negocio?: en la residencia de ella.

¿Cuánto paga de arriendo y servicios por el local?: trabaja desde la residencia.

¿Cuántos empleos generaría ese negocio?: tres empleos directos.

¿En qué horarios estaría abierto el local? De lunes a viernes de 8 am a 12 m y 2 pm a 6 pm.

3) INFORMACION DE LOS CODEUDORES

NOMBRE	Silvestre Ortega Pabon	
DIRECCION	Calle 17 # 10 d 16	
TELEFONO	6409418	
OCUPACION	Celador del pilar.	
PARENTESCO CON EL SOLICITANTE	Amigo	
ESTADO CIVIL	Soltero	
NUMERO DE HIJOS		
VIDA CREDITICIA	Financiera Comultrasan	
CON QUE VA A RESPALDAR	Salario.	

4) CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR

1. ¿Saco adelante mis ideas? . Total ponderación: 27/30.

Siempre__ casi siempre __x__ algunas veces__ nunca__ casi
nunca__

2. ¿Tengo capacidad de asumir riesgos?

Siempre__ casi siempre__ algunas veces __x__ nunca__ casi
nunca__

3. ¿Tengo capacidad de enfrentar problemas?

Siempre __x__ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi
nunca__

4. ¿Puedo identificar oportunidades?

Siempre__ casi siempre __x__ algunas veces__ nunca__ casi
nunca__

5. ¿Me comprometo con aquello que me he propuesto?

Siempre __x__ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi
nunca__

6. ¿Estoy dispuesto a emprender en este momento una actividad económica?

Siempre __x__ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi
nunca__

ANEXO Q Ficha de emprendimiento Elkin Velazco

0.1 FICHA PERFIL EMPRENDEDOR.

IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Fecha: 30 Agosto del 2010.

Estrato: 4-6

Dirección: Cra 27 # 42-3 80

Edad: 23 años.

Nombre: Elkin Andrés Velazco.

Teléfono: 6782586-3212300904

Correo electrónico: elkinandres11@hotmail.com

Escolaridad: estudiante de la Universidad Santo Thomas.

¿Tiene vivienda propia? : Si

2) INFORMACIÓN FAMILIAR

Estado civil: soltero

Número de hijos: no tiene hijos.

¿Cómo colabora su familia con el negocio?

La hermana colaboraría en ocasiones atendiendo el almacén, junto con él.

¿Qué aspectos de su vida a nivel familiar e individual cambiarían con ese negocio?

Tendrían un mayor ingreso, y podría ser independiente económicamente.

2) INFORMACION COMERCIAL

¿Tiene vida crediticia? No

¿A qué se dedica actualmente?: Estudiante de negocios internacionales en la Universidad Santo Thomas.

Idea de negocio: Un almacén especializado en artículos para el hogar.

¿De dónde nace esa idea?: de ver la necesidad que hay en el sector, y cuentan con un local familiar en un importante sector comercial.

¿Cuánto es el monto solicitado? : 10.000.000 **Plazo:** 36 meses. **Periodo de gracia:** 6 meses.

¿En que invertiría ese dinero? En mercancía para comercializar.

¿Con que recursos cuenta? Con un local familiar.

¿Dónde va a funcionar el negocio? En la calle 45 #6 occidente 06, campo hermoso.

¿Cuánto paga de arriendo y servicios por el local? 350.000

¿Cuántos empleos generaría ese negocio? 3 empleos generaría el negocio.

¿En qué horarios estaría abierto el local? Jornada laboral.

3) INFORMACION DE LOS CODEUDORES

NOMBRE	Elkin Alberto Velasco Gelvez	Ilba Cristina Sanguino Valbuena
DIRECCION	Calle 24 F # 101 B-15	Autopista Floridablanca, kim 6.
TELEFONO	3132093730	6386250
OCUPACION	Coordinador de operaciones de sismopetrol S.A	Coordinadora de formación, colegio agustiniano.
PARENTESCO CON EL SOLICITANTE	Padre	Madre
ESTADO CIVIL	Casado	Casada
NUMERO DE HIJOS	2 hijos	2 hijos
VIDA CREDITICIA	Si, Bancolombia, BBVA, Davivienda.	Si, BBVA.
CON QUE VA A RESPALDAR	Finca raíz.	Estabilidad laboral, contrato termino indefinido.

4) CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR. Total ponderación: 29/30.

1. ¿Saco adelante mis ideas?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

2. ¿Tengo capacidad de asumir riesgos?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

3. ¿Tengo capacidad de enfrentar problemas?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

4. ¿Puedo identificar oportunidades?

Siempre__ casi siempre x algunas veces__ nunca__ casi nunca__

5. ¿Me comprometo con aquello que me he propuesto?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

6. ¿Estoy dispuesto a emprender en este momento una actividad económica?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

ANEXO R Ficha de emprendimiento Gonzalo Rodríguez

0.1 FICHA PERFIL EMPRENDEDOR.

IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Fecha: 14 de septiembre del 2010.

Estrato: 3-4

Dirección: Hotel Floridablanca

Edad: 60 años

Nombre: Gonzalo Rodríguez Martínez

Teléfono: 3002638196 – 3168671674

Correo electrónico: Romargo1@hotmail.com; maniaji-unionperfecta@hotmail.com

Escolaridad: Bachillerato comercial

¿Tiene vivienda propia? : No

¿Cuánto paga de arriendo? : 300.000

2) INFORMACIÓN FAMILIAR

Estado civil: Soltero

Número de hijos: 1 **¿Cuántos a cargo?:** Ninguno.

¿Cómo colabora su familia con el negocio?

No colaborarían en el desarrollo de la unidad productiva.

¿Qué aspectos de su vida a nivel familiar e individual cambiarían con ese negocio?

Tendría un sustento económico estable, del cual pueda ayudar a su familia, y mejorar sus condiciones de vida.

2) INFORMACION COMERCIAL

¿Tiene vida crediticia? : No

¿A qué se dedica actualmente?: Al negocio de Maní ají.

Idea de negocio: Fabricación y comercialización de maní impregnado con ahí.

¿De dónde nace esa idea?: De la necesidad de salir adelante y es una idea innovadora en el mercado.

¿Cuánto es el monto solicitado? : 3.000.000 **Plazo:** 36 meses **Periodo de gracia:** 6 meses.

¿En que invertiría ese dinero? : En materia prima, y en la compra de una maquinaria para la producción del maní.

¿Con que recursos cuenta?: No tiene recursos propios para formalizar la empresa.

¿Dónde va a funcionar el negocio?: en el centro comercial panamá.

¿Cuánto paga de arriendo y servicios por el local? 300.000

¿Cuántos empleos generaría ese negocio? 2 empleos.

¿En qué horarios estaría abierto el local? De lunes a sábado de 8 a 8 pm.

3) INFORMACION DE LOS CODEUDORES

NOMBRE	Rubiela Rodríguez Martínez	
DIRECCION	Cra 19 A # 3 B-10 B, san Cristóbal	
TELEFONO	3005514038	
OCUPACION	Modista	
PARENTESCO CON EL SOLICITANTE	Hermana	
ESTADO CIVIL	Soltera	
NUMERO DE HIJOS	2	
VIDA CREDITICIA	No tiene vida crediticia	
CON QUE VA A RESPALDAR	Finca Raíz	

4) CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR Total: 28/30

1. ¿Saco adelante mis ideas?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

2. ¿Tengo capacidad de asumir riesgos?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

3. ¿Tengo capacidad de enfrentar problemas?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

4. ¿Puedo identificar oportunidades?

Siempre__ casi siempre__ algunas veces x nunca__ casi nunca__

5. ¿Me comprometo con aquello que me he propuesto?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

6. ¿Estoy dispuesto a emprender en este momento una actividad económica?

Siempre x casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

ANEXO S Ficha de emprendimiento de Cesar Corredor.

0.1 FICHA PERFIL EMPRENDEDOR.

IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Fecha: Octubre 22 del 2010.

Estrato: 4

Dirección: Cra 14 # 65-85, la victoria

Edad: 29 años

Nombre: Cesar Corredor

Teléfono: 3016006946

Correo electrónico: racercorp@hotmail.com

Escolaridad: Universitaria.

¿Tiene vivienda propia? : Vivienda familiar.

¿Cuánto paga de arriendo? 150.000

2) INFORMACIÓN FAMILIAR

Estado civil: Soltero

Número de hijos: 1 hijo. **¿Cuántos a cargo?** No tiene hijos a cargo.

¿Cómo colabora su familia con el negocio?

La familia no participaría directamente en el negocio.

¿Qué aspectos de su vida a nivel familiar e individual cambiarían con ese negocio?

Tendría un mayor ingreso económico, y lograría un sustento financiero estable.

2) INFORMACION COMERCIAL

¿Tiene vida crediticia? Si **¿Con que entidades?:** Éxito

¿A qué se dedica actualmente?: a la empresa que está iniciando de “Desayunos especiales”, y trabaja en el área de atención al cliente en un centro nocturno.

Idea de negocio: Desayunos especiales.

¿De dónde nace esa idea? De un amigo que le comento acerca de una idea similar en Argentina, y el quiso reproducirla en Bucaramanga ya que vio una oportunidad de negocio viable.

¿Cuánto es el monto solicitado? : 5.000.000 **Plazo:** 36 meses **Periodo de gracia:** 6 meses

¿En que invertiría ese dinero? En la adecuación del local, y en la compra de materia prima.

¿Con que recursos cuenta? Con alguna mercancía disponible.

¿Dónde va a funcionar el negocio? Cra 14 #67-77, la victoria.

¿Cuánto paga de arriendo y servicios por el local? 450.000

¿Cuántos empleos generaría ese negocio? 3 empleos directos.

¿En qué horarios estaría abierto el local? Jornada laboral

3) INFORMACION DE LOS CODEUDORES

NOMBRE	Alfredo L a rotta Ramirez	
DIRECCION	Cra 29 # 29-59, torre 1, apto 902	
TELEFONO	6991649-3114701703	
OCUPACION	Abogado	
PARENTESCO CON EL SOLICITANTE	Amigo	
ESTADO CIVIL	Soltero	
NUMERO DE HIJOS	No tiene hijos	
VIDA CREDITICIA		
CON QUE VA A RESPALDAR	Finca Raíz	

4) CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR *Total: 30/30*

1. ¿Saco adelante mis ideas?

Siempre casi siempre algunas veces nunca casi nunca

2. ¿Tengo capacidad de asumir riesgos?

Siempre casi siempre algunas veces nunca casi nunca

3. ¿Tengo capacidad de enfrentar problemas?

Siempre casi siempre algunas veces nunca casi nunca

4. ¿Puedo identificar oportunidades?

Siempre casi siempre algunas veces nunca casi nunca

5. ¿Me comprometo con aquello que me he propuesto?

Siempre casi siempre algunas veces nunca casi nunca

6. ¿Estoy dispuesto a emprender en este momento una actividad económica?

Siempre casi siempre algunas veces nunca casi nunca

ANEXO T Ficha de emprendimiento de Miguel Méndez.

0.1 FICHA PERFIL EMPRENDEDOR.

IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Fecha: 23 de agosto del 2010.

Estrato: 1-2

Dirección: Cra 26 # 10 n 56 Regadero Norte

Edad: 65 años

Nombre: Miguel Méndez

Teléfono: 6402835-3165496561

Correo electrónico: No tiene.

Escolaridad: Primaria

¿Tiene vivienda propia? : Si

2) INFORMACIÓN FAMILIAR

Estado civil: Casado.

¿A qué se dedica su pareja? Al hogar.

Número de hijos: 4 hijos.

¿Cuántos a cargo? 2 hijos a cargo.

¿Cómo colabora su familia con el negocio?

Inicialmente, una sobrina va a ser la encargada de la atención al cliente.

¿Qué aspectos de su vida a nivel familiar e individual cambiarían con ese negocio?

Tendrían un sustento económico para poder darle una mayor calidad de vida a su familia.

2) INFORMACION COMERCIAL

¿Tiene vida crediticia? Si **¿Con que entidades?:** Fundación de la mujer.

¿A qué se dedica actualmente?: vendedor ambulante, y está haciendo ventas mínimas de su ferretería.

Idea de negocio: Ferretería-cacharrería.

¿De dónde nace esa idea? De la necesidad económica y el querer independizarse.

¿Cuánto es el monto solicitado? : 8.000.000 **Plazo:** 36 meses **Periodo de gracia:** 6 meses

¿En que invertiría ese dinero? : En el montaje del negocio, vitrinas, mercancía.

¿Con que recursos cuenta?: Con el local.

¿Dónde va a funcionar el negocio? : En la residencia.

¿Cuánto paga de arriendo y servicios por el local?: Nada

¿Cuántos empleos generaría ese negocio?: 2

¿En qué horarios estaría abierto el local? : 8 a 6 pm.

3) INFORMACION DE LOS CODEUDORES

NOMBRE	Miguel Méndez	
DIRECCION	Cra 26 # 10 n 56 Regadero Norte	
TELEFONO	6402835-3165496561	
OCUPACION	Comerciante	
PARENTESCO CON EL SOLICITANTE		
ESTADO CIVIL	Casado	
NUMERO DE HIJOS	4 hijos	
VIDA CREDITICIA	No tiene vida crediticia	
CON QUE VA A RESPALDAR	Finca Raíz	

4) CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR *Total: 28/30*

1. ¿Saco adelante mis ideas?

Siempre__ casi siempre _x_ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

2. ¿Tengo capacidad de asumir riesgos?

Siempre _x_ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

3. ¿Tengo capacidad de enfrentar problemas?

Siempre _x_ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

4. ¿Puedo identificar oportunidades?

Siempre__ casi siempre _x_ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

5. ¿Me comprometo con aquello que me he propuesto?

Siempre _x_ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

6. ¿Estoy dispuesto a emprender en este momento una actividad económica?

Siempre _x_ casi siempre__ algunas veces__ nunca__ casi nunca__

ANEXO U Clientes Activos.

0.10 CLIENTES ACTIVOS					
	NOMBRE	DIRECCIÓN RESIDENCIA	ACTIVIDAD	DIRECCIÓN COMERCIAL	TELEFONOS
1	NORBERTO RANGEL DELGADO	Cl 14#35-43	JOYERIA	Cra 31 # 19-23	3202346954
2	MYRIAM TERESA CAICEDO	Cl 36#23-17 Apto 301	Confecciones	Cl 36#23-17 Apto 301 antonia santos	3184755869-6454255
3	JAIR ANTONIO MORALES G.	Cl 18 #32D -11 Edf Elena	Plásticos	Cra 12# 18-25 GAITAN	3168535884-6327490-
4	DIEGO MANZANO	Cl6#15-20 Apto203	Diseño gráfico e Impresiones	Cl9#24-13 San Francisco negocio 6325607	6716711 - 3132968019
5	GILMA CABALLERO	CLL 6 # 19 - 63	Tienda	CLL 6 # 19 - 63	3004655099-6713383
6	FERNANDO ARENAS	Calle 35 # 21-60	Fabricación Guiras	Calle 35 # 21-60	3165356752-6800670-3158931407-6705295
7	SONIA SARMIENTO	Cra 22 # 52-31	Salon de Belleza	Sector 16 bloq 3-2 apto 304 altos de bellavista	6482289-3152190933
8	BEATRIZ ROJAS	Calle 20# 32A34 Piso 2	Almuerzos Vegetarianos	Pasaje Santander Local 13 P2 centro	3162316165
9	DIEGO PEDRAZA	Calle 34# 21-71 Apto 402	Fuente de soda y Almuerzos	Cra 26#31-70 Antonia santos	3187656412
10	FACUNDO LAGUADO CASTELLANOS	Cra 43#34-28	Panadería	Cra 43 #34-28 alvares	3166872110
11	ANABELA DELGADO	cra 12 # aw # 44-74 primera de mayo	drogueria	Calle 103f # 12c-12	berenice 3115672083
12	SILVIA PAOLA BARBOSO	calle 8N # 4-150 portal de santillana	abogada	Cra 18 # 36-24 oficina 502 centro	3188268790 6700079
13	ANA DIAZ	cra 35 # 99-48- T 204	pasteria y panaderia	Diag. 105 # 30b-11 Diamante I	6325916-3168874559-
14	ONEIDA JIMENEZ	calle 30 # 22-24 centro	restaurante	Cra 23 # 30-10	3123424458-6757876
15	JAIRO GUERRERO	Cra 8a occidente # 35-16	fabrica de calzado	Cra 12 occ 36-45 joya	3152647898/3165258112
16	RUBEN CORTES	calle 47 # 90 occ 109 campo hermoso.	FERRETERIA	Calle 47 # 90 occ 109 campo hermoso.	3112452005-6330575
17	ROMMEL SOTO	BLVD. SANTANDER 21-08 SAN FRANCISCO	Confecciones	BLVD. SANTANDER 21-08 SAN FRANCISCO	3134653152
18	CARLOS CHONA	CRA 25 N. 45 - 49 SOTOMAYOR	DISEÑO INDUSTRIAL	CRA 33 N. 103 - 43	3165154789
19	EMPIDIA LOPEZ	Transversal 36a # 104-47	PAPELERIA	COLEGIO NORMAL NACIONAL	3158149886
20	DIANA PATRICIA REYES	calle 45 # 6-62 lagos II	Fuente de soda y Almuerzos	Calle 33 #17-60 CENTRO	casa: 6424519 -3178313228-
21	JENNIFER SMITH BUSTOS	Cra 65 # 20-85	TIENDA NATURISTA	clle 35 # 17-67 centro comercial los andes local 107	3134630732-6347135
22	ALBEIRO AFANADOR SILVA	cra 13a # 45a-02	MICROMERCADO	cra 13a # 45a-02 QUINTA ESTRELLA	3175028780
23	MARTHA YESENIA RAMIREZ	KM 7 VIA RIO NEGRO VIJAGUAL	TALLER CONFECCION	SAN MIGUEL	3134198240
24	ELGUIN JAVIER MENDEZ	KM 1 VIA PAMPLONA # 2-36 SAUCES	INTERNET	KM 1 VIA PAMPLONA # 2-36 SAUCES	3158546559 - 6455725
25	CONSTRUEM DANIEL MENESES	CRA 21 # 107-64 PROVENZA	CONSTRUCCION	CRA 21 # 107-40 PROVENZA	3212348133-6317871
26	MARTHA CECILIA MORALES	CRA 18 # 38-54 CENTRO	LITOGRAFIA	CALLE 117 # 47-19, Barrio zapamanga, florida.	3163766905- 6773055
27	GREGG ALVAREZ SUAREZ	CRA 25 # 106-24 APTO 101 PROVENZA	INTERNET	CALLE 105 # 17-05 LOCAL 7 PROVENZA	6363024-3183105379
28	MARCO AURELIO GRANADOS	CALLE 105 No 22-15 PROVENZA	SIBARI GOURMET	CALLE 105 No 22-15 PROVENZA	3182207942- 6362571
29	SINDY JOHANNA ESPARZA	CRA 24 No 22-31 ALARCON	PRODUCTOS PUBLICITARIOS	CALLE 20 No 19-14	3138435881 - 6428732
30	ERIKA LILIANA CORREA RUEDA	CALLE 44A # 7-42 ALFONSO LOPEZ	INTERNET	CALLE 44A # 7-42 ALFONSO LOPEZ	3183196216-6429206
31	WILLIAM ALBERTO JAIMES	CALLE 21 # 52-10 MIRAFLOREZ	INTERNET	CALLE 21 # 52-10 MIRAFLOREZ	3152491722-6320503
32	DELLY CHONA	CALLE 35A#37-87 CABECERA DEL LLANO	SALON DE BELLEZA	cra 16A 7A 67 CABECERA DEL LLANO.	3157651395 6552579/6570628
33	YAZMIN DELGADO	CRA 1 4 AN-04 REFUGIO PIEDECUESTA	MULTISERVICIOS	CRA 21 # 37-12	6785275- 3166953777
34	MAYRA ALEJANDRA SANABRIA	Diagonal 56 # 3-22	LACTEOS DORE	Diagonal 56 # 3-22	3174904417-6444473-6419362
35	JORGE MARTINEZ GUALDRON	Cra 7occ 29-04	SALAINTERNET LA PLACITA	Cra 7occ 29-04	3162293942-3162293942
36	MAURICIO QUINTERO	Cra 28 n 40 - 80	TUSERTEL COMUNICACIONES CRA 23 # 35-31 CENTRO 6452501	MEJORA PUBLICAS	3202143324
37	CLAUDIA MARGARITA	CRA 10OCC - 35A -12	ALTA COSTURA	PANTANO II	3112941341
38	JHON ANDERSON ROA	CALLE 34 # 24-72	MARK JAN	CENTRO	6343233-3156721052
39	ELKIN ANDRES VELASCO	CALLE 45 # 6 OCC -06A	MULTICASA CENTER	CAMPO HERMOSO	3212300904-6782586
40	GONZALO RODRIGUEZ MARTINEZ	C.C. PANAMA ULTIMO PISO	MANI AJI	CENTRO	3002638196-3168671674
41	MIGUEL MENDEZ	Cra 26 # 10 n 56	FERRETERIA Y CACHARRERIA SAN MIGUEL	REGADERO NORTE	6402835-3165496561
42	CESAR CORREDOR	Cra 14 # 65-85	DESAYUNOS ESPECIALES	LA VICTORIA	3016006946

ANEXO V Seguimientos resumen John Roa y Jorge Martínez Gualdrón

 <p>Fundesan FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SANTANDER</p>	Nombre: John Roa Dotaciones industriales		Telefono: 6343233- 3156721052		Dirección: Calle 34 # 24-72			
	Numero de visita							
	1		2		3		4	
	Fecha: 29 oct/2010							
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. ¿Es igual la dirección?	✓							
2. ¿Funciona todavía?	✓							
3. Ventas mes actual	14.000.000							
3.1. ¿Se cumple proyección ventas?	✓							
4. ¿Lleva contabilidad?	✓							
5. ¿Ha recibido asesoría por parte FUNDESAN?		✓						
6. Requiere asesoría: ¿En que área?								
7. Numero de empleados	8							
8. Estado actual crédito	Al día: ✓ >30 días: <30 días:		Al día: >30 días: <30 días:		Al día: >30 días: <30 días:		Al día: >30 días: <30 días:	
9. Punto de equilibrio	11.000.000							
10. Utilidad Neta	2.500.000							
11. ¿Tiene RUT?	SI: ✓				NO:			
12. Registro Cámara de comercio	SI: ✓				NO:			

0.9 FORMATO SEGUIMIENTO CREDITOS								
	Nombre: Jorge Gualdron Sala de internet		Telefono: 6422118		Dirección: Cra 7 occ # 29-04			
	Numero de visita							
	1		2		3		4	
	Fecha: 29 oct/2010							
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.¿Es igual la direccion?	✓							
2.¿Funciona todavia?	✓							
3.Ventas mes actual	1.800.000							
3.1.¿Se cumple proyeccion ventas?	✓							
4. ¿Lleva contabilidad?		✓						
5.¿Ha recibido asesoria por parte FUNDESAN?								
6.Requiere asesoria: ¿En que àrea?	✓ Contab							
7.Numero de empleados	2							
8.Estado actual credito	Al dia:✓ >30 dias: <30 dias:		Al dia: >30 dias: <30 dias:		Al dia: >30 dias: <30 dias:		Al dia: >30 dias: <30 dias:	
9. Punto de equilibrio	750.000							
10. Utilidad Neta	1.000.000							
11.¿Tiene RUT?	SI: ✓				NO:			
12.Registro Camara de comercio	SI: ✓				NO:			

ANEXO X Instructivo de la evaluación financiera del plan de negocios de comercio.

VENTAS													
1. Revisar el Plan de Mercadeo (Area de Mercadeo III), Cantidades y precios													
A continuación se plantea un ejemplo del costo de los productos de un negocio de una frutería													
COSTOS													
					¡Emprendedor!, COSTO DE VENTA, es el valor que le genera el adquirir un producto para su venta.		¡Emprendedor!, PRECIO DE VENTA, es el valor que tiene un producto para su venta al público.		¡Emprendedor! Utilidad Bruta Es la diferencia entre el precio de venta y el costo de venta.				
PRODUCTOS A COMPRAR					CANT	COSTO DE VENTA	PRECIO VENTA	UTILIDAD BRUTA POR UNIDAD VENDIDA					
Manzana					1	500	700	200					
Banano					1	100	200	100					
3								0					
4								0					
5								0					
TOTAL													
GASTOS MENSUALES													
GASTO	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	MES	
	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO				
Arriendo	Emprendedor: Coloque el valor de los gastos fijos y variables en las casillas al lado de los gastos.												
Telefono													
Celular													
Agua													
Luz													
Gas													
Papeleria													
Aseo													
Cafeteria													
Pagina Web													
Mat. Publicit													
Transporte													
Total													
GASTOS LEGALES E IMPUESTOS													
TIPO DE OBLIGACION	Valor a Pagar				Fecha Aproximada de pago								
RUT													
Industria y Comercio													
INVIMA													
Escritura Constitución													
Cámara de Comercio													
NOMINA MENSUAL													
CARGO	Nº	Sueldo Básico			Prestaciones Sociales Si? No?				Observaciones				
Exponga los cargos de la empresa con los que empezara su unidad productiva,	Especifique el numero de personas que deben ocupar ese cargo planteado en la casilla del lado.	Escriba la cantidad de dinero que se piensa pagar por cada cargo.			Diga si piensa empezando la unidad productiva brindar a los empleados a lo correspondiente con prestaciones sociales.								

ANEXO Z Instructivo anterior del plan de negocios

PLAN DE NEGOCIO RESUMEN EJECUTIVO	
MERCADO	
Investigación de Mercados	
CONCEPTO	CONTENIDO
Definición de Objetivos	Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.
Justificación y Antecedentes del Proyecto	Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto
Análisis del Sector	Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
Análisis de Mercado	Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países);Relacione los productos sustitutos y productos complementarios
Análisis de la Competencia	Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.
Estrategias de Mercado	
CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Producto ó Servicio	Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia
Estrategias de Distribución	Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional ó internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.

Estrategias de Precio	Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.
Estrategias de Promoción	Explique ó describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)
Estrategias de Comunicación	Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.
Estrategias de Servicio	Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.
Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas(Producto, Precio, Plaza, Promoción)
Estrategias de Aprovisionamiento	Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos
Proyecciones de Ventas	
	CONTENIDO
RECUADRO	
Proyección de Ventas y Política de Cartera	Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cual es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

OPERACIÓN

Operación

CONCEPTO	CONTENIDO
Ficha Técnica del Producto ó Servicio	Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaquey embalaje, almacenaje, etc.
Estado de Desarrollo	Describa del estado del arte del bien o servicio ó el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar
Descripción del Proceso	Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)
Necesidades y Requerimientos	Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.
Plan de Producción	Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades,.....quinto mes = 300 cajas de 50 unidades,sexto mes= 400 cajas de 50 unidades, ... mes n= 1000 cajas de 50 unidades

Plan de Compras

RECUADRO	CONTENIDO
Consumos Por Unidad de Producto	Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.

Costos de Producción

CONCEPTO	CONTENIDO
Costos de Producción	Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. \$/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal . En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.

Infraestructura

CONCEPTO	CONTENIDO
Infraestructura	Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada maquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.
Parámetros Técnicos Especiales	Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.

ORGANIZACIÓN

Estrategia Organizacional

CONCEPTO	CONTENIDO
Análisis DOFA	El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.

Organismos de Apoyo	Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.
Estructura Organizacional	
CONCEPTO	CONTENIDO
Estructura Organizacional	Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.
Aspectos Legales	
CONCEPTO	CONTENIDO
Constitución Empresa y Aspectos Legales	Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.
Costos Administrativos	
CONCEPTO	CONTENIDO
Gastos de Personal	Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.
Gastos de Puesta en Marcha	Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.
Gastos Anuales de Administración	Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

FINANZAS

Ingresos

CONCEPTO	CONTENIDO
Fuentes de Financiación	Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc), plazo, forma de pago, tasa de interés etc. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.
Formatos Financieros	Baje y diligencie los archivos de Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (para n años) deberán estar en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso n podrá ser inferior a 2, una vez diligenciados los formatos utilice la opción que el sistema ofrece para subirlos.

Egresos

CONCEPTO	CONTENIDO
Egresos	Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.

Capital de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Capital de Trabajo	Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc (costos operacionales).

PLAN OPERATIVO

Plan Operativo

CONCEPTO	CONTENIDO
Cronograma de Actividades	Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

Metas Sociales

CONCEPTO	CONTENIDO
Metas Sociales del Plan de Negocio	Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio
Plan Nacional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digitar obligatoriamente)
Plan Regional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digitar obligatoriamente)
Cluster ó Cadena Productiva	Indique a que cluster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en que fase de la cadena se integra digitar obligatoriamente
Empleo	Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población vulnerable" cumple, si es el caso.
Emprendedores	Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaria para cada uno .

IMPACTO

CONCEPTO	CONTENIDO
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental	Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo

CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Negocio	Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.
Potencial del Mercado en Cifras	Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio
Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.
Resumen de las Inversiones Requeridas	Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender
Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.
Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

Equipo de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Resumen Ejecutivo	Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

ANEXO AA Propuesta laboral y contestación

Calle 36 No. 19-76 3° PISO
PBX: (7) 652 0303
Móvil: 316 5251514
servicioalcliente@fundesan.org
Bucaramanga - Colombia



Bucaramanga, 6 de diciembre de 2010

Señor

Jesús Andrés Mora Silva

Atte.: Pasante de Ingeniería Industrial de la UPB seccional Bucaramanga, facultad de ingeniería industrial.

Presente

Cordial saludo.

Teniendo en cuenta su buen trabajo desarrollado durante la práctica empresarial en la fundación para el desarrollo de Santander -FUNDESAN- desempeñándose como asesor en proyectos de emprendimiento, se le realiza una propuesta de trabajo para ocupar la coordinación de proyectos y emprendimiento, con una asignación salarial por definir; es importante resaltar que el tiempo límite para analizar y responder la propuesta de trabajo es hasta el día 16 de diciembre del 2010.

Cordialmente:

MARTHA ROCIO URIBE AYALA

Coordinadora de proyectos y emprendimiento
Fundación para el desarrollo de Santander.
-FUNDESAN-

Bucaramanga, 16 de diciembre de 2010

Dra.

Martha Rocío Uribe Ayala

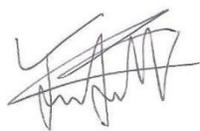
Atte.: Coordinadora de proyectos y emprendimiento de la fundación para el desarrollo de Santander –FUNDESAN-

Presente

Cordial saludo.

Agradezco la propuesta laboral presentada para formar parte de la coordinación de proyectos y emprendimiento de la fundación, además de la valiosa asesoría brindada en el transcurso de la práctica empresarial, dentro del departamento de emprendimiento de la fundación para el desarrollo de Santander -FUNDESAN-; sin embargo me veo imposibilitado a aceptar dicha propuesta de trabajo debido a que acepte una oferta laboral en una empresa familiar, muchas gracias por su atención.

Cordialmente;



JESUS ANDRES MORA SILVA
Pasante de Ingeniería Industrial
UPB seccional Bucaramanga
Facultad de ingeniería industrial

