

**INFORME FINAL DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL
CAMÁRA DE COMERCIO DE PAMPLONA DE NORTE DE SANTANDER**

**DIANA KATERINE MENDOZA FLOREZ
1.094.273.260**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA
2017**

**INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA NORTE DE SANTANDER**

**DIANA KATERINE MENDOZA FLOREZ
1.094.273.260**

**Informe presentado como requisito final para obtener el título de
Administradora de Empresas**

**DIRECTOR
Luz Ángela Moreno Cueva**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA
2017**

Nota de Aceptación

Jurado

Jurado

Jurado

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas a quienes debo agradecerles por su apoyo, que me brindaron a lo largo de mi carrera profesional en la universidad de Pamplona y especialmente en este trabajo.

A Dios por darnos la oportunidad de ser profesional, porque me dio fuerzas y sabiduría en los momentos más difíciles de este proceso académico, por darme su luz y entendimiento para la culminar de manera exitosa esta meta.

A la Universidad De Pamplona la cual llevo en el corazón, con respeto y admiración, ya que nos abrió las puertas del conocimiento y nos brindó las herramientas necesarias para ser profesionales íntegros para la sociedad.

A la Cámara de Comercio de Pamplona por haberme permitido realizar mis prácticas y poder adquirir nuevos conocimientos y experiencias para mi vida profesional y laboral.

A mis padres Gabriel Mendoza Y Rosalba Flórez quienes me dieron la vida e hicieron de mí una persona íntegra con principios y valores morales. Gracias por el gran sacrificio que hicieron para que yo estudiara y fuera una profesional.

A mis hermanas Marly Mendoza, Dayanna Mendoza y Gabriela Mendoza por ser un apoyo incondicional en los momentos difíciles y ser una motivación para salir adelante.

Y por último doy gracias a la profesora Luz Ángela Moreno Cueva por su apoyo y comprensión en mi trabajo de grado, dado que me compartió sus conocimientos y afianzó los míos para la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

A Dios Por haberme permitido llegar a cumplir esta meta, por llenarme de bendiciones en cada momento y haberme dado salud para lograr cada uno de mis objetivos propuestos, además de su infinito amor.

A mi padre Gabriel Mendoza y mi madre Rosalba Flórez por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha dado y por permitirme ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y comprensión en los momentos más difíciles.

A mis hermanas, Marly Mendoza, Dayana Mendoza y Gabriela Mendoza por haber compartir conmigo los momentos más importantes de mi vida y por apoyarme cuando más lo necesitaba.

A mis amigos, con los que he compartido buenos momentos únicos y agradables en mi vida y me han enseñado que lo más importante es tener una amistad sincera, por el apoyo y las risas en los momentos difíciles dentro de este proceso académico.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA DE CONTENIDO..... | 6 |
| INDICE DE TABLAS | 10 |
| PRIMER INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA, NORTE DE SANTANDER | 16 |
| 1.1 RESEÑA HISTÓRICA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA | 16 |
| 1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS | 16 |
| 1.2.1. Misión. | 16 |
| 1.2.2. Visión..... | 16 |
| 1.2.3. Valores | 17 |
| 1.2.4. Principios | 17 |
| 1.2.5. Logo..... | 18 |
| 1.3 DIAGNÓSTICO | 19 |
| 1.3.1. Marketing..... | 19 |
| 1.3.2. Finanzas y control..... | 22 |
| 1.3.3. Producción y operaciones | 23 |
| 1.3.4. Recursos humanos y organización | 26 |
| 1.3.5. Estrategia y crecimiento | 28 |
| 1.3.6. Matriz DOFA..... | 28 |
| 1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO | 32 |
| 1.5 Funciones asignadas durante la Práctica..... | 33 |
| 1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO..... | 35 |
| 1.6.1. Título..... | 35 |
| 1.6.2. Objetivos..... | 35 |
| 1.6.3. Justificación | 36 |
| 1.6.4. Cronograma..... | 39 |
| 2 SEGUNDO INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL..... | 42 |
| 2.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO..... | 42 |
| 2.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 42 |
| 2.3 DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO DE PAMPLONA..... | 43 |
| 2.3.1. Geografía..... | 43 |
| 2.3.2. Localización y límites..... | 43 |
| 2.3.3. División político Administrativa. | 43 |
| 2.3.4. Topografía. | 44 |
| 2.3.5. La Provincia de Pamplona..... | 44 |
| 2.3.6. Situación económica de Pamplona..... | 47 |
| 2.4 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL CENSO EMPRESARIAL DEL AÑO 2016 EJECUTADO EN LA CIUDAD DE PAMPLONA..... | 49 |

| | | |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.5 | ANÁLISIS DE INFORMALIDAD Y FORMALIDAD EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE PAMPLONA ASÍ COMO EL ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DE LOS SECTORES COMERCIAL, INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS EN EMPRESAS DE 3 A 5 AÑOS Y MAYORES DE 5 AÑOS EXISTENTES EN LA CIUDAD..... | 50 |
| 2.5.1. | Informalidad y formalidad empresarial..... | 50 |
| 2.5.2. | Análisis de la formalidad e informalidad de Pamplona | 52 |
| 2.5.3. | Análisis de las empresas registradas solamente Cámara de Comercio, Dian - Cámara de Comercio y no registrada..... | 54 |
| 2.5.4. | Análisis de los sectores de la Ciudad de Pamplona | 55 |
| 2.5.5. | Informalidad del sector comercial industrial y de servicios. | 58 |
| 2.5.6. | Informalidades del Sector Comercial..... | 60 |
| 2.5.7. | Informalidades del Sector Servicios..... | 61 |
| 2.5.8. | Informalidades del Sector Industria | 62 |
| 2.5.9. | Análisis del crecimiento económico empresarial en empresas de 3 a 5 años en la ciudad de Pamplona. | 63 |
| 2.5.10. | Análisis del crecimiento económico en empresas mayores de cinco años de la ciudad de Pamplona | 68 |
| 2.5.11. | Factores que inciden sobre la supervivencia empresarial | 73 |
| 2.5.12. | Variables que explican la supervivencia empresarial en Colombia: 74 | |
| 2.5.13. | Supervivencia de las empresas en la ciudad de Pamplona..... | 75 |
| 2.6 | APLICAR EL FORMATO DE CALIDAD PRO – FO – 08 EN LA ZONA CÉNTRICA DE LA CIUDAD DE PAMPLONA PARA CONOCER LAS NECESIDADES DE LOS COMERCIANTES | 77 |
| 2.7 | ANÁLISIS DEL PRO-FO 08 APLICADO EN LA ZONA CÉNTRICA DE LA CIUDAD DE PAMPLONA. | 80 |
| 2.7.1. | Análisis de la pregunta número 1 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. ¿Considera usted que es importante que la Cámara de Comercio realice programas de capacitación? | 80 |
| 2.7.2. | Análisis de la pregunta número 2 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría | 82 |
| 2.7.3. | Análisis de la pregunta número 3 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, mencionadas cual de las capacitaciones anteriormente mencionadas son las más prioritarias., mencione tres 84 | |
| 2.7.4. | Análisis de la pregunta número 4 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. En qué horario se le facilita participar de las jornadas de formación | 86 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.7.5. Análisis de la pregunta número 5 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. Que dice en horario se le facilita participar de las jornadas de formación..... | 88 |
| 2.7.6. Análisis de la pregunta número 1 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, del Sector SERVICIOS. Denominada. ¿Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación? | 89 |
| 2.7.7. Análisis de la pregunta número 2 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, sector SERVICIOS, denominada. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado. | 91 |
| 2.7.8. Análisis de la pregunta número 3 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, del Sector SERVICIOS. Cuál de las capacitaciones anteriormente mocionadas son las más prioritarias, mencione tres..... | 93 |
| 2.7.9. Análisis de la pregunta número 4 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector SERVICIOS, denominada, En qué horario se le facilita participar de las jornadas de formación? ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.7.10. Análisis de la pregunta número 5 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, sector SERVICIOS, denominada, en cuál día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para el sector de servicios. | 97 |
| 2.7.11. Análisis de la pregunta número 1 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL denominada. ¿Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación? | 98 |
| 2.7.12. Análisis de la pregunta número 2 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL denominada. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado. | 100 |
| 2.7.13. Análisis de la pregunta número 3 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL mencionadas cual de las capacitaciones anteriormente mocionadas son las más prioritarias., mencione tres. | 102 |
| 2.7.14. Análisis de la pregunta número 4 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL denominada. Que dice en horario se le facilita participar de las jornadas de formación..... | 103 |
| 2.7.15. Análisis de la pregunta número 5 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL, denominada. Que dice en horario se le facilita participar de las jornadas de formación..... | 105 |
| 2.8 PLAN DE FORTALECIMIENTO 2018 PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA SEGÚN LAS NECESIDADES DEL COMERCIANTE Y SECTOR AL CUAL PERTENEZCA | 107 |
| 2.8.1. CAPACITACIONES GENERALES | 108 |

| | | |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.8.2. | CAPACITACIONES ESPECÍFICAS | 127 |
| 2.9 | REALIZAR UNA JORNADA DE AMPLIACIÓN PARA LA UNIDAD DE AFILIADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA | 143 |
| 2.10 | CONCLUSIONES..... | 148 |
| 2.11 | RECOMENDACIONES. | 149 |
| 2.12 | ALCANCES DE LA PRÁCTICA | 150 |
| 2.13 | ANEXOS | |
| 2.14 | BIBLIOGRFIA..... | |

INDICE DE TABLAS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1.1 Niveles del organigrama de la Cámara de Comercio | 26 |
| Tabla 1.2 Matriz DOFA..... | 28 |
| Tabla 1.3. Cronograma de prácticas empresariales..... | 39 |
| Tabla 2.1. Empresas registradas ante Cámara de Comercio, DIAN y no Registradas | 52 |
| Tabla 2.2. Información de Empresa registradas y no registradas | 54 |
| Tabla 2.3 División por Sectores en Pamplona..... | 57 |
| Tabla 2.4. Informalidad por sectores | 58 |
| Tabla 2.5. Informalidad en el sector comercial | 60 |
| Tabla 2.6. Informalidad sector de servicios | 61 |
| Tabla 2.7. Informalidad sector industria | 62 |
| Tabla 2.8. Nivel de Informalidad en Empresas de 3 a 5 años | 63 |
| Tabla 2.9. Empresas, registradas de 3 a 5 años | 64 |
| Tabla 2.10. División de sectores en empresas de 3 a 5 años | 66 |
| Tabla 2.11. Informalidad de los sectores en empresas de 3 a 5 años | 67 |
| Tabla 2.12. Nivel de informalidad y formalidad empresarial en empresas mayores de 5 años | 68 |
| Tabla 2.13. Información de empresas registradas mayores de 5 años | 69 |
| Tabla 2.14. División de los sectores económicos en empresas mayores de 5 años- | 71 |
| TABLA 2.15. Informalidad en los sectores en empresas mayores de 5 años | 72 |
| Tabla 2.16. Empresas con mayor trayectoria de Pamplona registradas en Cámara de Comercio..... | 75 |
| Tabla 2.17. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector comercial | 80 |
| Tabla 2.18. Capacitaciones que serían de su agrado y en la que usted participaría en el sector comercial | 82 |
| Tabla 2.19. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector comercial | 85 |
| Tabla 2.20. En qué horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector comercial | 86 |
| Tabla 2.21. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación | 88 |
| Tabla 2.22. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector de servicios | 89 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 2.23. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector de servicios. | 91 |
| Tabla 2.24. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector de servicios | 94 |
| Tabla 2.25. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de servicios | 95 |
| Tabla 2.26. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para el sector de servicios | 97 |
| Tabla 2.27. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector industrial | 98 |
| Tabla 2.28. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector industrial..... | 100 |
| Tabla 2.29. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector industrial | 102 |
| Tabla 2.30. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de industrial. | 104 |
| Tabla 2.31. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para sector industrial | 105 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Logo de la Cámara de Comercio de Pamplona | 18 |
| Figura 2. Mapa de procesos de la Cámara de Comercio de Pamplona | 23 |
| Figura 3. Organigrama | 27 |
| Figura 4. Ventajas y desventajas de la formalización empresarial..... | 51 |
| Figura 5. Empresas registradas ante Cámara de Comercio, Dian y no registradas. | 52 |
| Figura 6. Información empresas registradas en: Dian, Cámara de Comercio y no registradas | 54 |
| Figura 7. División por sectores en la ciudad de Pamplona..... | 57 |
| Figura 8. Informalidad por sectores..... | 59 |
| Figura 9. Informalidad sector comercial | 60 |
| Figura 10. Informalidad sector servicios | 61 |
| Figura 11. Informalidad sector de servicios..... | 62 |
| Figura 12. Nivel de formalidad en empresas de 3 a 5 años | 63 |
| Figura 13. Empresas registradas de 3 a 5 años..... | 65 |
| Figura 14. División por sectores en empresas de 3 a 5..... | 66 |
| Figura 15. Informalidad en empresas de 3 a 5 años | 67 |
| Figura 16. Nivel de informalidad y formalidad en empresas mayores de 5 años | 68 |
| Figura 17. Empresas registradas mayor de 5 años..... | 70 |
| Figura 18. División de los sectores en empresas mayores de 5 años..... | 71 |
| Figura 19. Informalidad en los sectores en empresas mayores de 5 años | 72 |
| Figura 20. Determinantes de la supervivencia empresarial | 74 |
| Figura 21. Empresas con mayor trayectoria en Pamplona registradas en Cámara de Comercio..... | 76 |
| Figura 22. Considera usted importante que la Cámara de Comercio realice programas de capacitación en el sector comercial | 80 |
| Figura 23. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector Comercial..... | 83 |
| Figura 24. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector comercial | 85 |
| Figura 25. Qué horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector comercial | 87 |
| Figura 26. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación | 88 |
| Figura 27. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector de servicios | 89 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 28. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector de servicios..... | 92 |
| Figura 29. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector de servicios..... | 94 |
| Figura 30. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de servicios..... | 96 |
| Figura 31. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para el sector de servicios..... | 97 |
| Figura 32. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector industrial | 99 |
| Figura 33. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector industrial | 101 |
| Figura 34. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector industrial | 103 |
| Figura 35. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de industrial | 104 |
| Figura 36. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para sector industrial. | 106 |

INDICE DE ANEXOS

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ANEXO A. Carta de presentación | 153 |
| ANEXO B. Carta de aceptación | 154 |
| ANEXO C. Certificado de finalización de práctica | 155 |
| ANEXO D. Certificado de implementación y socialización de la propuesta de mejoramiento | 156 |
| ANEXO E. Formato de evaluación | 157 |
| ANEXO F. Formato de auto evaluación | 158 |
| ANEXO G. Base de datos de la cámara de comercio y el censo empresarial 2016 realizado por cde. (CD) | 159 |
| ANEXO H. Formatos en cuentas aplicas al sector comercial, industrial y de servicios (CD)..... | 160 |
| ANEXO I. Portafolio de capacitaciones para los empresarios de la ciudad de pamplona (CD)..... | 161 |
| ANEXO J. Jornada de ampliación de afiliados (CD) | 162 |

INTRODUCCIÓN

La Práctica Empresarial de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona se crea como un componente fundamental en la formación de los futuros profesionales, la cual, dados los convenios establecidos entre la institución universitaria y las empresas locales, regionales y nacionales del sector público y privado, brindan los medios para que el estudiante en calidad de pasante afiance sus conocimientos adquiridos a lo largo de su proceso de formación y prepare su perfil profesional como preámbulo de lo que será su desempeño laboral en los diferentes campos de acción.

Es por ello que las prácticas empresariales, se ha establecido un escenario dinámico y positivo, al que concurre la comunidad, el sector empresarial y la Universidad, de tal manera que los conocimientos académicos impartidos y aprendidos en esta última se trasladan de manera permanente, con la perspectiva de dar solución a problemas reales, creando procesos que dinamicen y transformen positivamente a las organizaciones. Así mismo, la academia asume un compromiso social y responsable al enfrentar a sus estudiantes a entornos empresariales, con la capacidad de concebir ideas innovadoras en el entorno social, económico, político y cultural de la región y del país.

En Colombia, las Cámaras de Comercio son Instituciones de orden legal con personería jurídica, de carácter cooperativo, gremial y sin ánimo de lucro, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar, el cual determina su jurisdicción teniendo en cuenta la comunidad geográfica y los vínculos comerciales de los municipios que agrupa, dentro de la cual ejercen sus funciones.

En el presente informe, se detallan los aspectos generales de la Cámara de Comercio de Pamplona y un diagnóstico inicial de cada una de las áreas existentes en la empresa, así como un plan de fortalecimiento para el año 2018 con el objetivo de impulsar el sector comercial, industrial y de servicios para fortalecer y estimular a los empresarios de la ciudad.

PRIMER INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA, NORTE DE SANTANDER

1.1 RESEÑA HISTÓRICA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA

El 10 de marzo de 1943, mediante decreto No. 518, fue creada la Cámara de Comercio de Pamplona, en aquel entonces la Presidencia de la República bajo el mandato del doctor Alfonso López Pumarejo y el doctor Santiago Rivas Camacho, como Ministro de la Economía Nacional. La Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Pamplona, fue establecida por medio del decreto 74 de 1976, Artículo 27, la cual comprende los municipios de Pamplona, Bochalema, Chitagá, Cácuta, Labateca, Mutíscua, Pamplonita, Silos, Cucutilla y Toledo, en el Departamento Norte de Santander.

Desde entonces y a lo largo de 70 años ha sido líderes en la Región, con un alto compromiso y sentido de pertenencia, contribuyendo al desarrollo de los diferentes sectores a lo largo y ancho de la Región.

Sin embargo, Conscientes de los constantes cambios, se ha enfocado todos los esfuerzos, en implementar procesos de mejoramiento continuo que permitan mejorar, conocer e identificar las necesidades y expectativas de los comerciantes, fortaleciendo alianzas y permitiendo una proyección nacional e internacional.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1. Misión. Somos una entidad gremial sin ánimo de lucro, depositaria de fe pública, promovemos el desarrollo integral y la organización empresarial de nuestra región.

1.2.2. Visión Ser entidad gremial, líder en el desarrollo integral de nuestra región

1.2.2.1. Primer objetivo Alcanzar una cobertura total de servicio en la jurisdicción

1.2.2.2. Segundo objetivo Promover cultura empresarial y sentido de pertenencia regional

1.2.2.3. Tercer objetivo Optimizar los recursos humanos, económicos, tecnológicos y financieros de la entidad

1.2.2.4. Cuarto objetivo Generar una cultura de mejoramiento continuo.

1.2.3. Valores

Son las creencias y la cultura de la organización que apoyan el desarrollo de la misión y el cumplimiento de la visión.

- Lealtad: Principalmente con nuestros clientes internos como externos.
- Integridad: Es la base de nuestros servicios
- Responsabilidad: Estamos comprometidos con el quehacer de la organización, nos identificamos con los objetivos que persigue.
- Amabilidad: En nuestra organización nos identificamos con nuestros clientes, por eso día a día brindamos nuestro mejor esfuerzo para buscar condiciones que les permitan satisfacer sus necesidades y cumplir sus aspiraciones.
- Ética: Nuestras acciones estarán regidas por la ética social y organizacional.
- Participación: Involucra principalmente los programas dirigidos al sector comercial y productivo de nuestra región.
- Honestidad: Actuar con transparencia en cada una de las actividades que se emprenden y se realicen dentro de la Organización.

1.2.4. Principios

Es una entidad sin ánimo de lucro, para la prestación de servicios: al Estado, en sus distintos niveles, a la comunidad y a sus miembros en particular.

- Trabajo en equipo: interrelación del talento humano como desarrollo de los procesos de la entidad.
- Mejoramiento continuo: Aplicar la actualización permanente de los procesos en pro de lograr la excelencia en el servicio
- Talento Humano: Formación y motivación permanente e integral del talento humano para ser más competitivos.
- Buena Fe: Mantener la credibilidad y obrar con transparencia en el desarrollo de nuestras funciones.
- Igualdad y respeto: Fortalecer la institución fomentando el respeto por la persona humana y brindando igualdad de oportunidades.

1.2.5. Logo

Figura 1. Logo de la Cámara de Comercio de Pamplona



Fuente: Página de la Cámara de Comercio de Pamplona

1.3 DIAGNÓSTICO

1.3.1. Marketing

1.3.1.1. Políticas de servicios

La Cámara de Comercio por delegación expresa de la Ley, artículo 27 del Código de Comercio, Ley 80 de 1993 artículo 22 y artículo 40 y 143 del Decreto 2150 de 1995, lleva: el Registro Mercantil, Registro de Proponentes y el Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro.

Dentro de las acciones encaminadas al mejoramiento en la prestación de los servicios públicos, la Cámara de Comercio dispuso de guías didácticas con información precisa y oportuna que facilitan los trámites registrales. En el material disponible se puede consultar:

- ¿Qué es un establecimiento de comercio?
- Matricula de establecimientos de comercio
- Matricularse como persona natural.
- Empresa asociativa de trabajo y su constitución.
- Empresa Unipersonal y su constitución.
- Cómo constituir una sociedad
- Sucursales y su registro.
- Agencias y su registro.
- Nombramientos y la inscripción en Cámara de Comercio.

- Cómo disolver y liquidar su empresa.
- Cómo elaborar un acta.
- Qué es una ESAL y requisitos para su constitución.

Es así, como a través de sus lugares de promoción como la página de éste organismo, se pueden observar políticas tales como:

- **Mercantil.** Las Cámaras de Comercio, por virtud de la ley, da publicidad a ciertos actos de los comerciantes que se deben ser conocidos por la comunidad. Los actos y documentos sujetos a registro solo producen efectos respecto de terceros a partir de la fecha de su inscripción, es decir, solo a partir de esa fecha son oponibles frente a terceros. El registro mercantil es público; por lo tanto, cualquier persona que necesite información sobre los comerciantes matriculados puede solicitar certificados sobre los actos y documentos inscriptos, consultar el expediente abierto a cada inscrito y obtener copias de los mismos en la Cámara de comercio de Pamplona. Básicamente, el registro mercantil comprende tres aspectos fundamentales: la matrícula mercantil, las inscripciones de los actos, libros y documentos y la certificación de los actos inscritos.
- **Proponentes.** Por disposiciones expresas del artículo 22 de la Ley 80 de 1993, todas las personas naturales o jurídicas que aspiren a celebrar con las entidades estatales, contratos de obra, suministro, consultoría y compraventa de bienes muebles, se inscribirán en la Cámara de Comercio de su jurisdicción. El registro de proponentes será público y por tanto cualquier persona puede solicitar que se le expidan certificados sobre las inscripciones, calificaciones y clasificaciones que contenga.
- **Entidades sin ánimo de lucro.** A partir de la expedición del Decreto 2150 de 1995 artículo 40 y 143, se suprimió el reconocimiento de personería jurídica de las organizaciones civiles, las corporaciones, las fundaciones, las juntas de acción comunal y demás entidades privadas sin ánimo de lucro, las cuales se inscribirán en las Cámaras de comercio de su Jurisdicción. Igualmente, las entidades de naturaleza cooperativa, los fondos de empleados y las asociaciones mutuales se registrarán en esta entidad. En torno a las Cooperativas y pre-cooperativas de trabajo Asociado la Cámara de Comercio de Pamplona cumplió con lo dispuesto en la circular No 006 de 2007, en esta la superintendencia de Economía Solidaria emitió las instrucciones para la entrega de los documentos por parte de las

cámaras de comercio. Que según el Decreto 4588 de 2006, donde establece en su artículo 7 que “El reconocimiento de las Cooperativas y Pre-cooperativas de trabajo Asociado corresponde a la Superintendencia de Economía Solidaria, en los términos del artículo 15 de la Ley 79 de 1998 y a las demás superintendencias que vigilen y controlen la actividad especializada de estas”, que según circular externa No 010 de octubre 23 de 2007 emanada de la superintendencia de Industria y Comercio, donde se establece que “Las cámaras de comercio se abstendrán de inscribir y certificar las nuevas cooperativas y pre-cooperativas de trabajo asociado. Que hasta el 30 de mayo de 2008 las cámaras de comercio inscribirán y certificarán los actos, libros y documentos sujetos a registro de las cooperativas y pre-cooperativas de trabajo asociado ya constituidas y que a la fecha no hayan obtenido el registro e inscripción de la reforma estatutaria conforme a los dispuesto en el Decreto 4588 de 2006 ante la superintendencia de economía solidaria”.

- **Asesoría Económica, contable y empresarial.:** El convenio establecido entre la Universidad de Pamplona y la Cámara de Comercio de la ciudad ha permitido la vinculación de estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y empresariales en el proceso de consultoría y asesoría empresarial a los comerciantes de la ciudad de Pamplona. Este Convenio establecido desde el año 2008, ha permitido la vinculación de los estudiantes en procesos de consultoría con beneficio reciproco entre estudiantes y comerciantes. Este año 2011 dado los trabajos realizados por estudiantes de los consultorios de semestres anteriores generó la participación de Estudiantes del Programa de Economía en el trabajo de consultoría. El Consultorio Contable “CON-SULTAR” y Empresarial “CONSULTEMP” a través de esta línea de servicios busca preparar a los empresarios para abordar exitosamente temas productivos y competitivos. Se organizan actividades de capacitación para conocer en detalle las implicaciones de ingresar a un nuevo mercado, se brinda acompañamiento para fortalecer internamente a la empresa y se brinda asesoría constante en temas puntuales y colectivos para el sector productivo y comercial de Pamplona, con ello se apoya directamente trabajos que desde el área de promoción y desarrollo brinda la Cámara de Comercio a los comerciantes de la Provincia.

1.3.1.2. Políticas de precio:

En cuanto las políticas de precio que tiene la Cámara de comercio, las asina el Gobierno Nacional, mediante el artículo 2.2.2.46.1.2 del Decreto 1074 de 2015; en donde estableció que los derechos por registro, renovación de la matrícula mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de

cancelaciones, derechos por inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las Cámaras de Comercio.

La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los siguientes derechos liquidados de acuerdo al monto de su activo

1.3.2.3 Análisis de mercado:

Se hace por medio de los censos empresariales que realiza la universidad de Pamplona con el objetivo de conocer el nivel de informalidad empresarial, así como el crecimiento de los sectores para tomar decisiones y acciones al respecto.

1.3.2. Finanzas y control

Para su registro contable y para la preparación de los Estados financieros, la Cámara de Comercio de Pamplona, observa los principios de contabilidad de aceptación general en Colombia, esencialmente los establecidos por los Decretos 2649 del 29 de diciembre de 1993, y el Decreto 2650 de 1993 de acuerdo al plan único de cuentas, así como la aplicación de los ajustes integrales por inflación según el decreto 2077 de 1.992, hasta el mes de abril del año 2007.

En aplicación de la Circular 5 de 2005, el Decreto 4698 del 23 de Diciembre de 2005, artículo 2 “en el sistema de información contable de las cámaras de comercio se deberá registrar en forma separada los ingresos, gastos, activos, pasivos y patrimonio de carácter público de cuales quiera otra que provengan de fuentes privadas”, para lo cual se exigió que a partir del 1 de Enero de 2006 adoptáramos un sistema de costos de ingresos y gastos separando las cuentas a nivel seis (6) y con la aplicación de la Circular 1 del 11 de Abril de 2006 se obtuvo un saldo a favor de Privados. Con estos recursos se realizó la apertura de un Certificado de Depósito a Término privado (C.D.T.) resultado de la separación contable Público – Privado, dado que en ese momento arrojó un saldo a favor de privados.

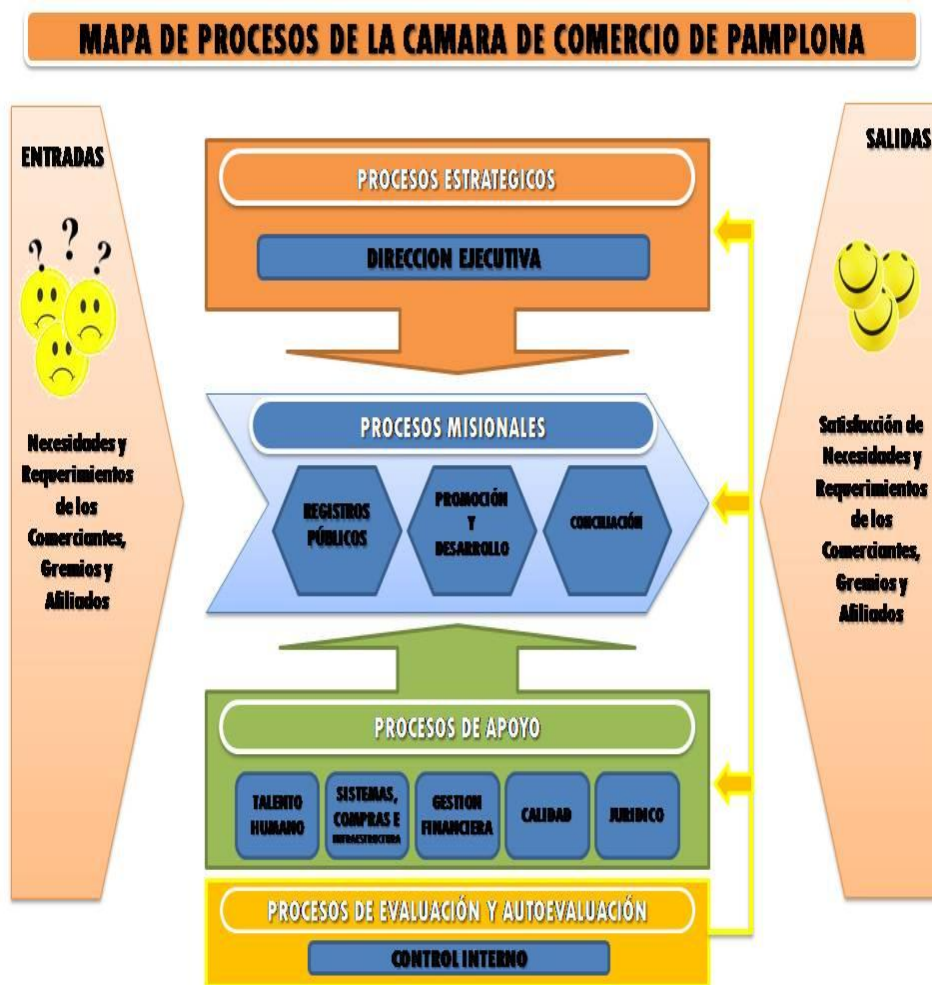
Pero en el transcurso del año 2009 acatando el Plan de mejoramiento suscrito por la contraloría General de La República la Junta Directiva de la entidad, ordenó realizar la reversión correspondiente desmontando el ejercicio de separación contable.

Todos los recursos disponibles están comprometidos en el manejo de la liquidez de la Cámara y no pesa sobre ellos restricciones o gravámenes algunos.

1.3.3. Producción y operaciones

Para lograr una mayor comprensión acerca de los procesos que se desarrollan en la Cámara de Comercio de Pamplona, han desarrollado el siguiente mapa de procesos.

Figura 2. Mapa de procesos de la Cámara de Comercio de Pamplona



Fuente: Cámara de Comercio de Pamplona

1.3.3.1. Promoción y desarrollo

La Cámara de Comercio mediante el área de promoción y desarrollo; organiza actividades de investigación para fomentar el comercio, promover la industria y capacitar y formar a los pequeños empresarios.

Para la selección de los proyectos a nivel de investigación y desarrollo, se tiene en cuenta principalmente el impacto socioeconómico que puede generar en la Ciudad y estos son estudiados detalladamente y luego aprobados. La propuesta se presenta con un plan de trabajo detallado y se desglosan actividades dados los requerimientos de las mismas necesidades planteada, así, se le hace un seguimiento detallado al proyecto presentado. En esta empresa lo más importante es satisfacer al cliente ofreciéndole servicios públicos camerales de excelente calidad, es por eso que se hace necesario un diseño sistémico para medir la satisfacción de los mismos.

En esta dependencia de la Cámara de Comercio de Pamplona, se lleva a cabo las siguientes actividades, tareas y funciones:

- Adelantar investigaciones económicas.
- Organizar exposiciones y conferencias.
- Promover la enseñanza comercial e industrial
- Promover el desarrollo regional.
- Prestar servicios de información comercial.
- Promover la vinculación de inversionistas y los proyectos de inversión.
- Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial de la Provincia.
- Participar en la constitución de entidades privadas o mixtas con o sin ánimo de lucro.
- Realizar aportes y contribuciones a toda clase de programas y proyectos de desarrollo.

- Participar en programas regionales, nacionales e internacionales cuyo fin sea el desarrollo de Colombia.

1.3.3.2. Sistemas, compras e infraestructura

Es el encargado de mantenimiento, la actualización y la puesta en marcha de los diferentes sistemas camerales (SIREP, SEGA, SEGAPRES Y SII) que son los encargados de administrar la información de la parte comercial, la parte financiera, la parte administrativa y los proponentes; además, cuenta con un programa para evaluar a los proveedores, este programa se denomina: SIEI (sistema de información empresarial de infraestructura y compras) el cual se orienta hacia las siguientes características del proveedor: especificaciones, precio, calidad, servicio.

Aunque es posible obtener condiciones de compras más ventajosas mediante un mayor presupuesto dado que de esta forma se pueden realizar compras de mayor calidad y por ende traerían mayor beneficio (asistencia técnica, capacitaciones, rebajas, dependiendo de la compra). Sin embargo, la empresa está trabajando incesantemente en todos sus procesos productivos, mediante investigaciones de satisfacción al cliente y diferentes actividades de desarrollo empresarial.

Los procedimientos de compras se llevan a cabo de la siguiente manera: el empleado diligencia un formato de solicitud, donde especifica el tipo de elemento que requiere para su óptimo desempeño. Así mismo esta solicitud es analizada por el Director Ejecutivo para aprobarlo o en su efecto rechazarlo. Cuando la solicitud es aprobada se realizan cotizaciones a los proveedores preseleccionados, donde se escoge el mejor proveedor y se efectúa la orden de compra, y finalmente se hace entrega del elemento comprado al empleado y en efecto se genera el inventario.

Las áreas asignadas para cumplir con la función de compras, son: área de finanzas, área de dirección ejecutiva y área de sistemas compras e infraestructura de la Cámara de Comercio de Pamplona.

La junta directiva de la Cámara de Comercio, realiza reuniones cada dos meses, en la cuales se estudia la situación actual de la empresa, problemas o inconvenientes con alguna área.

Cada uno de los miembros tiene total conocimiento de las funciones que ejecuta debido a que se realizan inducciones tanto del cargo, como de las demás oficinas.

1.3.3.3. Dirección ejecutiva

La dirección ejecutiva está a cargo del Ing. Carlos Humberto Solano Espinoza, desde este despacho presta apoyo en los servicios que ofrece la institución y ejecuta las órdenes de la Junta Directiva y del Presidente.

Dentro de las actividades a realizar por esta dirección podemos mencionar las siguientes:

- Ejecuta o celebra libremente todos los actos y contratos comprendidos dentro de las funciones y objetivos de la Cámara de Comercio o que se relacionen directamente con su existencia y funcionamiento y que para su cuantía le estén atribuidos directamente, o cuya celebración o ejecución haya sido aprobada por el presidente de la Junta directiva o autorizada por este de conformidad con los estatutos.
- Dirigir y supervisar los registros públicos que lleva la cámara de comercio y la expedición de certificados sobre actos, libros y documentos inscritos.
- Dirigir y supervisar las labores de promoción y desarrollo económico – social que en beneficio de la región adelante la cámara de comercio y participar en programas nacionales de esta índole.
- Delegar en otros funcionarios de la institución y bajo su responsabilidad las funciones que se le asignan de conformidad con la reglamentación que para el efecto expida la junta.

1.3.4. Recursos humanos y organización

1.3.1.1 Niveles del organigrama de la Cámara de Comercio

Tabla 0.1 Niveles del organigrama de la Cámara de Comercio

JUNTA DIRECTIVA 2014 -2018

| PRINCIPALES | SUPLENTE |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Chávez Crisncho y Compañía Limitada | Helena Mantilla Sandoval |
| Consuelo Estévez De Ramón | María Helena Castro |
| Sandra Milena Duarte Fonseca | |
| Esteban Alexander Rincón Galvis | Carlos Alberto Luna Patiño |

DELEGADOS DEL GOBIERNO NACIONAL

PRINCIPALES

Oscar Eduardo Villamizar

SUPLENTE

FUNCIONARIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO

Presidente Ejecutivo
Jefe de Registro Públicos y Conciliación
Jefe de Promoción y Desarrollo
Jefe de Gestión Financiera
Jefe de sistemas , compras e
infraestructura
Unidad de Afiliados
Auxiliar de registros públicos

Ing. Carlos Humberto Solana Espinosa
Dra. Nora Dilma Rodríguez Hernández
Dra. Yudy Parra Peñaloza
Dra. Sandra Bibiana Abreu Navarra
Ing. Oscar Maurice Mendoza

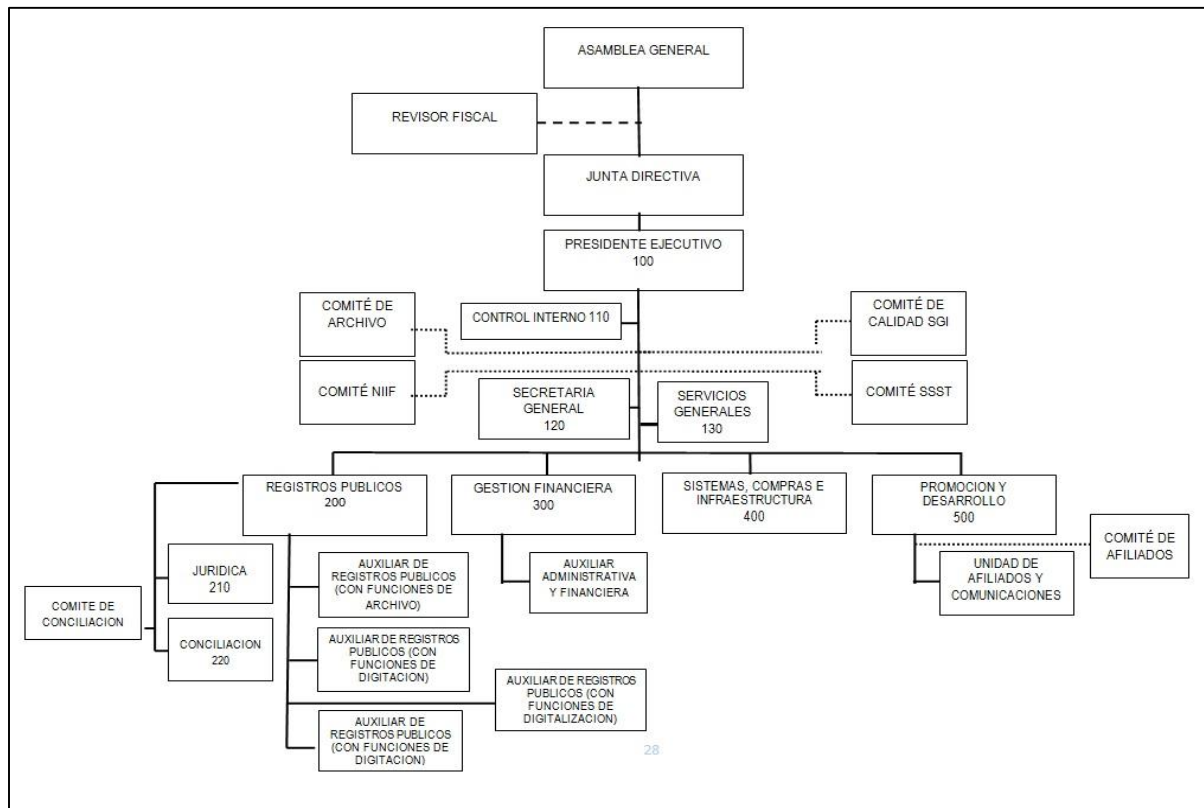
Auxiliar de Gestión Financiera
Secretaria General
Servicios Generales

German Daza López
Gloria Gil Serrano
Luz Stella Leal Parada
Astrid Lorena Jaimes
Isabel Cruz Leal
Lady Orozco Mogollón
Paola Ardila

Fuente: Cámara de Comercio

1.3.1.2 Estructura organizativa

Figura 3. Organigrama



Fuente: Cámara de Comercio de Pamplona

1.3.5. Estrategia y crecimiento

1.3.6. Matriz DOFA

Es un método de planificación utilizada como instrumento metodológico para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, con el fin de conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa para afrontar los cambios y turbulencias en el futuro.

De esta forma se realizó un análisis teniendo en cuenta variables que se pueden medir desde el interior y el exterior de la empresa, con el fin de luego establecer un cruce de variables que permitan mitigar las condiciones desfavorables para la empresa.

Tabla 0.2 Matriz DOFA

| INTERNAS | FORTALEZAS (F) | DEBILIDADES (D) |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>F1. Personal reconocido, capacitado y competente en cada área de trabajo de la entidad.</p> <p>F2. Espacios físicos apropiados para el desarrollo de cada uno de los procesos.</p> <p>F3. Infraestructura física y tecnológica en excelentes condiciones</p> <p>F4. Eficiencia en el manejo de los registros procesos contables, Jurídicos y administrativos.</p> <p>F5. Personal con disponibilidad al cambio y</p> | <p>D1. Poca implementación de modelos básicos para medir la satisfacción del cliente.</p> <p>D2. Carencia de un modelo de Planeación estratégica para la empresa.</p> <p>D3. Ausencia de una oficina de atención de quejas y reclamos</p> <p>D4. Fallas en la conexión inalámbrica de WIFI, volviendo algunos procesos más lentos</p> <p>D5. Ausencia de un Plan estratégico sectorizado, que permita visualizar el</p> |

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>al mejoramiento organizacional.</p> <p>F6. excelente clima laboral</p> <p>F7. La alianza establecida con la Universidad de Pamplona (consultorios contable y empresarial) y Práctica Profesional.</p> <p>.</p> | <p>crecimiento de los sectores en la economía de la ciudad.</p> <p>D6. No se tienen parámetros para evaluar el desempeño de los empleados dentro de la organización</p> <p>D7. Algunos afiliados no conocen los beneficios de la Cámara de Comercio de Pamplona</p> <p>D8. No se tienen proyecciones estimadas en materia de crecimiento y desarrollo económico que impulse la economía de la Ciudad.</p> |
| EXTERNAS | ESTRATEGIAS (FO) | ESTRATEGIAS (DO) |
| OPORTUNIDADES (O) | (O1 - F7 - F2) | (D1 - D2 – D7– O7) |
| <p>O1. Buenas relaciones con entidades públicas y privadas</p> <p>O2. Una articulación para generar capacitaciones y proyectos con otras entidades Como Sena, universidades y Alcaldías.</p> <p>O3. Posibilidad de generar desarrollo y promoción del comercio en la ciudad y la provincia.</p> <p>O4. Manejo adecuado de los tics.</p> | <p>Seguir promoviendo espacios con distintas entidades con el objetivo de crear alianzas para el crecimiento del comercio.</p> <p>(O3 - O2- F7)</p> <p>Diseñar y crear nuevos productos y servicios que permitan el desarrollo impulso del comerciante.</p> <p>(O8 - O5- F1)</p> <p>Mejorar la cobertura y calidad del servicio en los municipios de la</p> | <p>Mediante la implementación de encuestas por parte del personal de la empresa, conocer el grado de satisfacción que tienen los clientes del servicio prestado.</p> <p>(D7 - D4 - O4 - O6)</p> <p>.</p> <p>Mediante la utilización adecuada de los medios de comunicación como Facebook y correo dar a conocer los beneficios de los afiliados.</p> <p>(D8 – D5 - O2)</p> |

| <p>O5. Participación en actividades realizadas en los municipios de su Jurisdicción</p> <p>O6. Aumento de los establecimientos mercantiles en la provincia.</p> <p>O7. Mantiene programas de fortalecimiento y desarrollo empresarial.</p> <p>O8. Cumplimiento de la normativa y regulación vigente.</p> | <p>Jurisdicción de Cámara de Comercio de Pamplona.</p> <p>(O7 – O3 – F2)</p> <p>Fomentar programas de desarrollo empresarial con el fin de dinamizar el comercio a nivel local y de las provincias</p> | <p>Mediante alianzas estratégicas con la universidad de pamplona generar proyectos en materia de desarrollo económico para generar un crecimiento sostenible en la ciudad.</p> <p>(D8 – O4 - O7)</p> <p>Ejecutar programas de inversión que permita a los comerciantes la actualización tecnológica permanente para facilitar y optimizar sus actividades comerciales.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AMENAZAS(A) | ESTRATEGIAS (FA) | ESTRATEGIAS (DA) |
| <p>A1. Informalidad en la provincia y la ciudad.</p> <p>A2. Baja la capacidad productiva de las Mis pymes.</p> <p>A3. Bajos índices de una cultura de emprendimiento.</p> <p>A4. Baja credibilidad de los usuarios frente a procesos de emprendimiento y asociatividad.</p> <p>A5. competencia desleal entre los comerciantes</p> <p>A6. Baja capacidad de innovación empresarial en la ciudad.</p> <p>A7. Poca concientización de los comerciantes sobre la importancia de formalizarse</p> | <p>(A1 – A7 - F2)</p> <p>Mediante estrategias de publicidad como: folletos, afiches, redes Sociales y boletines informativos dar a conocer a todos los comerciantes los beneficios que tiene al estar registrados en cámara de comercio.</p> <p>(A2 - A6 - F7)</p> <p>La creación de programas que contribuyan al fortalecimiento y competitividad empresarial.</p> <p>(A3 - A4 – F2 – F7)</p> <p>Incentivar el desarrollo de proyectos y programas que contribuyan al</p> | <p>(A2 – A3 – A6 – D2)</p> <p>Fortalecer el portafolio de servicios de la institución mediante programas que aumenten el emprendimiento y la productividad de las empresas.</p> <p>(A1 – A3 – D5)</p> <p>Promover la realización de eventos y acciones que faciliten el intercambio comercial, la apertura de nuevos mercados y la realización de proyectos empresariales</p> |

| | | |
|--|-------------------------------------------------------------------------|--|
| | mejoramiento del nivel de vida de los diferentes sectores de la región. | |
|--|-------------------------------------------------------------------------|--|

Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia.

Realizada la matriz DOFA se pudo determinar que dentro de las estrategias más importantes y relevantes para la realización del proyecto para el área de promoción y desarrollo son las siguientes:

- **(O3 - O2- F7)** Diseñar y crear nuevos productos y servicios que permitan el desarrollo e impulso del comerciante.
- **O7 – O3 – F2)** Fomentar programas de desarrollo empresarial con el fin de dinamizar el comercio a nivel local y de las provincias.
- **(O1 - F7 - F2)** Seguir promoviendo espacios con distintas entidades con el objetivo de crear alianzas para el crecimiento del comercio.
- **(D8 – D5 - O2)** Mediante alianzas estratégicas con la Universidad de Pamplona generar proyectos en materia de desarrollo económico para fomentar un crecimiento sostenible en la ciudad.
- **(A2 – A3 – A6 – D2)** Fortalecer el portafolio de servicios de la institución mediante programas que aumenten el emprendimiento y la productividad de las empresas.
- **(A3 - A4 – F2 – F7)** Incentivar el desarrollo de proyectos y programas que contribuyan al mejoramiento de los diferentes sectores de la región para promover una mejor calidad de vida para la población que trabaja en ellos
- **(A2 - A6 - F7)** La creación de programas que contribuyan al fortalecimiento; incremento de los ingresos y competitividad empresarial.

Cabe mencionar que las otras estrategias realizadas no son menos importantes que las expuestas para la realización del proyecto ya que las expuestas se adecuan más para el plan de fortalecimiento que se va a realizar en el área de promoción y desarrollo de la Cámara de Comercio de Pamplona.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

El área de trabajo en la cual se va a desarrollar la práctica profesional se llama promoción y desarrollo. En esta área se organiza actividades de investigación para fomentar el comercio, capacitar y promover la industria de los pequeños empresarios de la ciudad.

Dentro de las actividades asignadas para realizar en el área de promoción y desarrollo como pasante de administración de empresas se encuentran:

- Organizar exposiciones y conferencias
- Promover la enseñanza comercial e industrial
- Promover el desarrollo regional
- Prestar servicios de información comercial
- Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial y de la Provincia.

Mediante un diagnóstico, se observó que la Cámara de Comercio a través del área de promoción y desarrollo; organiza actividades de investigación para fomentar el comercio, promover la industria y capacitar a los pequeños empresarios de la ciudad.

Es por este motivo que la selección de los proyectos a nivel de investigación y desarrollo son estudiados detalladamente para conocer el impacto socioeconómico que pueden generar en la Ciudad y seguidamente aprobarlos. Las propuestas se presentan en un plan de trabajo detallado y desglosado en actividades dados los requerimientos de las mismas necesidades planteadas, es así, como se le hace un seguimiento preciso al proyecto presentado.

Así como también se observó que en el área de promoción y desarrollo falta fortalecer el sector comercial, Industrial y de servicios mediante actividades: como talleres, seminarios, diplomados y capacitaciones debido a los que se realizan no cubren en su totalidad las necesidades de cada uno de los sectores y así poder

mejorar el rendimiento de las empresas y aumentar el crecimiento sostenible de las mismas.

Por lo anterior, se hace necesario realizar un plan de fortalecimiento que contribuya en el crecimiento sostenible, rentable y progresivo de cada una de las empresas de la ciudad para que: Aumente la productividad, la calidad de vida, el empleo y la competitividad. Para que de esta manera se incrementen los ingresos, utilidades, el consumo mejore el bienestar y disminuya la informalidad.

Por otra parte, jefe directo es el Ing. Carlos Huberto Solano Espinosa, Director ejecutivo de esta entidad. El lugar de trabajo cuenta con un computador de escritorio y un portátil personal, un cubículo, material físico y soporte tecnológico para la realización de la práctica.

En cuanto el clima laboral y las condiciones de trabajo se puede decir que son las adecuadas para la realización de la pasantía.

1.5 Funciones asignadas durante la Práctica.

La práctica profesional para cualquier estudiante universitario es una oportunidad para afianzar la formación y conocimientos adquiridos a lo largo de nuestro paso por la Universidad, es una manera de saber, indagar y de escudriñar como cada día te verás enfrentado con problemas reales y tendrás que solucionarlos para llegar hacer un trabajador más competente y adecuado para el tipo de actividades que te son asignadas.

Dentro de las funciones y responsabilidades asignadas para ejecutar en la empresa son las siguientes:

- Planear, coordinar, ejecutar y controlar todas las actividades tendientes al desarrollo de actividades que propendan por la promoción y fortalecimiento del sector empresarial de la región.
- Servir de apoyo en la atención al empresario y público en general, en temas de emprendimiento, formalización y fortalecimiento acorde a los lineamientos de la normatividad vigente para este fin.

- Programar las capacitaciones y seminarios para los empresarios y comunidad en temas que se requiera.
- Organizar y coordinar actividades de divulgación de la buena imagen de la cámara en los diferentes medios de comunicación como prensa, radio u otro medio.
- Establecer y mantener contactos con entidades externas, con el fin de obtener información estadística requerida para la elaboración de indicadores económicos y servicios de información.
- Entregar informes de las actividades y estudios gestionados durante la pasantía.
- Las demás que le sean asignadas por la presidencia ejecutiva y que estén relacionadas con este departamento.

Responsabilidades:

- Por el desarrollo de la actividad estipulada en el plan de trabajo de la pasantía, cumpliendo con los objetivos propuestos y las metas planteadas.
- Por el cumplimiento y serenidad que le imprima a los diferentes eventos comerciales y estudios realizados por la entidad.
- Por la entrega oportuna de informes y datos requeridos por la presidencia ejecutiva
- Por la confiabilidad en el suministro de la información requerida por los comerciantes y comunidad en general
- Por el correcto manejo y uso de los equipos tecnológicos y herramientas de trabajo que estén bajo su manejo y custodia.
- Por el buen nombre y fortalecimiento de la imagen de la entidad.

1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1. Título

PLAN DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL 2018 PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA CON EL FIN DE IMPULSAR LOS SECTORES, ATENDIENDO A LOS REQUERIMIENTOS DE CONFECAMARAS

1.6.2. Objetivos

1.6.2.1. General

- Diseñar un plan de fortalecimiento empresarial 2018 para impulsar el sector comercial, industrial y de servicios de la ciudad de Pamplona, teniendo en cuenta el análisis de los sectores de la zona céntrica, a través de las encuestas del CDE y formato del PRO-FO 08 con el fin de presentarlo ante la solicitud emanada por CONFECÁMARAS

1.6.2.2. Específicos

- Recopilar información del Censo Empresarial del año 2016 ejecutado en la ciudad de Pamplona.
- Análisis de informalidad y formalidad empresarial de la ciudad de Pamplona, así como el análisis del crecimiento de los sectores comercial, industrial y de servicios en empresas de 3 a 5 años y mayores de 5 años existentes en la ciudad.
- Aplicar el formato de calidad PRO – FO – 08 en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona para conocer las necesidades de los comerciantes
- Análisis del PRO-FO 08 aplicado en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona.
- Proponer un plan de fortalecimiento 2018 para la Cámara de Comercio de Pamplona según las necesidades del comerciante y sector al cual pertenezca.

- Realizar una jornada de ampliación para la unidad de afiliados de la Cámara de Comercio de Pamplona.

1.6.3. Justificación

El plan de fortalecimiento se realiza con el objetivo de generar una supervisión, un análisis y un direccionamiento al sector comercial, industrial y de servicios existentes en la ciudad, con el fin de fortalecer la innovación, la competitividad, la buena atención y la calidad en cada uno de los servicios prestados por los diferentes empresarios.

Es decir, brindar siempre a los empresarios de la ciudad de Pamplona capacitaciones que fortalezcan sus necesidades y requerimientos por medio de un personal capacitado que manejen siempre temas empresariales sin ningún contratiempo y faciliten herramientas de aprendizaje para que quienes reciban estas formaciones actualicen las tendencias empresariales e incluya la formación en el proceso administrativo de la empresa. De tal forma que las capacitaciones no se vean como una obligación que hay que cumplir sino como una inversión que traerá beneficios futuros a la empresa y al empleado ya que la mejora continua es clave para los integrantes de una empresa.

Por otra parte, la globalización ha generado la necesidad de crear herramientas de innovación para que las organizaciones se vuelvan más productivas en el entorno en el que se desenvuelven, Por eso es necesario que todas las organizaciones tengan conocimientos del entorno nacional o internacional de los productos o servicios que se ofrecen. En este caso es de vital importancia estar al día en los avances que ofrece la tecnología, nuevas investigaciones, nuevos procesos, nuevas formas de maximizar los rendimientos organizacionales minimizando los costos y otros factores que permiten que las organizaciones sean autosustentables y exitosas en el tiempo actual y futuro.

Dentro de las estrategias organizacionales se toma en consideración los programas de capacitación para mantener un capital intelectual acorde a las necesidades y retos que impone el cliente interno y externo a las empresas. Es por ello que dentro de los beneficios que traerá la implementación del plan de fortalecimiento empresarial 2018 para la Cámara de Comercio de Pamplona con fin de impulsar el sector comercial, industrial y de servicios serán los siguientes:

- Aumenta la rentabilidad de la empresa

- Ayuda a solucionar problemas.
- lograr con eficiencia y rentabilidad en los objetivos empresariales
- facilita la adaptación de las empresas a los cambios del mercado y del entorno y favorece la incorporación de nuevas tecnologías, así como nuevos sistemas de gestión y organización.
- Favorece la aparición de ventajas sostenibles en las empresas.
- Ayuda a consolidar y transmitir la cultura, valores y misión de la empresa.
- favorece los procesos de gestión de calidad en las organizaciones.
- Permite una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación de la fuerza laboral.

Los beneficios para los trabajadores:

- Adquieren nuevos conocimientos, destrezas y habilidades.
- Facilita la integración social del trabajador.
- Mejora el nivel de eficiencia en su área.
- Ayuda a la persona a solucionar problemas y tomar decisiones.
- Favorece la confianza y desarrollo personal.

Cabe resaltar que, para hacer el análisis del sector comercial, industrial y de servicios, así como informalidad y formalidad de empresas en la ciudad de Pamplona, se va a realizar por medio de una base de datos que se obtuvo en el

censo empresarial realizado en el año 2016 por el centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona.

En la base de datos se encuentra un total de 824 empresas encuestadas y dividida por el sector comercial, industrial y de servicios, así como la segmentación de empresas de 3 a 5 años y de 5 años en adelante que lleva funcionando en la ciudad de Pamplona.

En cuanto al plan de fortalecimiento empresarial que se va a realizar para impulsar el sector comercial, industrial y de servicios de la ciudad de Pamplona, se realiza por medio de una encuesta del PRO-FO -08 del sistema de gestión de calidad aplicado a toda la zona céntrica de la ciudad, ya que en esta zona es en donde se concentra la mayor cantidad de comerciantes.

Con referencia a lo anterior, lo que se busca con este proyecto es optimizar los procesos de las organizaciones para mejorar la productividad y competitividad de acuerdo a la necesidad y objetivo que desean alcanzar las organizaciones. Es decir, mejorar los procesos de las organizaciones mediante la creación de programas de capacitaciones que estén acordes a las necesidades, características y tendencias del mercado empresarial de hoy día.

1.6.4. Cronograma

Tabla 0.3. Cronograma de prácticas empresariales

| MESES | AGOSTO SEMANAS | | | | SEPTIEMBRE SEMANAS | | | | OCTUBRE SEMANAS | | | | NOVIEMBRE SEMANAS | | | | DICIEMBRE SEMANAS | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---|---|---|-----------------------|---|---|---|--------------------|---|---|---|----------------------|---|---|---|----------------------|---|---|---|
| ACTIVIDADES | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Firma de la carta de aceptación para realizar mi práctica empresarial en CÁMARA DE COMERCIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Legalización de la documentación entre la Universidad de Pamplona y CÁMARA DE COMERCIO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inducción y capacitación en el área donde desarrollare mi práctica empresarial | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Observación del área de trabajo y las actividades a desarrollar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Realización de un diagnostico a través de la matriz DOFA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Planteamiento de la propuesta a desarrollar durante la práctica empresarial | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Realizar un cronograma de trabajo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrega de primer informe de la ejecución de la práctica empresarial | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ejecución de la propuesta de mejoramiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión de los establecimientos matriculados en la Cámara de Comercio de Pamplona mediante el censo empresarial realizado por la Universidad de Pamplona | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis de la formalidad e informalidad en las empresas de la ciudad de pamplona | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis del sector comercial, industrial y de servicios en la ciudad de Pamplona | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Organizar las zonas para aplicar el formato de planeación de capacitación externa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| para el plan de trabajo 2018 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aplicarla encuesta en el formato de calidad de la Cámara de Comercio de Pamplona como instrumento de recolección de información para conocer las necesidades del sector. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Analizar el instrumento aplicado a los comerciantes | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseñar el plan de fortalecimientos 2018 para la Cámara de Comercio de Pamplona | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrega segundo informe de la ejecución de la práctica empresarial | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Correcciones segundo informe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrega de tercer informe de la ejecución de la práctica empresarial | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sustentación trabajo de grado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

2 SEGUNDO INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL

2.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Plan de fortalecimiento empresarial 2018 para la Cámara de Comercio de Pamplona con el fin de impulsar los sectores, atendiendo a los requerimientos de CONFECÁMARAS

2.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo exploratorio, porque se pretende conocer como ha sido la formalidad e informalidad de empresas en la ciudad de Pamplona, así como el crecimiento por sector (comercial, Industrial y de servicios) en empresas de 3 a 5 años. También se considera una investigación cuantitativa, ya que se está efectuando la medición de los datos recopilados, para llevarlos a estadísticas, en donde me permite medir el crecimiento de los sectores y así poder realizar un plan de fortalecimiento empresarial que permita mejorar los procesos en las empresas de la ciudad.

Respecto a la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación, inicialmente se concertó una cita con el centro desarrollo empresarial de la universidad de pamplona, para solicitar la base de datos del censo empresarial realizado en el año 2016. Una vez obtenida la base de datos se pasó hacer una comparación de las empresas encuestadas con la base de datos de la Cámara de Comercio de Pamplona para poder determinar la informalidad y formalidad empresarial, crecimiento por sectores e informalidad e los sectores en empresas de tres a cinco años y empresas mayores de cinco años para proceder a graficar y analizar.

En cuanto el plan de fortalecimiento empresarial 2018 para impulsor los diferentes sectores de la ciudad de Pamplona, se realizará mediante el diligenciamiento del PROFO 08 del sistema de gestión de calidad de la cámara de comercio en toda la zona céntrica de la ciudad con el fin de conocer cuáles son las necesidades de la empresaria.

Una vez diligenciado PRO-FO 08 en toda la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pasará a tabular, graficar y analizar los diferentes resultados obtenidos para realizar el plan de fortalecimiento empresarial 2018 con el fin de para impulsor los sectores de la ciudad de pamplona

2.3 DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO DE PAMPLONA

2.3.1. Geografía.

Está localizada geográficamente en la Cordillera Oriental de los andes colombianos, a una latitud de 2.287 msnm. Su extensión territorial es de 1.176 km² su temperatura promedio es de 16 ° C. Tomado del PDM de Pamplona “El Cambio En Nuestras Manos” 2016 – 2019. Por ser ciudad primordial en medio de una importante ruta comercial entre Bucaramanga y Cúcuta, con tierras de maravillosa fertilidad y con yacimientos auríferos en Montuosa y en Vetas, se erigió en uno de los territorios más ricos de la colonia, lo que contribuyó a que fuera considerada un eje político y administrativo de la corona española desde la época de la conquista 2.

2.3.2. Localización y límites.

Está situado en las coordenadas 72°39' de longitud al oeste de Greenwich y a 7° y 23' de latitud norte. Se encuentra situada a 2.200 metros sobre el nivel del mar. Pamplona, limita al Norte con Pamplonita y Cucutilla, al sur con los municipios de Cácuta y Mutíscua, al oriente con Labateca y al occidente con Cucutilla. Tiene una extensión total de 456 km. 3

2.3.3. División político Administrativa.

Administrativamente está compuesta 37 veredas y 45 barrios; Cuenta con dos ríos: Pamplonita y Sulasquilla, y sus respectivos afluentes: El Alisal, La Ramada, Quelpa, San Agustín, Monteadentro y La Lejía.

Está conformada por las siguientes veredas: jurado, navarro, Cúnuba, el zarzal, Iscaligua, el Palchal, el Alisal, el totumo, Monteadentro, García, el naranjo, el alcaparral, ulaga baja, Fontibón, Chíchira, Tencalá, Unión, Negavita, Rosal, Chilagaula, alto grande, san Agustín, sabaneta baja, sabaneta alta, Chimitarigua, san francisco, Sabagúa, Chínchipa, Santa Ana, llano castro, la Ramada, los animes, Ulaga parte alta, Tampaqueba, caima, Peñas y el escorial” Tomado del PDM de Pamplona “El Cambio En Nuestras Manos” 2016 – 2019. 4.

2.3.4. Topografía.

El municipio está situado sobre la cordillera Oriental, en la bifurcación del gran Nudo de Santurbán donde se divide en dos ramales: uno que toma la dirección nororiental hacia territorio venezolano y otro que se dirige al noroeste a formar la serranía de los Motilones. La caracterización Geomorfológica realizada al casco urbano de Pamplona le permite al municipio la planificación del uso de la tierra en el área urbana y de expansión urbana, basado en la génesis de las geoformas presentes y en la topografía representado en el mapa de pendientes, realizado a escala 1: 5000. lo que permite delimitar las áreas más probables para el desarrollo urbanístico a corto, mediano y largo plazo y el proceso de ocupación del territorio, determinando los usos y actividades más convenientes para la distribución de los asentamientos y las actividades humanas y sus proyectos de infraestructura y equipamientos básicos como escuelas, centros de salud, puentes y vías. Morfológicamente el casco urbano de Pamplona se presenta las siguientes geoformas que se enmarcan dentro de los procesos Estructurales, denudacionales y Fluviales enmarca dentro de un origen estructural denudacional. 5

2.3.5. La Provincia de Pamplona.

La provincia de Pamplona está conformada por varios municipios a su alrededor, en cada uno de sus coordenadas (norte, sur, oriente, occidente). Dichos municipios que componen esta pequeña conurbación son: pamplonita, cacota, silos y muisca.

- **Pamplonita:** Es un municipio del departamento Norte de Santander en Colombia, con una población de 5.296 habitantes. Se encuentra situado al norte de la ciudad de Pamplona de la que heredó su nombre. Es tranquilo y acogedor y el clima es un poco más cálido que en Pamplona. Tiene una iglesia y un parque central típicos coloniales. Un par de cuadras alrededor conforman la totalidad del lugar. Cuenta con diversos sitios de interés como son el santuario del Señor Caído, el pozo del pato, el templo parroquial y el polideportivo la sabana. 6
- **Chitagá:** Es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Norte de Santander. Su población es de 11.468 habitantes, su altitud de 2.350 metros sobre el nivel del mar y su clima es frío. Hace parte de la región sur-occidental del departamento y de la Provincia de Pamplona 7.
- **Silos:** Santo Domingo de Silos, también conocido como Silos, es un municipio de Colombia, situado en el departamento de Norte de Santander, al nordeste del país. Dista 123 km de la capital departamental, Cúcuta. Su término municipal limita con Mutiscua y Cacota, al este con Chitagá y al oeste y por el sur con el departamento de Santander. Un gran parte del municipio (más que 20 mil hectáreas) forma parte del Páramo de Santurbán, fuente hídrica para Santander y Norte de Santander. Es el municipio más alto del Norte de Santander, ubicado a una altura de 2.845

metros sobre el nivel del mar, clasificado como uno de los 25 municipios más altos del país. ⁸

- **Cacota:** Es un municipio colombiano, ubicado en la región sur-occidental del departamento de Norte de Santander. Su economía se basa en la producción agrícola como la papa, zanahoria, arveja, curaba y durazno, así como la producción pecuaria en bovinos y áreas en pastos. Un gran parte del municipio (más de 4 mil hectáreas) forma parte del Páramo de Santurbán, fuente hídrica para Santander y Norte de Santander.⁹
- **Mutíscua:** Es un municipio colombiano del departamento de Norte de Santander. Su casco urbano yace en medio de la cordillera oriental, es bañado por el río La Plata, uno de los principales afluentes del Río Zulia. Limita al norte con Cucutilla y Pamplona, al sur con Silos, al oriente con Cácuta y Pamplona y al occidente con el departamento de Santander.¹⁰

2.3.5.1. Reseña Histórica

Pamplona es un municipio colombiano, ubicado en el departamento de Norte de Santander. Es desde 1555 capital de la Provincia de Pamplona. Su economía está basada en el comercio gastronómico, la educación escolar y superior siendo reconocida como la ciudad universitaria o ciudad estudiantil y del turismo, dentro del cual se destaca el religioso (especialmente durante Semana Santa) y el cultural. Por ser la capital eclesiástica de la Arquidiócesis de Nueva Pamplona, la primera diócesis católica fundada en la región de los Santandereños, es denominada tradicionalmente como la Ciudad Mitrada. También se encuentra en la ciudad, la sede principal de la Universidad de Pamplona, una de las principales instituciones de educación superior del departamento. Pamplona se conecta por carreteras nacionales con las ciudades de Cúcuta, Bucaramanga, Bogotá y Arauca.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística proyección a 2017, el municipio tiene una población de 58299 habitantes, que lo ubica como el quinto más poblado del departamento después de Cúcuta, Ocaña, Villa del Rosario y Los Patios. Pamplona es nudo estratégico, vial y centro de la cultura santandereña, pues desde ella, en la época de la colonia, partieron las expediciones, que asentaron posteriormente las poblaciones que conforman en la actualidad los departamentos de Arauca, Norte de Santander, y Santander y el Estado venezolano de Táchira siendo así reconocida como la ciudad fundadora de ciudades.

Pamplona está localizada geográficamente en la Cordillera Oriental de los Andes colombianos, a una altitud de 2200 msnm, en la zona suroccidental del departamento de Norte de Santander. Su extensión territorial es de 1.176 km² y

su temperatura promedio de 14 °C. Limita al norte con Pamplonita, al sur con Cúcota y Chitagá, al oriente con Labateca y al occidente con Cucutilla.

Pedro de Ursúa y el capitán Ortún Velázquez de Velasco fundaron la ciudad el 1 de noviembre del año 1549 y la bautizaron con el nombre de Pamplona de Indias, en homenaje y memoria de la patria del fundador. El Emperador Carlos V le otorgó el título de "Muy noble y muy hidalga ciudad" por su Real Cédula, el 3 de agosto de 1555.

Enmarcada Pamplona sobre la Cordillera Oriental, ostenta la hermosura de su pequeño valle, dormida al suave arrullo de su río Pamplonita, el mismo que arrullara en sus ondas las cunas salvajes y pobres de sus moradores los Chitareros, los Muiscas, Cacheguas, Surataés, Uchamas, Babichas y otros.

Los primeros alcaldes de Pamplona fueron Alonso de Escobar y Juan Vásquez; y los primeros regidores Juan de Alvear, Andrés de Acevedo, Hernando de Mescua, Juan de Tolosa, Sancho de Villanueva, Juan Andrés, Juan Rodríguez Suárez, Pedro Alonso, Juan de Torres y Beltrán de Unzueta: "Genealogías de Ocariz". Cuando la zona fue ocupada por Pedro de Ursúa y Ortún Velasco de Velázquez en 1549, redujeron a los primitivos pobladores al régimen de encomiendas. Alrededor de 100 grupos o capitanejos fueron repartidos en 53 encomiendas por todo el territorio, según el investigador Jaime Jaramillo Uribe.

El 16 de enero de 1644 hacia las cinco de la mañana la ciudad fue devastada por un terrible terremoto, tras lo cual y bajo la dirección de los hermanos jesuitas, la ciudad de Pamplona se levantó de nuevo (Maldonado y col., 1983).

Mereció el apelativo de "Ciudad Patriota", como la calificó el Libertador Simón Bolívar por haber sido pionera de la revolución neogranadina al proclamar su Independencia el día 4 de julio de 1810, en persona de doña Águeda Gallardo de Villamizar (libertad que se declaró finalmente el 31 de julio del mismo año con una Asamblea Provisional), y posteriormente, entre 1819 y 1821, por haber contribuido notablemente con recursos humanos y económicos para la gesta libertadora de Colombia y Venezuela. 'Pamplona' fue tan importante como Bogotá. En 1910, con la creación del departamento de Norte de Santander, se incluyó dentro de su jurisdicción política, integrándose como la Provincia de Pamplona, que a su vez está conformada por los municipios de Cúcota de Velasco, Cucutilla, Chitagá, Labateca, Mutíscua, Pamplonita, Toledo y Silos.

Culturalmente cabe resaltar un sinnúmero de actividades que trascienden los planos nacional e internacional, que hacen de la Ciudad Estudiantil un epicentro

turístico que bien vale la pena compartir: la Semana Mayor -que junto con las celebraciones de Mompox y Popayán son las más importantes del país. Pamplona pertenece a la Región sur-occidente del Departamento, junto con los municipios de Pamplonita, Chitagá, Silos, Cácuta y Mutiscua. Se destaca dentro del área urbana su centro histórico (declarado como monumento de interés nacional según decreto 264 de 1963), por mucho tiempo ha sido el principal centro educativo del oriente colombiano y de Venezuela, por lo cual ha sido catalogada como ciudad estudiantil con amplio impacto en formación universitaria sobre la región, se identifica igualmente por la solemnidad de sus celebraciones religiosas, eventos que cuenta con amplia presencia de personas provenientes del interior del país y de la República Bolivariana de Venezuela. A Pamplona se la conoce como la "Ciudad de los mil títulos" gracias a sus innumerables apelativos, entre los cuales destacan: Ciudad Mitrada, La Atenas del Norte, Ciudad de las Neblinas, Pamplonilla la Loca, Ciudad Estudiantil, Ciudad Patriota, Muy noble y muy hidalga ciudad, Ciudad de Ursúa.

2.3.6. Situación económica de Pamplona

La producción manufacturera es una actividad económica que representa menos del 10% de los establecimientos y del empleo de la ciudad. La tercera parte de la industria corresponde a la producción de tejidos de los cuales la mayoría de ellos adelantan sus procesos en forma manual. El Segundo renglón es el de Producción de Alimentos particularmente de panaderías, dulcerías y salsamentarías.

Las industrias existentes se caracterizan por su condición micro empresarial derivada del poco capital invertido, su retraso productivo en que no ha mayor división social del trabajo, el predominio de la producción “artesanal” y la poca acumulación de capital. En promedio la industria sólo ocupa 2.3 empleados por establecimiento y muchos de ellos hacen parte de la economía informal ya que del sector sólo el 20% tienen licencia de funcionamiento.

Además, el sector se debate en medio de un mercado local estrecho debilitando en su expansión y desarrollo por la crisis económica de Venezuela y del relativo aislamiento de otros municipios y centros de poder departamental: por esto a la falta de organización del gremio industrial se suma su escasa participación en el proceso de integración regional fronteriza.

En cuanto a la producción de alimentos se destacan las panaderías, fábricas de dulces, salsamentarías y lácteos (Quesos y Yogurt). En cuanto al sector de confección de prendas de vestir, aunque solo se encuentran registrados 29 establecimientos, según censo comercial realizado por la Cámara de Comercio de Pamplona en el Primer semestre del año 1999, se han detectado más de 150 empresas informales de tejido manual, tejido industrial y otras confecciones que

representan la actividad económica que por tradición y costumbres más se ha practicado en el municipio y que a causa de una falta de organización, mejoramiento de procesos y a la ausencia de políticas definidas de comercialización, no ha tenido el desarrollo que se merece. Otras industrias que se han sostenido en Pamplona son la metalmecánica (talleres de ornamentación), productos minerales no metálicos (tejas, baldosines y artesanías), y maderas y muebles (carpinterías y ebanisterías).

- La producción agrícola: papa su principal producto, le siguen fresa, ajo, trigo, morón, maíz, frijol, arveja, zanahoria.
- La explotación pecuaria como bovina, porcina, piscicultura, cunícula y aves de corral.
- Actividad comercial: producción de alimentos como dulces y colaciones, producción de tejidos, la industria hotelera y turismo.

Es de destacar que ésta es una ciudad estudiantil, lo cual quizás enfocado a la industria hotelera y turismo, es probablemente la principal actividad económica actual del municipio, donde miles de estudiantes son albergados y alimentados, así también son los principales consumidores en los centros nocturnos y los innumerables cibercafés que desde hace un par de años han proliferado por la gran demanda que poseen.

2.4 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL CENSO EMPRESARIAL DEL AÑO 2016 EJECUTADO EN LA CIUDAD DE PAMPLONA.

Para recopilar la información del Censo Empresarial realizado por el centro de desarrollo empresarial (CDE) de la universidad de Pamplona en el año de 2016, fue necesario solicitar la información al director del Centro de Prácticas y Asesoría empresarial el profesor Álvaro Parada Carvajal.

La base de datos fue entregada el día 23 de agosto del presente año, siendo las 3:54 de la tarde. En la base de datos se encuentra un total de 824 empresas encuestadas y divididas por el sector comercial, industrial y de servicios, así como la segmentación de empresas de 3 a 5 años y de 5 años en adelante que llevan funcionando en la ciudad de Pamplona

En cuanto a la verificación del censo empresarial realizado en el 2016, fue necesario solicitarle la base de datos al director ejecutivo de la cámara de comercio de Pamplona, Carlos Solano Espinosa. Quien entregó la base de datos el día 25 de agosto siendo las 10:00 de la mañana.

Una vez, obtenida las dos bases de datos se procedió hacer una comparación entre las mismas con el fin de conocer cuales establecimientos estaban matriculados en la entidad y cuáles hacía parte de la informalidad empresarial para llegar a conocer el nivel de informalidad y formalidad empresarial existentes en la ciudad.

Por otro parte, también fue posible determinar el crecimiento de los sectores comercial, industrial y de servicios en empresas de 3 a 5 años y mayores de 5 años existen en la ciudad, así como el número de empresas con mayor trayectoria y funcionamiento empresarial registradas en Cámara de comercio que tiene la ciudad. Así como también se pudo realizar las gráficas correspondientes a la información suministrada.

2.5 ANÁLISIS DE INFORMALIDAD Y FORMALIDAD EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE PAMPLONA, ASÍ COMO EL ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DE LOS SECTORES COMERCIAL, INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS EN EMPRESAS DE 3 A 5 AÑOS Y MAYORES DE 5 AÑOS EXISTENTES EN LA CIUDAD.

Para hacer el análisis de la formalidad e informalidad de empresas, así como el análisis del sector comercial, industrial y de servicios de la ciudad de Pamplona, se realizó por medio de una base de datos que se obtuvo en el censo empresarial realizado en el año 2016 por el (CDE) centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona.

En la base de datos se encuentra un total de 824 empresas encuestadas y divididas por el sector comercial, industrial y de servicios, así como la segmentación de empresas de 3 a 5 años y de 5 años en adelante que llevan funcionando en la ciudad de Pamplona.

Obtenida la base de datos se determinó hacer una comparación con la base de datos existente en la Cámara de Comercio de Pamplona con el fin de conocer cuales establecimientos estaban matriculados en la entidad y cuáles hacía parte de la informalidad empresarial para llegar a conocer el nivel de informalidad y formalidad empresarial existentes en la ciudad.

Por otro lado, también se determinó el crecimiento de los sectores comercial industrial y de servicios en empresas de 3 a 5 años y mayores de 5 años existen en la ciudad, así como el número de empresas con mayor trayectoria y funcionamiento empresarial tiene en la ciudad.

2.5.1. Informalidad y formalidad empresarial

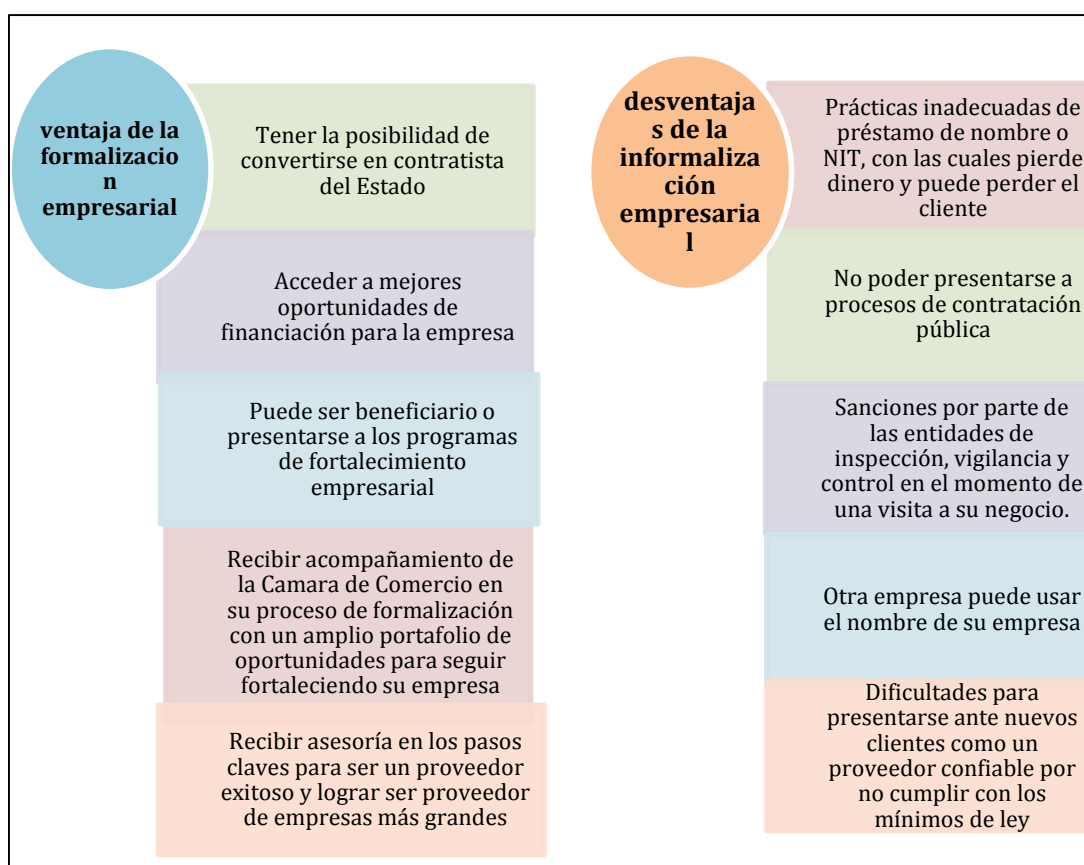
La formalidad empresarial permite conocer la visualización de las empresas para el Estado, otros empresarios y otras entidades. La visibilidad frente al Estado no es sólo por aspectos tributarios, sino también para ser beneficiario de políticas que contribuyan al mejoramiento de los negocios, el acceso a líneas de crédito especiales, apoyo técnico, capacitación y estudios de mercado

La Red de Cámaras de Comercio en su labor de acompañamiento a los empresarios, busca liderar iniciativas para simplificar y reducir los trámites empresariales, promover y facilitar la creación de nuevas empresas, incentivar a

los inversionistas potenciales, fomentar el emprendimiento y sobre todo reducir la informalidad, ya que esta lleva a la generación de perversos círculos de competencia desleal, corrupción, baja competitividad y estancamiento de la economía. Por lo que se ha constatado que las empresas son informales no solamente por su incumplimiento a la ley, sino también por su estructura empresarial frágil y vulnerable ante los cambios del entorno, que traen consigo nuevas exigencias del mercado a las que no están en capacidad de responder.

De la misma forma también se puede decir, que las empresas son informales cuando no desempeña una actividad económica legal, porque no cumplen con los requisitos exigidos por el Estado y no desarrollan buenas prácticas empresariales. Es por esto que la cámara de comercio realiza jornadas de sensibilización, asesoría y capacitaciones para que los empresarios tengan benéficos y mejoren los procesos en las empresas.

Figura 4. Ventajas y desventajas de la formalización empresarial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

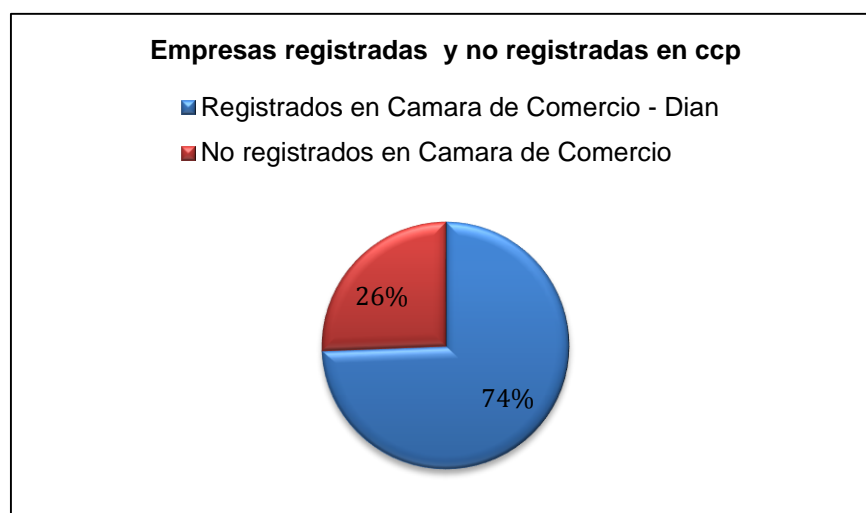
2.5.2. Análisis de la formalidad e informalidad de Pamplona

Realizada la tabulación de la base de datos suministrada por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona se pudo determinar y conocer el nivel de formalidad e informalidad presente en la ciudad mediante la siguiente información

Tabla 2.1. Empresas registradas ante Cámara de Comercio, DIAN y no Registradas

| Información | Numero |
|-------------------------------------------------------------|--------|
| Registrados en Cámara de Comercio - DIAN | 613 |
| No registrados en Cámara de Comercio | 211 |
| Total | 824 |
| Fuente. Mendoza Flórez, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 5. Empresas registradas ante Cámara de Comercio, Dian y no registradas



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia.

Del censo empresarial realizado por la universidad de Pamplona en el año 2016 a un total de 824 empresas, se pudo determinar que el nivel de formalidad empresarial en la ciudad de Pamplona se encuentra en un 74% equivalente a (613) empresas registradas, y constituidas legalmente según ley expedida por CONFECAMARAS y la superintendencia de industria y comercio.

Así como también se demostró que la informalidad empresarial en la ciudad de Pamplona se encuentra en un 26% equivalente a (211) empresas no registradas en la Cámara de Comercio de Pamplona ni en la DIAN.

Por lo que se llegó a la conclusión de que es necesario seguir realizando jornadas de sensibilización empresarial más seguidas; para ir mitigando y combatiendo este flagelo que no solo afecta la economía de la ciudad sino también a muchos de los empresarios que están constituidos legalmente, según la ley expedida por confecámaras y la superintendencia de industria y comercio; ya que muchas de estas entidades informales crean círculos de competencia desleal, corrupción, pérdida de competitividad, estructura empresarial frágil, mala prestación de servicios, venden productos de mala calidad y vulnerabilidad empresarial ante los sucesivos y cambios del entorno.

Por este motivo es necesario incentivar, impulsar, crear y promover vínculos con el empresario para que muchos de estos problemas y sucesos no sigan generando un decrecimiento en la economía de la ciudad.

Para una mayor comprensión se debe tener en cuenta a que se dedica cada una de las entidades ya mencionadas, es por ello, que se da aclaración en el párrafo siguiente:

La cámara de comercio es una entidad que busca proponer la competitividad empresarial, la formalización de empresas, innovación empresarial y un emprendimiento dinámico de alto impacto, que favorezca al crecimiento socio económico de una ciudad y de los mismos empresarios.

Por este motivo la cámara de comercio dentro de las actividades que labora: lleva el registro mercantil de las empresas, realiza procesos de formación integral para los empresarios y mediante la implementación de alianzas busca fortalecer los sectores productivos de una ciudad.

En cuanto la Dian se puede decir, que es una entidad creada con el objetivo de garantizar el cumplimiento de todas las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias en Colombia para las empresas y las personas.

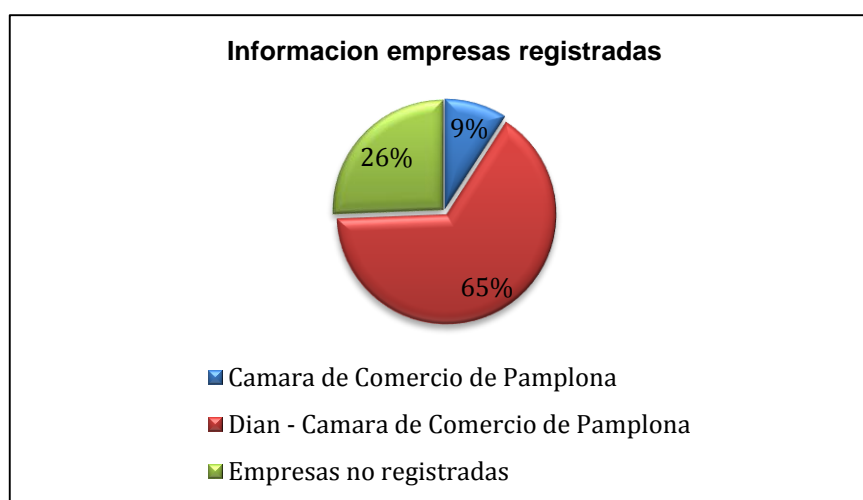
Facilitando las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad, así como la garantía de la seguridad fiscal por parte del estado colombiano quien mediante la protección del orden público, económico y nacional por medio de controles administrativos protege, defiende y salvaguardar los recursos del estado.

2.5.3. Análisis de las empresas registradas solamente Cámara de Comercio, Dian - Cámara de Comercio y no registrada.

| Información Empresas registradas | Numero |
|--------------------------------------------------------------|--------|
| Cámara de Comercio de Pamplona | 75 |
| Dian - Cámara de Comercio de Pamplona | 538 |
| Empresas no registradas | 211 |
| Total | 824 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia. | |

Tabla 2.2. Información de Empresa registradas y no registradas

Figura 6. Información empresas registradas en: Dian, Cámara de Comercio y no registradas



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia.

De acuerdo con la información registrada en la base de datos del (CDE) centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona y corroborada con la base de datos de la Cámara de Comercio de Pamplona se pudo conocer que la mayoría de las empresas están registradas en la Dian y Cámara de Comercio en un 65% equivalente a (538) empresas legalmente constituidas y registradas que cumplen toda la normativa para su funcionamiento.

Por otro lado, también se observó que solo un 95% equivalente a (75) empresas solo están registrados en Cámara de Comercio y no cumple toda la normativa vigente que exige la ley colombiana para que funcionen. En cuanto a la informalidad empresarial en la ciudad de Pamplona se encontró que un 26% equivalente a (211) empresas no están constituidos legamente y que de alguna manera están contribuyendo de manera negativa al crecimiento sostenible y rentable de la ciudad.

Por eso se llegó a la conclusión de que todavía es necesario realizar jornadas de sensibilización empresarial para que todos los dueños de los diferentes establecimientos, empresas o entidades informales tomen conciencia de lo dañino que es la informalidad empresarial en una ciudad, departamento o país, ya que esto no solo trae consigo el decrecimiento para la economía, si no también círculos de competencias desleal, malas prácticas empresariales y baja competitividad en las empresas.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que estas jornadas de sensibilización se tienen que realizar mancomunadamente por la cámara de Comercio de Pamplona y la Dian, ya que estas dos entidades son las que regulan, normalizan y reglamentan a todas las empresas o entidades para que cumplan todo lo estipulado por la ley ya que esto contribuye al crecimiento rentable y sostenible de una ciudad o país

2.5.4. Análisis de los sectores de la Ciudad de Pamplona

Los sectores económicos están divididos o segmentados dependiendo de la actividad económica que realicen; es por ello que cada sector cuenta con una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, y se diferencian dependiendo de su actividad. Es decir, los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de los sectores se comportan disímiles, puesto que la planificación y etapa de exploración de los recursos naturales, pasando por la industrialización y preparación son diferentes.

Según la publicación de la obra *“las condiciones del progreso económico”* de Colín Clark en el año de 1940 ¹¹, encontramos que las actividades económicas no solo se dividen en tres grandes sectores, dado que, en cada uno de estos, se subdivide en subsectores económicos para completar todos los eslabones de la cadena productiva. Es por esto, que la economía de una nación puede ser fragmentada en los sectores de la economía, de acuerdo con los recursos empleados y utilizados para la caracterización de los productos.

Es por ello, que podemos dividir la economía en tres dominios distintos tales como:

- **Sector primario o sector agropecuario:** comprende todas las actividades de obtención y extracción de los recursos naturales tales como el agrícola, pesquero, minero y forestal; con el fin de sustraer la materia prima para ser transformada y modificada para la elaboración de nuevos productos por parte del sector secundario y terciario de la economía.
- **Sector secundario o industrial:** El sector secundario de la economía corresponde a la transformación de la materia prima en productos industrializados terminados y semielaborados en maquinarias o herramientas industriales para la generación de productos con un alto valor agregado
- Cabe destacar que en este sector de la economía sobresalen actividades industriales, de construcción, alimenticias, navales, aeronáuticas e informáticas entre otras.
- **Sector terciario o de servicios:** El sector terciario se define como el sector de comercio y prestación de servicios, es en donde se desarrolla la comercialización de los bienes tangibles e intangibles. Como la oferta y demanda de los productos y servicios prestados por las empresas o particulares. En este sector se destacan los servicios educativos, bancarios
- , turísticos, de transportes, comunicaciones y comerciales entre otros.

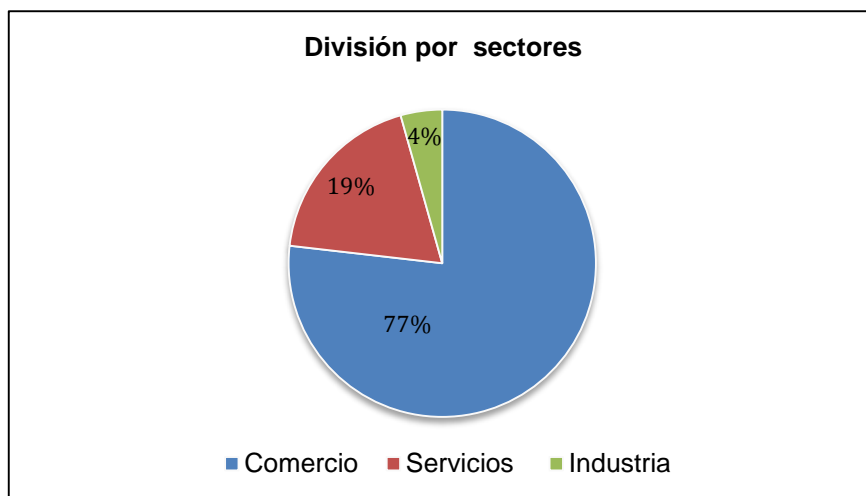
Sin embargo, hoy en día tenemos el sector cuaternario en donde encontramos actividades intelectuales tales como la innovación, desarrollo, invención e investigación para la generación de nuevos productos o servicios que satisfagan las necesidades y requerimientos del consumidor. Dentro de las actividades que componen este sector tenemos: la consultoría, industria de la información e investigación científica entre otras.

Se tomaron en cuenta 3 sectores en la ciudad de Pamplona, siendo su resultado:

Tabla 2.3 División por Sectores en Pamplona

| División por sectores | Numero |
|--------------------------------------------------------------|--------|
| Comercio | 633 |
| Servicios | 155 |
| Industria | 36 |
| Total | 824 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia. | |

Figura 7. División por sectores en la ciudad de Pamplona



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia.

En cuanto la división de los sectores en la ciudad de Pamplona, según la base de datos suministrada por el (CDE) centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona y comparada con la base de datos de la Cámara de Comercio de Pamplona encontramos que el 77% equivalentes a (633) empresas pertenecen al sector comercial en donde encontramos establecimientos tales como: tiendas, supermercados, locales, hipermercados, grandes almacenes, centro comerciales, la casa de mercado, transportadoras y empresas de turismo entre otros.

De igual forma, se pudo identificar que el 19% equivalente a (155) empresas representan al sector de servicios, en donde podemos encontrar establecimientos como: hoteles, ópticas, laboratorios, bancos, empresas públicas, empresas privadas y restaurantes entre otros.

Para el sector industrial en la ciudad de Pamplona pudimos conocer que es el sector que tiene menos participación en la economía de la ciudad ya que se encuentra en un 4% equivalente a (36) empresas y es donde encontramos establecimientos como: Panaderías, dulcerías, salsamentarías, empresa de lácteos (Quesos y Yogurt), carpinterías, empresas de tejidos manuales e industrial y confección de ropa entre otras.

En conclusión, se pudo identificar que el sector económico más representativo en el Municipio de Pamplona, corresponde al sector comercial porque cuenta con una participación del 77%; seguido del sector de servicios con un 19% y sector industrial en 4%. Por eso se hace necesario realizar un plan de fortalecimiento empresarial para que sectores como el de servicios y el industrial no se queden rezagados en la ciudad y tengan más participación en la economía porque una economía no debe solamente solventarse únicamente de un solo sector económico sino de los tres para que tenga un crecimiento económico constante.

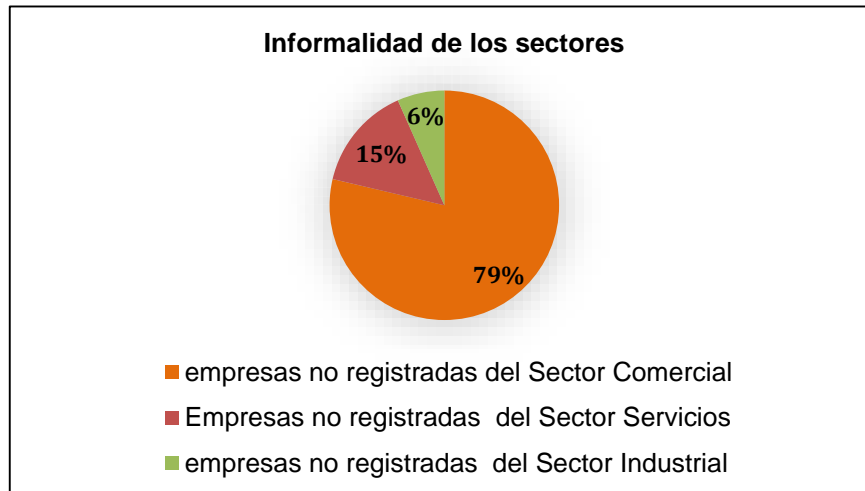
2.5.5. Informalidad del sector comercial industrial y de servicios.

De acuerdo la base de datos suministrada por el (CDE) centro de desarrollo empresarial de la universidad de pamplona pudimos encontrar que la informalidad por sectores en la ciudad de pamplona es la siguiente:

Tabla 2.4. Informalidad por sectores

| Informalidad de los sectores | Numero |
|------------------------------------------------------------|---------------|
| Empresas no registradas del sector comercial | 166 |
| Empresas no registradas del sector servicios | 31 |
| Empresas no registradas del sector industrial | 14 |
| Total | 211 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia | |

Figura 8. Informalidad por sectores



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia.

En lo que respecta a la informalidad empresarial por sectores (comercial industrial y de servicios) en la ciudad de Pamplona encontramos que un 79% equivalente a (166) empresas del sector comercial, no están registradas y constituidas formalmente. Se seguidamente encontramos al sector de servicios con un 15% equivalente a (31) empresas y del sector industrial con un 6% equivalente a (14) empresas, que no están registradas y constituidas legalmente puesto que no cumplen con la normativa vigente por confecámaras e industria comercio, industria y turismo para funcionar en el país

Es por ello, que se llega a la conclusión que el sector económico que tiene el índice más alto de informalidad empresarial en la ciudad de Pamplona es el sector comercial, puesto que en la ciudad la mayoría de los establecimientos que se crean pertenecen a este sector y muchos de estos empresarios no tiene conocimiento de cómo formalizar su empresa y los beneficios que le traerán a futuro.

Sin embargo, cabe aclarar y resaltar que todavía es necesario seguir realizando jornadas de sensibilización empresarial para que los empresarios y futuros empresario conozcan los pasos para constituirse legalmente los benéficos que le traerá a futuro a su organización puesto que le permitirá: ser beneficiario o

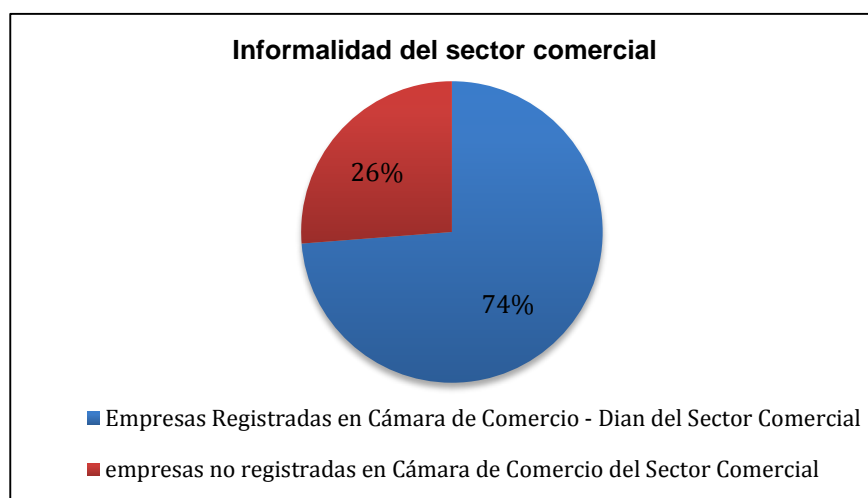
presentarse a los programas de fortalecimiento empresarial, Acceder a mejores oportunidades de financiación para la empresa y Tener la posibilidad de convertirse en contratista del Estado entre otras.

2.5.6. Informalidades del Sector Comercial

Tabla 2.5. Informalidad en el sector comercial

| Informalidad del sector comercial | Numero |
|------------------------------------------------------------------------|--------|
| Empresas registradas en cámara de comercio - Dian del sector comercial | 467 |
| Empresas no registradas en cámara de comercio del sector comercial | 166 |
| Total | 633 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 9. Informalidad sector comercial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

De acuerdo a la base de datos suministrada por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona (CDE), se pudo establecer que la informalidad empresarial solo del sector comercial está en un 26% equivalente a (166) empresas y la formalidad empresarial en 74% equivalente a (467) empresas.

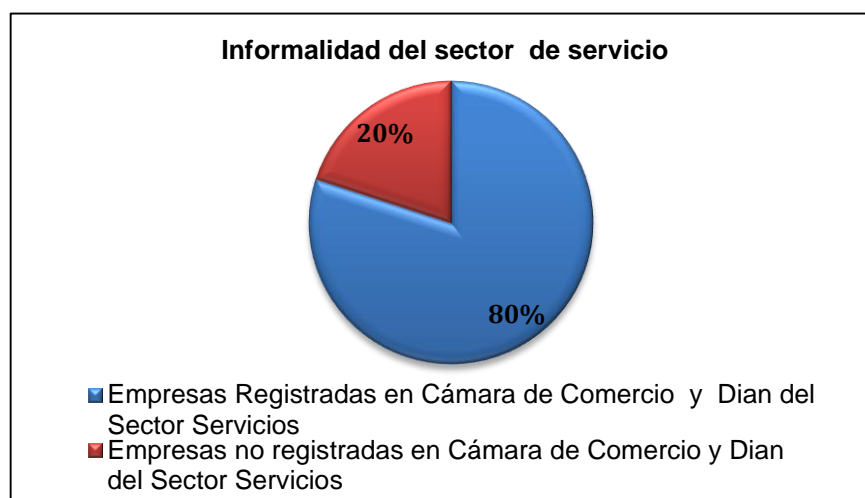
Lo que lleva a la concluir que la informalidad empresarial del sector comercial no está muy alta debido principalmente a que la mayoría de los empresarios se han formalizado y cumplen con toda la normativa vigente para su funcionamiento. Sin embargo, es necesario seguir trabajando mediante de campañas de sensibilización y conocimiento para que los empresarios que están informales se registren y disfruten de cada uno de los beneficios que les brinda el estado.

2.5.7. Informalidades del Sector Servicios

Tabla 2.6. Informalidad sector de servicios

| Informalidad del sector de servicios | Numero |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Empresas Registradas en Cámara de Comercio y Dian del Sector Servicios | 124 |
| Empresas no registradas en Cámara de Comercio y Dian del Sector Servicios | 31 |
| Total | 155 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 10. Informalidad sector servicios



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Se pudo establecer que la informalidad empresarial solo del sector de servicios está en un 20% equivalente a (31) empresas y la formalidad empresarial está en un 80% equivalente a (124) empresas.

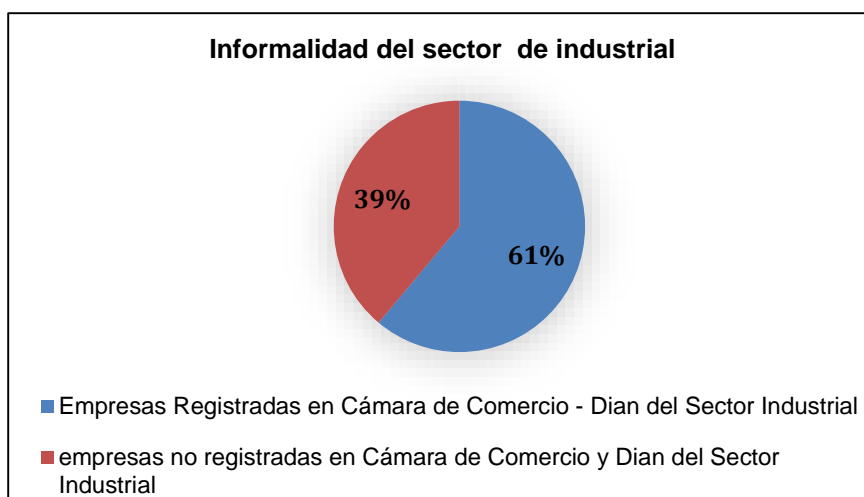
Lo que lleva a concluir que la informalidad empresarial del sector servicios no está muy alta debido principalmente a que la mayoría de los empresarios se han formalizado y cumplen con toda la normativa vigente para sus funcionamientos.

2.5.8. Informalidades del Sector Industria

Tabla 2.7. Informalidad sector industria

| Informalidad del sector de industrial | Numero |
|----------------------------------------------------------------------------|--------|
| Empresas Registradas en Cámara de Comercio - Dian del Sector Industrial | 22 |
| Empresas no registradas en Cámara de Comercio y Dian del Sector Industrial | 14 |
| Total | 36 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 11. Informalidad sector de servicios



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

De acuerdo a los datos suministrados, se pudo establecer que la informalidad empresarial solo del sector de servicios está en un 20% equivalente a (31) empresas y la formalidad empresarial está en un 80% equivalente a (124) empresas.

Por lo anterior, se puede concluir que de que la informalidad empresarial del sector Industrial está muy alta debido principalmente a que la mayoría de los empresarios no se han formalizado y no conocen los benéficos que les concede confecámaras y la superintendencia de industria y comercio, por eso es necesario realizar estrategias que le permitan al empresario conocer cuáles son los beneficios, privilegios y ganancias que le traerá a las empresas.

2.5.9. Análisis del crecimiento económico empresarial en empresas de 3 a 5 años en la ciudad de Pamplona.

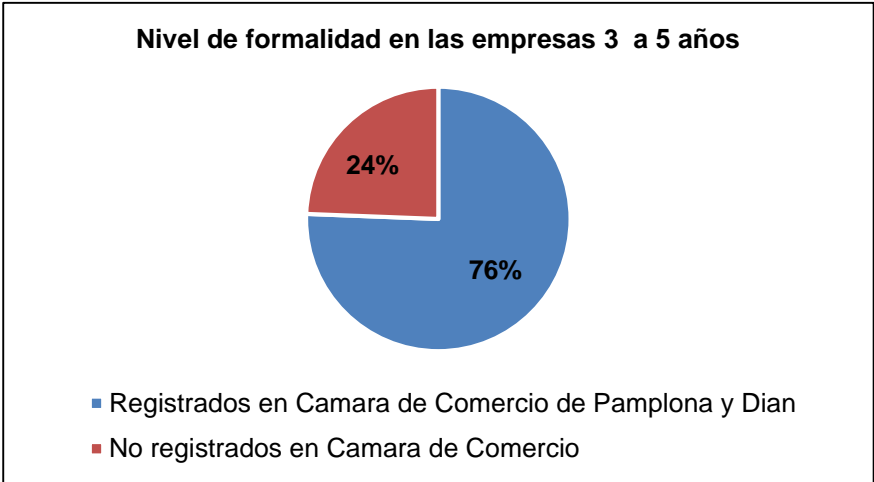
Este análisis se hace con el fin de conocer y determinar cómo ha sido el crecimiento de las empresas de tres a cinco años, así como su nivel de formalidad e informalidad, crecimiento por sectores y la informalidad de los mismos.

2.5.9.1. Formalidad e informalidad en empresas de 3 a 4 años en la ciudad de Pamplona

Tabla 2.8. Nivel de Informalidad en Empresa de 3 a 5 años

| Nivel de informalidad y formalidad en las empresas 3 a 5 años | Numero |
|---------------------------------------------------------------|--------|
| Registrados en cámara de comercio de pamplona y Dian | 217 |
| No registrados en cámara de comercio | 70 |
| Total | 287 |
| Fuente: Mendoza flores, diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 12. Nivel de formalidad en empresas de 3 a5 años



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

La información suministrada permitió conocer que la formalidad empresarial en la ciudad de Pamplona por parte de las empresas creadas de tres a cinco años se encuentra en un 76% equivalente a (217) empresas registradas, y constituidas legalmente según ley expedida por confecámaras y la superintendencia de industria, comercio y turismo

Así como también se demostró que la informalidad empresarial en empresas de tres a cinco años en la ciudad de Pamplona se encuentra en un 24% equivalente a (70) empresas que no están registradas en la Cámara de Comercio de Pamplona ni en la DIAN.

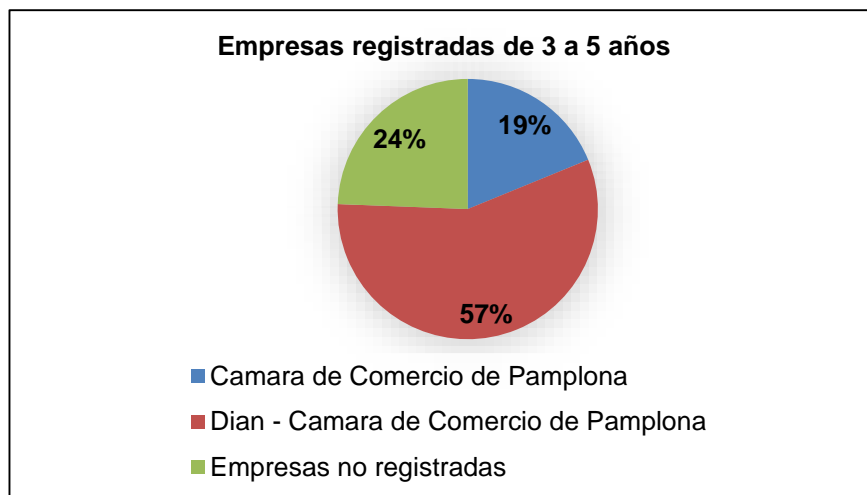
Por lo que se llegó a conclusión de que es necesario seguir realizando jornadas de sensibilización empresarial constantemente; para ir mitigando y combatiendo este flagelo que no solo afecta la economía de la ciudad sino también a muchos de los empresarios que están constituidos legalmente según la ley expedida por confecámaras y la superintendencia de industria, comercio y turismo, ya que muchas de estas entidades informales crean círculos de competencia desleal, corrupción, pérdida de competitividad, estructura empresarial frágil, mala prestación de servicios y ofrecen productos de mala calidad.

2.5.9.2. Empresas de 3 a 5 años en la ciudad de Pamplona registradas en Cámara de Comercio y DIAN, sólo en Cámara de Comercio y No registradas

Tabla 2.9. Empresas, registradas de 3 a 5 años

| Empresas registradas de 3 a 5 años | Numero |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| Cámara de comercio de pamplona | 54 |
| Dian - cámara de comercio de pamplona | 163 |
| Empresas no registradas | 70 |
| Total | 287 |
| Fuente: Mendoza flores, diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 13. Empresas registradas de 3 a 5 años



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

De acuerdo a la información analizada, se identificó que las empresas registradas de tres a cinco años en Cámara de Comercio y la DIAN están en un 57% equivalente a (163) empresas legalmente constituídas y registradas según la normativa vigente por el estado.

Por otro lado, también se conoció que un 24% equivalente a (70) empresas no están constituidos y registrados legalmente puesto que no cumplen con ninguna normativa vigente para el funcionamiento de la empresa según las normas del estado. Así como también se determinó que las empresas registradas solamente en la Cámara de Comercio de Pamplona se encuentran en un 19% equivalente a (54) empresas

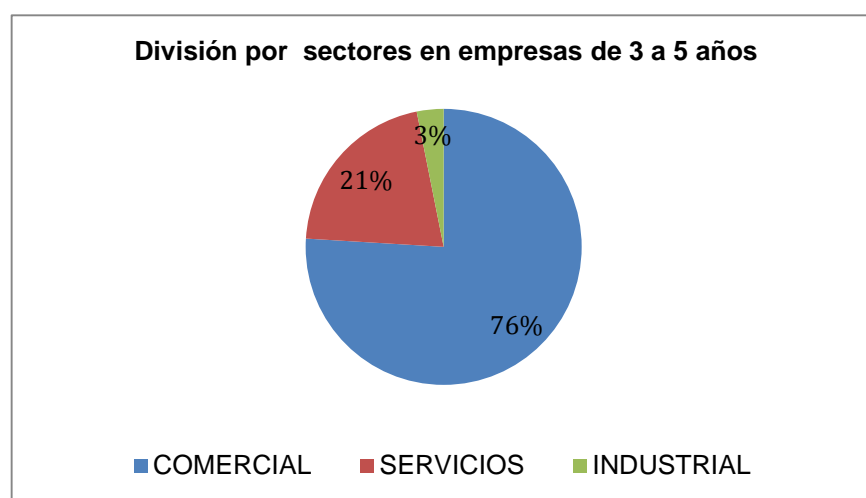
Por lo que se concluye que todavía es necesario realizar jornadas de sensibilización empresarial por parte de la Cámara de Comercio y la Dian para que los propietarios de establecimientos, empresas o entidades tomen conciencia de lo perjudicial que es la informalidad empresarial en una ciudad, departamento o país, ya que esto no solo trae consigo el decrecimiento para la economía, si no también círculos de competencias desleal, malas prácticas empresariales y baja competitividad mala calidad de los productos.

2.5.9.3. División por sectores en empresas de 3 a 5 años en la ciudad de Pamplona

Tabla 2.10. División de sectores en empresas de 3 a 5 años

| División por sectores en empresas de 3 a 5 años | Numero |
|--------------------------------------------------------------------|---------------|
| Comercial | 218 |
| Servicios | 60 |
| Industrial | 9 |
| Total | 287 |
| Fuente: Mendoza flores, diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 14. Divisan por sectores en empresas de 3 a 5



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Bajo los anteriores parámetros se deduce que la división de los sectores económicos en empresas de tres a cinco años en la ciudad de Pamplona es de la siguiente manera: sector comercial está en un 76% equivalente a (268) empresas, el sector de servicios en un 21% equivalente a (60) empresas y el industrial a un 3% equivalente (9) empresas.

Lo que permite concluir que el sector más representativo para las empresas creadas de tres a cinco años es el sector comercial, seguidamente el de servicios y por último el industrial que es uno de los sectores que se ha venido quedando más rezagado en la ciudad.

2.5.9.4. Informalidad por sectores en empresas de 3 a 5 años en la ciudad de Pamplona

Tabla 2.11. Informalidad de los sectores en empresas de 3 a 5 años

| Informalidad de los sectores en empresas de 3 a 5 años | Numero |
|-------------------------------------------------------------|--------|
| Empresas no registradas del sector comercial | 60 |
| Empresas no registradas del sector servicios | 9 |
| Empresas no registradas del sector industrial | 1 |
| Total | 70 |
| Fuente: Mendoza flores, diana Katherine. Elaboración propio | |

Figura 15. Informalidad en empresas de 3 a 5 años



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

La informalidad empresarial por sectores (comercial industrial y de servicios) en la ciudad de Pamplona para empresas de tres a cinco años se percibe, que un 86% equivalente a (166) empresas son del sector comercial, Seguidamente al sector de servicios con un 13% equivalente a (9) empresas y del sector industrial con un 1% equivalente a (1) empresas, que no están registradas y constituidas legalmente puesto que no cumplen con la normativa vigente por confecámaras e industria comercio, industria y turismo para funcionar en el país.

Por lo que se concluye, que el sector con más informalidad empresarial en empresas de tres a cinco años es el sector comercial, puesto que es uno de los sectores con mayor crecimiento económico por parte de los empresarios, seguidamente el de servicios y por último el industrial que a no ha tenido un crecimiento en estos últimos años.

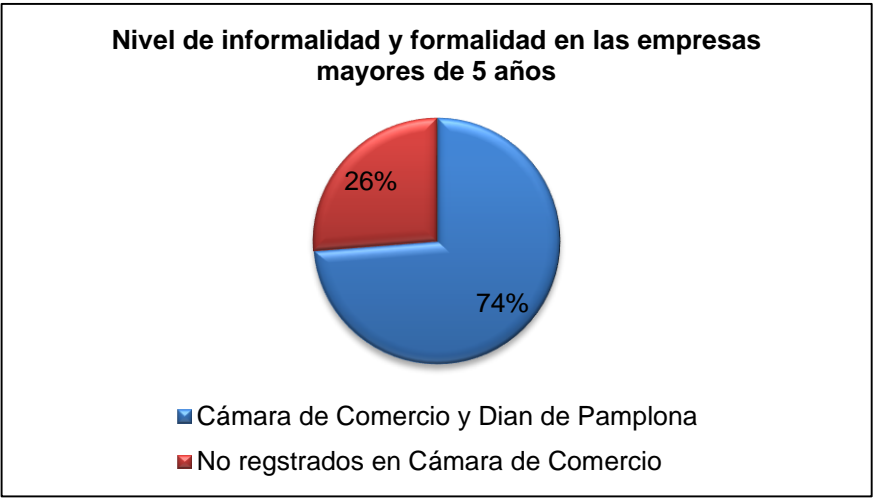
2.5.10. Análisis del crecimiento económico en empresas mayores de cinco años de la ciudad de Pamplona

Este análisis se hace con el fin de conocer y determinar cómo ha sido el crecimiento y evolución de empresas mayores de cinco años, así como u nivel de formalidad e informalidad, crecimiento por sectores y la informalidad de los mismos.

Tabla 2.12. Nivel de informalidad y formalidad empresarial en empresas mayores de 5 años

| Nivel de informalidad y formalidad en las empresas mayores de 5 años | Numero |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Cámara de Comercio y Dian de Pamplona | 396 |
| No registrados en Cámara de Comercio | 141 |
| Total | 537 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia | |

Figura 162. Nivel de informalidad y formalidad en empresas mayores de 5 años



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Del censo empresarial realizado por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona a un total 824 empresas, se encuentra que hay 537 empresas tienen una trayectoria empresarial mayores a cinco años en la ciudad, así como también se pudo establecer los niveles de formalidad e informalidad para las mismas. De acuerdo a lo anterior, se puede determinar que el nivel de formalidad empresarial para empresas mayores de cinco años en la ciudad de Pamplona se encuentra en un 74% equivalente a (396) empresas registradas y constituidas legalmente que cumplen toda la normativa vigente por el estado para su funcionamiento en el país.

Por otro lado, también se comprobó el nivel de informalidad empresarial en empresas mayores de cinco años en la ciudad de Pamplona, se encuentra en un 26% equivalente a (141) empresas que han dejado vencer su matrícula mercantil o definitivamente nunca estuvieron registradas en la Cámara de Comercio de Pamplona o en la DIAN.

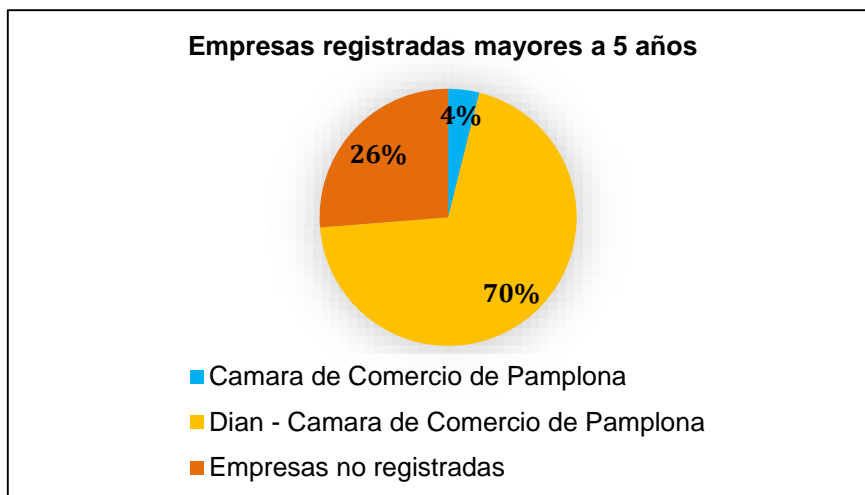
Por lo que se llega a la conclusión de que es necesario seguir creando e implementando estrategias que mitiguen la informalidad empresarial en la ciudad y en el país, ya que este tipo de fenómenos no solo limita el crecimiento de la economía de la economía del país, si no crecimiento de las empresas, poca posibilidad al acceso al crédito y servicios gubernamentales, nulo acceso a los mercados internacionales y vulnerabilidad frente a riesgos profesionales y pensionales de los trabajadores.

2.5.10.1. Empresas mayores de cinco años en la ciudad de Pamplona que se encuentran registradas en Cámara de Comercio y DIAN, solo en Cámara de Comercio y no registradas

Tabla 2.13. Información de empresas registradas mayores de 5 años

| Información empresas registradas mayores de 5 años | Numero |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| Cámara de comercio de pamplona | 21 |
| Dian - cámara de comercio de pamplona | 375 |
| Empresas no registradas | 141 |
| Total | 537 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 17. Empresas registradas mayor de 5 años



Fuente:

MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Según, la base de datos del censo empresarial realizado en el año de 2016 por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona a 824 empresas se puede determinar que 537 empresas tienen una trayectoria mayor a cinco años en el mercado y de las cuales encuentran registradas en la Cámara de Comercio y en la Dian un total de 70% equivalente a (377) empresas que cumplen con toda la normativa para su funcionamiento según las leyes y normas del estado. Así como también que un 26% equivalente a (141) empresas que no están constituidas y registradas legalmente ya que cumplen con ninguna normativa vigente para el funcionamiento de la empresa según las normas y leyes del estado.

En cuanto, las empresas mayores de cinco años que se encuentran registradas solamente en Cámara de comercio de Pamplona se encontramos que un 4% equivalente a (21) empresas no cumplen con toda la normativa vigente por el estado para su funcionamiento

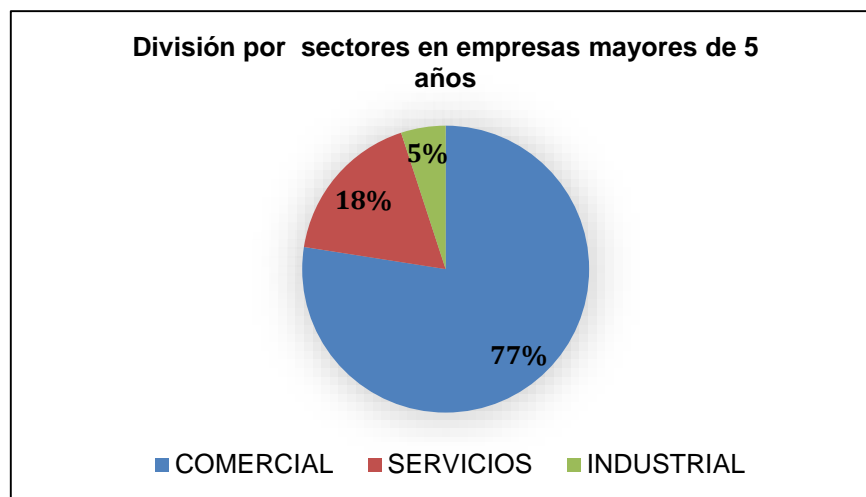
Por lo que se concluye, que la mayoría de las empresas que tiene más de cinco años funcionando en la ciudad de Pamplona cumplen la normativa vigente regida por el estado para el funcionamiento. Sin embargo, es necesario implementar estrategias para dar a conocer a los empresarios todos los beneficios que tiene al estar formalizados puesto que muchos de estos no los conocen.

2.5.10.2. Divisiones por sectores en empresas mayores de 5 años en la ciudad de Pamplona

Tabla 2.14. División de los sectores económicos en empresas mayores de 5 años-

| División por sectores en empresas mayores de 5 años | Numero |
|-------------------------------------------------------------|--------|
| Comercial | 416 |
| Servicios | 94 |
| Industrial | 27 |
| Total | 537 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 18. División de los sectores en empresas mayores de 5 años



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

De acuerdo a la base de datos suministrada por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona (CDE), se pudo establecer que la división de los sectores económicos (comercial. Industrial y de servicios) en empresas mayores a cinco años en la ciudad de Pamplona esta de la siguiente manera: sector comercial está en un 77% equivalente a (416) empresas, el sector de servicios en un 18% equivalente a (94) empresas y el industrial a un 5% equivalente (27) empresas.

De acuerdo a lo anterior, se concluye que el sector más representativo en las empresas con más de cinco años de trayectoria en la ciudad, es el sector comercial, seguidamente el de servicios y por último el industrial que es uno de los sectores que tiene menor participación en la economía de la ciudad de Pamplona

2.5.10.3. Informalidad por sectores en empresas mayores de 5 años en la ciudad de Pamplona

TABLA 2.15. Informalidad en los sectores en empresas mayores de 5 años

| Informalidad de los sectores en empresas mayores de 5 años | Número |
|-------------------------------------------------------------------|---------------|
| Empresas no registradas del Sector Comercial | 106 |
| Empresas no registradas del Sector Servicios | 22 |
| Empresas no registradas del Sector Industrial | 13 |
| Total | 141 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 19. Informalidad en los sectores en empresas mayores de 5 años



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

En cuanto a la informalidad empresarial por sectores (comercial industrial y de servicios) en la ciudad de Pamplona para empresas mayores a cinco años encontramos que un 75% equivalente a (106) empresas son del sector comercial, Se seguidamente encontramos al sector de servicios con un 16% equivalente a

(22) empresas y del sector industrial con un 9% equivalente a (13) empresas, que dejaron vencer la matrícula mercantil o nunca estuvieron registradas y constituidas legalmente por la normativa de confecámaras y comercio industria y turismo para funcionar en el país.

Por lo que se concluye, que el sector con más informalidad empresarial en empresas de mayores de cinco años es el sector comercial, puesto que, muchos de los empresarios dejaron vencer sus matrículas mercantiles porque no conocían los benéficos que le otorgaba la superintendencia y la Cámara de Comercio o también pudo ser porque no estuvieron registrados en la Cámara de comercio y la Dian.

2.5.11. Factores que inciden sobre la supervivencia empresarial

Las dificultades por las que atraviesa actualmente la economía del país y de nuestro entorno influyen en condiciones determinantes para el crecimiento y posibilidades de supervivencia de las empresas. Es por esto que las empresas más competitivas son las que mejor resisten las crisis y, por tanto, las que gozan de mayores posibilidades de supervivencia, lo cual explica que incluso en una situación de crisis, algunas de estas empresas, las más competitivas, estén mejorando sus resultados e incluso manteniendo y optimizando sus procesos.

Según la teoría de recursos y capacidades se plantea que las organizaciones son diferentes entre sí en función de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado. Es decir, esta teoría busca identificar al factor humano como variable competitivo fundamental y responsable directo del éxito o del fracaso empresarial de una empresa.

Sin embargo, hoy en día la formación y los conocimientos adquiridos por la experiencia laboral son considerados como un factor clave para la mejora de la competitividad empresarial. Ya que la capacitación atiende a la importancia que se le da al factor humano como un determinante de la competitividad, se considera que este es el medio por donde una empresa u organización pueden desarrollar y mantener ventajas competitivas que le permitan sostenerse en una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan.

De esta manera, el conjunto de tareas o actuaciones que despliega las empresas u organizaciones a través de sus recursos humanos conforman las estrategias que una vez planificadas y desarrolladas pueden convertirse en una ventaja competitiva.

Dentro de los factores que inciden para la supervivencia de una organización en este mundo tan creciente y globalizado es determinar los factores propios o específicos de la empresa como el tamaño, el sector al que pertenece, la actividad innovadora, la estructura financiera inicial, el carácter, la orientación al mercado externo, entre otras.

El siguiente factor que es determinante para la supervivencia empresarial es la relación con la dinámica del sector o industria donde opera la empresa, principalmente, el crecimiento en la producción o ventas de la industria, la estructura de competencia y los flujos de entrada de nuevas empresas al mercado.

Y, por último, están las variables de localización geográfica como el grado de desarrollo de la región donde opera empresa.

Figura 20. Determinantes de la supervivencia empresarial



Fuente. Confecámaras

2.5.12. Variables que explican la supervivencia empresarial en Colombia:

- Organización orientada a la innovación: es una variable que mide el grado colaboración y el nivel de mecanismos e incentivos hacia la detección y desarrollo de nuevas ideas por parte de los empleados de la compañía.

- Capacidad de investigación de la empresa: permite conocer el grado de actividades internas dedicadas a la investigación, rotación de los empleados, participación en foros y conferencias.
- El Producto: si una Empresa no se diversifica tiene menos probabilidades de Supervivencia a largo plazo en el mercado.
- El Mercado: el eterno juego de la oferta y demanda, cualquier modificación no prevista en éste equilibrio amenaza la Supervivencia de la Empresa.
- La Tecnología: ya sea un atraso o un adelanto tecnológico afecta la supervivencia de la empresa. Puesto que puede haber una innovación brillante en nuestro sector y no podamos acceder a ella por motivos de falta de capital.
- La Competencia: en el entorno tan globalizado y cambiante en el que vivimos hoy día, es imposible prever con exactitud quienes serán parte de nuestra competencia a futuro, ya que los competidores de mañana dependerán de las políticas económicas de cada país, de factores macroeconómicos que afecten el valor de las distintas monedas y de la estrategia industrial de cada una de las empresas

2.5.13. Supervivencia de las empresas en la ciudad de Pamplona.

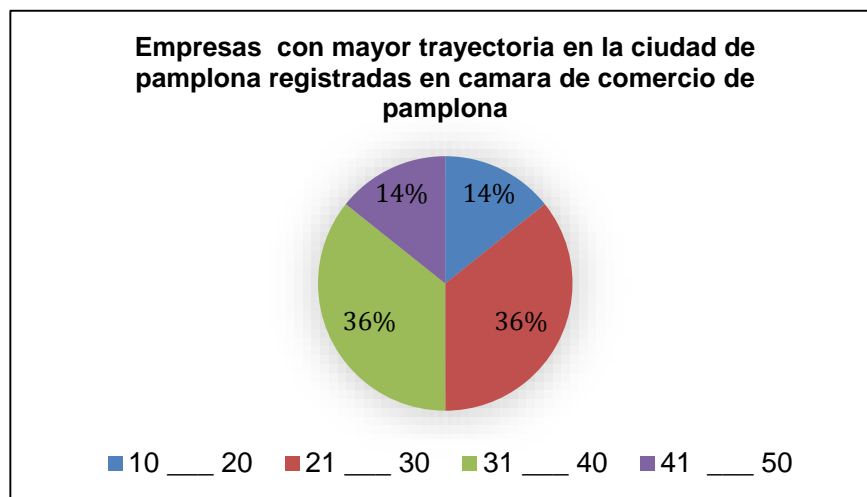
Realizada la tabulación en la base de datos suministrada por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona y comparada con la base de datos de la Cámara de comercio se pudo conocer como ha sido el crecimiento y supervivencia de las empresas en la ciudad de Pamplona.

Tabla 2.16. Empresas con mayor trayectoria de Pamplona registradas en Cámara de Comercio

| Tiempo | Años |
|------------|------|
| 10 ____ 20 | 2 |
| 21 ____ 30 | 5 |
| 31 ____ 40 | 5 |
| 41 ____ 50 | 2 |
| Total | 14 |

Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Figura 21. Empresas con mayor trayectoria en Pamplona registradas en Cámara de Comercio



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

De acuerdo a la base datos suministrada por el centro de desarrollo empresarial de la universidad de pamplona (CDE) y corroborada por el registro único tributario (RUES) se pudo se pudo conocer que las empresas con mayor trayectoria en la ciudad de pamplona de 10 a 20 años están en un 14% equivalente a (2) empresa, de 21 a 30 años en un 36% equivalente a (5) empresas, de 31 a 40 años en un 36% equivalente a (5) empresas y de 41 a 50 en 14% equivalente a (2) empresas.

Lo anterior permite concluir que muchas de las empresas que se crean en la ciudad de Pamplona muy pocas llegan a tener una trayectoria en la ciudad de pamplona, sin embargo, es necesario diseñar estrategias para las empresas se capaciten y se fortalezcan para enfrentar este mundo tan globalizado y cambiante.

2.6 APLICAR EL FORMATO DE CALIDAD PRO – FO – 08 EN LA ZONA CÉNTRICA DE LA CIUDAD DE PAMPLONA PARA CONOCER LAS NECESIDADES DE LOS COMERCIANTES

Para la elaboración del plan de fortalecimiento empresarial 2018 que tiene por objeto impulsar los diferentes sectores de la ciudad de Pamplona, se realizará un diligenciamiento del PRO - FO - 08 del sistema de gestión de calidad de la cámara de comercio de Pamplona en toda la zona céntrica de la ciudad puesto que en esta zona es en donde se concentra la mayor población de comerciantes.

Adicionalmente lo que se busca con el diligenciamiento de este registro en la zona céntrica de la ciudad es poder conocer cuáles son las necesidades, expectativas y requerimientos que tienen los empresarios para la elaboración de este plan de fortalecimiento empresarial el cual le permitirá mejorar muchos de los empresarios los procesos en las empresas

En relación al tamaño de la muestra para la realización del plan de fortalecimiento empresarial, no se definió, puesto que es importante conocer las necesidades de los empresarios de la zona céntrica. Las zonas a las cuales se les aplicó el PRO-FO- 08 para trabajar el plan de fortalecimiento empresarial son:

ZONA 1: inicia en la heladería drucky y termina en el hotel cariongo
DIRECCIÓN: la carrera 5

ZONA 2: Inicia en el Colegio Galán y termina en la Plazuela Almeyda
DIRECCIÓN: la carrera 6

ZONA 3: inicia en el Hospital y termina en Cámara de Comercio
DIRECCIÓN: la calle 5

ZONA 4: Inicia en el servientrega y termina en la iglesia del niño huerfanito
DIRECCION: la Calle 6

Además, en esta zona también se trabajará la casa de mercado y surtimax mediante un muestreo aleatorio sistemático simple, con el objetivo de dar a conocer las necesidades y requerimientos del comerciante. Por lo que se aplica 50 encuestas en la casa de mercado, 15 en surtimax y 10 en el mercado Verona

ZONA 5: Inicia en Centrales Eléctricas y termina en los establecimientos frente de la casa de mercado

DIRECCION: la calle 7

Dentro de esta zona también se trabajará el centro comercial san Andresito, mediante un muestreo aleatorio sistemático simple, con el fin de conocer las necesidades y sugerencias de los comerciantes en esa zona. Por lo que se aplicaran 30 encuestas

ZONA 6: inicia en el terminal de transporte y termina en la casona

DIRECCIÓN: la calle 4

ZONA 7: Barrio el Camellón Hasta el Hospital san juan de Dios

DIRECCIÓN: Carrera 9

ZONA 8: la Avenida celestino inicia en la tienda la universidad de pamplona hasta el colegio José Antonio Galán

DIRECCIÓN: la calle 2

ZONA 9: inicia en la institución educativa Bethlemitas Brighton sección básica secundaria y termina enfrente de la tienda la Universidad de Pamplona.

DIRECCION: la carrera 4

ZONA 10: inicia en el ISER y termina en el Colegio el Cambridge

DIRECCIÓN: la calle 8

ZONA 11: inicia en el hotel cariongo de pamplona hasta la biblioteca municipal.

DIRECCIÓN: la calle 9.

ZONA 12: inicia en cuatro esquinas hasta la clínica y se desvían hacia el pasaje Florián (estación de Bomberos)

DIRECCIÓN: carrera 8 – hasta calle 11

ZONA 13: Inicia en la institución educativa Gabriela mistral y termina en centrales eléctricas (CENS)

DIRECCIÓN: Carrera 7

ZONA 14: Inicia en la iglesia del Humilladero y termina en auteco chapinero

DIRECCIÓN: Carrera 7

2.7 ANÁLISIS DEL PRO-FO 08 APLICADO EN LA ZONA CÉNTRICA DE LA CIUDAD DE PAMPLONA.

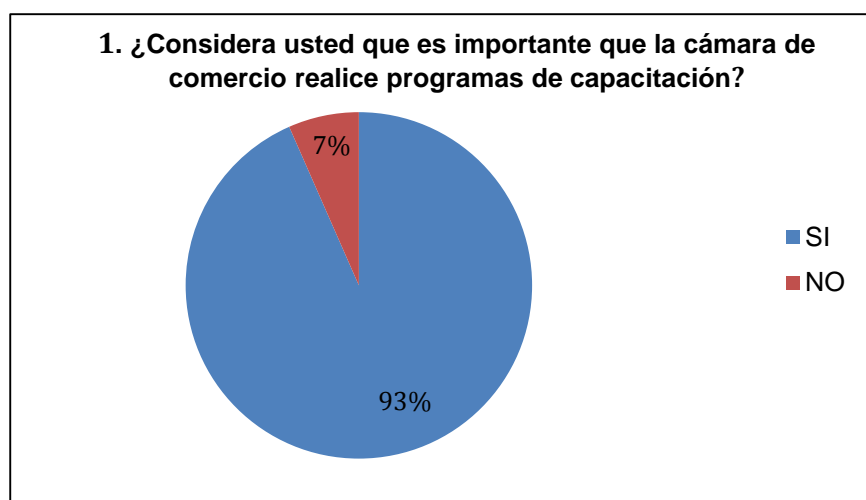
Aplicado, tabulado y graficado el PRO-FO-08 del sistema de gestión de calidad de la cámara de comercio de Pamplona se encontró la siguiente información para la elaboración del plan de fortalecimiento empresarial con el fin de impulsar los sectores de la ciudad. De pamplona

2.7.1. Análisis de la pregunta número 1 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. ¿Considera usted que es importante que la Cámara de Comercio realice programas de capacitación?

Tabla 2.17 Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector comercial

| 1. ¿considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación? | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| si | No |
| 326 | 23 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propi | |

Figura 22. Considera usted importante que la Cámara de Comercio realice programas de capacitación en el sector comercial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Con respecto al diligenciamiento del PRO-FO-08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona para un total de 485 empresas, encontramos que 349 empresas pertenecen al sector comercial y quienes en un 7% equivalente a (23) empresas respondieron que no era necesario que la Cámara de Comercio de Pamplona realizar programas de capacitación externa para los empresarios.

Así como también se observó que de los 349 establecimientos que pertenecen al sector comercial contestaron en un 93% equivalente a (326) empresas que consideran oportuno, importante y pertinente que la cámara de comercio de Pamplona realice programas de capacitación que les permita mejorar, avanzar y optimizar los diferentes procesos tanto internos como externos de las organizaciones.

Es por ello, que mediante este plan de fortalecimiento empresarial en capacitaciones lo que se busca es generar una conciencia en el empresario, para que muchos de los procesos que existen en la organización mejoren y no se queden rezagados como actualmente lo están. Porque cuando una empresa se capacita no solo favorece al crecimiento del personal y de la organización, sino que también contribuye de manera positiva al crecimiento del sector al que pertenecen.

Además de permitirá contar con un personal, capacitado, calificado y productivo, le permitirá a la organización implementar estrategias que vayan al logro de los objetivos institucionales Y derivados de la planeación estratégica. Dentro de los beneficios que obtendrán las organizaciones son:

- Mayor probabilidad de consecución de los objetivos planteados por la empresa
- Mayor retención de personal en la organización, esto si se orienta a hacer sentir al empleado importante dentro de la misma.
- Empleados motivados.
- Desarrollo de sentido de pertenencia por parte del empleado a la empresa
- Gran ventaja competitiva local e internacional

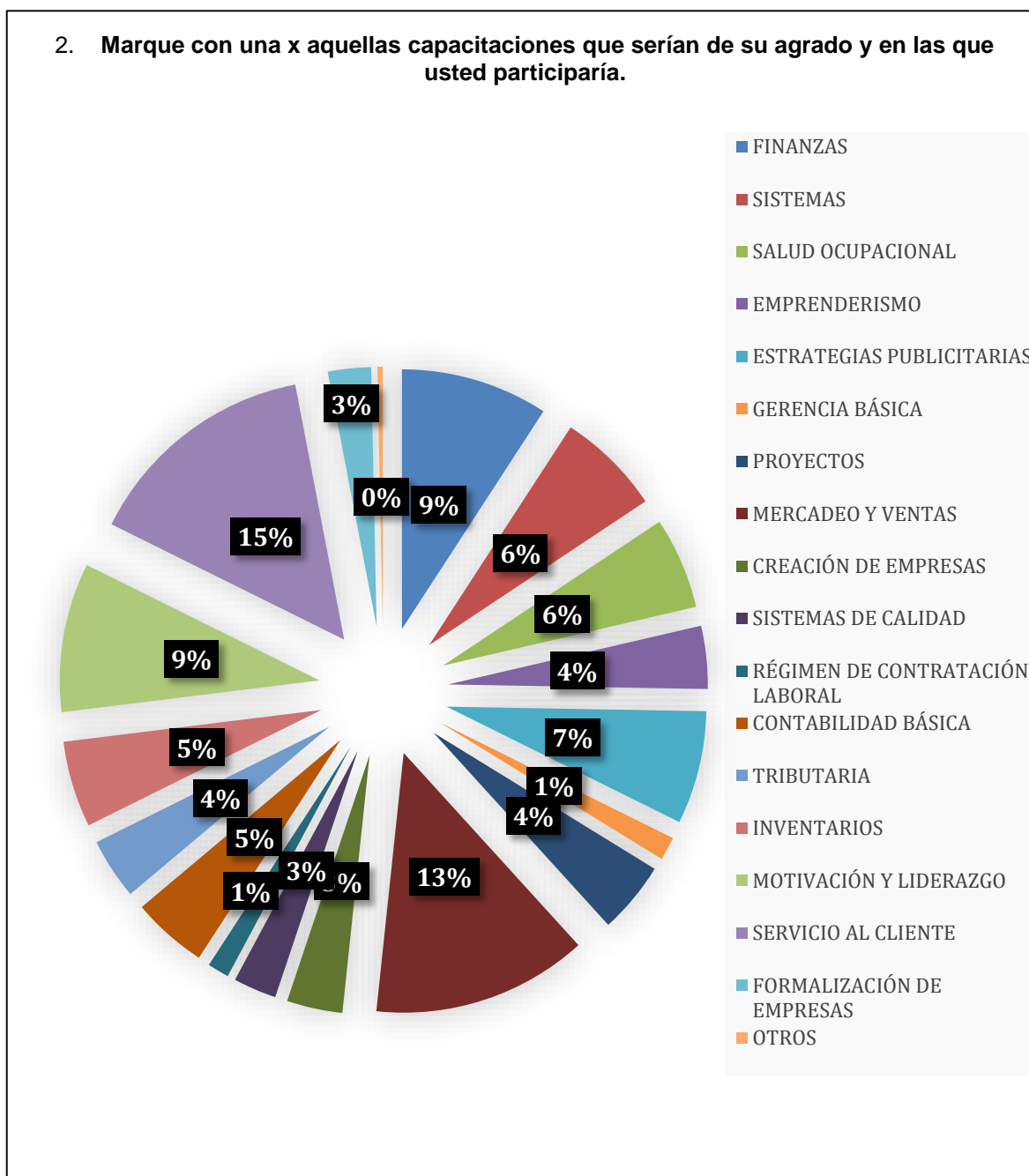
- Trabajo con calidad
- Mejoramiento del clima laboral
- Tener más capacidad de resolución de problemas

2.7.2. Análisis de la pregunta número 2 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría

Tabla 2.18. Capacitaciones que serían de su agrado y en la que usted participaría en el sector comercial

| 2. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría. | Número de veces seleccionada la capacitación |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Finanzas | 82 |
| Sistemas | 58 |
| Salud ocupacional | 51 |
| Emprenderismo | 35 |
| Estrategias publicitarias | 63 |
| Gerencia básica | 13 |
| Proyectos | 40 |
| Mercadeo y ventas | 120 |
| Creación de empresas | 31 |
| Sistemas de calidad | 24 |
| Régimen de contratación laboral | 12 |
| Contabilidad básica | 42 |
| Tributaria | 34 |
| Inventarios | 48 |
| Motivación y liderazgo | 83 |
| Servicio al cliente | 131 |
| Formalización de empresas | 24 |
| Otros | 2 |

Figura 23, capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector Comercial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia.

Según la encuesta aplicada los 326 empresas del sector comercial de la ciudad de Pamplona, se encuentra que les gustaría que les realizaran capacitaciones en: finanzas en un 9%, Sistemas en un 6%, Salud ocupacional en un 6% emprendimiento en un 4%, estrategias publicitarias en un 7%, gerencia básica en un 1%, proyectos en un 4%, mercadeo y ventas en un 13%, Creación de empresas en un 3%, Sistemas de calidad en un 3%, Régimen de contratación laboral en 1%, Contabilidad básica en un 5%, Tributaria en un 4%, Inventarios en un 5%, Motivación y liderazgo en un 9%, Servicio al cliente en un 15% y la formalización de empresas en un 4%.

Por lo que se concluye que para los empresarios de la ciudad de pamplona les gusta que realicen este tipo de capacitaciones puesto que les permite obtener nuevos conocimientos y destrezas para desempeñarse en el entorno globalizado y cambiante al que pertenecemos.

Sin embargo, se evidencia que a pesar de que el empresario tiene toda la disposición de ir a las diferentes capacitaciones que realiza la Cámara de Comercio de Pamplona, no se ha observado que estén aplicado muchos de los conocimientos que se les transfieren en las capacitaciones, talleres, diplomados y conferencias, ya que se ha observado que la mayoría empresas o establecimientos de este sector son poco innovadores y competitivos; puesto que no tiene una particularidad o característica diferenciadora de los demás establecimientos constituidos en este sector.

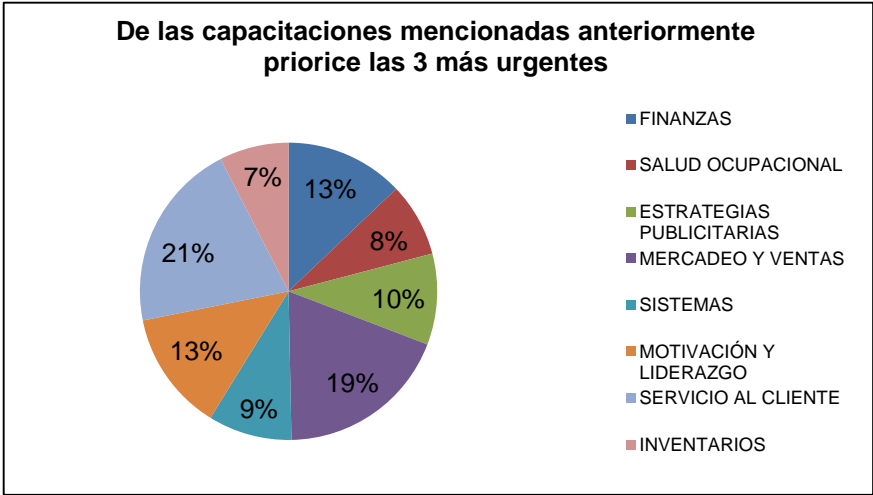
Por lo que es necesario implementar estrategias y capacitaciones para que solamente atienda las necesidades y requerimiento de los empresarios y trabajadores de este sector, que es lo que buscamos con la elaboración de este plan de fortalecimiento empresarial

2.7.3. Análisis de la pregunta número 3 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, mencionadas cuál de las capacitaciones anteriormente mocionadas son las más prioritarias., mencione tres

Tabla 2.19. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector comercial

| 3. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes | Número de veces seleccionada la capacitación |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Finanzas | 82 |
| Salud ocupacional | 51 |
| Estrategias publicitarias | 63 |
| Mercadeo y ventas | 120 |
| Sistemas | 58 |
| Motivación y liderazgo | 83 |
| Servicio al cliente | 131 |
| Inventarios | 48 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia | |

Figura 24. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector comercial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

De acuerdo a las 326 empresas encuestadas del sector comercial de la ciudad de Pamplona, se puede conocer que los temas con mayor prioridad para los empresarios del sector comercial son: servicio al cliente con un 21% equivalente a (131) empresas, mercadeo y ventas con un 19% equivalente a (120) empresas, finanzas en un 13% equivalente a (82) empresas, motivación y liderazgo con un 13% equivalente a (83) empresas, estrategias publicitarias en un 10% equivalente a (63) empresas, sistemas en un 9% equivalente a (58) empresas, salud

ocupacional en un 8% equivalente a (51) empresas e inventarios en un 7% equivalente a (48) empresas.

Es por ello que estas capacitaciones van hacer la base para la realización del plan de fortalecimiento empresarial que se va realizar con el fin de impulsar el sector comercial, puesto que la economía de la ciudad depende netamente de este sector.

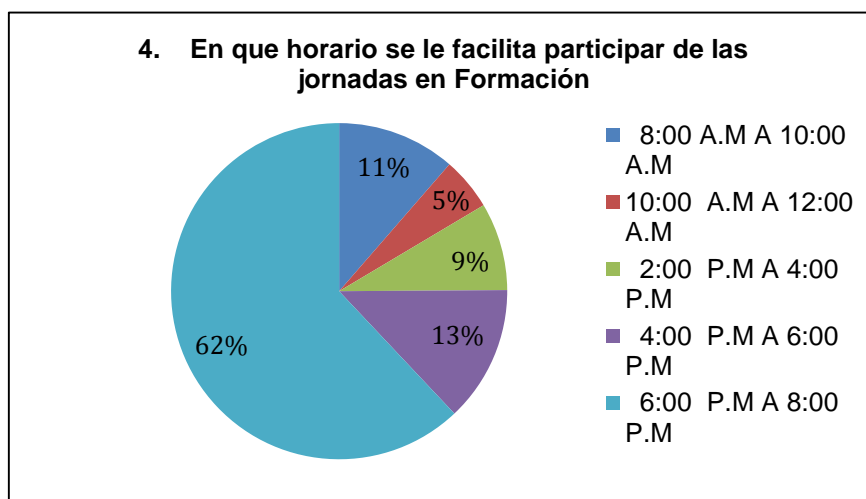
Por otra parte, nos servirá como base para la realización de un plan genérico de capacitaciones internas y externas, para que los empresarios de este sector puedan acceder a las capacitaciones con el fin de mejorar muchos de los procesos internos y externos de las organizaciones. Es por esto que la Cámara de Comercio de Pamplona debe crear y brinda estrategias para que los empresarios de la ciudad se capaciten e informar de los cambios que se están viviendo en el mercado.

2.7.4. Análisis de la pregunta número 4 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. En qué horario se le facilita participar de las jornadas de formación

Tabla 2.20. En qué horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector comercial

| 4. En que horario se le facilita participar de las jornadas en formación | Número de veces seleccionado |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 8:00 a.m a 10:00 a.m | 27 |
| 10:00 a.m a 12:00 a.m | 12 |
| 2:00 p.m a 4:00 p.m | 20 |
| 4:00 p.m a 6:00 p.m | 31 |
| 6:00 p.m a 8:00 p.m | 147 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia | |

Figura 35. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector comercial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

De acuerdo a la información suministrada por las 326 empresas encuestadas del sector comercial de la ciudad de Pamplona, se puede conocer que a los empresarios de este sector les gustaría participar en capacitaciones de 06:00 PM – 08:00 pm un 66% equivalente a (147) empresas, de 4:00 pm a 8:00 pm en un 13% equivalente a (31) empresas, de 08:00 AM a 10:00 AM un 11% equivalente a (27) empresas, de 2:00 PM a 4:00 PM. Un 9% equivalente a (20) empresas y de 10:00 AM a 12:00 PM en un 5% equivalente a (12) empresas

Lo que permite concluir que los horarios más idóneos para realizar cualquier tipo de Capacitación o actividad para los empresarios del sector comercial serían de 06:00 PM – 08:00 PM y de 4:00PM A 6:00 PM, según las encuestas aplicada a los empresarios del sector comercial, dado que en ese horario ya han salido de sus horas laborales.

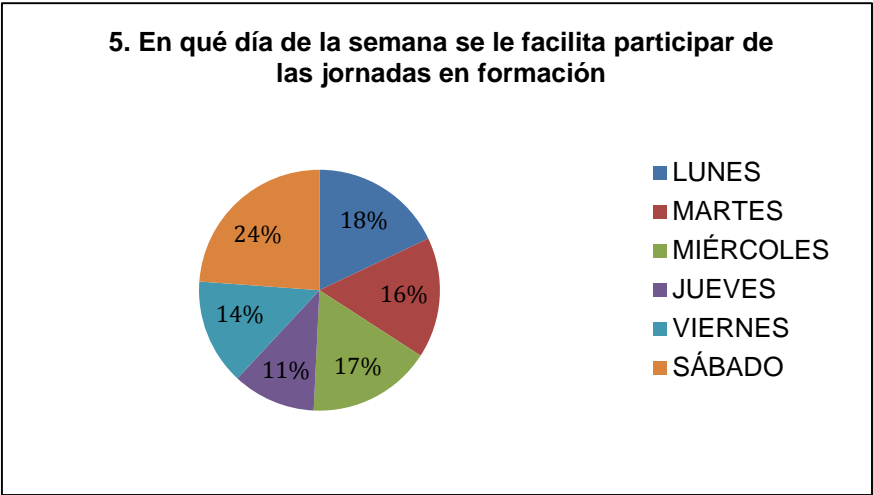
Es por ello, que la Cámara de Comercio de Pamplona debe crear y manejar este tipo de horarios para la realización de los diferentes talleres, capacitaciones, seminarios y diplomados que realizan, puesto que en este tipo de horarios se facilita más la asistencia y podrá asistir porque se informe y adquiera nuevos conocimientos

2.7.5. Análisis de la pregunta número 5 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector COMERCIAL, denominada. Que dice en horario se le facilita participar de las jornadas de formación.

Tabla 2.21. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación

| 5. En qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación | Número de veces seleccionado |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Lunes | 82 |
| Martes | 74 |
| Miércoles | 76 |
| Jueves | 51 |
| Viernes | 65 |
| Sábado | 109 |
| Fuente: Mendoza Flórez, diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 46. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Según las encuestadas aplicadas a 326 empresas del sector comercial de la ciudad de Pamplona, se encontro que se les facilitan las capacitaciones, talleres y diplomados que realice la camara de comercio de Pmaplona el dia sabado con un 24%equivalente a (109) empresas,el dia lunes un 18% equivalente a (82) empresas, el dia miercoles con un 17% equivalente a (76) empresas, el dia martes con un 16% equivalente a (74) empresas, el dia viernes con un 14%

equivalen a (65) empresas y por último el día jueves con un 11% equivalente a (51) empresas.

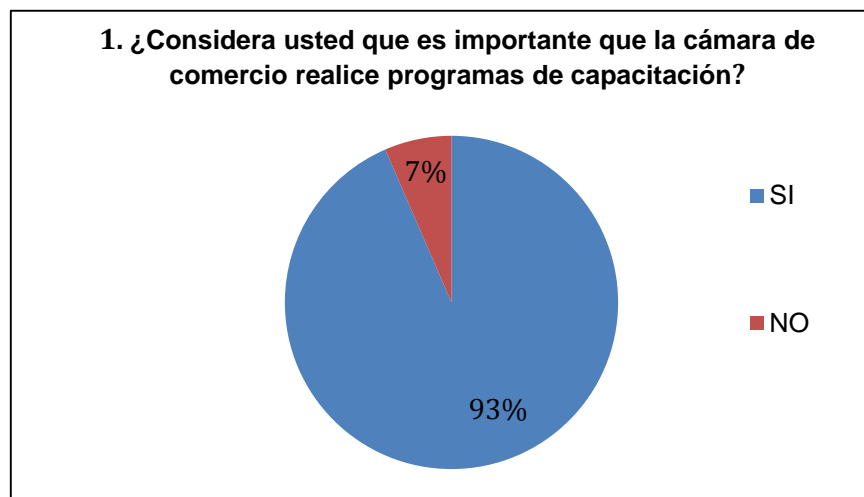
Lo que nos lleva a concluir que los días lunes y sábados son las jornadas más aptas para realizar las diferentes capacitaciones, talleres, charlas y diplomados puesto que muchos de los empresarios o trabajadores han terminado sus actividades laborales. Es por ello que para el plan de fortalecimiento empresarial deben tener en cuenta este ítem pues es indispensable para tener la mayor cobertura y asistencia posible de los empresarios de Pamplona.

2.7.6. Análisis de la pregunta número 1 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, del Sector SERVICIOS. Denominada. ¿Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación?

Tabla 2.22. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector de servicios

| 1. ¿considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación? | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Si | No |
| 115 | 8 |
| Fuente: Mendoza Flórez, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 57. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector de servicios



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Con respecto al diligenciamiento del PRO-FO-08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona a un total de 485 empresas, se puede percibir que 123 empresas pertenecen al sector servicios y quienes en un 7% equivalente a (8) empresas respondieron que no era necesario que la Cámara de Comercio de Pamplona realizar programas de capacitación externa e internas para los empresarios.

Así como también se observó que de los 115 establecimientos que pertenecen al sector comercial contestaron en un 93% equivalente a (115) empresas que consideran pertinente, significativo y apto que la cámara de comercio de Pamplona realice programas de capacitación que les permita mejorar, avanzar y mejorar los diferentes procesos tanto internos como externos de las organizaciones.

Es por ello, que mediante este plan de fortalecimiento empresarial en capacitaciones lo que buscamos es generar una conciencia en el empresario, para que muchos de los procesos que existen en la organización mejoren y no se queden rezagados como actualmente lo están. Porque cuando una empresa se capacita no solo favorece al crecimiento interno y externo y de la organización, sino que también contribuye de manera positiva al crecimiento del personal que labora allí.

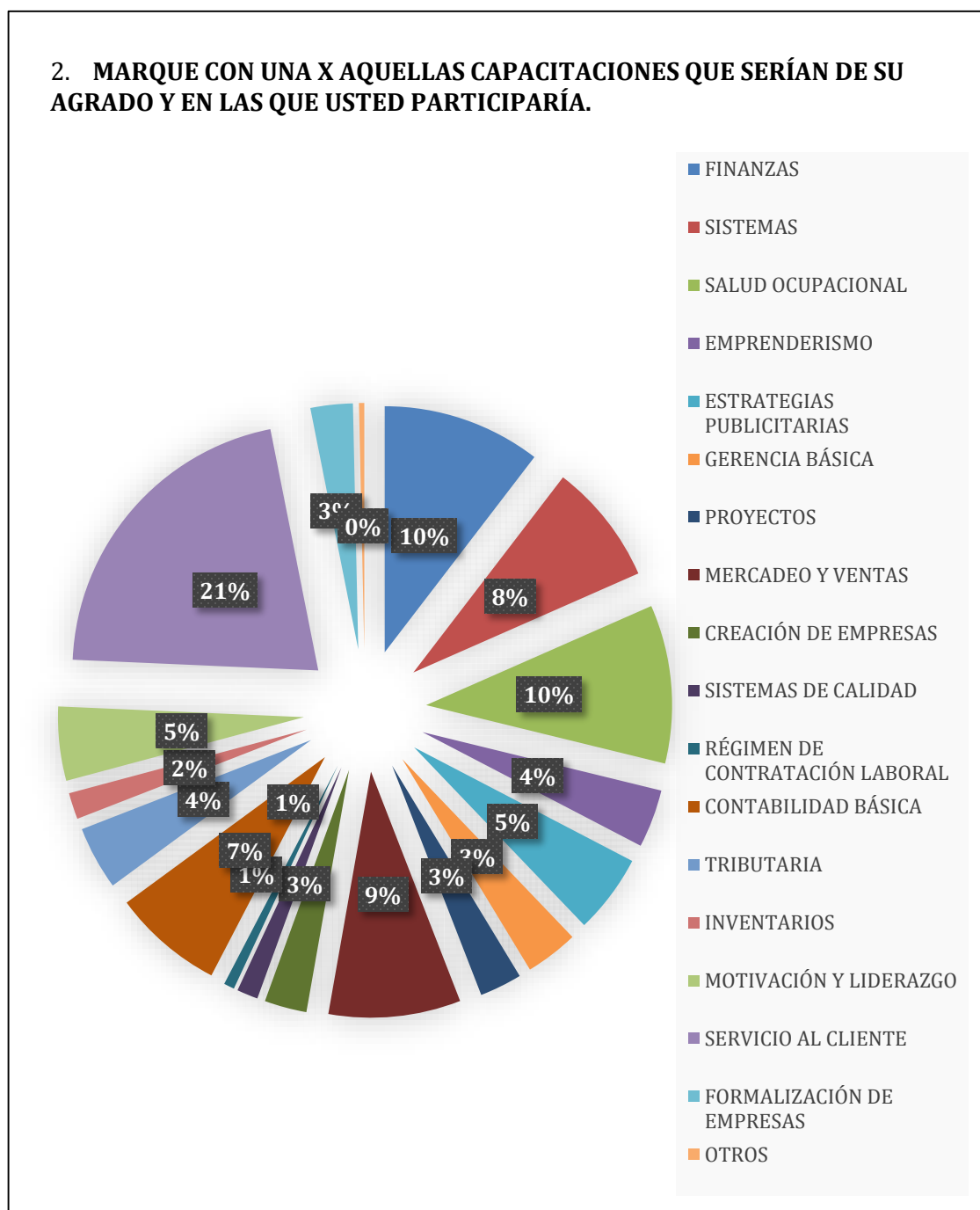
Sin embrago, la capacitación es una herramienta que no sólo beneficia a los colaboradores, sino también a las empresas, ya que al tener dentro de sus propias organizaciones profesionales competitivos y preparados, permitirá a la compañía mejorar y avanzar en los diferentes obstáculos que se presentan en el futuro.

2.7.7. Análisis de la pregunta número 2 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, sector SERVICIOS, denominada. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado.

Tabla 2.23. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector de servicios.

| 2 Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría. | Número de veces seleccionada |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Finanzas | 30 |
| Sistemas | 23 |
| Salud ocupacional | 30 |
| Emprenderismo | 11 |
| Estrategias publicitarias | 15 |
| Gerencia básica | 10 |
| Proyectos | 8 |
| Mercadeo y ventas | 25 |
| Creación de empresas | 8 |
| Sistemas de calidad | 4 |
| Régimen de contratación laboral | 2 |
| Contabilidad básica | 21 |
| Tributaria | 12 |
| Inventarios | 5 |
| Motivación y liderazgo | 14 |
| Servicio al cliente | 61 |
| Formalización de empresas | 8 |
| Otros | 1 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 68. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector de servicios.



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Según la encuesta aplicada los 115 empresas del sector de servicios de la ciudad de Pamplona, se encontró que les gustaría que les realizaran capacitaciones en: finanzas en un 10% equivalente a (30) empresas, Sistemas en un 8% equivalente a (23) empresas, Salud ocupacional en un 10% equivalente a (30) empresas, emprendimiento en un 4% equivalente a (11) empresas, estrategias publicitarias en un 3% equivalente a (15) empresas, gerencia básica en un 3% equivalente a (10) empresas, proyectos en un 3% equivalente a (8) empresas, mercadeo y ventas en un 9% equivalente a (25) empresas, Creación de empresas en un 3% equivalente a (8) empresas, Sistemas de calidad en un 1% equivalente a (4) empresas, Régimen de contratación laboral en 0% equivalente a (2) empresas, Contabilidad básica en un 7% equivalente a (21) empresas, Tributaria en un 4% equivalente a (12) empresa, Inventarios en un 2% equivalente a (5) empresa, Motivación y liderazgo en un 5% equivalente a (14) empresas, Servicio al cliente en un 21% equivalente a (61) empresas la formalización de empresas en un 5% equivalente a (8) empresa.

Por lo que se concluye que para los empresarios de la ciudad de Pamplona les gusta que realicen este tipo de capacitaciones puesto que les permite obtener nuevos conocimientos y destrezas para desempeñarse en el entorno globalizado y cambiante al que pertenece.

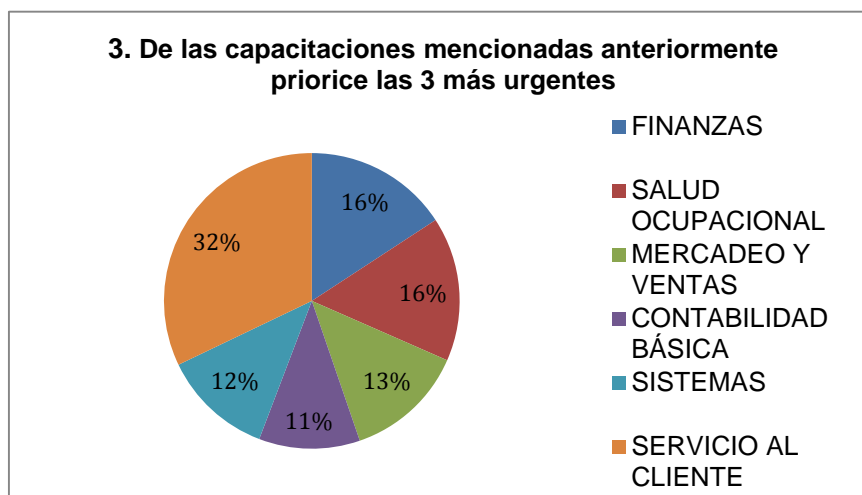
Sin embargo, se evidencia que a pesar de que el empresario tiene toda la disposición de ir a las diferentes capacitaciones que realiza la Cámara de Comercio de Pamplona, no se ha observado que estén aplicado muchos de los conocimientos que se les transfieren en las capacitaciones, talleres, diplomados y conferencias, ya que se ha observado que la mayoría empresas o establecimientos de este sector son poco innovadores y competitivos; puesto que no tiene una particularidad o característica diferenciadora de los demás establecimientos constituidos en este sector.

2.7.8. Análisis de la pregunta número 3 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, del Sector SERVICIOS. Cuál de las capacitaciones anteriormente mocionadas son las más prioritarias, mencione tres.

Tabla 2.24. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector de servicios

| 3. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes | Número de veces seleccionada |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Finanzas | 30 |
| Salud ocupacional | 30 |
| Mercadeo y ventas | 25 |
| Contabilidad básica | 21 |
| Sistemas | 23 |
| Servicio al cliente | 61 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 297. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector de servicios.



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

De acuerdo a las 115 empresas encuestadas del sector de servicios de la ciudad de Pamplona, se puede conocer que los temas con mayor prioridad para los empresarios del sector son: servicio al cliente con un 32% equivalente a (61) empresas, finanzas en un 16% equivalente a (30) empresas, salud ocupacional en un 16% equivalente a (30) empresas, mercadeo y ventas con un 13% equivalente a (25) empresas, sistemas en un 12% equivalente a (23) empresas y contabilidad básica en un 11% equivalente a (22) empresas.

Es por ello que estas capacitaciones van hacer la base para la realización del plan de fortalecimiento empresarial que se va realizar con el fin de impulsar el sector de servicios, puesto que este sector a futuro servirá para impulsar la economía de la ciudad ya que actualmente dependemos en un 77% del sector del comercial.

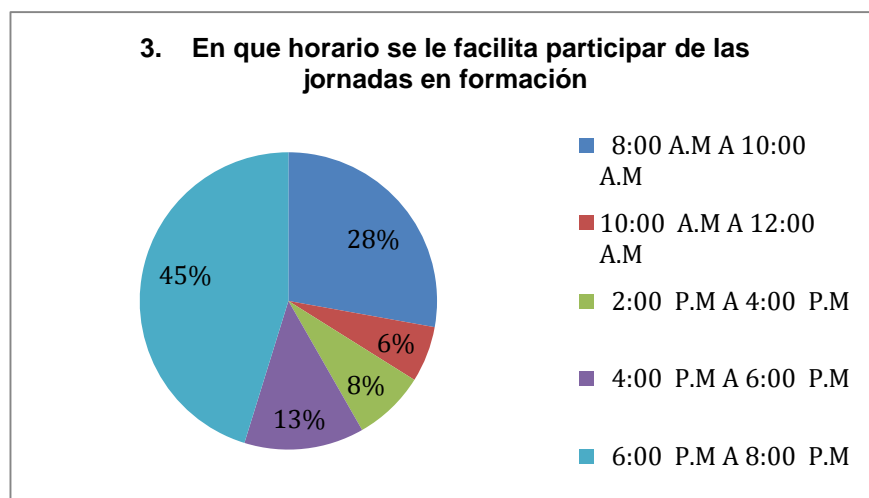
Por otra parte, servirá como base para la realización de un plan genérico de capaciones internas y externas, para que los empresarios de este sector puedan acceder a las capacitaciones con el fin de mejorar muchos de los procesos internos y externos de las organizaciones. Es por esto que la Cámara de Comercio de Pamplona debe crear y brinda estrategias para que los empresarios de la ciudad se capaciten e informar de los cambios que se están viviendo en el mercado.

2.7.9. Análisis de la pregunta número 4 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector SERVICIOS, denominada, ¿En qué horario se le facilita participar de las jornadas de formación?

Tabla 2.25. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de servicios

| 4. En que horario se le facilita participar de las jornadas en formación | Número de veces seleccionada |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 8:00 a.m a 10:00 a.m | 32 |
| 10:00 a.m a 12:00 a.m | 7 |
| 2:00 p.m a 4:00 p.m | 9 |
| 4:00 p.m a 6:00 p.m | 15 |
| 6:00 p.m a 8:00 p.m | 52 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia | |

Figura 80. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de servicios



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Según a las 115 empresas encuestadas del sector de servicios de la ciudad de Pamplona, se puede conocer que a los empresarios de este sector les gustaría participar en capacitaciones de 06:00 PM a 08:00 pm un 45% equivalente a (52) empresas, de 08:00 AM a 10:00 AM un 28% equivalente a (32) empresas, de 4:00 PM A 8:00 PM en un 13% equivalente (15) empresas, de 2:00 PM A 4:00 PM un 8% equivalente (9) empresas y de 10:00 AM A 12:00 PM se encuentran en un 6% equivalente a (7) empresas.

Lo que lleva a concluir que los horarios más idóneos para realizar cualquier tipo de Capacitación o actividad para los empresarios del sector de servicios serían de 08:00 AM a 10:00 AM y de 06:00 PM a 08:00 PM según la encuesta aplicada a los empresarios del sector de servicios. Debido principalmente a que en este horario ya han salido de sus horas laborales o todavía no las han iniciado.

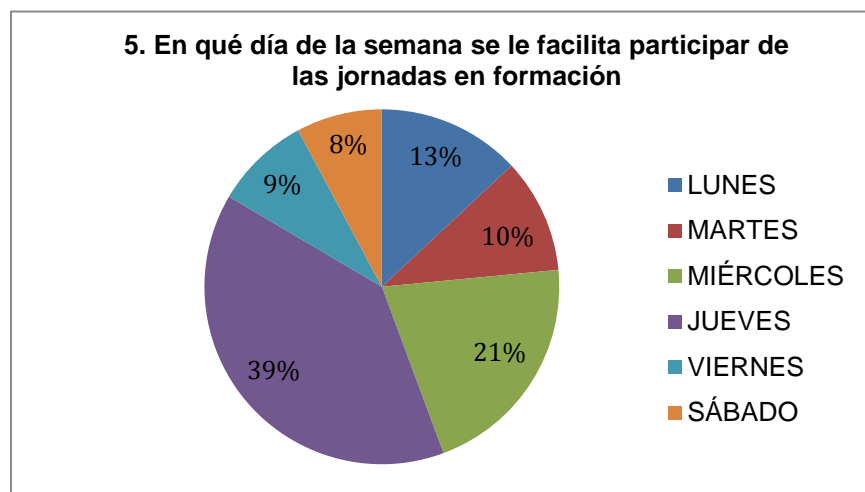
Es por ello, que la Cámara de Comercio de Pamplona debe crear y manejar este tipo de horarios para la realización de los diferentes: talleres, capacitaciones, seminarios y diplomados que realizan, puesto que en este tipo de horarios se facilita más la asistencia.

2.7.10. Análisis de la pregunta número 5 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, sector SERVICIOS, denominada, en cuál día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para el sector de servicios.

Tabla 2.26. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para el sector de servicios

| 5. En qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación | Número de veces seleccionada |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Lunes | 15 |
| Martes | 12 |
| Miércoles | 24 |
| Jueves | 45 |
| Viernes | 10 |
| Sábado | 9 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 91. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para el sector de servicios



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Según a las encuestadas aplicadas a 115 empresas del sector de servicios de la ciudad de Pamplona, se encontro que se les facilitan las capacitaciones, talleres y diplomados que realice la camara de comercio de Pamplona el dia jueves en un 39% equivalente a (45) empresas, el dia mieroles con un 21% equivalente a (24) empresas, el dia lunes con un 13% equivalente a (15) empresas, el dia martes con un 10% equivalente a (12) empresas, el dia viernes con un 9% equivalnete a (10) empresas y por ultimo el dia sabado con un 8% equivalente a (9) empreas.

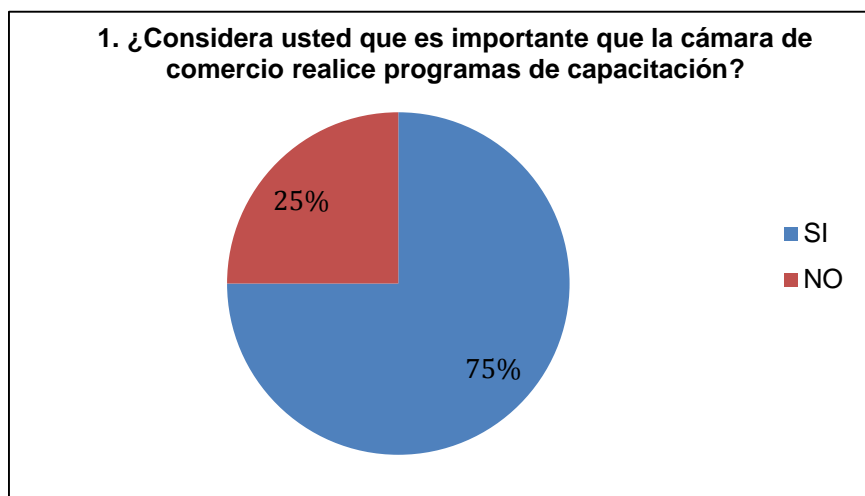
Lo que permite concluir que los días miércoles y jueves son las jornadas más aptas para realizar las diferentes capacitaciones, talleres, charlas y diplomados ya que para muchos de los empresarios se les facilita porque no hay tanta llegada de turistas como los fines de semana. Es por ello que para el plan de fortalecimiento empresarial deben tener encuesta este ítem pues es indispensable para tener la mayor cobertura y asistencia posible de los empresarios de Pamplona

2.7.11. Análisis de la pregunta número 1 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL denominada. ¿Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación?

Tabla 2.27. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector industrial

| 1. ¿considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación? | | Número de veces seleccionada |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------|
| Si | | No |
| 12 | | 4 |
| Fuente: Mendoza Flórez, diana Katherine. Elaboración propia | | |

Figura 102. Considera usted que es importante que la cámara de comercio realice programas de capacitación en el sector industrial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Con respecto al diligenciamiento del PRO-FO-08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona a un total de 485 empresas, encontramos que solo 16 empresas pertenecen al sector industrial y quienes respondieron en un 25% equivalente a (4) empresas que no era necesario que la Cámara de Comercio de Pamplona realizar programas de capacitación externa e internas para los empresarios.

Así como también se observó que de los 12 establecimientos que pertenecen al sector industrial contestaron en un 75% equivalente a (12) empresas que consideran pertinente, significativo y apto que la cámara de comercio de Pamplona realice programas de capacitación que les permita mejorar, avanzar y mejorar los diferentes procesos tanto internos como externos de las organizaciones.

Es por esto, que mediante este plan de fortalecimiento empresarial en capacitaciones lo que se busca es generar una conciencia en el empresario, para que muchos de los procesos que existen en la organización mejoren y no se queden rezagados como actualmente lo están. Porque cuando una empresa se capacita no solo ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa, sino que también permite que esta se adapte a las nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización.

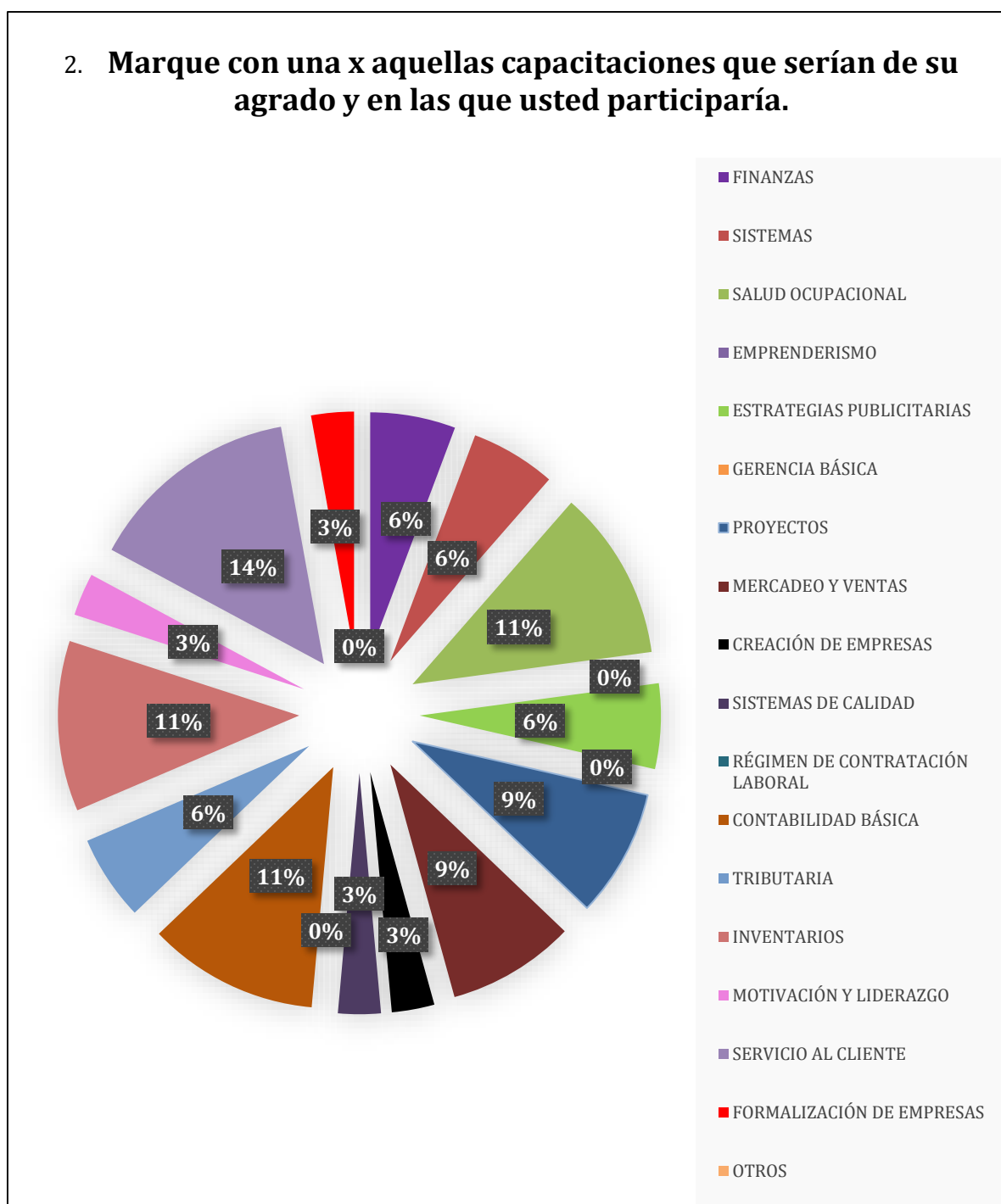
Además, Proporciona a los empleados la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan su competencia, para desempeñarse con éxito en su área de trabajo.

2.7.12. Análisis de la pregunta número 2 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL denominada. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado.

Tabla 2.28. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector industrial

| 2. Marque con una x aquellas capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría. | Número de veces seleccionada |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Finanzas | 2 |
| Sistemas | 2 |
| Salud ocupacional | 4 |
| Emprenderismo | 0 |
| Estrategias publicitarias | 2 |
| Gerencia básica | 0 |
| Proyectos | 3 |
| Mercadeo y ventas | 3 |
| Creación de empresas | 1 |
| Sistemas de calidad | 1 |
| Régimen de contratación laboral | 0 |
| Contabilidad básica | 4 |
| Tributaria | 2 |
| Inventarios | 4 |
| Motivación y liderazgo | 1 |
| Servicio al cliente | 5 |
| Formalización de empresas | 1 |
| Otros | 0 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 113. Capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría en el sector industrial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Según la encuesta aplicada las 12 empresas del sector industrial de la ciudad de Pamplona, se encuentra que les gustaría que les realizaran capacitaciones en: Salud ocupacional, Contabilidad básica y Servicio al cliente cada una en un 14% equivalente a (5) empresas. Luego encontramos a proyectos, mercadeo y ventas cada una en un 9% equivalente (3) empresas; seguidamente encontramos a finanzas, Sistemas, estrategia publicitaria y tributaria cada una en un 6% equivalente a (2) empresa y por último Creación de empresas, Sistemas de calidad, Motivación y liderazgo y la formalización de empresas todas en un 3% equivalente a (1) empresa.

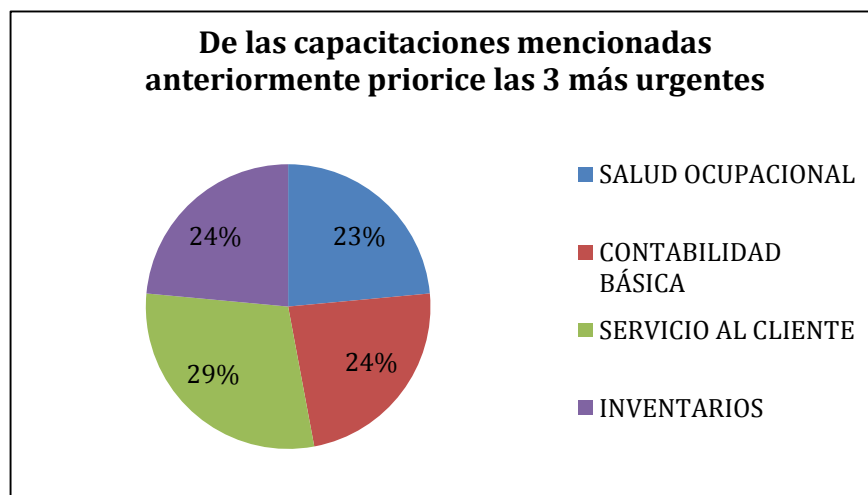
Sin embargo, también se percibió en el sector industrial que no les gustaría que les hicieran capacitación en emprendimiento, Sistemas de calidad Motivación y liderazgo cada una en un 0% equivalente a ninguna empresa lo que nos lleva a concluir que no es necesario realizar este tipo de capacitaciones para este sector por otra parte nos muestra cuales son las capacitaciones pretorias para el empresario de este sector.

2.7.13. Análisis de la pregunta número 3 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL mencionadas cuál de las capacitaciones anteriormente mocionadas son las más prioritarias., mencione tres.

Tabla 2.29. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector industrial

| 3. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes | Número de veces seleccionada |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Salud ocupacional | 4 |
| Contabilidad básica | 4 |
| Servicio al cliente | 5 |
| Inventarios | 4 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 124. De las capacitaciones mencionadas anteriormente priorice las 3 más urgentes del sector industrial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

De acuerdo a las 12 empresas encuestadas del sector de servicios de la ciudad de Pamplona, se puede conocer que los temas con mayor prioridad para los empresarios del sector industrial son: servicio al cliente con un 29% equivalente a (5) empresas, contabilidad básica e inventarios en un 24% cada uno equivalente a (4) empresas y por último tenemos a salud ocupacional con un 23% equivalente a (3) empresas.

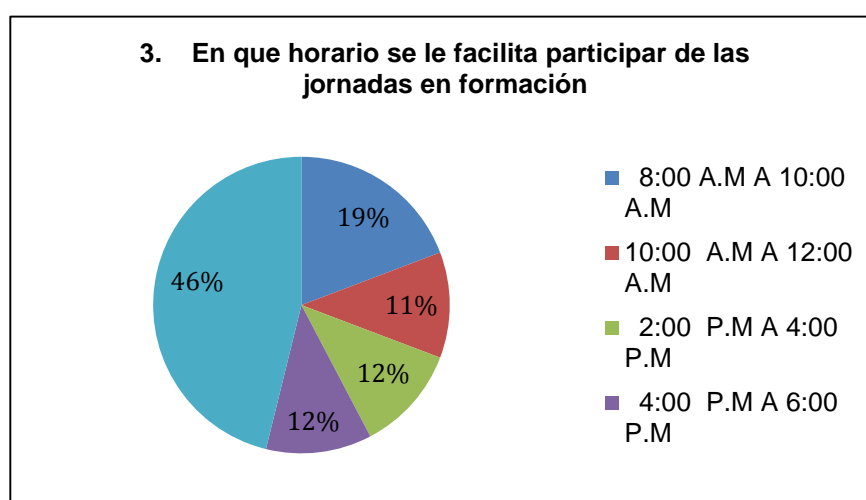
Es por ello que estas capacitaciones van a hacer la base para la realización del plan de fortalecimiento empresarial para impulsar el sector industrial puesto que le permitirá mejorar sus procesos y pueda tener un mejor reconocimiento en la división sectorial de la ciudad de Pamplona.

2.7.14. Análisis de la pregunta número 4 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL denominada. Que dice en horario se le facilita participar de las jornadas de formación

Tabla 2.30. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de industrial.

| 3.en que horario se le facilita participar de las jornadas en formación | Número de veces seleccionada |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 8:00 a.m a 10:00 a.m | 5 |
| 10:00 a.m a 12:00 a.m | 3 |
| 2:00 p.m a 4:00 p.m | 3 |
| 4:00 p.m a 6:00 p.m | 3 |
| 6:00 p.m a 8:00 p.m | 12 |
| Fuente: Mendoza Flórez, diana Katherine. Elaboración propia | |

Figura 135. Que horario se le facilita participar de las jornadas en formación al empresario del sector de industrial



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katherine. Elaboración propia

Según a las 12 empresas encuestadas del sector industrial de la ciudad de Pamplona, se puede conocer que a los empresarios de este sector les gustaría participar en capacitaciones de 06:00 PM a 08:00 pm un 46% equivalente a (12) empresas, de 4:00 pm a 8:00 y de 2:00 PM a 4:00 PM cada una en un 12% equivalente a (3) empresas y de 10:00 AM a 12:00 PM en un 11% equivalente a (2) empresas

Lo que permite concluir que los horarios más idóneos para realizar cualquier tipo de Capacitación o actividad para los empresarios del sector comercial serían de 06:00 PM – 08:00 PM y de 4:00PM A 6:00 PM, según las encuestas aplicadas a los

empresarios del sector comercial Debido a este horario ya han salido de sus horas laborales.

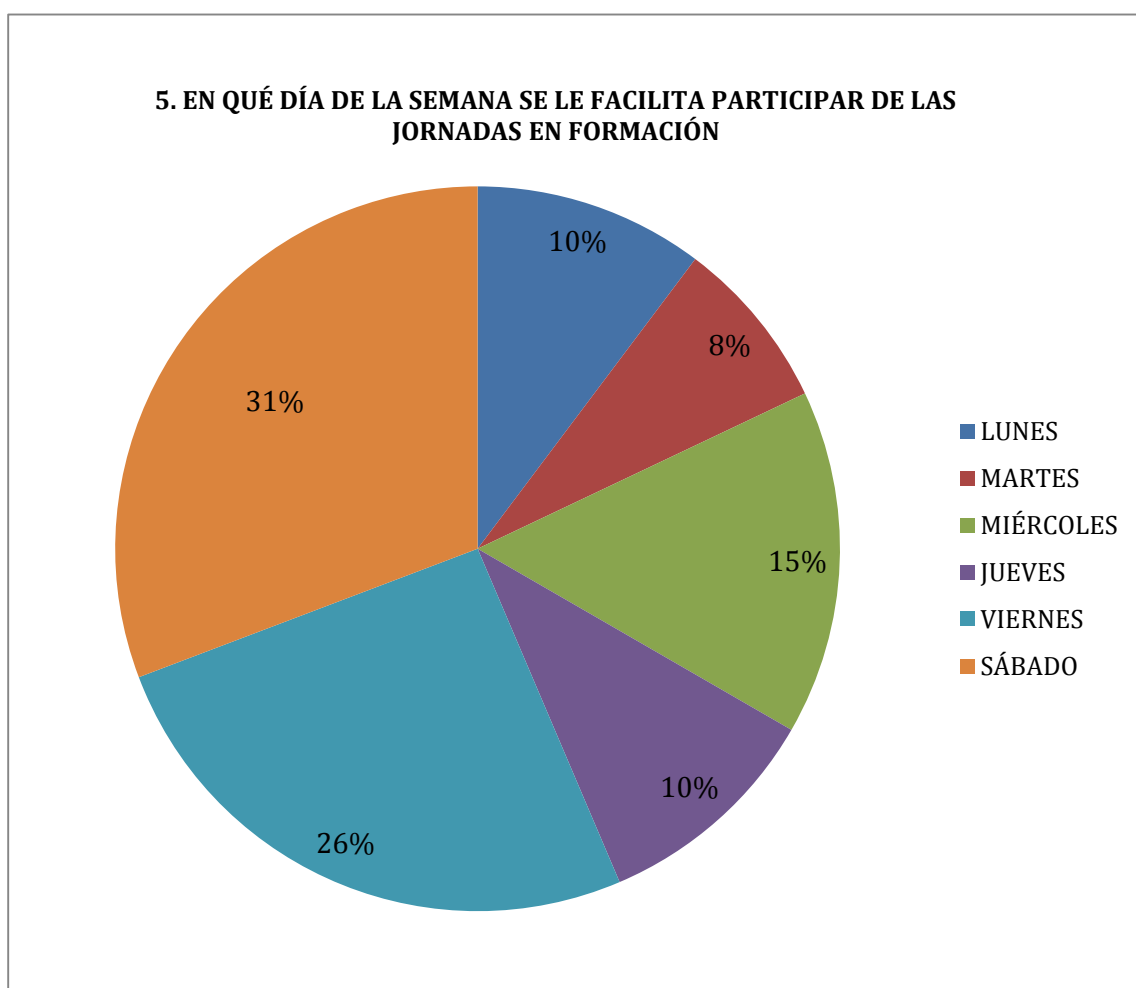
Es por ello, que la Cámara de Comercio de Pamplona debe crear y manejar este tipo de horarios para la realización de los diferentes: talleres, capacitaciones, seminarios y diplomados que realizan, puesto que en este tipo de horarios se facilita más la asistencia y podrá asistir porque se informe y adquiera nuevos conocimientos.

2.7.15. Análisis de la pregunta número 5 del PRO- FO-08 del sistema de gestión de calidad, Sector INDUSTRIAL, denominada. Que dice en horario se le facilita participar de las jornadas de formación

Tabla 2.31. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para sector industrial

| 5. En qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación | Número de veces seleccionado |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Lunes | 4 |
| Martes | 3 |
| Miércoles | 6 |
| Jueves | 4 |
| Viernes | 10 |
| Sábado | 12 |
| Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia | |

Figura 146. Qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación para sector industrial.



Fuente: MENDOZA FLOREZ, Diana Katerine. Elaboración propia

Según a las encuestadas aplicadas a 12 empresas del sector industrial de la ciudad de Pamplona, se encontró que se les facilitan las capacitaciones, talleres y diplomados que realice la camara de comercio de Pmaplona el dia sabado con un 31%equivalente a (12) empresas,el dia viernes un 26% equivalente a (10) empresas, el dia miercoles con un 15% equivalente a (6) empresass, los dias jueves y lunes en un10% equivalente cada una (4) empresasy po ultimo tenemos e dia martes con un 8% equivalente a (3) empresass.

2.8 PLAN DE FORTALECIMIENTO 2018 PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA SEGÚN LAS NECESIDADES DEL COMERCIANTE Y SECTOR AL CUAL PERTENEZCA

El plan de fortalecimiento empresarial es una herramienta que busca mejorar los diferentes procesos dentro de la organización; puesto que es una herramienta muy útil para optimizar, perfeccionar y mejorar las diferentes técnicas que hay dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas que existen en la ciudad de Pamplona.

De acuerdo a lo ya mencionado, se decidió elaborar un plan de fortalecimiento empresarial en la ciudad de Pamplona el cual busca mejorar los métodos y técnicas que actualmente hay dentro de las organizaciones, dado que para mejorar los procesos en las empresas es necesario que los empresarios y empleados se capaciten para que estén a la vanguardia de los cambios y necesidades de los clientes.

Es por ello, que este plan de fortalecimiento empresarial que se realizó en la Cámara de Comercio de Pamplona; se hizo mediante un estudio previo en toda la zona céntrica de la ciudad de Pamplona que es en donde se encuentra la mayor concentración de empresarios.

A continuación, se presenta la portada y el contenido del libro del plan de fortalecimiento empresarial que se realizó en capacitaciones una vez tabulada y analizada la información:



Para la realización de las capacitaciones generales se tuvo en cuenta la implementación del pro – fo – 08 del sistema de gestión de calidad de la cámara de comercio de pamplona a 485 empresas en toda la zona céntrica, es por esto, que muchas de las capacitaciones que trabajará la cámara de comercio de pamplona para el próximo año serán escogidas dependiendo de la necesidad de los diferentes sectores.

Primero, se encuentran las capacitaciones generales en donde se perciben todas aquellas capacitaciones que pueden ser dictadas por la Cámara de Comercio de Pamplona al sector comercial, industrial y de servicios para mejorar en los procesos que han dentro de la organización. Las capacitaciones que se elaboraron son las siguientes:

2.8.1. CAPACITACIONES GENERALES

2.8.1.1. CAPACITACIONES EN COACHING

Esta propuesta se divide en talleres cortos de diferentes horas de formación, dependiendo de cada tema a desarrollar. Cada uno se desarrolla con los participantes que la organización defina.

Los talleres pueden ser seleccionados según la organización defina respecto a sus necesidades. Estos talleres son vivenciales, de tal forma, que las personas integran el conocimiento por medio de aprendizaje de “experiencias”, que los habilita para poder gestionarlo inmediatamente en sus equipos de trabajo, proveedores y clientes.

- **TALLER: EL MULTI-UNIVERSO DE MI ORGANIZACIÓN**

Generalmente en el diario vivir siempre estamos accionando inconscientemente con los paradigmas base que “lo que yo veo, lo que yo sé, lo que yo hago” es el mejor camino y por lo tanto el resto está mal y debe corregirlo. El resultado es la rigidez en la relación con el otro, posiciones antagónicas, rompimiento. De relaciones o creación de grupos específicos que disputan el poder a cualquier Nivel, entre otros.

Este taller busca concientizar a las personas de la importancia de poder percibir y aceptar las posiciones de las otras personas y llegar a acuerdos que conlleven a

unos resultados definidos, También es el básico que prepara el terreno y genera apertura para que las personas puedan disponerse a trabajar cualquier otro tema.

DURACIÓN: 4 horas.

- **TALLER: MI TRABAJO REAL ES EL IMPACTO QUE CAUSO**

En este taller los participantes podrán experimentar la importancia de su trabajo dentro de la organización y dentro de la sociedad, podrán iniciar una transformación de su esquema de pensamiento, de tal forma de ver lo que hacen, lo que logran, en función de las personas, del impacto que generan a sus familias" amigos, a la sociedad en general. Además, comprender que los valores son, la guía para llevar la organización y así mismos a otro nivel.

DURACIÓN: 4 horas.

- **TALLER: VISIÓN ORGANIZACIONAL Y MI PROPÓSITO DE VIDA**

Comúnmente la visión organizacional no está alineada con el propósito de vida de las personas, incluso, las personas ni siquiera tienen claro cuál es su propósito de vida. Este taller está enfocado precisamente para aclarar el propósito de vida de los trabajadores y unificarlo con la visión de la organización, claro está, si el propósito de vida está en relación con la visión de la organización. El resultado esperado de este taller es que las personas sean conscientes de pueden contribuir al crecimiento que ellos se han definido a través de potenciar la visión organizacional.

DURACIÓN: 6 horas.

- **TALLER: ENFOCÁNDOME PARA TRABAJAR EN EQUIPO.**

En este taller los participantes podrán evidenciarla importancia de tener un enfoque claro y cooperativo para lograr un mismo fin. Podrán darse cuenta, como sus acciones por pequeñas que sean impactan en la organización, y podrán alinearse como equipo a obtener metas específicas.

DURACIÓN: 4 horas

- **TALLER: MEJORANDO MI ESCUCHA, MEJORO MIS RESULTADOS**

Generalmente la escucha no es algo que se tenga mucho en cuenta dentro de los procesos' de formación normales, ya que se potencia más el habla a través del discurso, la motivación, la gratificación y el control de los procesos. Este taller está enfocado precisamente para evidenciar la importancia de la escucha, ya que de allí radican muchas de las situaciones negativas de una organización que conduce a obtener resultados negativos, a compras mal realizadas, reproceso en la organización y clientes insatisfechos. El resultado es que los participantes desarrollen habilidades para mejorar su escucha, y a través de ello sean más eficientes en su función, disminuyan los retrocesos y los malentendidos de diferentes situaciones que llevan incluso a un ambiente laboral pesado.

DURACIÓN: 6 horas

- **TALLER: MI COMPROMISO, MI RESPONSABILIDAD, MI ORGANIZACIÓN**

La autogestión y el compromiso propio son uno de los pilares más importantes en una organización para que todos como equipo puedan cumplir una meta propuesta. Este modelo exige de todos los integrantes de la organización una nueva visión de auto-responsabilidad, pero también ser conscientes de la capacidad de hasta dónde puedo comprometerse y hasta donde no. En este taller se busca generar una disposición a asumir la responsabilidad, auto gestionar las acciones para cumplir las metas y poder asumir compromiso según su habilidad y competencia, o en dado caso, negociarlo para que el resultado final sea el mejor.

DURACIÓN: 4 horas

- **TALLER: LA CONFIANZA, LA BASE PARA NUESTRO PROGRESO**

La confianza es la base de toda relación humana, y cuando se conforman equipos de trabajemos para cumplir objetivos específicos, esta debe estar completamente sólida. Generalmente la confianza se gestiona a partir, de un sentimiento; una emoción, pero no tenemos bases concretas para poder tomar decisiones 'ante ciertas situaciones que nos exigen confiar en los demás.

En este taller, se pretende ser conscientes de la importancia de la confianza en los procesos organizacionales, pero así mismo, poder integrar una metodología que nos ayude a validar la confianza en el otro para de esa forma obtener los resultados esperados

DURACIÓN: 4 horas

- **TALLER: EL CLIENTE, FIDELIZÁNDOLO CON LA CALIDAD Y ACTITUD DE MI SERVICIO**

La importancia del entrenamiento para ofrecer el producto, de la actitud del vendedor, y de escuchar al cliente para poder satisfacer su necesidad. Diferencia cliente que busca la compra y Vendedor que busca el cliente. Fidelización por servicio y calidad.

DURACIÓN: 6 horas

- **MASTERMIND: ENFOQUE Y CUMPLIMIENTO DE METAS**

Se desarrolla por la metodología de Mastermind, que ha sido desarrollada por las corporaciones a nivel directivo para enfoque y cumplimiento de metas específicas. Serán mínimo 8 sesiones con grupos máximo de 8 personas, de dos horas cada sesión, donde:

- Se determinarán y planificarán metas organizacionales
- Se acompañará en el proceso de potencializar y cumplir estas metas
- Los participantes aprenderán la metodología para replicarla una vez termine el mastermind.

DURACIÓN: 16 horas

2.8.1.2. CAPACITACIONES EN TEMAS RELEVANTES

- **TALLER EN SALUD OCUPACIONAL**

OBJETIVO:

El Objetivo principal del Programa de Salud Ocupacional es brindar seguridad, protección y atención a los trabajadores de una empresa ya que los accidentes de trabajo y riesgos profesionales atentan contra su salud.

Ofrecer un medio laboral seguro es una obligación que toda empresa debe asumir no solo por la integridad de sus trabajadores, sino por el buen desempeño laboral. Para esto se debe elaborar un programa de salud ocupacional, que tenga como objetivos preservar, mantener y mejorar la salud de los empleados en sus diferentes ocupaciones y puestos de trabajo.

TEMÁTICAS

1-Seguridad y salud en el trabajo en Colombia

- Comité paritario de salud ocupacional – COPASO

2-Condiciones para el trabajo seguro

- Administración de la seguridad industrial
- Marco legal para trabajo seguro en Colombia

3-Accidentes e incidentes:

- Definición de accidente e incidente
- Causas y consecuencias de los accidentes

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 85 empresas del sector comercial, industrial y de servicios necesitan que realizan este tipo de capacitación.

Sin embargo, hay que tener en cuenta, que la presencia de la salud ocupacional en una organización es de vital importancia, ya que además de procurar el más alto bienestar físico, mental y social de los empleados, también busca establecer, mejorar y sostener un medio ambiente de trabajo seguro y sano para los empleados de una empresa.

Además, se desatan otros factores positivos que contribuyen al mejoramiento continuo de una organización con clima laboral, dado que muchos de sus empleados van a trabajar a gusto, cómodamente en el entorno de trabajo.

- **TALLER EN CONTABILIDAD**

OBJETIVO:

Permite preparar y determinar de forma eficaz y concluyente todos los estados contables, teniendo acceso real y directo a los resultados financieros de nuestras actividades comerciales en un plazo de tiempo definido. Es sin duda alguna un pilar fundamental en la administración de una empresa.

TEMÁTICAS:

- Clasificación de Las Cuentas Contables.
- Requisitos de la Factura de Venta.
- Recibo de Caja Menor.
- Comprobante de Ingreso - Recibo de Caja General.
- Comprobante de Egreso o Comprobante de pago.
- Como se Usan Las Notas Crédito y Débito en Contabilidad.
- Tipos de Cheques
- Actividades Mercantiles y No Mercantiles.
- Régimen Común Compra a Régimen Simplificado No Declarante
- Régimen Común Compra a Régimen Común.
- Gran Contribuyente Compra a Régimen Común.
- Régimen Común Compra a Gran Contribuyente (No Auto retenedor).
- Contabilización de Auto retenciones
- Ejercicios de Contabilidad.

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 67 empresas del sector comercial, industrial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación.

La Contabilidad es una técnica, nacida para satisfacer las necesidades de organización en la economía. La contabilidad es una práctica herramienta disciplinaria, de amplio espectro, que utiliza métodos precisos y estadísticos para calcular cuentas. La contabilidad se encarga de recoger cualquier dato o cifra considerada relevante, ya que hasta el más mínimo detalle puede alterar un resultado esperado.

Sin embargo, es trascendental que todo empresario y trabajador conozca bien este tipo de temáticas, dado que la contabilidad permite tener un conocimiento y control absoluto de la empresa. Además, permite al empresario tomar mejores decisiones o anticiparse a situaciones difíciles, ya que podrá prevenir oportunidades de amenazas

La contabilidad, es sin duda la mejor herramienta que se puede tener para conocer a fondo su empresa; no darle importancia es simplemente tirar a la basura posibilidades de mejoramiento o hasta la posibilidad de detectar falencias que luego resulta demasiado tarde de solucionar.

- **CAPACITACIÓN EN MANEJO BÁSICO DE HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS**

OBJETIVO

Desarrollar habilidades prácticas en el uso de las herramientas de tecnología para el crecimiento empresarial y profesional, el cual buscara mejorar los diferentes procesos en las organizaciones

TEMÁTICAS:

. PROCESADOR DE TEXTO: WORD

- Exploración del Ambiente Word
- Funciones del Procesador de Texto
- Acceso al Programa
- Operaciones Esenciales
- Ayuda en Word
- Configuración de Páginas
- Trabajo con Gráficos
- Trabajo con Columnas
- Trabajo con Tablas

HOJA DE CÁLCULO: EXCEL

- Manejo de Elementos de Excel: Celdas y Gráficas

- Realización de Cálculos Básicos

PROGRAMA DE PRESENTACIÓN: POWERPOINT

- Exploración del Ambiente PowerPoint
- Ventajas
- Elementos de la Ventana de PowerPoint
- Crear Presentaciones
- texto en Diapositivas.
- Aplicar y Modificar Plantillas de Diseño
- Trabajar con Gráficas

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 81 empresas del sector comercial, industrial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación.

Las Herramientas informáticas (tools, en inglés), son programas, aplicaciones o simplemente instrucciones usadas para efectuar otras tareas de modo más sencillo. En un sentido amplio del término, podemos decir que una herramienta es cualquier programa o instrucción que facilita una tarea, pero también podríamos hablar del hardware o accesorios como herramientas.

• CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

OBJETIVO

Facilitar las herramientas que potencializan los procesos de servicio y atención al cliente, permitiendo una comunicación asertiva, transmitiendo una imagen excepcional de la empresa y logrando que el cliente regrese y los prefiera ante la competencia, y de esta forma, mantenerse y crecer en el mercado.

TEMÁTICAS:

- Inteligencia emocional en el servicio al cliente
- Empatía y persuasión como herramientas poderosas de comunicación
- Elementos importantes del servicio al cliente
- Cualidades del servicio

- Conocimiento de tipos de cliente
- Normas necesarias en la atención al cliente
- El lenguaje de los gestos
- Comunicación asertiva
- La comunicación: Elemento básico de las relaciones humanas

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 197 empresas del sector comercial, industrial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación

Sin embargo, el servicio al cliente, para ser transformado en una cultura organizacional, se requiere del compromiso de todos los empleados de la organización, ya que la atención se refiere a la parte actitudinal que tiene el empleado con el cliente y el servicio son todos aquellos procesos y acuerdos realizados entre los empleados y la forma oportuna ante las necesidades del cliente.

Este programa está diseñado para desarrollar y potenciar las habilidades de los empresarios y empleados para que sientan sensibilidad ante las necesidades de sus clientes y que adopten a herramienta tangible que faciliten el acoplamiento entre los requerimientos del cliente y los beneficios de la posventa.

• **CURSO EN ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE INVENTARIOS**

OBJETIVO

El empresario adquirirá destrezas en el manejo y control de inventarios en una empresa, el cual es parte fundamental para controlar los costos en las empresas comerciales e industriales

TEMÁTICAS

Semana 1: Los estudiantes se familiarizarán con:

- Métodos de control de inventarios
- Análisis integral de costo-beneficio
- Tipos de inventario
- Clasificación de los inventarios

Semana 2: Se conocerán:

- Funciones de los inventarios
- Planificación de políticas de inventario
- Técnicas para control de existencia
- Organización y stock de inventarios

Semana 3: Se manejarán

- Modelos de inventario
- Magnitud del lote
- Descuentos por la cantidad comprada
- Política de inventario continuo

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 51 empresas del sector comercial e industrial necesitan que realicen este tipo de capacitación.

La administración de un inventario es un punto determinante en el manejo estratégico de toda organización, tanto de prestación de servicios como de producción de bienes. Dado que, se relacionan con la determinación de los métodos de registro, la determinación de los puntos de rotación, las formas de clasificación y el modelo de re inventario determinado por los métodos de control (el cual determina las cantidades a ordenar o producir, según sea el caso).

Por tal motivo, en las economías corporativas, el inventario representa el principal activo circulante para determinar su liquidez y desempeño operativo; el exceso de inventario y la inexactitud de sus registros pueden generar grandes daños a las finanzas corporativas y al desempeño ante su mercado. Además, para lograr un buen desempeño en los sistemas de planeación y control de producción y distribución es necesario establecer y mantener niveles suficientes de confiabilidad en los registros de inventarios.

- **SEMINARIO EN CONTABILIDAD BAJO LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA - NIIF - PARA NO CONTADORES.**

OBJETIVO

Capacitar al participante en aspectos prácticos sobre la aplicación de la contabilidad bajo Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), de tal manera que cumplan con lo establecido en los estándares (IFRS) y que correspondan a las exigencias que, en materia de reportes financieros, exige la legislación actual en Colombia y los mercados capitales del mundo.

Proporcionar a los participantes conocimientos que le faciliten el proceso de comprender y hacer uso de la información contable como una herramienta fundamental en el análisis de la misma con el fin de ser utilizada en la toma de decisiones.

TEMÁTICAS

- Marco Legal. Decreto 2649 de 1993 Normas básicas sobre la contabilidad, libros de contabilidad; Decreto 2650 de 1993 Plan Único de Cuentas;
- Ley 1429 de 2009, decretos 3022 y 3023 de 2014, Decreto 2420 de 2015, contabilidad bajo NIIF.
- Idoneidad de la NIIF para las Pymes para las entidades muy pequeñas: las “micros”
- Los usuarios de los estados financieros de las Pymes preparados utilizando la NIIF para las Pymes
- Elementos de los estados financieros: activo, pasivo, patrimonio, ingresos y gastos.
- Medición de los elementos de los estados financieros – Deterioro – Depreciación.
- Provisiones y contingencias
- Estados financieros básicos, bajo PCGA y bajo NIIF
- Transición a las NIIF. Pasos, procedimientos y efectos

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 112 empresas del sector comercial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) son las normas contables emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés) con el propósito de uniformizar la aplicación de normas contables en el mundo, de manera que sean globalmente aceptadas, comprensibles y de alta calidad. Las NIIF permiten que la información de los

estados financieros sea comparable y transparente, lo que ayuda a los inversores y participantes de los mercados de capitales de todo el mundo a tomar sus decisiones.

Sin embargo, más que una exigencia impuesta por la Supersociedades, la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) se torna como una herramienta estratégica para los empresarios en Colombia con ideas innovadoras están desarrollando, a corto o mediano plazo, actividades mercantiles con terceros (clientes – proveedores) del exterior. Incluso quizás muchos importadores y exportadores estaban esperando este proceso de convergencia.

- **SEMINARIO EN DESARROLLO DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO - PLANEACIÓN Y PROSPECTIVA**

OBJETIVO

Desarrollar las habilidades de pensamiento para el análisis e interpretación del entorno competitivo presente y futuro, conjuntamente con el comportamiento de su organización, que le permitan proponer y tomar decisiones de manera anticipatoria, estratégica y diferenciada, con visión de largo plazo para su empresa u organización.

TEMÁTICAS

DÍA 1

1. El pensamiento estratégico.

- Beneficios para su organización
- Características del entorno
- Herramientas de diagnóstico
- El proceso del pensamiento estratégico en la empresa. ¿Cómo gestionarlo colectivamente?
- Diagnóstico de competencias estratégicas
- Pensamiento estratégico y planeación estratégica
- Estructure objetivos estratégicos
- Identifique relaciones, patrones y tendencias
- Analice la información

- Dé prioridad a sus acciones

DÍA 2

2. Prospectiva

- Desafíos emergentes y paradigmas dominantes en el contexto de la globalización
- Tendencias globales
- Vigilancia tecnológica
- La procura de un futuro deseable
- Compartido con los stakeholders
- Los desafíos de las culturas organizacionales en la definición de futuros deseables
- Análisis interno
- Competitivo de la empresa
- El modelo de pensamiento anticipatorio estratégico
- Factores y variables
- Grupos de interés
- Escenarios de futuro
- Plan estratégico

Anotación. Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 112 empresas del sector comercial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación

Orientar las empresas u organizaciones con una visión sostenible en el futuro y prepararlas para afrontar la globalización e internacionalización, junto con los efectos cambiantes del entorno de una manera diferenciada, se convierten en unos de los principales retos de cualquier líder, mentor o gerente.

Por tanto, el pensamiento estratégico surge como una lente fundamental a través de la cual los líderes, en todos los niveles, enfocan, evalúan y priorizan el trabajo diario en las organizaciones para lograr una ventaja competitiva

- **TALLER EN MANEJO DE CLIENTES CON DIFICULTADES, QUEJAS Y RECLAMOS**

OBJETIVO

Estimular el desarrollo de las competencias individuales en cada uno de los participantes en técnicas avanzadas y herramientas para trabajar con clientes difíciles y en dificultades

TEMÁTICAS

- Comunicación asertiva y efectiva, comportamiento pasivo, asertivo y agresivo
- Elementos para desarrollar el asertividad
- pasos para manejar un cliente difícil
- Tipos de clientes difíciles y su manejo adecuado
- Cualidades del servicio, hábitos para prestar un servicio excelente, elementos básicos del servicio al cliente
- Las quejas un gran momento de contacto con el cliente

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 38 empresas del sector comercial necesitan que realicen este tipo de capacitación

La petición o derechos de petición: es aquel derecho que tiene toda persona para solicitar o reclamar ante las autoridades competentes por razones de interés general o interés particular para elevar solicitudes respetuosas de información y/o consulta y para obtener pronta resolución de las mismas.

Es por ello, que este tipo de capacitaciones permitirá a cada empresario de la ciudad de Pamplona adquirir herramientas y técnicas de fácil manejo para trabajar con las clases y tipos de clientes que existen en el mercado. Por otra parte, permitirá aumentar las ventas y siempre mantener una buena relación entre el empresario y el cliente.

- **TALLER EN GESTIÓN DE PROYECTOS PARA UN ENTORNO EMPRESARIAL COMPETITIVO**

OBJETIVO:

Formar empresarios, en los fundamentos y principios de mejores prácticas para la gestión de proyectos con el fin de implementar metodologías, técnicas, procesos y herramientas que logren mejorar las competencias internas y hacer más efectivos los proyectos desarrollados, impactando la organización en sus metas e indicadores.

TEMÁTICAS

- Proyectos en el entorno empresarial.
- Gestión de proyectos e impacto de resultados.
- Proyectos exitosos en competencias y desempeño.
- Proyectos basados en el área de conocimiento y Prácticas de gestión

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 53 empresas del sector comercial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación

En el entorno actual, las organizaciones y los negocios están inmersos en un contexto de continuos cambios tecnológicos, de competencia y de mercado. Este contexto genera incertidumbre, que pone en peligro la supervivencia de modelos de negocio obsoletos.

Dentro de esta economía global, la competitividad y la flexibilidad de las empresas son necesarias para poder trabajar en un mercado internacional. Con un mercado contraído en la mayoría de los países, muchas empresas enfocan su actividad en la mejora de su competitividad, la innovación y la exportación hacia nuevos mercados. Aquellas empresas que no son capaces de adaptarse a estos cambios corren el riesgo de perder cuota de negocio, llegando incluso a desaparecer.

▪ TALLER EN INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA EMPRENDEDORES

OBJETIVO

En esta charla lo que se busca es que los participantes sean capaces de comprender y aplicar –con criterio práctico- los conceptos de la inteligencia

emocional, evitando conflictos innecesarios, desarrollando sus capacidades de autoconciencia, empatía, asertividad y, fundamentalmente, aplicando un enfoque positivo frente a la vida y orientando ésta hacia el logro de emprendimientos y, de paso hacia la realización personal.

TEMATICAS

Unidad 1: Conciencia de uno mismo: conciencia de nuestros propios estados internos, recursos e intuiciones.

- Conciencia emocional: reconocer las propias emociones y efectos
- Valoración adecuada de uno mismo: conocer las propias fortalezas y debilidades.
- Confianza en uno mismo: seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades

Unidad 2: Autorregulación: control de nuestros estados, impulsos y recursos internos

- Confiabilidad: fidelidad al criterio de sinceridad e integridad
- Integridad: asumir la responsabilidad de nuestra actuación personal
- Adaptabilidad: flexibilidad para afrontar los cambios
- Innovación: sentirse cómodo y abierto ante las nuevas ideas, enfoques e información.

Unidad 3 Motivación: las tendencias emocionales que guían o facilitan el logro de nuestros objetivos.

- Motivación de logro: esforzarse por mejorar o satisfacer un determinado criterio de excelencia.
- Compromiso: secundar los objetivos de un grupo u organización.
- Iniciativa: prontitud para actuar cuando se presenta la ocasión.

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de pamplona, se pudo

conocer que 53 empresas del sector comercial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación

En el entorno actual, las organizaciones y los negocios están inmersos en un contexto de continuos cambios tecnológicos, de competencia y de mercado. Este contexto genera incertidumbre, que pone en peligro la supervivencia de modelos de negocio obsoletos.

Dentro de esta economía global, la competitividad y la flexibilidad de las empresas son necesarias para poder trabajar en un mercado internacional. Con un mercado contraído en la mayoría de los países, muchas empresas enfocan su actividad en la mejora de su competitividad, la innovación y la exportación hacia nuevos mercados. Aquellas empresas que no son capaces de adaptarse a estos cambios corren el riesgo de perder cuota de negocio, llegando incluso a desaparecer.

▪ NOMBRE DEL TALLER: INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA EMPRENDEDORES

OBJETIVO:

En esta charla lo que se busca es que los participantes sean capaces de comprender y aplicar con criterio práctico- los conceptos de la inteligencia emocional, evitando conflictos innecesarios, desarrollando sus capacidades de autoconciencia, empatía, asertividad y, fundamentalmente, aplicando un enfoque positivo frente a la vida y orientando ésta hacia el logro de emprendimientos y, de paso hacia la realización personal.

TEMÁTICAS

Unidad 1: Conciencia de uno mismo: conciencia de nuestros propios estados internos, recursos e intuiciones.

- Conciencia emocional: reconocer las propias emociones y efectos
- Valoración adecuada de uno mismo: conocer las propias fortalezas y debilidades.
- Confianza en uno mismo: seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades

Unidad 2: Autorregulación: control de nuestros estados, impulsos y recursos internos

- Confiabilidad: fidelidad al criterio de sinceridad e integridad
- Integridad: asumir la responsabilidad de nuestra actuación personal
- Adaptabilidad: flexibilidad para afrontar los cambios
- Innovación: sentirse cómodo y abierto ante las nuevas ideas, enfoques e información.

Unidad 3 Motivación: las tendencias emocionales que guían o facilitan el logro de nuestros objetivos.

- Motivación de logro: esforzarse por mejorar o satisfacer un determinado criterio de excelencia.
- Compromiso: secundar los objetivos de un grupo u organización.
- Iniciativa: prontitud para actuar cuando se presenta la ocasión.

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 11 empresas del sector comercial y de servicios necesitan que realicen este tipo de capacitación

Los emprendedores tienen que evolucionar junto con su entorno empresarial para lograr el éxito deseado, debido a que crear y mantener una empresa dependerá tanto del coeficiente intelectual y los conocimientos profesionales, como también de la inteligencia emocional

Seguidamente encontramos las capacitaciones específicas por sector (comercial, industrial y de servicios) que se pueden realizar internamente dentro de una organización a los empleados para que mejoren y avancen en los diferentes procesos que existen en la misma.

Sin embargo, también encontramos el coaching es una práctica profesional crecientemente solicitada por personas, empresas e instituciones que buscan alcanzar logros significativos en su vida personal y/o profesional.

Seguidamente encontramos las capacitaciones específicas por sector (comercial, industrial y de servicios) que se pueden realizar internamente dentro de una organización a los empleados para que mejoren y avancen en los diferentes procesos que existen en la misma. Las capacitaciones que se diseñaron son las siguientes:

2.8.2. CAPACITACIONES ESPECÍFICAS

2.8.2.1. CAPACITACIONES ESPECÍFICAS DEL SECTOR COMERCIAL

▪ TALLER EN ESTRATEGIAS DE MARKETING LAS 4 P

OBJETIVO

Dar a conocer a los participantes la importancia del marketing mix implementado en las organizaciones, dado que es una herramienta utilizada para analizar cuatro elementos fundamentales de la actividad que desarrollan: producto (product), precio (price), distribución (place) y promoción (promotion).

TEMÁTICAS

Unidad 1: precio (Todo aquello tangible o intangible que ofrece la empresa a un mercado para su adquisición)

- ¿Qué vendo?
- ¿Qué características tiene mi producto? y ¿Cuáles son los beneficios que se obtiene de cada una de ellas?
- ¿Qué necesidades satisface mi producto?
- ¿Proporciona valor agregado? y ¿Qué valor agregado proporciona mi producto?

Unidad 2: Precio. Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción

- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por él?
- ¿Qué utilidad es la que deseo obtener?

- ¿Cuáles son los costos de producto, plaza y promoción?
- ¿Cuánto cuestan los productos de la competencia?
- ¿Deseo está por encima o por debajo del precio de la competencia?
- ¿Aplicaré descuentos?

Unidad 3: Plaza. Cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que ofrece las empresas

- ¿Cómo les haré llegar mis productos a mis clientes?
- ¿Utilizaré venta directa o distribuidores?
- ¿Venta en tiendas o bodega?
- ¿Dónde se ubica mi local comercial? ¿Es fácil acceder a él?
- ¿Realizaré venta en línea?

Unidad 4: Promoción. Como comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas.

- ¿Cómo lo conocerán y comprarán los clientes?
- ¿Qué medios utilizar más mi público objetivo?
- ¿Qué medios utilizaré para darlo a conocer?
- ¿Desarrollar una página de internet?
- ¿Realizar marketing?
- ¿Utilizaré medios tradicionales radio, televisión y periódicos?

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 63 empresas del sector comercial necesitan que realicen este tipo de capacitación. Sin embargo, este tipo de capacitaciones deberán ser internas para los empleados de una organización ya que muchos de los procesos que maneja en una organización no son los mismos

Para vender un producto en el mercado es necesario conocer algunos conceptos básicos de mercadotecnia como son: las 4p's. También conocidas como la mezcla de mercadotecnia. Las 4p's pueden ser consideradas como las variables o herramientas con las que cuenta un especialista en marketing para lograr los objetivos de la compañía.

Si bien, es cierto que muchas Pymes logran vender sus productos sin haber realizado un estudio detallado de su mercado, considero que no está de más dedicar un espacio y tiempo al desarrollo de estas herramientas que en un futuro nos permitirán conocer a detalle a nuestros clientes y su comportamiento.

▪ CHARLA EN DESARROLLO DE HABILIDADES EN VENTAS

OBJETIVO:

A través de ejercicios prácticos y aplicables a la función comercial, los participantes podrán reconocer la importancia de la venta en los aspectos de la vida cotidiana y entender cómo su rol es fundamental en la visión estratégica de la empresa.

TEMÁTICAS

- El proceso de venta.
- Tipos de clientes
- Planeación de la entrevista de ventas.
- Cómo generar objetivos reales.
- Acercamiento de la entrevista.
- Motivos de compra, diagnosticando motivadores de los clientes.
- Presentando, característica y beneficio, manejo de material promocional.
- Respondiendo a dudas e inquietudes (manejo de objeciones).
- Comprometiendo con uso del producto, tipos de compromiso.
- Haciendo seguimiento y cimentado relaciones con los clientes.
- Guía de juego de roles, con productos propios

Anotación: Esta capacitación se recomienda trabajar porque según las encuestas aplicadas del PRO- FO- 08, en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, se pudo conocer que 120 empresas del sector comercial necesitan que realicen este tipo de capacitación. Sin embargo, este tipo de capacitaciones deberán ser internas para los empleados de una organización ya que permite desarrollar habilidades para implementar planes y acciones específicas para cada cliente según sus necesidades y su potencial

La actividad de venta es un proceso que está unido por varias habilidades que debe tener o desarrollar una persona determinada; saber persuadir, ser empático, comunicar eficientemente son algunos de los elementos claves en un proceso de venta y fidelización de un cliente.

Mantener las relaciones a largo plazo es el desafío de las grandes empresas, pero para ello es fundamental tener profesionales altamente capacitados en la habilidad del relacionamiento; de esta manera, las ventas de largo plazo serán más fáciles de conseguir para los empresarios.

Por otra parte, este tipo de capacitaciones permitirá que en los trabajadores desarrollen técnicas inteligentes para el manejo de resistencias utilizando propuestas de valor basadas en los beneficios del producto y su competencia

▪ **NOMBRE DEL SEMINARIO: MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

OBJETIVO

El cliente quien se considera el factor más importante en una organización requiere una atención y experiencia gratificante que permita la satisfacción total del él. Por ello, el objetivo del presente seminario radica que lograr ubicar la herramienta más apropiada para medir de forma correcta la satisfacción del cliente, obteniendo resultados no sobreestimados ni subestimados, sino el más real para tomar decisiones y acciones sobre el tratamiento al cliente externo.

TEMÁTICAS

SERVICIO AL CLIENTE COMO EJE FUNDAMENTAL DE LA ESTRATEGIA Y LA GESTIÓN

- Identificación de las expectativas de los clientes de las empresas de los participantes.
- Dimensiones utilizadas por los clientes para medir la calidad del servicio.
- El nuevo enfoque del servicio.
- El ciclo del servicio y los momentos de verdad.
- Características de las empresas que sobresalen en servicio.
- Nuevos conceptos de cliente
- Principios sobre el valor del cliente.
- Tipología de clientes.
- La voz del cliente y proceso de solución de PQR

MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- Importancia de la medición a través de indicadores

- Sistemas de indicadores
- ¿Por qué hay que medir la satisfacción del cliente?
- Medición de la satisfacción del cliente interno
- ¿Cómo manejar la medición de la satisfacción del cliente?
- Métricas de atención al cliente externo
- Principales indicadores de servicio
- Qué medir y qué no medir en el servicio al cliente
- Taller aplicado

Anotación: La permanencia de una empresa en el mercado depende de la recompra. Sostener y consolidar una cartera de clientes en el tiempo es uno de los retos más importantes de cualquier organización, no solo le permite perdurar sino hacer más rentable su operación.

Por estos motivos es fundamental realizar un seguimiento cuidadoso del nivel de satisfacción del cliente para identificar las brechas que se generan entre las expectativas que se le crean al cliente y lo que realmente recibe de nuestra empresa. De cerrar estas brechas adecuadamente dependerá, en alta medida, de la participación que se alcance en el mercado

▪ **TALLER EN DISEÑO DE VITRINAS CON EFECTO VENDEDOR. ESPACIOS COMERCIALES Y EXHIBICIONES CON TÉCNICAS DE MERCHANDISING VISUAL**

OBJETIVO

Motivar a los empresarios para asumir la exhibición de productos y presentación de vitrinas en espacios comerciales como una disciplina clara, precisa y objetiva integrada a las demás actividades del punto de venta.

TEMÁTICAS

DISEÑO Y DESARROLLO DE VITRINA

- Partes de una vitrina y evaluación de una vitrina
- Tipos de vitrinas
- Medidas apropiadas de las vitrinas
- Organización y distribución de un espacio comercial (lay out)
- Principios de diseño

- Principios de color
- Principios de iluminación
- Materiales, utilería y herramientas
- Tendencias.
- Temas y ambientes para vitrinas

2.8.2.2. CAPACITACIONES ESPECÍFICAS DEL SECTOR SERVICIOS

▪ SEMINARIO EN MANEJO DE CLIENTES EN LOS HOTELES

OBJETIVO:

Dar a conocer a los trabajadores de los hoteles la importancia que tiene para la empresa el buen servicio al cliente con el fin de identificar aspectos para el manejo de situaciones difíciles en la prestación del servicio, con la finalidad de conservar la calidad y calidez en el contacto con el cliente.

TEMÁTICAS

- Calidad y atención al huésped.
- Atención telefónica: básico y avanzado.
- Manejo de quejas y reclamos.
- Cliente interno.
- Habilidades en ventas.
- Introducción a la Calidad según la Norma ISO 9000

Anotación: la importancia de saber dirigirnos al cliente es de vital importancia, es la imagen que vendemos, no solo queda bien representada nuestra imagen ante la persona que se acerca a obtener información resuelvan sus inquietudes,

▪ CURSO EN MARKETING PARA PEQUEÑOS Y MEDIANOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

OBJETIVOS

Dar a conocer a los empresarios de los diferentes hoteles de la ciudad de Pamplona la importancia de manejar e implementar el marketing hotelero en sus organizaciones

TEMÁTICAS

UNIDAD 1: EL CONSUMIDOR Y EL MERCADO

- Necesidades, Deseos y Demanda.
- Criterios para la Segmentación del Mercado.
- Evaluación de los Segmentos.
- Selección del Segmento.
- Comportamiento del Consumidor.

UNIDAD 2: PRODUCTO

- Niveles de Producto.
- Desarrollo de un Producto.
- Posicionamiento del Producto en el Mercado.
- Ciclo de Vida del Producto.

UNIDAD 3: PRECIO

- Factores que Influyen en las Decisiones sobre Fijación de Precios.
- Estrategias de Fijación de Precios para Nuevos Productos.
- Estrategias de fijación de Precios para Productos Existentes.

UNIDAD 4: PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN DE VENTAS

- Tipología según diferentes modalidades de establecimientos
- Proceso de implementación
- Elección del mensaje y los medios
- Canales de Distribución

UNIDAD 5: MARKETING EN INTERNET

- Utilización de la web en la comercialización hotelera
- Principios del marketing electrónico
- Bases de datos
- Marketing directo

Anotación: El marketing no es simplemente una función de la empresa; es una filosofía, una forma de pensar y una forma de estructurar el negocio y la estrategia.

Para competir de manera eficiente, los pequeños y medianos establecimientos hoteleros, deberán diseñar una combinación de producto-servicio que proporcione un valor real a los clientes objetivo, motive la compra y satisfaga las verdaderas necesidades del consumidor.

Por ello, el desarrollo de estrategias de marketing en los pequeños y medianos establecimientos hoteleros, posibilitará la comprensión de las variables y mecanismos que permiten detectar las ventajas competitivas, comprendiendo el funcionamiento sinérgico, equilibrado y planificado de las variables del marketing mix, e incorporando los conceptos y herramientas fundamentales del marketing de servicios.

▪ SEMINARIO EN COMUNICACIÓN ASERTIVA

OBJETIVO:

Aportar a la construcción de una cultura orientada a la comunicación asertiva y eficaz, mediante la estimulación del desarrollo de competencias de asertividad y capacidad de transmitir ideas.

TEMÁTICAS

- Inteligencia Emocional: cuando lo inteligente es tonto – conócete a ti mismo, ¿Por qué es tan importante el manejo de nuestras emociones cuando nos comunicamos?

- Conozca su coeficiente emocional
- La escucha activa: Atención, concentración y comprensión
- Como mejorar la escucha
- Técnicas para ayudarnos a ser asertivos
- Rasgos de una persona asertiva
- El respeto por la gente
- Elementos para desarrollar la comunicación asertiva
- Etapas de la conducta asertiva
- Como manejar personas difíciles, agresivas y poco asertivas
- La empatía y la apatía
- Acción asertiva básica
- Acción asertiva progresiva
- El proceso de la comunicación eficaz

Anotación: Las personas, los grupos y las organizaciones requieren cada vez mayores habilidades de comunicación en cualquier rol de su vida o trabajo. Este seminario ofrece a cada uno de los participantes las herramientas y técnicas de fácil manejo para comunicarse de forma asertiva y eficaz en su entorno de trabajo, porque de nada sirve tener los muchos hoteles y restaurantes en la ciudad de Pamplona si no se siente una buena comunicación asertiva entre sus compañeros de trabajo.

Es por ello que este tipo de capacitaciones lo que busca es mejorar la comunicación asertiva en las diferentes áreas de la empresa para tener clientes satisfechos y así cumplir la misión de la empresa.

▪ SEMINARIO EN CONTROL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

OBJETIVO:

Dar a conocer al empresario de los restaurantes, cafeterías, hoteles la importancia de llevar un control a los alimentos y bebidas ofertadas al público.

TEMÁTICAS

- Costo de lo Vendido.

- Receta estándar.
- Registro de desperdicios.
- Actividades del analista de costos
- Estadísticas Y Políticas.
- Costo Real vs. Costo potencial.
- Precios de Venta
- Precios de Compra
- Cortesías y atenciones
- Características del Servicio.
- Valores del Servicio.
- Las Herramientas de un Mesero
- La importancia de las instrucciones
- La bienvenida, La sugerencia, Tomar la orden, Al servir y Despedida.
- La Importancia de la Imagen.
- Las Cualidades de un Mesero.

Anotación: En un restaurante todos los elementos son importantes, es por ello que debemos tomar en cuenta que gran parte del éxito tiene una mezcla de: un menú y servicio de calidad, alimentos de buen sabor, saludables y creativos, un local agradable e higiénico con excelente ubicación, trato cordial y amable.

Sin embargo, considero que al mismo nivel que estos factores también está una administración adecuada, en donde una parte fundamental de esta área son los costos, almacenamientos correctos, estandarización de recetas y porciones, personal comprometido con precios justos del menú. Es necesario un gran trabajo en equipo que ayude a controlar, evitando todo aquello que pueda repercutir en el incremento o desperdicio de la materia prima y que, por ende, lleve al desequilibrio no deseado: pérdidas económicas.

2.8.2.3. CAPACITACIONES ESPECÍFICAS DEL SECTOR INDUSTRIAL

▪ TALLER EN DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

OBJETIVO.

Entender el producto como un elemento clave, dentro de la propuesta de valor ofrecida por la empresa e identificar el desarrollo de productos innovadores como factor determinante en el sostenimiento de la empresa en el largo plazo.

TEMÁTICAS

1. PRODUCTO

- Producto: desde “la producción de un bien” hasta “el ofrecimiento de una experiencia memorable”.
- ¿Qué es calidad relativa?
- Relevancia del producto para el consumidor.

2. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

- Ventas y utilidades vs. Tiempo.
- Etapas del ciclo de vida del producto.
- Reducción de los ciclos de vida.

3. MARCA Y POSICIONAMIENTO

- ¿Por qué las empresas construyen marcas además de productos?
- El poder de una marca fuerte.
- Posicionamiento de marca, visión de marca, misión de marca.
- Empaque y etiqueta: desde el empaque hasta el empaquetamiento total de la experiencia.

4. PORTAFOLIO DE PRODUCTO

- Líneas de producto.
- Arquitectura de marca.
- Gerencia de Portafolio de productos.

5. DESARROLLO DE PRODUCTOS NUEVOS

- Desarrollo de productos (creatividad, innovación y mercadeo).
- El "pensamiento de diseño" como metodología para el diseño de nuevos productos.
- Innovación disruptiva vs. innovación incremental y otros tipos de innovación.

Anotación: Este tipo de capacitaciones se deben realizar en el sector industrial de la ciudad de Pamplona porque le permitirá desarrollar y crear nuevos productos como agente diferenciador para existir en el mercado

Por otra parte, es bien sabido que si los productos de una empresa son exitosos y están bien posicionados en el mercado permitirán que las empresas ganen mayor penetración en mercados actuales y/o introducirse en nuevos mercados, ya que el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos es vital para su proyección en el largo plazo

▪ CHARLA EN MERCHANDISING DE PRESENTACIÓN EFECTIVAS FRENTE AL CLIENTE

OBJETIVO

Dar a conocer a los empresarios herramientas que les van a permitir mejorar y perfeccionar la presentación que hacen de su producto y/o servicio frente al cliente o mercado objetivo.

TEMÁTICAS

Las tres dimensiones merchandising

- Merchandising de presentación
- Merchandising de seducción
- Merchandising de gestión
- Reglas básicas del merchandising
- Normas generales de exhibición
- La circulación en el interior del establecimiento.
- La exhibición
- Animación del punto de venta

- Elección del surtido y presentación de los artículos

Técnicas del merchandising

- La altura de los ojos:
- La altura de las mano
- La altura de los pies
- Estrategias del merchandising
- Ubicación preferente de producto
- Exposiciones masivas de productos
- Demostraciones y degustaciones
- Animación en punto de venta.

Anotación: El merchandising (término anglosajón la palabra merchandise, su significado es mercancía y la terminación ing, que significa acción). Son actividades que estimulan la compra en el punto de venta. Es el conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto o servicio en las mejores condiciones, tanto físicas como psicológicas, al consumidor final. En contraposición a la presentación pasiva, se realiza una presentación activa del producto o servicio utilizando una amplia variedad de mecanismos que lo hacen más atractivo: colocación, presentación, etc.

El merchandising incluye toda actividad desarrollada en un punto de venta, que pretende reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los artículos más rentables para el establecimiento. Los objetivos básicos del merchandising son: llamar la atención, dirigir al cliente hacia el producto, facilitar la acción de compra.

En realidad, el “merchandising”, significa exhibir y colocar productos en el mejor punto de venta, con el mayor espacio y el mejor surtido con la finalidad de estimular y atraer al consumidor a la compra

▪ TALLER EN GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001:2015

OBJETIVO:

Diseñar bajo el liderazgo y participación activa del propio personal de la organización y, con el apoyo del Tutor, las actividades que requiere adelantar para poder cumplir con los requisitos definidos en el estándar y optar por el reconocimiento internacional-Certificación a su sistema

TEMÁTICAS:

UNIDAD 1: DISEÑE SU SGC

- Valide su misión y objetivos organizacionales
- Conozca los requisitos de la norma y enfoque por procesos
- Defina el alcance de las exclusiones del SGC
- Defina su mapa de procesos y dueños procesos
- Defina la política y objetivos de su SGC

UNIDAD 2: DOCUMENTO SU SGC

- Caracterice los procesos
- Defina sus indicadores de procesos
- Elaboración del manual del SGC
- Elaboración de los procedimientos
- Elaboración

UNIDAD 3: SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN AL PERSONAL EN EL SGC

- Implementación de procesos y procedimientos
- Generación de registros
- Medición de indicadores y análisis de datos
- Medición de satisfacción del cliente
- Implementación de acciones correctivas y preventivas

UNIDAD 4: AUDITE Y REVISE SU SGC

- Elaboración de programa y plan de auditoría
- Capacitación de auditores
- Desarrollo de auditorías

- Implementación de acciones correctivas y preventivas
- Revisión por parte de la dirección
- Desarrollo del plan de mejora.

Anotación: Este taller le permitirá a la empresa mejorar el programa integral el que tiene ya que los trabajadores lo diseñan, implementa, audita mediante el sistema de gestión de la calidad, basado en normas internacionalmente reconocidas como ISO 9001:2015

Sin embargo, este tipo de talleres le beneficiará a la empresa porque le permitirá a favorecer el acceso a una certificación externa de reconocimiento internacional. Asegura a todos los clientes, proveedores y otras partes interesadas, que la organización desarrolla su actividad cumpliendo la legislación según la metodología de mejora continua.

▪ SEMINARIO EN FOMENTO DE LA CREATIVIDAD

OBJETIVO

Fomentar en los empresarios el desarrollo de nuevas ideas, mediante la creatividad y el espíritu creativo, para que se adopte más rápidamente al cambio cultural y se anticipen a las nuevas necesidades. Para esto se pretende:

- Desarrollar actitudes positivas hacia la creatividad y la generación de nuevas ideas.
- Fomentar espacios de innovación dentro de las organizaciones.
- Conocer diferentes herramientas favorecedoras de la creatividad que permitan el crecimiento organizacional.
- Evitar cualquier actitud negativa hacia el cambio y la diferenciación.

TEMÁTICAS

- Que es la creatividad.
- Creatividad e innovación en el ámbito empresarial.
- Métodos y técnicas para la generación de ideas.
- Dispositivos para desarrollar e implementar la creatividad empresarial.

Anotación: Este tipo de capacitaciones es muy importante en una organización ya que permite que mejoren muchos de los procesos. Por otra es importante recalcar que la creatividad en las empresas es un aspecto clave, sobre todo cuando se están creando importantes cambios y se requiere una mayor competitividad ya que esto les permite adaptarse, pero mucho más importante es siempre mantener ventajas mayores de una forma más flexible e innovadora.

2.9 REALIZAR UNA JORNADA DE AMPLIACIÓN PARA LA UNIDAD DE AFILIADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA

Los comerciantes y empresarios matriculados son las personas naturales o jurídicas que desarrollan una actividad comercial, mientras que los Afiliados son los mismos matriculados que solicitan voluntariamente su afiliación a la Cámara de Comercio, para obtener servicios preferenciales.

Pertenecer al Programa de Afiliados, significa convertirse en uno de los clientes especiales de la Cámara de Comercio de Pamplona y por lo tanto podrán beneficiarse de la atención preferencial en todas las áreas de la Institución y hacer uso de productos especialmente diseñados para este grupo.

Ser Afiliado le permite estrechar lazos con la Cámara de Comercio a través del conocimiento de las actividades que realizamos y el uso de los servicios que ofrecemos. También tiene un sentido muy profundo, como es la unión de esfuerzos y recursos económicos en busca de progreso para los mismos Afiliados y la comunidad en general.

Los requisitos que cumplir los comerciantes para permanecer a la unidad de afiliados es.

- Tengan como mínimo dos años de constitución en cualquier Cámara de Comercio
- Hayan ejercido durante este plazo la actividad comercial / Mercantil

La jornada de ampliación de afiliados que se realizó en la Cámara de Comercio de Pamplona; se hizo con el objetivo de fortalecer esta unidad y poder dar a conocer al empresario cuales son las oportunidades y beneficios que se tienen al pertenecer a la misma. Es decir, lo que buscamos es dar a conocer al empresario los beneficios para poder incentivarlo a que pertenezca a esta unidad, puesto que no solo se verían beneficiados el propietario sino muchos de los trabajadores que laboran en las empresas.

Para empezar a trabajar en la jornada de ampliación de afiliados fue necesario solicitarle a la alta dirección una base de datos en donde pudimos conocer, que el mercado objetivo a trabajar era un total de 528 empresas que cumplían con toda la normativa y requerimientos emanados por confecámaras y el ministerio de comercio de industria y trismos del país.

Sin embargo, para trabajar en esta jornada de ampliación de afiliados fue necesario contar con el apoyo y colaboración de los estudiantes de los programas de administración de empresas, contaduría pública y economía, quienes fueron un respaldo y ayuda incondicional para sacar este proyecto adelante.

Es por ello, que la Cámara de Comercio trabaja para que los comerciantes pertenecientes a la unidad de afiliados continúen disfrutando de más y mejores servicios.

Para llevar a cabo la jornada de ampliación de la Unidad de Afiliados, se dieron a conocer los requisitos para pertenecer a ellos, de tal forma que se pudiese agilizar el proceso, lo cuales son:

- Tener como mínimo dos años de constituido en Cámara de Comercio.
- Haber ejercido durante ese plazo la actividad mercantil
- Cumplir en forma permanente la renovación oportuna de su matrícula mercantil en el mismo periodo (31 de marzo).
- Solicitar por escrito el interés de ser afiliado.

De igual forma, durante la jornada de ampliación de afiliados se dieron a conocer los derechos y deberes de los mencionados con la Cámara de Comercio. A continuación, se describirán.

Los afiliados a las Cámaras de Comercio tendrán derecho a:

1. Elegir y ser elegidos miembros de la junta directiva de la Cámara de Comercio, bajo en las condiciones y los requisitos que determinen la ley y las normas reglamentarias.
2. Dar como referencia a la correspondiente Cámara de Comercio.
3. Acceder gratuitamente a las publicaciones que determine la Cámara de Comercio.
4. Obtener gratuitamente las certificaciones derivadas de su registro mercantil sin exceder del monto de su cuota de afiliación.

5. Recibir los beneficios que proporciona la Cámara de Comercio.

Los afiliados a las Cámaras de Comercio tienen el deber de:

1. Cumplir con el reglamento interno aprobado por la Cámara de Comercio.
2. Pagar oportunamente la cuota de afiliación o su renovación.
3. Actuar de conformidad con la moral y las buenas costumbres.
4. Denunciar cualquier hecho que afecte a la Cámara de Comercio o que atente contra sus procesos electorales.

No solo basta con cumplir los deberes, si no también deberán cumplir con los diferentes reglamentos y marcos legales que hacen parte de los direccionamientos que mantiene esta institución. A continuación, se mencionan los documentos.

- Ley 1727. «Por medio de la cual se reforma el código de comercio, se fijan normas para el fortalecimiento de la gobernabilidad y el funcionamiento de las cámaras de comercio y se dictan otras disposiciones»
- Reglamento de afiliados cámara de comercio de Pamplona.

No todo son deberes y normativas por cumplir, pues los afiliados pueden tener los siguientes beneficios:

- Credencial nacional expedida por Confecámaras.
- Expedición de certificados de matrícula de existencia y representación legal gratuitamente en un número proporcional a la cuota de afiliación.
- Certificación Express (Solicitud telefónica y entrega en la dirección reportada en base de datos).
- Atención privilegiada en nuestra sede y en otras Cámaras a nivel nacional.

- Disfruta del programa de capacitación gratuita o con descuentos especiales.
- Espacio publicitario en la página web y redes sociales de la Cámara de Comercio de forma gratuita.
- Descuentos en matriculas de la UNAD hasta en un 25%
- Asesoría sin costo en el ámbito jurídico, tributario, contable, de gestión, comercial, mercantil y legal.
- Así mismo se beneficia de referencias comerciales y notas de estilo emitidas por la Cámara de Comercio, donde se destaca la trayectoria empresarial.
- Servicio de Renovación Express – anual, durante los primeros tres meses del año.
- Precio especial en alquiler de carpas, para eventos sociales.
- Reconocimiento a labor desempeñada, según fechas comerciales emitidas por Fenalco.
- Entrega de detalle con motivo de celebración de cumpleaños.
- Acceso a la chequera Cameral, sin costo alguno, obteniendo bonos de descuentos en 35 establecimientos comerciales de la ciudad de Pamplona.
- Préstamo de la Sala de Juntas sin costo, para citas de negocios. (Agendar).

Además de los beneficios ya mencionados, también tienen acceso a la chequera cameral que consta de tiquets para los siguientes lugares:

- Comidas rápidas beraca,
- Restaurante rocotto parrilla,
- Cafetería mi favorita,
- Casa del plástico,
- Casa del deporte,
- Distribuidora sol naciente,
- Dilma fashion,
- Hostal 1549,
- Amarú salón spa,
- Iruña restaurante bar y tradición.
- Cariongo plaza hotel,
- Erika cárdenas odontóloga,
- Odontología bobrek,
- Rtp televisión,
- Restaurante chef nixon,
- Sthetic perfect,
- Teatro cecilia,
- Comidas rápidas piper´s,
- Jardines de pamplona,
- Restaurante la casona,
- Onda producciones,
- Hotel el solar,
- Lavadero de vehículos mr wash,
- Ford,
- Bioasepsia confecciones,
- Escuela de tenis akuarela,
- Iscol,
- Consultorio dental dora Chávez,
- Kinesis
- Veterinaria vet medical,
- Arquidiseños,
- Logoideas,
- Vittaly,
- Lavandería lavoexpress,

2.10 CONCLUSIONES

- Se pudo conocer el nivel de informalidad y formalidad empresarial que existen en la ciudad de Pamplona
- Se identificó el crecimiento de los sectores empresariales en empresas de 3 a 5 años y mayores de cinco años
- Mediante la implementación del PRO FO 08 del sistema de gestión de calidad en la zona céntrica de la ciudad de Pamplona, fue posible conocer las capacitaciones que necesitaban los empresarios.
- Se realizó un plan de fortalecimiento 2018 para la Cámara de Comercio de Pamplona en capacitaciones según las necesidades del comerciante y sector al cual pertenezca.
- Se concluye que es necesario realizar las capacitaciones de manera práctica para que los empresarios trabajen sobre su empresa y vean avances por asistir a las mismas.
- Se realizó una jornada de ampliación para la unidad de afiliados de la Cámara de Comercio de Pamplona en donde como resultado a la fecha se ha obtenido 5 afiliaciones por parte de los empresarios

2.11 RECOMENDACIONES.

- Cuando hagan cualquier tipo de capacitaciones es recomendable que llamen al empresario y no le envíen correos, dado a que muchos de los empresarios no tienen el hábito de mirarlo diariamente.
- Darle a conocer constantemente el empresario los beneficios que se tienen al pertenecer a la unidad de afiliados
- Brindar capacitaciones que siempre estén acorde a las necesidades y requerimientos del empresario, para que tenga mayor participación a las diferentes actividades que se realicen.
- Es necesario seguir realizando jornadas de sensibilización empresarial más seguidas; para disminuir la informalidad empresarial que afecta la economía de la ciudad
- Realizar capacitaciones que esté acorde a las necesidades de los empresarios para que las empresas no se queden rezagadas y mejoren en los procesos que están tengan
- Que las capacitaciones, talleres, cursos o diplomados siempre sean prácticos para que el empresario aplique los conocimientos adquiridos a la organización
- Seguir fortaleciendo el programa de emprendimiento y el de alianzas para seguir beneficiando a mas empresarios de la ciudad
- Seguir trabando de la mano con la universidad de Pamplona para que muchos proyectos como el de consultorio beneficie a mas empresarios

2.12 ALCANCES DE LA PRÁCTICA

Las prácticas se realizaron en la Cámara de Comercio de Pamplona en el área de promoción y desarrollo, teniendo como jefe directo a Germán Andrés Daza López. La experiencia como pasante en la Cámara de Comercio fue muy emotiva y enriquecedora; dado que adquirí destrezas, habilidades y conocimientos de mi carrera profesional como personal, así como también me permitió afianzar los conocimientos adquiridos en la universidad.

Dentro de los aprendizajes que tuve, fue la realización de un diplomado en sistemas integrados de gestión de calidad en donde aprendí a comprender y entender la ISO 9001, 14000 y las OHSAS 18001, así como también la cantidad de formatos de gestión de calidad que maneja la Cámara de Comercio de Pamplona. Por otra parte, tuve la oportunidad de colaborar en la realización de los diferentes eventos, charlas y capacitaciones que realiza la cámara.

BIBLIOGRAFIA

1. Ailiceo Aguilar, A. (s.f de s.f de 2004). *My Books on Google Play*. Recuperado el 24 de 10 de 2017, de My Books on Google Play
2. <https://books.google.com.co/books?id=CJhlsrSulMUC&pg=PA25&lpg=PA25&dq=la+capacitaci%C3%B3n+consiste+en+una+actividad+planeada+y+basada+en+necesidades+reales+de+una+empresa+u+organizaci%C3%B3n+y+orientada+hacia+un+cambio+en+los+conocimientos,+habilidades+y>
3. Cámara de Comercio de Cucuta. (s.f. de s.f. de s.f.). *¿Quiénes Somos?* Recuperado el 23 de 08 de 2017, de Cámara de Comercio de Cucuta: <http://www.cccucuta.org.co/secciones-28-s/quienes-somos.htm>
4. Contreras Flórez, R. M. (31 de 05 de 2016). *PDM_ PAMPLONA 2016-2019. Redes Complejas*. Recuperado el 02 de 10 de 2017, de Sistema de Informacion Sub Regional de Norte de Santander: http://www.sisubregionalns.gov.co/files/sid_Desarrollo_territorial/PMD/SurOccidental/PDM_PAMPLONA_2016-2019.pdf
5. Huerta Riveros, P., Pedraja-Rejas, L., Navas López, J. E., & Almodóvar Martínez, P. (21 de 07-12 de 2008). *www.scielo.org.co*. Recuperado el 18 de 10 de 2017, de LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS Y LOS RESULTADOS EMPRESARIALES: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v21n37/v21n37a04.pdf>
6. s.f. (15 de 02 de 2013). *Chitagá*. Recuperado el 02 de 10 de 2017, de wikipedia : <https://es.wikipedia.org/wiki/Chitag%C3%A1>
7. s.f. (27 de 02 de 2017). *información genral de silos* . Recuperado el 02 de 10 de 2017, de Alcaldía de Santo Domingo de Silos: http://www.santodomingodesilosnortedesantander.gov.co/informacion_general.shtm
8. s.f. (10 de 05 de 2013). *informacion_general de pamplonita* . Recuperado el 02 de 10 de 2017, de Alcaldía de Pamplonita - Norte Santander: http://www.pamplonita-nortedesantander.gov.co/informacion_general.shtml
9. s.f. (11 de 03 de 2017). *Mutiscua*. Recuperado el 02 de 10 de 2017, de wikipedia : <https://es.wikipedia.org/wiki/Mutiscua>

ANEXOS

ANEXO A. Carta de presentación



Pamplona, 31 de julio de 2017

GA170.90PA00.10-121

Señor
CARLOS HUMBERTO SOLANO ESPINOSA
Presidente Ejecutivo Cámara de Comercio
Pamplona (N. de S.)

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración, para que **DIANA KATERINE MENDOZA FLOREZ**, identificada con la Cédula de Ciudadanía No. 1.094.273.260, estudiante del X semestre del Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el segundo periodo académico del año 2017, en esa Empresa.


Nuestra estudiante, con su capacidad de liderazgo y espíritu emprendedor, desarrolla competencias gerenciales, gestiona el cambio, crea e innova estrategias empresariales, en pro del fortalecimiento del sector productivo de nuestra región y del país. Profesional idóneo, con capacidad de análisis e investigación en el entorno socioeconómico y toma de decisiones.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo partícipe del proceso a su superior inmediato. Comprende un periodo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted, mi sentido de gratitud al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica de la estudiante, lo cual redunda en beneficio de la comunidad y particularmente en la visión empresarial que deben tener nuestros egresados.

Información de contacto: correo cenprac@unipamplona.edu.co, telefax (097) 5681761, Universidad de Pamplona.

Atentamente,


ÁLVARO PARADA CARVAJAL
Director Centro de Práctica y Asesoría Empresarial


OK 2017



ANEXO B. Carta de aceptación



* Pamplona, 02 de Agosto de 2017

Doctor
ALVARO PARADA CARVAJAL
Director Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial
Universidad de Pamplona
Ciudad

Cordial saludo Dr. Parada;

Es satisfactorio para nuestra Entidad poder llegar a Usted con un cordial saludo de paz y fraternidad, esperando que todas las actividades gestionadas, prosperen con éxito y beneficios personales e institucionales.

El propósito de este oficio es comunicarle que ante la solicitud de la estudiante **DIANA KATERINE MENDOZA FLOREZ**, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales con código estudiantil No. **1.094.273.260**, es aceptada para realizar la Pasantía según la solicitud efectuada por usted.

Igualmente sea esta la ocasión para reiterarle nuestro compromiso con la comunidad educativa de nuestra región.

Atentamente,

Ing. CARLOS H. SOLANO ESPINOSA
Presidente Ejecutivo

Imagen que Registra Calidad

Edificio Cámara de Comercio - Calle 5 No 4-31 Centro - PBX ☎ 568 2047 - Telefax: 568 4696 Ext. 7
<http://www.camarapamplona.org.co> - ✉ e-mail ccpamplona@camarapamplona.org.co
Pamplona - Norte de Santander - Colombia

ANEXO C. Certificado de finalización de práctica



EL PRESIDENTE EJECUTIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA

Certifica:

Que **DIANA KATERINE MENDOZA FLOREZ**, identificado (a) con Cédula de Ciudadanía No. **1.094.273.260 de Pamplona Norte de Santander**, desarrollo y culminó su pasantía como estudiante de Administración de Empresas con una duración de cuatro meses – (segundo semestre del año 2017)-, logrando excelentes resultados en la gestión del sector productivo de la región; durante su proceso Implemento la Propuesta denominada “**Plan de Fortalecimiento Empresarial 2018 para la Cámara de Comercio de Pamplona**, con el fin de impulsar los sectores atendiendo los requerimientos de **CONFECAMARAS**”; se destaca que durante su desempeño demostró ser una persona responsable, colaboradora y dedicada en su labor.

Igualmente se certifica que contribuyo en el proceso de Prospectiva del Municipio de Pamplona, trabajo integral e interinstitucional, base fundamental para el desarrollo de la Región.

La presente constancia se firma a solicitud del interesado (a) a los 15 días del mes de noviembre de 2017.

Atentamente,

CARLOS HUMBERTO SOLANO
Presidente Ejecutivo

chsa.

Imagen por Registro Calidad

Edificio Cámara de Comercio - Calle 5 No 4-31 Centro - PBX ☎ 568 2047 - Telefax: 568 4696 Ext. 7
<http://www.camarapamplona.org.co> - ✉ e-mail ccpamplona@camarapamplona.org.co
Pamplona - Norte de Santander - Colombia

ANEXO D. Certificado de implementación y socialización de la propuesta de mejoramiento



EL PRESIDENTE EJECUTIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA

CERTIFICA

Que **DIANA KATERINE MENDOZA FLOREZ**, identificado (a) con cedula de ciudadanía No. 1.094.273.260 de Pamplona Norte de Santander, socializo la propuesta denominada **"PLAN DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL 2018 PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE PAMPLONA, CON EL FIN DE IMPULSAR LOS SECTORES ATENDIENDO LOS REQUERIMIENTOS DE CONFECAMARAS"**; el día 5 de noviembre del presente años.

La presente constancia se firma a solicitud del interesado (a) a los 15 días del mes de noviembre.

CAMARA
DE COMERCIO DE PAMPLONA



CARLOS HUMBERTO SOLANO ESPINOSA

Presidente Ejecutivo de La Cámara de Comercio de Pamplona

Imagen que Registra Calidad

Edificio Cámara de Comercio - Calle 5 # 4-31 Centro PBX 5682047 – Telefax: 5684696
www.camarapamplona.org.co – email: ccpamplona@camarapamplona.org.co

ANEXO E. Formato de evaluación




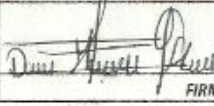
CENPAE

REPORTE DE EVALUACIÓN


Universidad de Pamplona
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial
Pamplona (Norte de Santander)
Km 1, Via Bucaramanga
Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co
cenprac@unipamplona.edu.co

| | | | |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| OBJETIVO: | Evaluar el desempeño del practicante de acuerdo con los objetivos previamente planteados en la empresa con el fin de comprender las acciones que faciliten el cumplimiento de los mismos y logren el desarrollo personal y profesional del estudiante | | |
| ESTUDIANTE: | Diana Katherine Mendoza Florez | ORGANIZACIÓN: | Camara de Comercio de Pamplona |
| PROGRAMA: | Administración de Empresas | DEPENDENCIA: | Promoción y desarrollo |
| EVALUADOR: | German Andres Lopez Lopez | FECHA: | 14/11/2017 |

CALIFICACIÓN: MUY SOBRESALIENTE (MS)- SOBRESALIENTE (S)-POCO SOBRESALIENTE (PS)- ACEPTABLE(A)

| INDICADORES DE DESEMPEÑO | MS | S | PS | A | CONCEPTO DEL EVALUADOR | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--|--------------|--------------|---|--------------------------|--------------|--|--|
| ADAPTACIÓN A LA ORGANIZACIÓN Habilidad del estudiante para afrontar cambios en los diversos roles que este assume de acuerdo con las circunstancias presentadas. | | X | | | Aptitud de cambio para apoyar los diferentes procesos de la Camara de Comercio | | | | | | | | | |
| INTEGRACIÓN AL GRUPO DE TRABAJO Habilidad para adaptarse a las orientaciones, comportamientos y necesidades de los compañeros que conforman el equipo. | | X | | | Escucha orientaciones para fortalecer el trabajo en equipo | | | | | | | | | |
| INICIATIVA Y APORTES Capacidad para sugerir soluciones prácticas e innovadoras a problemas presentados en la organización. | X | | | | Presenta diferentes alternativas para la solución y mejoramiento de los procesos. | | | | | | | | | |
| RESPONSABILIDAD Asumir positivamente las consecuencias de sus actos. | X | | | | Fue responsable en las actividades que realizó | | | | | | | | | |
| CALIDAD DE TRABAJO Oportunidad y efectividad en todas las actividades que realiza. | X | | | | Propuestas efectivas de trabajo | | | | | | | | | |
| PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA Disposición para presentarse a tiempo en su lugar de trabajo. | | | X | | Algunas veces llega tarde al lugar de trabajo | | | | | | | | | |
| COMUNICACIÓN Capacidad para expresar sus ideas (oral y escrita) en forma clara y precisa, y para entender a otros. | | X | | | genera propuestas comunicativas para desarrollar sus actividades diarias. | | | | | | | | | |
| MADUREZ Grado de autocontrol y seriedad para manejar cualquier tipo de situación. | X | | | | Acepta todo tipo de madurez, responsabilidad y eficiencia dando buenos resultados. | | | | | | | | | |
| ENTUSIASMO Capacidad para asumir actitudes de interés, pasión y optimismo. | | X | | | Optimista, claro y positivo para las relaciones interpersonales y actividades. | | | | | | | | | |
| CAPACIDAD DE MEJORAMIENTO Capacidad de revisar constantemente los procesos para darles valor agregado. | X | | | | manifiesta la importancia de mejorar continuamente los procesos dando mayor eficiencia y proyección a la empresa. | | | | | | | | | |
| TRABAJO BAJO PRESIÓN Capacidad de dar solución a diferentes factores en cortos periodos de tiempo. | | X | | | Responde a cada una de las labores sin importar la carga laboral y dando cumplimiento a sus obligaciones laborales. | | | | | | | | | |
| CUALIDADES DEL ESTUDIANTE: | Responsable, Compromiso, dedicación, Responsable, respetuoso, Amable | | | | | | | | | | | | | |
| ASPECTOS QUE DEBE MEJORAR EL PRACTICANTE: | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">Liderazgo</td> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;">Proactividad</td> </tr> <tr> <td>Comunicación</td> <td>X</td> <td>Generación de Propuestas</td> </tr> <tr> <td>Otra, ¿Cuál?</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> | | | | | Liderazgo | | Proactividad | Comunicación | X | Generación de Propuestas | Otra, ¿Cuál? | | |
| Liderazgo | | Proactividad | | | | | | | | | | | | |
| Comunicación | X | Generación de Propuestas | | | | | | | | | | | | |
| Otra, ¿Cuál? | | | | | | | | | | | | | | |
| EL PRACTICANTE CUMPLIO CON SUS EXPECTATIVAS: | SI | X | NO | ¿Por qué? | Cumple con las funciones y labores asignadas. | | | | | | | | | |
| RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS: | No perder la continuidad del proceso de prácticas en la Camara de Comercio, debido a su importancia. | | | | | | | | | | | | | |
|  FIRMA EVALUADOR | |  FIRMA PRACTICANTE | | | | | | | | | | | | |

ANEXO F. Formato de auto evaluación



CENPAE

REPORTE DE AUTOEVALUACIÓN

Universidad de Pamplona
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial
Pamplona (Norte de Santander)
Km 1, Vía Bucaramanga
Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co
cenprac@unipamplona.edu.co

Nombre del Estudiante: Diana Katherine Mendoza Florez

Nombre de la Empresa: Comarca de Comercio de Pamplona

Dependencia Entidad: Promoción y Desarrollo

Fecha: 14/11/2017

Programa: Administración de Empresas

Evaluador: _____

OBJETIVO: Reflexionar en torno de las actitudes y habilidades que pueden dinamizarse durante el semestre de práctica para reafirmar los valores y principios ciudadanos fundamentales.

- Señale el medio por el cual se vinculó usted a la empresa donde desarrolla su Práctica Profesional.

1.1. Unipamplona ☒

1.2. Familiar ☐

1.3. Amistad ☐

1.4. Auto gestión ☐

1.5. ¿Otro Medio? ☐ Especifique ¿Cuál Otro? _____
- ¿Qué lo motivó a elegir este medio? Porque era en donde me daban Información de las Empresas
- ¿Considera usted que ha cumplido las expectativas que se tenía antes de iniciar el semestre de práctica? SI ☒ NO ☐

Explique: Porque pudo afrontar y solucionar muchos inconvenientes
- ¿Qué tipo de dificultades ha afrontado durante la práctica?

4.1. Académicas ☐

4.2. Laborales ☐

4.3. Personales ☐

4.4. Ninguna ☒

Explique: _____
- ¿Cree usted que el semestre de práctica es un escenario propicio para la formación en valores humanos? SI ☒ NO ☐
- Señale TRES VALORES que usted haya fortalecido durante este semestre de práctica profesional.

6.1. Responsabilidad ☒

6.2. Puntualidad ☐

6.3. Compromiso ☒

6.4. Participación ☒

6.5. Sensibilidad Social ☐

6.6. Nacionalismo ☐

6.7. Creatividad ☐

6.8. ¿Otro? ☐

¿Cuál? _____
- Desde el punto de vista del cumplimiento de los objetivos, evalúe su desempeño durante el semestre de prácticas y califíquese, en el siguiente cuadro. Utilizando escala de 0.0 a 5.0, con base en las siguientes competencias y sus criterios.

| COMPETENCIA | NOTA | EXPLIQUE ¿PORQUE? |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ciudadano Autónomo Monitoreo - Contexto Participación y cumplimiento en todas las actividades del CENPAE | 5.0 | Porque participe en las actividades que hizo, así como también hice entrega oportuna de los documentos para la realización de las prácticas |
| Científico Monitoreo - Conocimiento Presentación efectiva y oportuna del trabajo académico | 4.8 | Porque no entregué puntual en informe número dos, lo entregué un día después |
| Profesional Monitoreo - Disciplina Expresa la síntesis de su formación en saberes, actitudes y habilidades, aplicados al ámbito laboral | 5.0 | En el área de Promoción y desarrollo fue en donde realice mis prácticas, hoy en día estudio finanzas, gestión empresarial y mercadeo, siempre he manejado un buen clima organizacional |
| Nota Integral | 4.9 | |


ANEXO G. Base de datos de la cámara de comercio y el censo empresarial 2016 realizado por CDE y la tabulación en el (CD)

| BASE DE DATOS CAMARA-L - Microsoft Excel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------|------------|--------|------------------------------------|------|-----------|----------|----------------------------------|----------|-----------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cortar Copiar Pegar Copiar formato | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| General Fuente Alineación Número Estructuras Celdas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Formato condicional Formato condicional como tabla Formato condicional como tabla Formato condicional como tabla Formato condicional como tabla | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Normal Buena Incorrecto Cálculo Celda de co... | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Insertar Eliminar Formato Borrar Ordenar y seleccionar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Modificar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Portafolios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fuentes | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alineación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Número | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estructuras | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Celdas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Modificar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 017 20170111 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MATRIZ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| RAZON SOCIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IDENTIFICACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REC. MATRIZ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| REC. RENOVADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIR. COMERCIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MINI. COMERCIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TEL. COM. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EMAIL. COMERCIAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CIU-1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095862 | 12 | ASOCIACION COMUNITARIA DE TURISMO PAMPLONA | 90095862 | 200938 | CARRERA 1156 CENTRO | 5630 | -PAMPLONA | 31084881 | ivancorrea@gmail.com | 50095862 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095861 | 12 | ASOCIACION MIMORAS Y LEGADOS CULTURALES DE LA PROVINCIA DE PAMPLONA | 90095861 | 200908 | 700800 CCL 3 A 8197 ATOP VIEDO | 5630 | -PAMPLONA | 31080101 | ivancorrea@gmail.com | 50095861 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095860 | 12 | ASOCIACION NACIONAL DE MUJERES URBANAS POPULARES SANT ANDRES | 90095860 | 200972 | 407A 18B VENEZIA PROHENDIDA | 5400 | -TOLEDO | 31403440 | armurru.urbano@celiax@gmail.com | 50095860 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095859 | 12 | ASOCIACION VICTIMAS DEL MANIPULO DE LA FUERZA PUBLICA | 90095859 | 200974 | 107A 17B SAJATA ECCELIA | 5477 | -LABATECA | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095859 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095858 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LA VENEZIA JARA | 90095858 | 200974 | 407A VENEZIA JARA PICA | 5630 | -PAMPLONA | 31062482 | | 50095858 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095857 | 12 | VEEDURIA CUCULIENNA DE LA AUTOPISTA DE CUARTA GENERACION P.A. | 90095857 | 200906 | CCL 185 67 | 5630 | -PAMPLONA | 30060958 | | 50095857 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095856 | 12 | ASOCIACION MIMORAS Y LEGADOS CULTURALES DE LA PROVINCIA DE PAMPLONA | 90095856 | 200908 | 700800 CCL 3 A 8197 ATOP VIEDO | 5630 | -PAMPLONA | 31080101 | ivancorrea@gmail.com | 50095856 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095855 | 12 | ASOCIACION DE DAMIFICADOS DE LA AVIACION DE LA VENEZIA LA C | 90095855 | 200904 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095855 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095854 | 12 | ASOCIACION DE PERSONAS QUE SE ENFERMO EN LA VENEZIA LA C | 90095854 | 200904 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095854 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095853 | 12 | ASOCIACION DE CARILLOS TORRES DE SAN LUIS DE GUACARIMA NORTE | 90095853 | 200903 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095853 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095852 | 12 | ASOCIACION DE CARILLOS TORRES DE SAN LUIS DE GUACARIMA NORTE | 90095852 | 200903 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095852 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095851 | 12 | ASOCIACION COMUNITARIA CHIRIQUIA | 90095851 | 200903 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095851 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095850 | 12 | ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS DE CUCULIENNA | 90095850 | 200902 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095850 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095849 | 12 | ASOCIACION CULTURA Y TURISMO DE CAJATA | 90095849 | 200902 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095849 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095848 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CAJATA | 90095848 | 200902 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095848 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095847 | 12 | FUNDACION Y ACCION | 90095847 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095847 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095846 | 12 | ASOCIACION DE MUJERES DE ROMA | 90095846 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095846 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095845 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CAJATA | 90095845 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095845 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095844 | 12 | ASOCIACION EXP. DE MUJERES PUEBLOS DE SAN ANDRES | 90095844 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095844 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095843 | 12 | ASOCIACION CORPORACION PARA LOS DERECHOS HUMANOS LA PA | 90095843 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095843 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095842 | 12 | ASOCIACION DE USUARIOS CARRASAL SECCION PAMPLONA NORTE | 90095842 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095842 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095841 | 12 | ASOCIACION DE ARTESANOS DE DOLDO ARTIFOLIO | 90095841 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095841 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095840 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES DE COMIDAS LINDAS DE TOLEDO | 90095840 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095840 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095839 | 12 | FUNDACION HERMANIDAD INFINITO DE JESUS DE NAZARETH | 90095839 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095839 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095838 | 12 | FUNDACION CON PROYECTO UN NUEVO FUTURO | 90095838 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095838 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095837 | 12 | FUNDACION HUMANITAS | 90095837 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095837 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095836 | 12 | CORPORACION CIUDAD TALLER | 90095836 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095836 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095835 | 12 | ASOCIACION DE MUJERES ACTIVAS Y EMPRENDEDORAS DEL CORRIER | 90095835 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095835 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095834 | 12 | ASOCIACION SAN LUIS DEL MUNICIPIO DE LA FUERZA PUBLICA | 90095834 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095834 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095833 | 12 | ASOCIACION DE MUJERES CABECAS DE FAMILIA DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095833 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095833 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095832 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095832 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095832 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095831 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095831 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095831 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095830 | 12 | FUNDACION MONI SOCOPPO | 90095830 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095830 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095829 | 12 | ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL PORVIER DE TOLEDO | 90095829 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095829 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095828 | 12 | ASOCIACION PRODUCTORA "COMUNIDAD CULTURAL DE CURE MADRID" | 90095828 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095828 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095827 | 12 | ASOCIACION AGROPECUARIA DE LA MUJER RURAL DE HORQUIA MUNICI | 90095827 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095827 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095826 | 12 | ASOCIACION PRODUCTORA EMPRENDEDORAS AGROPECUARIAS Y | 90095826 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095826 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095825 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095825 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095825 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095824 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095824 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095824 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095823 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095823 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095823 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095822 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095822 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095822 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095821 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095821 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095821 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095820 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095820 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095820 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095819 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095819 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095819 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095818 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095818 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095818 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095817 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095817 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095817 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095816 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095816 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095816 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095815 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095815 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095815 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095814 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095814 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095814 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095813 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095813 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095813 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095812 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095812 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095812 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095811 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095811 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095811 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095810 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095810 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095810 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095809 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095809 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095809 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095808 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095808 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095808 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095807 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095807 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095807 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095806 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095806 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095806 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095805 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095805 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095805 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095804 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095804 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095804 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095803 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095803 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095803 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095802 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095802 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095802 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095801 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095801 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095801 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095800 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095800 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095800 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095799 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095799 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095799 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095798 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095798 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095798 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095797 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095797 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095797 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095796 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095796 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095796 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095795 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095795 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095795 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095794 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095794 | 200901 | 700800 CCL 15 57 PARQUE PRINC 5477 | 5400 | -TOLEDO | 31054839 | luzmaria.urbano@celiax@gmail.com | 50095794 | Actividades de etas asociaciones n.c.p. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50095793 | 12 | ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE CUI | 90095793</ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Base de datos CDE

| CENSO EMPRESARIAL - Microsoft Excel | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------|------------|--------------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------------------------------|
| <div>InicioInsertarDiseño de páginaFórmulasDatosRevisarVista</div> <div>Calibri11Ajustar textoGeneralFormato condicional como tablaNormalBuenaIncorrectoInterferEliminar FormatoCeldasAutosumaRelleñarOrdenar y filtrarBuscar y seleccionarModificar</div> <div>PortapapelesFuentesAlineaciónNúmeroEstilos</div> | | | | | | | |
| H5Cámara de Comercio, Industria y Comercio. | | | | | | | |
| A | B | C | D | E | F | G | H |
| NOMBRE DE EMPRESA | PROPIETARIO | DIRECCION | TELEFONO | ACTIVIDAD ECONOMICA | SECTOR ECONOMICO | AÑOS DE FUNCIONAMIENTO | REGISTRO DE LA EMPRESA |
| Almacen Muros Sport | Marleny Florez | Calle 7 # 16 -39 | N.I | Venta de Ropa | Comercial | 5 años | Dian, Cámara de Comercio, Industria y Comercio. |
| Aguil Hay Huevos | Enrique | Cr 4 3 # 1C - 84 | N.I | Charcuteria | Comercial | 3 años | Dian, Cámara de Comercio |
| Artes Sabor y Locura | German Dario Mendez | Calle 9 # 7 -65 | N.I | Piñateria | Comercial | 3 años | N.I |
| Autotienda Laurce | Maria Yasmin | Cra 7 #3 -60 | 3003838200 | Fruteria | Comercial | 5 años | Cámara de Comercio, industria y Comercio. |
| Bodega la decima | Sandra Patricia Gelvez | Cra 9 # 320 | 3125264071 | Bodega | Comercial | 4 años | Dian, Cámara de Comercio, Industria y Comercio |
| Bodega y Supermercado La Septima | Ester Marina Villamizar | Calle 7 # 8-42 | 5680700 | Venta Vivero | Comercial | 5 años | Dian, Cámara de Comercio y industria y comercio |
| Bordados computarizados Axfel | Rosa Katenn Mantilla | N.I | N.I | Bordados | Industrial, Comercial | 5 años | Cámara de Comercio, industria y comercio |
| Cacharrería Wilmer | Orlando Gomes | Calle 4 # 7-55 | N.I | Venta de víveres | Comercial | 4 años | Dian, Cámara de Comercio, |
| Carnes las Nieves | Alexis Villamizar | Calle 5 # 6 -46 | N.I | Carniceria | comercial | 4 años | Dian, Cámara de Comercio, industria y Comercio |
| Carnes y mas Carnes | Juan Carlos Gelvez | Cra 7 # 6 -89 | N.I | Carniceria | Comercial | 5 años | N.I. |
| Carniceria Tito | Tito | Calle 3 # 8 -07 | 312305209 | Carniceria | Comercial | 4 años | Cámara de Comercio, industria y Comercio |
| Centro de rehabilitación depotiva | Miguel Angel Delgado | Calle 11 A | 3158095216 | Centro de rehabilitación | Servicios | 5 años | Dian, Camara de Comercio |
| Charcutería Pollitos y Huevitos del Campo | Paulina Cardenas | Calle 6 # 1 -59 | 3106890797 | Charcuteria | Comercial | 3 años | Dian, Cámara de Comercio, industria y Comercio. |
| Compraventa Onix | N.I | Calle 5 | 5680459 | Compraventa | Comercial | 5 años | Dian, Cámara de Comercio |
| Copiaderson | Andres Cristancho | Cra 4 # 15 | 3133141135 | N.I | N.I | 3 años | Dian |
| Cptel | N.I | Calle 5 # 4-81 | N.I | Servicio Tecnico | Comercial | 5 años | Dian, Cámara de Comercio, |
| Creaciones J. L | Blanca Rosa Leal | Cra 4 # 4 -04 | 3115203767 | Confecciones | Servicios | 3 años | Dian, Industria y Comercio |
| Chhinda | Diana Marcela Moreno | Calle 95 # 95 | | Venta de Ropa | | 5 años | Dian, Cámara de Comercio. |
| DE 3 - 5 AÑOS DE 5 AÑOS EN ADELANTEHoja3 | | | | | | | |

ANEXO H. Escáneres de los formatos aplicados en el sector comercial, industrial y de servicios, la tabulación y evidencia fotográfica (CD)

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------|
|  | FORMATO ENCUESTA DE CAPACITACION EXTERNA | CODIGO: PRO - FO - 08 |
| | | VERSION No.: 1 |
| | | PÁGINA 1 de 1 |

ENCUESTA PARA LA PLANEACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EXTERNA
AÑO: _____

NOMBRE: _____ TELÉFONO: _____
 ESTABLECIMIENTO: _____ COMERCIO: _____
 SECTOR AL QUE PERTENECE: COMERCIAL SERVICIOS INDUSTRIAL
 Subsector Comercial: _____

A continuación encontrará una serie de preguntas que nos permitirán establecer el Programa de Formación y Capacitación de Cámara de Comercio de Pamplona orientado a los empresarios y comerciantes de la jurisdicción, el cual, con su participación le permitirá fortalecer su negocio.

Por favor, responda a las siguientes preguntas basándose en su experiencia, percepción y expectativas relacionadas con las capacitaciones que le gustaría recibir. CONTESTE MARCANDO CON UNA "X"

1. ¿Considera usted que es importante que la Cámara de Comercio realice Programas de capacitación?

SI ☐ NO ☐

Por qué? _____

2. Marque con una X aquellas capacitaciones que serían de su agrado y en las que usted participaría.

| | | |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Finanzas <input type="checkbox"/> | Proyectos <input type="checkbox"/> | Tributaria <input type="checkbox"/> |
| Sistemas <input type="checkbox"/> | Marketing y ventas <input type="checkbox"/> | Inventarios <input type="checkbox"/> |
| Salud Ocupacional <input type="checkbox"/> | Creación de Empresas <input type="checkbox"/> | Motivación y Liderazgo <input type="checkbox"/> |
| Emprendimiento <input type="checkbox"/> | Sistemas de Calidad <input type="checkbox"/> | Servicio al Cliente <input type="checkbox"/> |
| Estrategias Publicitarias <input type="checkbox"/> | Régimen de contratación Laboral <input type="checkbox"/> | Formalización de empresas <input type="checkbox"/> |
| Gerencia Básica <input type="checkbox"/> | Contabilidad básica <input type="checkbox"/> | Otros <input type="checkbox"/> |

CUALS: _____

3. De las capacitaciones mencionadas anteriormente, priorice las 3 más urgentes:

4. En qué horario se le facilita participar de las jornadas en formación

| | | |
|--------------------------------------------------|--|--|
| 8:00 a.m. a 10:00 a.m. <input type="checkbox"/> | | |
| 10:00 a.m. a 12:00 a.m. <input type="checkbox"/> | | |
| 2:00 p.m. a 4:00 p.m. <input type="checkbox"/> | | |
| 4:00 p.m. a 6:00 p.m. <input type="checkbox"/> | | |
| 6:00 p.m. a 8:00 p.m. <input type="checkbox"/> | | |

5. En qué día de la semana se le facilita participar de las jornadas en formación

| | | |
|------------------------------------|--|--|
| Lunes <input type="checkbox"/> | | |
| Martes <input type="checkbox"/> | | |
| Miércoles <input type="checkbox"/> | | |
| Jueves <input type="checkbox"/> | | |
| Viernes <input type="checkbox"/> | | |
| Sábado <input type="checkbox"/> | | |

GRACIAS POR CONTRIBUCIÓN.

ANEXO I. Tangible y en CD. Plan de fortalecimiento empresarial para los sectores comercial, industrial y de servicios de la ciudad de Pamplona



ANEXO J. Jornada de ampliación de afiliados (CD).

Nota: dentro del anexo J en el (CD) se encuentra: evidencias fotográficas, formatos que tenían que diligenciar, base de datos potencial de afiliados y publicaciones en Medios

