

**PLAN OPERACIONAL Y ESTRATÉGICO PARA EL PROCESO DE ASESORÍA
DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DE
PAMPLONA**

AMANDA GISELA COTE BONILLA

Cód.: 1094277595

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

2019

**PLAN OPERACIONAL Y ESTRATÉGICO PARA EL PROCESO DE ASESORÍA
DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DE
PAMPLONA**

AMANDA GISELA COTE BONILLA

Cód.: 1094277595

**Informe presentado como requisito para optar al título de ADMINISTRADORA
DE EMPRESAS**

Supervisor de Práctica

FERNANDO ENRIQUE BRAND CAMARO

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

2019

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| ABSTRACT..... | 7 |
| INTRODUCCIÓN..... | 8 |
| 1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL..... | 9 |
| 1.1. Reseña Histórica Centros De Desarrollo En Colombia..... | 9 |
| 1.1.1. Reseña histórica centro de desarrollo empresarial de la universidad de pamplona..... | 10 |
| 1.2. Aspectos Corporativos..... | 12 |
| 1.2.1. Misión..... | 12 |
| 1.2.2. Visión..... | 12 |
| 1.2.3. Valores..... | 12 |
| 1.2.4. Principios..... | 13 |
| 1.2.5. Organigrama..... | 15 |
| 1.3. DIAGNOSTICO..... | 16 |
| 1.3.1. Áreas estratégicas..... | 16 |
| 1.3.2 matriz DOFA..... | 19 |
| 1.4. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO..... | 20 |
| 1.5. FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE DE LA PRÁCTICA..... | 20 |
| 1.5.1. Actividades a desarrollar por el estudiante..... | 20 |
| 1.5.2. Funciones en el lugar de trabajo..... | 20 |
| 2. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO..... | 22 |
| 2.1. TITULO..... | 22 |
| 2.2. OBJETIVOS..... | 22 |
| 2.2.1. Objetivo General..... | 22 |
| 2.2.2. Objetivos Específicos..... | 22 |
| 2.3. JUSTIFICACIÓN..... | 23 |
| 2.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 24 |
| 3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA..... | 25 |
| 3.1. TITULO..... | 25 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.2. | PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS | 25 |
| 3.3. | ÁREA GEOGRÁFICA DE NUESTROS CLIENTES..... | 28 |
| 3.4. | SERVICIOS | 28 |
| 3.5. | COMPETIDORES DIRECTOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL..... | 33 |
| 3.6. | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL..... | 34 |
| 3.7. | TAREAS PARA LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL CENTRO | 35 |
| 3.8. | MAPA ESTRATÉGICO | 37 |
| 3.9. | USUARIOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL. | 38 |
| 3.10. | RESPONSABILIDADES DE LOS USUARIOS DEL CENTRO | 38 |
| 3.11. | METODOLOGÍA DE ATENCIÓN | 38 |
| 3.12. | NUESTROS SOCIOS..... | 40 |
| 3.13. | NUESTROS COLABORADORES | 40 |
| 3.14. | RESPONSABILIDADES DE LOS EMPLEADOS DE CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL. | 41 |
| 3.15. | PROCESOS DE GESTION DE CLIENTES..... | 45 |
| 3.16. | DIAGRAMA GENERAL DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CLIENTES 47 | |
| 3.17. | FLUJO DE TRABAJO..... | 48 |
| 3.18. | PROCESO DE ATENCIÓN A UNA EMPRESA ESTABLECIDA | 49 |
| 3.19. | METAS DE ASESORIA Y CAPACITACION E IMPACTO ECONOMICO CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PLAN OPERACIONAL 2019. ... | 50 |
| 3.20. | RECURSOS | 56 |
| 3.21. | PRESUPUESTO DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2019. 56 | |
| 3.22. | MERCADOTECNIA Y PROMOCION DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL | 59 |
| 3.23. | MATRIZ DE COMUNICACIÓN POR TIPO DE CLIENTE DEL CENTRO 59 | |
| 3.24. | ESTRATEGIAS DE PROMOCION POR SERVICIO OFERTADO DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL | 61 |
| 3.25. | DISEÑO DE TARJETAS PARA DESAYUNO DE EMPRESARIOS DEL SECTOR PRODUCTIVO DE PAMPLONA..... | 62 |
| 3.26. | DISEÑO DE BOLETÍN PARA DAR A CONOCER A LOS EMPRESARIOS LOS SERVICIOS DEL CDE | 63 |

RECOMENDACIONES.....67
ALCANCES DE LA PRACTICA68
BIBLIOGRAFIA.....69

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Ilustración 1. Organigrama Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona..... | 15 |
| Ilustración 2. Diagrama General Gestión de Clientes | 47 |

ABSTRACT

This work of business practice is oriented to the Business Development Center of the University of Pamplona, which is a proposal that articulates the three axes of business development, University, Business and State (triple helix). which has two phases, two phases, the first when it started as a pilot SBDC project, for the acceleration of business and the promotion of agroindustrial development coordinated by FUNDESCAT with the participation of the Mayor of Pamplona, University of Pamplona, Chamber of Commerce of Pamplona, Unad Pamplona, ISER., And the municipalities of Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, Silos, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla and Chinácota.

The second phase begins when the University of Pamplona assumes the coordination of the Business Development Center of Pamplona, through the Faculty of Economic and Business Sciences. Its leadership in front of the Center was formalized with the visit of the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, which formally establishes the guidelines and operational processes of the house of studies. Having as main objective to consolidate as an initiative towards entrepreneurs and entrepreneurs to facilitate the creation of new companies and the promotion and development of existing ones so that they contribute to the improvement of the economic development of the city.

This project has six strategic management areas: Free and integral personalized business advice for business growth and acceleration; Work training; Integral management; Professional development plan; Promotion, Communication and Marketing Plan and Sustainability Plan.

INTRODUCCIÓN

La Universidad de Texas Estados Unidos lanzó la iniciativa de Centros de Desarrollo de Pequeñas Empresas (SBDC) en asociación con el Ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia con el financiamiento del Departamento de Estado de EE. UU. y el apoyo de la agencia de Educación Superior para el Desarrollo, bajo la iniciativa Pathway of Prosperity. El objetivo de la iniciativa fue transferir, adaptar e implementar el Modelo SBDC en Colombia con el objetivo de crear y expandir el crecimiento de las pequeñas empresas. Los "Centros para el Desarrollo Empresarial" apoyan a las pequeñas empresas nuevas y existentes, a comenzar, expandirse y volverse más competitivas, el proyecto de implementación de los CDE (SBDC) se viene trabajando desde el 2013 cuando se realizaron consultas a actores claves del ecosistema, para de esta manera “generar conocimiento y ganar apoyo para la implementación del programa en el país”. Igualmente, en el 2014 se organizó una delegación donde participaron funcionarios de los sectores público, privado y académico con la finalidad de realizar una transferencia metodológica y se den a conocer de forma vivencial los beneficios de la implementación de SBDC. De esta manera, el trabajo realizado en estos años ha puesto en marcha un plan para adaptar el modelo SBDC a la realidad colombiana e implementar 14 centros piloto durante el 2015.

1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

1.1. Reseña Histórica Centros De Desarrollo En Colombia

En Colombia se han creado los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) como una herramienta para el desarrollo de capacidades como la innovación, la productividad, la gestión administrativa y gerencial, el desarrollo tecnológico y la rentabilidad, entre otras, al interior de las organizaciones, a la vez busca promover el crecimiento empresarial a través de asesoría, acompañamiento y capacitación al emprendedor y empresario, el Programa de los Centros de Desarrollo Empresarial de Colombia, hace parte de la adaptación del modelo Small Business Development Center (SBDC), la cual ha sido implementada en Estados Unidos desde hace más de 30 años, en donde actualmente existen cerca de 1.100 Centros.

El modelo SBDC para Colombia, hace parte de una iniciativa hemisférica para homologar el apoyo a las Mipymes promovido desde la Cumbre de las Américas del 2012 (Cartagena – Colombia). Esta decisión se formalizó a través de un Memorando de Entendimiento firmado en la ciudad de Cali en octubre del año 2012, en el marco de la reunión Ministerial “Caminos para la Prosperidad de las Américas”. Dicho documento fue firmado entre el Gobierno Colombiano representado por la Cancillería y el Gobierno Americano representado por el Departamento de Estado de Estados Unidos.

Este modelo ya ha sido adaptado en otros países latinoamericanos. Para finales del 2014, funcionan bajo esta metodología 118 Centros en México, 10 Centros en

El Salvador, 6 Centros en Honduras, 5 Centros en Guatemala y un Centro en Belice, y se espera que esta Red, de la cual actualmente hacen parte cerca de 1.200 Centros, se siga ampliando a otros países de América Latina y el Caribe.

1.1.1. Reseña histórica centro de desarrollo empresarial de la universidad de pamplona

Data sus inicios desde el 20 de noviembre del 2015, bajo la coordinación de la fundación para el desarrollo del Catatumbo de Ecopetrol – FUNDESCAT – y, el acompañamiento de la Cámara de Comercio de Pamplona, la Universidad Nacional a Distancia, la Universidad de Pamplona y la Alcaldía de Pamplona, trabajando bajo la metodología SBDC (Small Business Development Center), con el objetivo de impulsar el desarrollo territorial.

El Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona busca generar en Pamplona y sus otros nueve (9) municipios:

- ✓ El crecimiento sostenible y generación de empleo
- ✓ Proporcionar el crecimiento empresarial
- ✓ Creación de nuevas empresas.
- ✓ Mejorar la productividad y competitividad de las Mipymes
- ✓ Facilitar el acceso al financiamiento y a nuevos mercados.

En diciembre del 2016, culminó el proyecto “plan piloto para la aceleración agroindustrial,” resaltando como producto la elaboración y aplicación de capacitaciones y asesoría, comprendidas por los 10 municipios con los que trabajó el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona.

Por otro lado, en relación a los servicios y/o actividades que realiza el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona se concentra especialmente en tres líneas,

las cuales cubren las necesidades observadas y previstas por los emprendedores y empresas o negocios ya establecidos. Las cuales engloban:

- ✓ La asesoría técnica individual brindada de carácter individual, confidencial, gratuito y a largo plazo (acompañamiento).
- ✓ Capacitaciones que aborden temas interés para los empresarios de las Mipymes (micros, pequeñas y medianas empresas), dirigidas o transmitidas por los asesores del CDE, voluntarios o del sector privado.
- ✓ Investigación de mercado, financiera, técnica, entre otros; adaptada a los requisitos del cliente.

En 2017 el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, es liderado y opera en las instalaciones de la Universidad de Pamplona, en su sede Virgen del Rosario como parte de la labor que la Institución desarrollaba hace un tiempo en conjunto con la Cámara de Comercio de Pamplona y la Fundación Fundescat, su liderazgo frente al Centro se oficializó con la visita del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que formalmente hizo entrega de los recursos administrativos y operativos a la casa de estudios. Contando como objetivo principal consolidarse como una iniciativa hacia los emprendedores y empresarios para que les facilite el comienzo y fijación de nuevas empresas y promover las ya existentes para mejorar el desarrollo económico de la ciudad. Buscando dinamizar el crecimiento y desarrollo de sus negocios, y generar impacto económico a nivel local, regional y nacional.

1.2. Aspectos Corporativos

1.2.1. Misión

Gestionamos los procesos para la aceleración y crecimiento empresarial para el desarrollo del sector productivo en los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Cacota, Chitagá, Toledo, Labateca, Cucutilla, Mutiscua y Silos.

1.2.2. Visión

Para el año 2020 el CDE de Pamplona será reconocido en la región como el principal promotor del desarrollo empresarial, generando un impacto socioeconómico positivo, en cada uno de los municipios de su zona de influencia

1.2.3. Valores

SERVICIO: Compromiso con los usuarios del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, promoviendo el fortalecimiento de las relaciones en caminadas a un bien común de generar un impacto económico en la región, respondiendo a las necesidades del sector.

RESPONSABILIDAD: Ofrecer servicio de calidad enfocado en las necesidades de los usuarios de forma oportuna y eficiente cumpliendo con la expectativa de los empresarios y emprendedores.

INNOVACIÓN: Brindar asesoría especializada, capacitación de alta calidad que permite comprender las necesidades y condiciones de la región e impulsar una cultura de la creatividad para realizar procesos de innovación a la medida de nuestros empresarios.

HONESTIDAD: Sentido de rectitud en cada uno de los procesos de capacitación y asesoría empresarial, buscando fortalecer la confianza de los usuarios actuando siempre de manera honesta en cada una de las actividades que desarrolla el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona

1.2.4. Principios

- ✓ **Confidencialidad:** EL Centro garantiza al cliente/ beneficiario la Confidencialidad toda información brindada en los procesos de prestación de servicios de consultoría y asesoría, sea esta verbal o escrita, en general información de carácter mercantil, que puede incluir entre otros, planes de negocios y de desarrollo, información técnica y financiera, planes de productos y servicios, información de precios, informes de mercadeo, análisis y proyecciones, especificaciones, diseños, dibujos, software, datos, prototipos, secretos industriales, know how y otras informaciones de negocios o técnica de su empresa o emprendimiento.

- ✓ **Gratuidad:** Todo servicio Prestado por el Centro a clientes registrados en El Neoserra en el Marco del Proyecto a “Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC para la Aceleración Empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial.”, en el marco del contrato SBDC013-15 tendrá el Carácter de Gratuito. De existir otros servicios prestados por el centro diferentes a los establecidos en el contrato en mención y que tengan algún costo para el cliente este será informado para tomar la decisión de acceso.

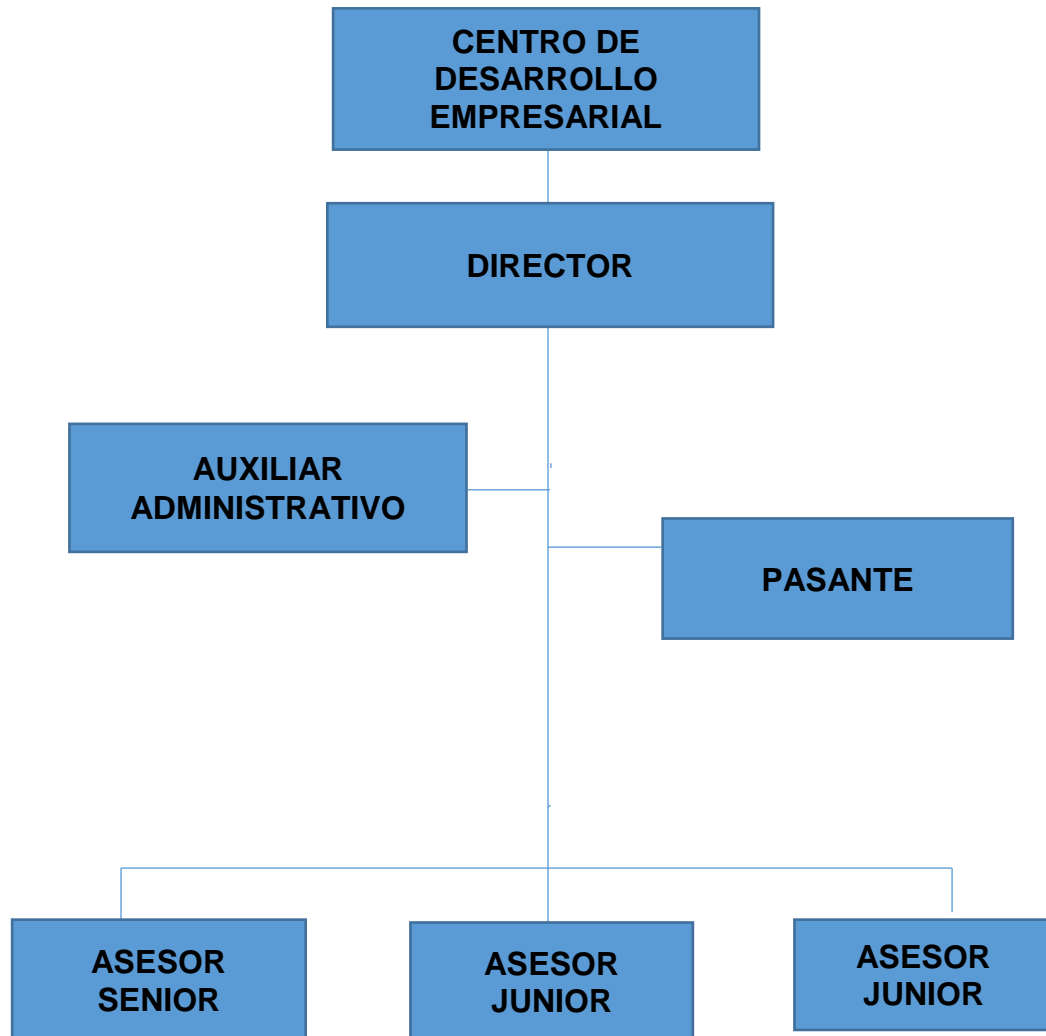
- ✓ **Colaboración mutua** con entidades socias y aliadas en los temas inherentes a los servicios prestados por el Centro.

- ✓ **Transparencia y fidelidad** de la información, utilizada y generada con la máxima exactitud.

- ✓ **Respeto a las fuentes de información** y a los derechos de Propiedad Intelectual.
- ✓ **Compromiso con la Innovación** para la Aceleración empresarial, la Competitividad el desarrollo Agroindustrial de la Región.
- ✓ **Participación de la Triple Hélice:** Participación del sector público (nivel nacional, departamental y/o local), sector privado y sector académico.
- ✓ **Creación de Impacto Económico:** apoyar a las empresas a crear impacto económico traducido en: creación de nuevas empresas, generación de nuevos empleos y retención de los empleos ya creados, aumento en el volumen de ventas y acceso a financiamiento.
- ✓ **Cultura de Medición de Resultados:** Cada éxito/fracaso del usuario asistido por el Centro es un éxito/fracaso del Centro. Toda Actividad desarrollada en el Centros objeto de medición y sus resultados deben traducirse el aporte a la generación.

1.2.5. Organigrama

Ilustración 1. Organigrama Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona



Fuente: Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, 2019.

1.3. DIAGNOSTICO

El CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL, Pamplona brinda oportunidades de formación, capacitación, auditoría complementaria e integral, centradas en la satisfacción de las necesidades evidenciadas en las organizaciones, propendiendo por el mejoramiento de sus procesos, el centro de desarrollo empresarial impulsa la creación de nuevas unidades productivas, ofreciendo asesoría a largo plazo, acompañamiento y capacitación.

También el centro de desarrollo cuenta con profesionales idóneos que están a cargo de asesoría empresarial a emprendedores y empresarios de Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, silos, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla, y Chinacota.

El CDE Pamplona está dedicado al emprendimiento y a la innovación que brinda sensibilización, creación, fortalecimiento y aceleración de iniciativas de negocios.

1.3.1. Áreas estratégicas

Asesoría empresarial gratuita personalizada

Consiste en ofrecer asesoría y acompañamiento individual reconociendo que cada empresa tiene características únicas y se encuentran en diferentes etapas de este desarrollo. Este tipo de acompañamiento lo desarrollarán asesores expertos, este servicio es confidencial y a largo plazo.

Actualmente no se lleva un plan de distribución de tiempos y compromiso por asesor, no existe un plan trimestral de asesorías y por tanto no se han dado asesorías: emprendedores, empresas establecidas y empresas gacelas.

Capacitación empresarial gratuita y personalizada

El centro de desarrollo brinda capacitación a emprendedores y empresarios que desean encontrar una idea y una oportunidad para empezar un negocio y que tienen una buena idea para llevar a cabo. No se trata de encontrar ideas, sino oportunidades

En el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona se han realizado capacitaciones a los empresarios en áreas de talento humano, seguridad y salud en el trabajo, normas internacionales de información financiera, registros contables, plan de mercadeo y ventas, innovación y creatividad, requisitos sanitarios y ambientales, requisitos INVIMA y corporaciones ambientales y planimetría de las plantas de producción y espacios físicos empresariales.

Gestión integral

La gestión integral permite que todas las piezas del engranaje de una empresa funcionen bien coordinadas entre sí. En este sentido, es importante tener en cuenta que las compañías manejan cada día mucha información relativa tanto a los procesos internos de negocio como a las tendencias del mercado y al comportamiento de los consumidores. Por eso, cada vez son más las empresas que recurren a herramientas que permiten realizar una gestión integral de los procesos. Nos referimos a los sistemas de gestión empresarial, que permiten la administración de un negocio desde puntos de vista muy distintos. Así, contar con este tipo de sistemas permite a las empresas crecer y redefinir su actividad para sacar la máxima rentabilidad de cada proceso.

Plan de desarrollo profesional

El desarrollo profesional es una fase del crecimiento personal que obedece a las necesidades de auto-superación que experimenta cada individuo; asimismo, el desarrollo profesional del personal de una organización hace parte de los procesos de desarrollo de recursos humanos y es fruto de la inversión que hacen

las empresas en las personas que las conforman y que, a través de su trabajo, las engrandecen.

Este plan ayuda a determinar tus habilidades e intereses, a qué carrera se adaptan mejor tus talentos y qué habilidades y capacitación necesitas para la carrera que escogiste. Al formular un plan, podrás enfocarte en qué quieres hacer y cómo lograrlo.

Plan de promoción, comunicación y mercadeo

Se refiere a cualquier forma de presentación y promoción de ideas, A través de la publicidad, informar, dar a conocer, persuadir o estimular para que las personas conozcan más acerca del centro de desarrollo y conozcan los beneficios que este ofrece, con nuestro mercado objetivo la meta es que nos conozcan y poderles brindar consultoría y apoyo.

Plan de sostenibilidad

El valor agregado de las características del SBDC se debe manifestar en diversos aspectos como lo son su ubicación y centralidad; las múltiples alternativas de acceso que presenta; la adaptación a los requerimientos de los usuarios a atender, el modelo de atención diferencial, el estilo de apertura amigable con los usuarios, entre otras cosas.

1.3.2 matriz DOFA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| <p>1.Especialista en Capacidades de asesoramiento y acompañamiento empresarial.</p> <p>2.Equipo comprometido, profesionalmente competente y orientación de servicio.</p> <p>3.Infraestructura física adecuada.</p> <p>4. Estructura organizacional acorde con las funciones del centro</p> <p>5. Plataforma tecnológica.</p> | <p>1.Falta de orientación a los usuarios de los servicios que se prestan.</p> <p>2.Falta de posicionamiento del Centro en el Municipio y la Región.</p> <p>3.Desconocimiento de la situación real de las empresas que demandarán los servicios de centro en cada municipio.</p> <p>4.Confusión del empresario sobre las ofertas del centro y las ofertas similares que realicen otras entidades.</p> <p>5. Desconocimiento de la situación real de las empresas que demandarán los servicios de centro en cada municipio.</p> |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <p>1.Incorporación de nuevas tecnologías en el asesoramiento y capacitación de beneficiarios del Centro</p> <p>2.Reconocimiento del Centro a nivel local, regional o nacional.</p> <p>3. Formalización empresarial crecimiento sostenido.</p> <p>4. Presencia de diferentes actores interinstitucionales que permiten la generación de alianzas estratégicas.</p> <p>5.Convocatorias del Gobierno Nacional o Departamental que permitan la obtención de recursos</p> | <p>1.Falta de cultura organizacional de las microempresas de Pamplona y municipios vecinos.</p> <p>2.Creación de otras Entidades con funciones similares a las del centro.</p> <p>3.Crisis Económica mundial que afecta todos los sectores económicos.</p> <p>4.Cambios políticos, económicos, organizacionales que puedan afectar la operación del Centro.</p> <p>5. No centrarse en actividades que generen impacto.</p> |

1.4. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

El Centro de Desarrollo Empresarial de la Universidad de Pamplona, se encuentra en las instalaciones de la Universidad de Pamplona, en su sede Virgen del Rosario. El Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, es liderado por el docente Fernando Enrique Brand Cámara y cuenta con dos asesores, y un pasante; se cuenta con equipos y puestos de trabajo idóneos para cada uno de sus colaboradores, y así tener todas las herramientas para dar apoyo en las funciones

del Centro, es un espacio donde los emprendedores y empresarios reciben asesoría gratuita, asistencia y capacitación e investigaciones según la necesidad de cada usuario.

1.5. FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE DE LA PRÁCTICA

1.5.1. Actividades a desarrollar por el estudiante

- ✓ Apoyar al Director del centro de desarrollo en actividades y programas que organice el Centro.

- ✓ Cumplir los lineamientos y la metodología del manual operativo del centro de desarrollo.

1.5.2. Funciones en el lugar de trabajo

Se apoyan diferentes actividades de acuerdo a las necesidades del centro de desarrollo de la universidad de Pamplona.

- ✓ Ayudar al director en la coordinación y desarrollo en actividades que realice el centro de desarrollo empresarial.
- ✓ Apoyar en los eventos programados por el Centro de Desarrollo Empresarial.
- ✓ Apoyar en investigaciones que tenga el centro de desarrollo
- ✓ Apoyo en las asesorías y capacitaciones que se realicen si es necesario.
- ✓ Revisión de las empresas
- ✓ Dar a conocer información a estudiantes, docentes, administrativos, y comunidad en general en CENPAE

2. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1. TITULO

Plan operacional y estratégico para el proceso de asesoría y capacitación del centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona.

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. Objetivo General

Diseñar un plan operacional y estratégico para el proceso de asesoría y capacitación del centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona.

2.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Identificar los principales grupos de interés y la zona de influencia del Centro de Desarrollo Empresarial.
- ✓ Planificar el direccionamiento estratégico del Centro de Desarrollo Empresarial.
- ✓ Proponer el proceso de Gestión de Clientes, responsabilidades de los miembros y metas de asesoría y capacitación para el funcionamiento operativo del CDE.
- ✓ Socializar la importancia y los beneficios del Centro de Desarrollo Empresarial al sector productivo de Pamplona, y mejorar las relaciones externas del centro de desarrollo empresarial.

2.3. JUSTIFICACIÓN

La planificación y el direccionamiento de la estrategia es parte importante dentro del centro de desarrollo empresarial de la universidad de Pamplona dado que este encamina los esfuerzos de todos los involucrados, diseñando los procesos y las estrategias a utilizar para la consecución de las metas y objetivos. Esta planificación ofrece una visión clara de quien, como y cuando llevar a cabo las actividades que nos permitan cumplir con los objetivos del centro de desarrollo.

Para el centro de desarrollo empresarial es fundamental empezar a desarrollar un plan operacional, pues se busca lograr la definición de las metas, acciones y estrategias a utilizar para poder cumplir con los objetivos del centro, así como definir indicadores que permitan medir el cumplimiento de las metas trazadas.

El objetivo del plan operativo consiste en que el centro de desarrollo empresarial se ubique, se visualice y se proyecte, este tipo de estrategias están diseñadas para alcanzar metas determinadas.

2.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| TIEMPO | ABRIL | | MAYO | | JUNIO | | JULIO | | AGOSTO | | |
|---|-------|---|------|---|-------|---|-------|---|--------|---|---|
| ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | |
| Conocer el lugar de trabajo | | X | | | | | | | | | |
| Apropiación del lugar de trabajo y de la funcionalidad del centro de desarrollo | | | X | | | | | | | | |
| Investigar e indagar sobre historia de los centros de desarrollo en Colombia | | | | X | | | | | | | |
| Matriz DOFA para e centro de desarrollo empresarial | | | | | X | | | | | | |
| Diagnóstico del centro de desarrollo empresarial | | | | | X | | | | | | |
| Identificar las empresas del sector productivo de pamplona y municipios vecinos | | | | | X | | | | | | |
| entrega del primer informe | | | | | | X | | | | | |
| Crear base de datos con las empresas seleccionadas | | | | | | | x | | | | |
| Llamar a cada empresa, para requerir información | | | | | | | | x | | | |
| Organizar un desayuno de trabajo para empresarios | | | | | | | | | x | | |
| Desayuno de empresarios, Entrega de plegable a los empresarios donde se brinda información del centro de desarrollo empresarial | | | | | | | | | | x | |
| Planear temática para desayuno con empresarios | | | | | | | | | | x | |
| Entrega de documento e informe final para el centro de desarrollo empresarial | | | | | | | | | | | x |

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. TITULO

Plan operacional y estratégico para el proceso de asesoría y capacitación del centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona.

3.2. PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS

Identificación de los Principales Grupos de Interés del centro de desarrollo empresarial de la universidad de pamplona

CLIENTES: ¿Quiénes son nuestros clientes?

Los emprendedores y empresarios de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Toledo, Labateca, Cácuta, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla

SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES

Nivel I –Estos usuarios necesitan información básica sobre cómo iniciar un negocio (el proceso, los requerimientos y la inversión necesaria en términos de tiempo y dinero). Si el emprendedor tiene una idea de negocio específica y concreta, también necesitará la asistencia del Centro para la valoración o evaluación de su viabilidad.

Nivel I Emprendedores: Jóvenes y/o emprendedores presentes en la región vinculados a los siguientes escenarios:

- ✓ Estudiantes de últimos semestres de las facultades de ciencias socioeconómicas de la Universidad de Pamplona, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Instituto Superior de Educación Rural – ISER,
- ✓ Estudiantes de tecnologías agroindustriales del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.
- ✓ Emprendedores candidatos del fondo Emprender e incubadoras de empresas.
- ✓ Jóvenes productores rurales.
- ✓ Jóvenes que reciben formación agropecuaria en los hogares juveniles campesinos.
- ✓ Ciudadanos en general con ideas de negocios.

Nivel II – Empresas establecidas Empresarios que desarrollan una actividad económica y/o negocio en los 10 municipios, que se encuentran en cualquiera de los siguientes escenarios:

- ✓ Empresas establecidas con experiencia en su actividad económica sin registrarse en Cámara de Comercio.
- ✓ Empresas establecidas con experiencia en su actividad económica registradas en Cámara de Comercio.
- ✓ Asociaciones de Productores.
- ✓ Asociaciones de mujeres.

Estos clientes han establecido empresas y acuden al Centros por tres (3) razones:

- ✓ Están buscando oportunidades o formas de expandir o mejorar sus negocios.
- ✓ Tienen un problema específico o necesidad que debe ser resuelta.
- ✓ Están atravesando por una crisis.

Necesitan ayuda inmediata. Estos clientes necesitan servicios de asesoría rápidos y profesionales, los cuales, en muchas ocasiones se pueden complementar con capacitación y asistencia en investigación de mercados.

Nivel III – Gacelas

Empresas fortalecidas y con importante trayectoria en el mercado que requieren incrementar sus indicadores comerciales a nivel regional, nacional o internacional.

Empresas con alto potencial de crecimiento; necesitan asistencia para aprender a gestionar un negocio que está creciendo rápido convirtiéndose en una empresa de mayor tamaño.

La segmentación de los usuarios permite identificar el tipo de usuario y brindar la asesoría adecuada de acuerdo a su nivel de desarrollo.

Los usuarios de nivel 1 o emprendedores deben recibir los servicios del Centro de Desarrollo Empresarial, ajustados adecuadamente para satisfacer sus necesidades. Los usuarios de nivel 2 y 3 tienen mayor potencial de generar impacto económico en términos de creación y retención de empleo, incremento en ventas, acceso a capital, expansiones de negocio, inversión, entre otros.

OBJETIVOS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

- ✓ Clientes: apropiación de las asesorías recibidas para la implementación de modelos de negocios sostenibles que contribuyan al desarrollo socio económico de sus empresas y de la región.
- ✓ Socios: apoyar todas las acciones, actividades, planes y programas en pro del impacto económico que pueda materializar el Centro de Desarrollo

Empresarial de Pamplona y sus municipios vecinos, para generar desarrollo socio – económico en la región.

- ✓ Empleados: aportar su formación académica y experiencia para orientar a los empresarios de Pamplona y sus municipios vecinos hacia un desarrollo empresarial que redunde en impactos económicos.
- ✓ Agencias de financiamiento: promover el crecimiento y aceleración empresarial del sector agroindustrial para fortalecer la economía y calidad de vida de los habitantes de la región.
- ✓ Funcionarios electos: Servir a los empresarios y comunidad en general de la región para contribuir al desarrollo territorial con la eficiente ejecución de los recursos públicos en acciones, proyectos y programas que den solución a las necesidades generalizadas de la región.

3.3. ÁREA GEOGRÁFICA DE NUESTROS CLIENTES

Nuestros clientes provienen de los municipios de: Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Toledo, Labateca, Cácuta, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla.

3.4. SERVICIOS

Los servicios principales de un SBDC son asesoría, capacitación e investigación de mercado. Estos servicios son comunes para todos los centros SBDC, sin embargo, la orientación y especialización de los mismos variará de acuerdo a las necesidades del mercado local. Por lo que es fundamental que cada centro realice un análisis de las necesidades de sus clientes de forma tal de desarrollar servicios relevantes.

A continuación, explicaremos cada servicio en mayor profundidad.

Servicios de asesoría: El SBDC proporciona asesoría técnica y administrativa a emprendedores y a micro, pequeñas y medianas empresas. Este servicio es confidencial, gratuito y está orientado a la creación de impacto económico.

El SBDC cuenta con un equipo de asesores y profesionales que tienen la experiencia y los conocimientos necesarios sobre administración y gestión de negocios para asistir a los clientes a ser exitosos.

Los servicios de asesoría variarán de acuerdo a las necesidades de cada segmento de clientes. Los emprendedores, clientes de Nivel 1, necesitan asistencia para determinar la viabilidad de su proyecto, información general sobre el proceso y la inversión requerida para comenzar un negocio, y si la idea de negocio es viable, asistencia con el desarrollo del plan de negocios. Las empresas informales, también clientes de Nivel 1, necesitan asistencia para entender el proceso de formalización de la empresa. Para este segmento de clientes, el SBDC tendrá los siguientes servicios disponibles:

- ✓ Estudios de factibilidad para emprendedores, incluyendo investigación de mercado;
- ✓ Asesoría, información y consejo para la elaboración del plan de negocios;
- ✓ Asesoría, información y consejo para la formalización de la empresa.

Es muy importante mencionar que antes de recibir servicios de asesoría, los clientes de Nivel I, deben pasar por los procesos internos del centro que requieren la participación en los cursos básicos sobre Cómo iniciar un negocio y Cómo desarrollar el plan de negocios – Parte I: Narrativa y Parte II: Proyecciones financieras y presupuestos.

A diferencia de los clientes de Nivel 1, los clientes de Nivel 2 – Empresas establecidas – y los de Nivel 3 – Gacelas – necesitan servicios de asesoría inmediatos, profesionales y técnicos que los ayuden a mejorar la gestión de su empresa, incrementar las ventas, conseguir nuevo financiamiento y ser más

competitivos en el mercado. El centro deberá brindar servicios de alto valor y a largo plazo enfocados en las siguientes áreas:

- ✓ Evaluación de la empresa y/o producto/servicio
- ✓ Desarrollo de estrategias de mercadotecnia y ventas
- ✓ Administración financiera y asistencia para obtener nuevo financiamiento
- ✓ Administración contable
- ✓ Administración de los recursos humanos
- ✓ Liderazgo y planeación estratégica
- ✓ Otros

Una de las ventajas de ser parte de una institución de educación superior es que el SBDC puede acudir a estudiantes universitarios y de pos grado de diferentes facultades y ofrecer asistencias técnicas gratuitas en áreas especializadas que complementan los servicios de asesoría. Las asistencias técnicas se ofrecen de acuerdo a la disponibilidad de estudiantes y del potencial del proyecto de crear impacto económico, y pueden incluir:

- ✓ Creación de la página web de la empresa
- ✓ Desarrollo de la estrategia de media social y de la presencia virtual de la empresa en plataformas como Facebook, Twitter, Google Maps, LinkedIn, Trip Advisor, etc.
- ✓ Desarrollo de la imagen corporativa de la empresa
- ✓ Creación de folletos y tarjetas de presentación
- ✓ Instalación de un sistema contable

Servicios de capacitación: El SBDC ofrece a sus clientes una serie completa de seminarios, talleres y conferencias que explican efectiva y claramente cómo comenzar, administrar o expandir una empresa. Todos los programas se presentan de forma práctica y dinámica, e invitan a los participantes a aplicar los

conceptos presentados a su situación actual; el objetivo es que entiendan la realidad de comenzar o administrar un negocio.

Los programas de capacitación ayudan al centro a maximizar la creación y captura de impacto económico, ya que le permiten:

- ✓ Ser eficientes en la prestación de servicios a los emprendedores a través de cursos básicos de capacitación que le permiten al centro asistir 15-30 emprendedores simultáneamente;
- ✓ Atraer empresas establecidas con potencial de crear resultados (Niveles II y III);
- ✓ Mantener la relación con clientes existentes y contactos;
- ✓ Promover los servicios, resultados y proposición de valor del centro en la región;
- ✓ Crear oportunidades de desarrollo profesional para el personal;
- ✓ Generar ingresos para el centro;
- ✓ Invitar expertos externos.
- ✓ Algunos de los programas que ofrece el SBDC son:
- ✓ Evaluación de la idea de negocios (Nivel I)
- ✓ Cómo empezar su propio negocio (Nivel I)
- ✓ Cómo desarrollar el plan de negocios I – Narrativa (Nivel I)
- ✓ Cómo desarrollar el plan de negocios II – Proyecciones financieras y presupuestos (Nivel I y II)
- ✓ Mercadotecnia y ventas (Nivel II y III)
- ✓ Administración financiera (Nivel II y III)
- ✓ Cómo obtener un préstamo (Nivel II y III)

La capacitación es una herramienta importante para el centro que complementa los servicios de asesoría e investigación del SBDC. Como tal, se debe planear teniendo en cuenta sus beneficios en la gestión de clientes y generación de resultados.

En la pestaña “5 - Programa de Capacitación” del archivo de Excel hay un ejemplo del calendario de capacitación de un centro SBDC.

Investigación de mercado: Los SBDC realizan investigación de mercado para los clientes de Nivel II y III que les brinda mayor conocimiento e información sobre su proyecto de negocio y los ayuda a tomar mejores decisiones.

La investigación la realizan los pasantes del centro utilizando las fuentes de investigación secundaria y bases de datos de la universidad. También realizan investigación primaria siempre y cuando el proyecto tenga alto potencial de crear impacto económico (generalmente clientes de Nivel II y III). Como medida de control de calidad, los trabajos de investigación se llevan a cabo bajo la supervisión de los asesores del centro, quienes revisan y analizan los resultados antes de entregárselos a los clientes.

Los proyectos de investigación incluyen estudios de factibilidad para validar una idea de negocios, estudios de la competencia y del estado de un mercado o sector específico, análisis de la industria, búsqueda de nuevos proveedores y compradores, investigación sobre regulaciones para vender un producto, investigación sobre las licencias y permisos necesarios para comenzar una nueva empresa, etc.

Cabe mencionar que los pasantes también contribuyen sus talentos y apoyan a los asesores del centro a brindar servicios a sus clientes realizando tareas, tales como establecer la presencia de la PYME en las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.); revisar los estados financieros de la PYME; desarrollar una imagen corporativa; etc. Estas actividades, siempre bajo la supervisión de un asesor del centro, expanden la oferta de servicios del SBDC y aprovechan las habilidades y capacidades de los estudiantes de las universidades en la comunidad.

3.5. COMPETIDORES DIRECTOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

| ENTIDAD | SERVICIOS SIMILARES QUE OFRECE | SERVICIOS QUE LE FALTAN |
|---------------------------------------|---|--|
| UNIVERSIDAD DE PAMPLONA | Incubadora de empresas. Centro práctica y asesoría empresarial. | Formación abierta dirigida a asesores empresariales de la región. |
| CAMARA DE COMERCIO PAMPLONA | Unidad de Promoción y Desarrollo. Formación a empresarios mediante diplomados. | Unidad de Proyectos empresarial asesoramiento empresarial gratuito. |
| INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACIÓN RURAL | Unidad de ciencias Administrativas y sociales. | Formación abierta dirigida a asesores empresariales de la región. Unidad de Proyectos empresariales. Asesoramiento empresarial gratuito. |
| SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA | Punto de asesoramiento para candidatos al fondo emprender. Centro agroindustrial. | Formación abierta dirigida a asesores empresariales de la región. Unidad de Proyectos empresariales. Asesoramiento empresarial gratuito |

3.6. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

1. Consolidar un grupo de talento humano efectivo.

Objetivos:

- ✓ Diseñar políticas de motivación.
- ✓ Establecer políticas de desarrollo profesional

2. Implementar los procesos adecuados.

Objetivos:

- ✓ Posicionar al CDE
- ✓ Atraer clientes
- ✓ Hacer seguimiento
- ✓ Promocionar casos de éxito

3. Generar impacto económico a los clientes

Objetivos:

- ✓ Diseñar planes de acorde a las necesidades
- ✓ Realizar capacitaciones especializadas
- ✓ Ofrecer asesorías de calidad

4. cumplir las expectativas a los aliados

Objetivos:

- ✓ Cumplir resultados en tiempos establecidos
- ✓ Posicionar a los aliados como agentes de desarrollo

3.7. TAREAS PARA LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL CENTRO

| |
|---|
| ESTRATEGIA 1: CONSOLIDAR UN GRUPO DE TALENTO HUMANO EFECTIVO |
| OBJETIVO : DISEÑAR POLÍTICAS DE MOTIVACIÓN |
| Tareas: <ul style="list-style-type: none">✓ Caracterizar el equipo de trabajo✓ Identificar necesidades individuales✓ Establecer estrategias y plan de acción motivacional✓ Desarrollar programas de capacitación internos que satisfagan las necesidades de nuestro personal. |
| OBJETIVO : ESTABLECER POLÍTICAS DE DESARROLLO PROFESIONAL |
| Tareas: <ul style="list-style-type: none">✓ Identificar las necesidades del personal✓ Diseñar políticas de desarrollo profesional✓ Implementar plan de desarrollo profesional✓ Establecer estrategia de seguimiento y evaluación |
| ESTRATEGIA 2: IMPLEMENTAR LOS PROCESOS ADECUADOS |
| OBJETIVO: POSICIONAR AL CDE |
| Tareas: <ul style="list-style-type: none">✓ Identificar al cliente objetivo✓ Diseñar estrategias de promoción de Acuerdo a los clientes✓ Implementar plan de promoción |
| OBJETIVO: ATRAER CLIENTES |
| Tareas: <ul style="list-style-type: none">✓ Diseñar procesos de atracción de clientes✓ Crear programas de capacitación atractivos✓ Asignar zonas a los asesores para tener mayor cobertura✓ Identificar organizaciones ya agencias que nos puedan referir clientes objetivos, y establecer relaciones.✓ Implementar plan de acción y promoción |
| OBJETIVO: HACER SEGUIMIENTO |
| Tareas: |

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar formatos ✓ Analizar información ✓ Diseñar estrategias de acuerdo a resultados |
| OBJETIVO: PROMOCIONAR CASOS DE ÉXITO |
| <p>Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar casos de éxito sobresalientes ✓ Hacer vivible casos de éxito a través de medios de promoción |
| ESTRATEGIA 3: GENERAR IMPACTO ECONOMICO A LOS CLIENTES |
| OBJETIVO: DISEÑAR PLANES ACORDE A NECESIDADES |
| <p>Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar necesidades específicas ✓ Diseñar estrategias para clientes |
| OBJETIVO: REALIZAR CAPACITACIONES ESPECIALIZADAS |
| <p>Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar capacitaciones acordes a las necesidades individuales ✓ Realizar capacitaciones periódicas especializadas |
| OBJETIVO: OFRECER ASESORÍAS DE CALIDAD |
| <p>Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacitar a los asesores constantemente ✓ Realizar horas de asesoría suficientes |
| ESTRATEGIA 4: CUMPLIR LAS EXPECTATIVAS DE LOS ALIADOS |
| OBJETIVO: CUMPLIR RESULTADOS EN TIEMPOS ESTABLECIDOS |
| <p>Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar las asesorías de manera eficiente ✓ Realizar horas de asesoría ✓ Diseñar metas alcanzables |
| OBJETIVO: POSICIONAR A LOS ALIADOS COMO AGENTES DE DESARROLLO |
| <p>Tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar base de datos de aliados ✓ Visibilizarlos en actividades del centro ✓ Mostrar resultados de apoyo a los aliados |

3.8. MAPA ESTRATÉGICO

VISION: para el 2020 el CDE será reconocido en la region como el principal promotor del desarrollo empresarial, generando un impacto socioeconómico positivo, en cada uno de los municipios en su zona de influencia.



MISION: Gestionamos los procesos para la aceleración y crecimiento empresarial para el desarrollo del sector productivo en los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinacota, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla y Silos.

3.9. USUARIOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL.

Los usuarios del centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona, serán los emprendedores y empresarios de todos los sectores de la economía, sean o no población vulnerable, estudiantes con emprendimientos o empresas en cualquier nivel de desarrollo. Las empresas que ingresan a un Centro pueden ser formales o informales, se buscará que a través del proceso de acompañamiento y asesoría las empresas informales avancen en su proceso de formalización.

3.10. RESPONSABILIDADES DE LOS USUARIOS DEL CENTRO

Los usuarios de Centro de Desarrollo Empresarial tendrán que comprometerse a:

- ✓ Asistir a la asesoría según lo establecido en el plan de trabajo de cada empresa.
- ✓ Cumplir con las tareas, trabajos, acciones que se programen en el plan de trabajo.
- ✓ Asistir a las capacitaciones relacionadas a sus necesidades, programadas por el Centro.
- ✓ Poner su mayor interés y capacidad para poner en práctica los aprendizajes obtenidos, en beneficio del crecimiento de su empresa.

3.11. METODOLOGÍA DE ATENCIÓN

La asesoría personalizada se hará a través de asesores debidamente capacitados que desempeñen adecuadamente su labor y ofrezcan un excelente servicio a los usuarios. A continuación, se indicarán las etapas mínimas en el proceso de asesoramiento.

ETAPA 1

Promocionar y dar a conocer los servicios que prestará el Centro buscando que los emprendedores y empresarios se motiven a participar de los servicios y beneficios que ofrece el Centro de Desarrollo Empresarial.

ETAPA 2

Establecer una ruta que permita identificar las empresas interesadas en obtener los servicios y beneficios del centro, Crear base de datos para uso del Centro de Desarrollo Empresarial.

ETAPA 3

Después de obtener los datos de las empresas interesadas en participar del programa de fortalecimiento, se deben inscribir en el programa, posteriormente se procede a hacer una clasificación del servicio requerido y se asignará un asesor. Las asesorías que se prestarán al empresario, serán con cita previa, se podrán reunir asesor/empresario en la sede del Centro o en el lugar donde está ubicada la empresa si fuere necesario. En la asesoría inicial se hará diagnóstico de la empresa, que debe quedar sistematizado, una vez identificadas las áreas a intervenir se procede a diseñar un plan de acción, el cual deberá ser guiado por el asesor y ejecutado por el empresario. Cada asesor deberá cumplir y llevar registro de un número determinado de citas, visitas con empresarios, o cualquier contacto que implique asesoría en dicho registro se deberá tener en cuenta la fecha de la asesoría, la actividad realizada, el tiempo de duración, compromiso del empresario y avance anterior si aplica, esto con el fin de medir la eficiencia y efectividad del servicio. En el sistema Neoserra se consignarán los avances, los registros, las actividades realizadas, los compromisos, logros que se vayan generando con la asesoría

3.12. NUESTROS SOCIOS

- ✓ Ministerio de comercio, industria y turismo.
- ✓ Impulsa Colombia.
- ✓ Cámara de Comercio de Pamplona.
- ✓ Universidad de Pamplona.
- ✓ Universidad Abierta y a Distancia – UNAD.
- ✓ Alcaldías de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota Toledo, Labateca, Cácuta, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla.
- ✓ Gobernación de Norte de Santander.
- ✓ Organización de los Estados Americanos – OEA.

3.13. NUESTROS COLABORADORES

- ✓ Director del centro.
- ✓ Asesor Senior.
- ✓ Asesores Junior.
- ✓ Asistente administrativa.

2.14 AGENCIAS DE FINANCIAMIENTO

- ✓ Ministerio de comercio, industria y turismo.
- ✓ Alcaldías de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota. Toledo, Labateca, Cácuta, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla.
- ✓ Gobernación de Norte de Santander.
- ✓ Fondo emprender.
- ✓ Cámara de Comercio de Pamplona.
- ✓ Embajadas Europeas.
- ✓ Ministerio de Agricultura

- ✓ PNUD.
- ✓ Instituto Humboldt.
- ✓ Banco interamericano de desarrollo – BID.

3.14. RESPONSABILIDADES DE LOS EMPLEADOS DE CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL.

DIRECTOR

El centro de desarrollo empresarial de la Universidad de Pamplona cuenta con un director, con Habilidad de dirigir y administrar recursos; enfocado a resultados, con capacidad de liderazgo y coordinación de equipos y actividades, sus responsabilidades son las siguientes:

- ✓ Atender las indicaciones del Órgano Directivo sobre la implementación de controles administrativos, financieros y técnicos.
- ✓ Presentar anualmente el Plan Estratégico del Centro al Órgano Directivo para su aprobación y organizar los recursos humanos y financieros disponibles para la ejecución del Plan.
- ✓ Programar y realizar las reuniones que se requieran para la coordinación, ejecución y seguimiento a la programación anual del Centro.
- ✓ Definir conjuntamente con los asesores el cronograma de capacitaciones a los emprendedores/ empresarios y agendas de los eventos del Centro.
- ✓ Definir criterios para la asignación de los asesores de acuerdo a sus competencias y a las características del usuario.
- ✓ Definir los criterios para la realización de las asistencias técnicas y capacitaciones colectivas conforme a lo establecido en la metodología.
- ✓ Planear y administrar los diferentes programas del Centro de acuerdo a las necesidades de los grupos de interés.

- ✓ Diseñar la estrategia de promoción y divulgación de los servicios que ofrece el Centro en su región/ciudad.
- ✓ Gestionar alianzas estratégicas que permitan la obtención de recursos, apoyo técnico y patrocinios para beneficio del Centro.
- ✓ Diseñar programas de capacitación para los asesores que hace parte del Centro.
- ✓ Presentar informes que solicite el Ministerio, los socios aportantes y órganos de control.
- ✓ Hacer seguimiento a los indicadores que se establezcan y tomar medidas correctivas si fuere necesario.
- ✓ Velar por el adecuado manejo de la información y del software.
- ✓ Revisar y analizar periódicamente la información ingresada al sistema.
- ✓ Determinar el alcance de las asesorías especializadas y autorizarlas previa presentación de la justificación del asesor que la solicite.
- ✓ Prestar asesoría a los usuarios cuando la dinámica del Centro lo requiera.
- ✓ Cumplir el Manual operativo de los Centros y aplicar los lineamientos de la metodología.
- ✓ Socializar el presente Manual operativo a los miembros del equipo de trabajo del Centro.
- ✓ Las demás que se le asignen.
- ✓ Administra los diferentes programas y servicios del centro y sigue los acuerdos cooperativos y reglamentos de la institución anfitriona
- ✓ Promueve los servicios del centro en su región
- ✓ Administra las asesorías, la capacitación y los esfuerzos promocionales que llevan a cabo los empleados del Centro de Desarrollo Empresarial
- ✓ Administra los presupuestos y obtiene recursos para el Centro de Desarrollo Empresarial
- ✓ Administra los recursos humanos
- ✓ Elabora reportes.

ASESOR SENIOR

Líder, propositivo e innovador y enfocado a resultados; interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial; capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; poseer habilidades en comunicación y transmisión de conocimientos, venta y negociación, sus responsabilidades son:

- ✓ Dar asesoría y capacitación empresarial enfocada en crear impacto económico.
- ✓ Proponer nuevos métodos que le permitan obtener resultados positivos y cuantificables en el desempeño de la empresa asesorada, a mediano y largo plazo.
- ✓ Encargarse de direccionar a los empresarios que requieran una asesoría especializada y justificarla ante el Director.
- ✓ Contribuir a promocionar los servicios del Centro a usuarios potenciales.
- ✓ Preparar informes sobre clientes y documentación de capacitación.
- ✓ Subir la información al sistema Neoserra.
- ✓ Apoyar las capacitaciones colectivas, la organización de ferias, ruedas de negocios, entre otros.
- ✓ Asistir a las capacitaciones para asesores relacionadas con el desarrollo profesional que programe el director del CDE.

ASESOR JUNIOR

Líder, propositivo, innovador; interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial; capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; trabajo en equipo; capacidad de tener empatía con el usuario; capacidad para iniciar y estructurar planes de negocios sus responsabilidades son las siguientes:

- ✓ Atender, diagnosticar, asesorar y dar acompañamiento en el proceso de mejoramiento a las empresas según sea la necesidad.

- ✓ Empoderar al empresario, a través de la identificación de las capacidades, habilidades y competencias que este posee.
- ✓ Implementar constantemente nuevos métodos que le permitan obtener resultados positivos y cuantificables en el desempeño de la empresa asesorada, a mediano y largo plazo.
- ✓ Enfocarse en crear impacto económico en las empresas atendidas.
- ✓ Promover los servicios del Centro a socios de su comunidad y a clientes potenciales.
- ✓ Preparar informes sobre clientes, documentación de capacitación, subir la información al sistema Neoserra.
- ✓ Apoyar en labores de capacitaciones colectivas.
- ✓ Asistir a las capacitaciones para asesores relacionadas con el desarrollo profesional que programe el director del Centro.
- ✓ Cumplir el Manual operativo de los Centros y aplicar los lineamientos de la metodología.
- ✓ Otras que se le asignen.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Organizado, propositivo, innovador; con capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; competencias de comunicación, trabajo en equipo; empatía con el usuario y dinámico, sus responsabilidades son las siguientes:

- ✓ prestar servicio al cliente.
- ✓ Responde a preguntas del usuario y los orienta hacia los servicios del Centro.
- ✓ Mantiene archivos de beneficiarios y Neoserra de acuerdo a los requerimientos del Centro de Desarrollo Empresarial.
- ✓ Apoyar los procesos para nuevos usuarios y seguimiento de usuarios existentes.

- ✓ Apoyar a los asesores en la coordinación de sus actividades, coordinar el envío de encuestas para identificar y medir el impacto económico generado por el Centro.
- ✓ Otras que se le asignen.

INVESTIGADORES Y ESTUDIANTES

Interesado en conocer el entorno económico, social, demográfico y cultural de la ciudad o municipios y de la problemática del sector empresarial de la ciudad; líder, propositivo, innovador; con interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial, sus responsabilidades son:

- ✓ Apoyar a los asesores del CDE con investigación de mercados, inteligencia competitiva e investigaciones relacionadas con las empresas, de la misma forma los estudiantes podrán elaborar trabajos de grado en temas relacionados con el mejoramiento de las empresas de acuerdo a los conocimientos adquiridos, previo cumplimiento de los requisitos legales y académicos exigidos por la Universidad.
- ✓ Apoyar al Director y a los asesores en el desarrollo de programas y actividades que organice el Centro.
- ✓ Cumplir el Manual operativo de los Centros y aplicar los lineamientos de la metodología. Los investigadores, estudiantes no prestan asesoría, en tal sentido no están autorizados para reportar información al sistema de seguimiento Neoserra.

3.15. PROCESOS DE GESTION DE CLIENTES

Los procesos le permiten al SBDC ser eficientes y sistemáticos en la gestión de clientes, promover la mejora continua de la organización y capturar impacto, ya

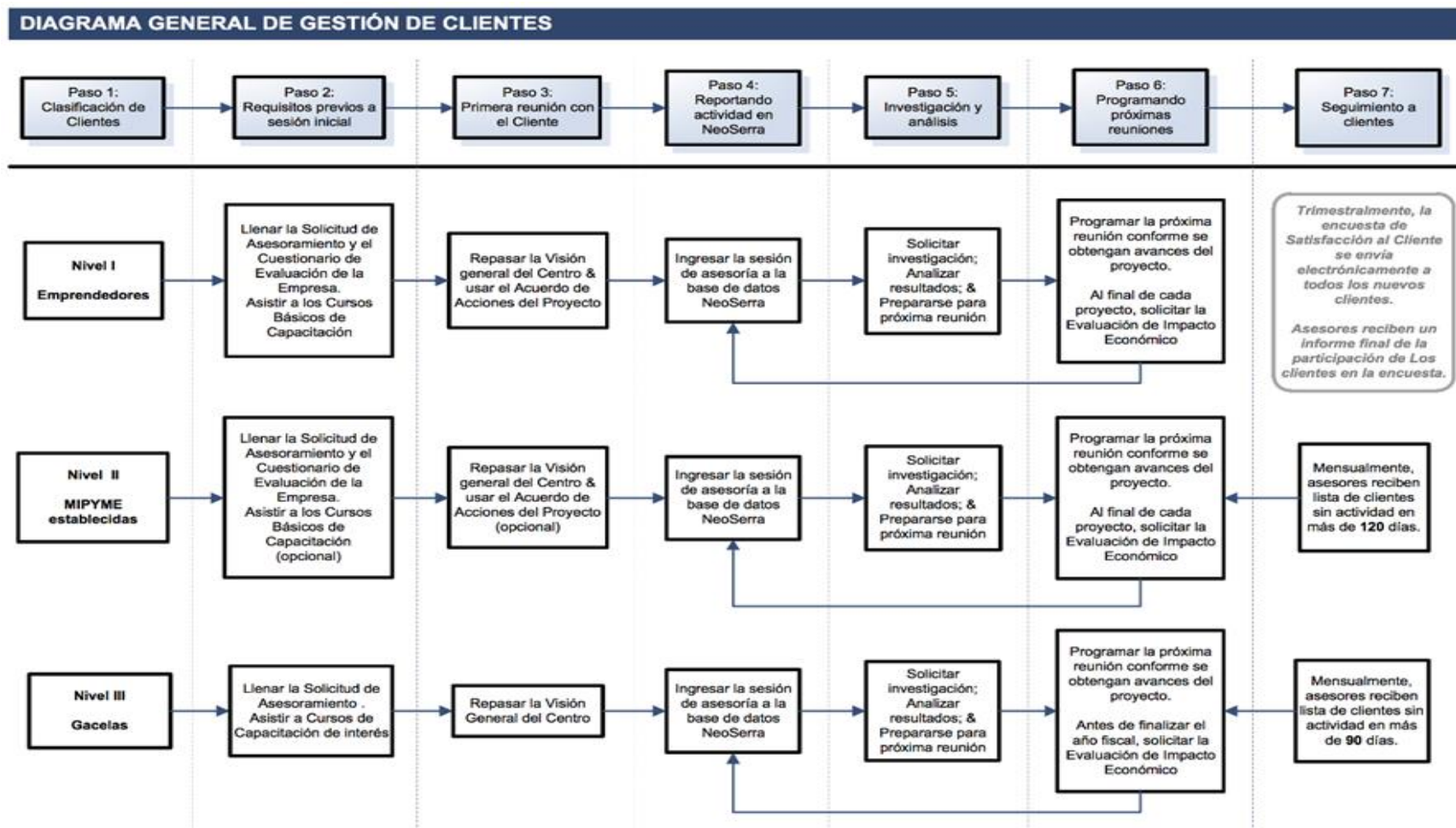
que definen la dirección del centro, los siguientes pasos a seguir y el papel de cada empleado dentro del sistema. Además, le permiten al centro ser estratégicos en la asignación de sus recursos maximizando su utilidad.

Los procesos fundamentales de un SBDC son los siguientes:

- ✓ Proceso de canalización de nuevos clientes: Determina qué tipo de servicio se le debe brindar al nuevo cliente – capacitación, asesoría, investigación o remitir al cliente a otro proveedor de servicios.
- ✓ Proceso de asesoría y captura de impacto económico: Establece el proceso de asesoría al cliente, incluyendo la captura de información en el sistema de monitoreo de las actividades de clientes, la realización de investigación y análisis, la programación de sesiones de asesoría, y la recolección de impacto económico.
- ✓ Proceso de seguimiento de nuevos clientes: Indica cuándo se le debe dar seguimiento a los clientes. A los emprendedores generalmente no se les da seguimiento ya que son los clientes que están comenzando con su negocio y que, como tales, deberían tener la motivación para regresar al SBDC por sí solos. A los clientes de Nivel II y III se les da seguimiento después de un determinado tiempo de no haber recibido ningún tipo de asistencia del SBDC. En algunos casos este período es de 120 días para clientes de Nivel II y de 90 para clientes de Nivel III.
- ✓ Proceso de mejora continua: Este proceso consiste en el análisis de datos e información con el fin de identificar puntos débiles y efectuar cambios que mejoren las operaciones y el desempeño de la organización.

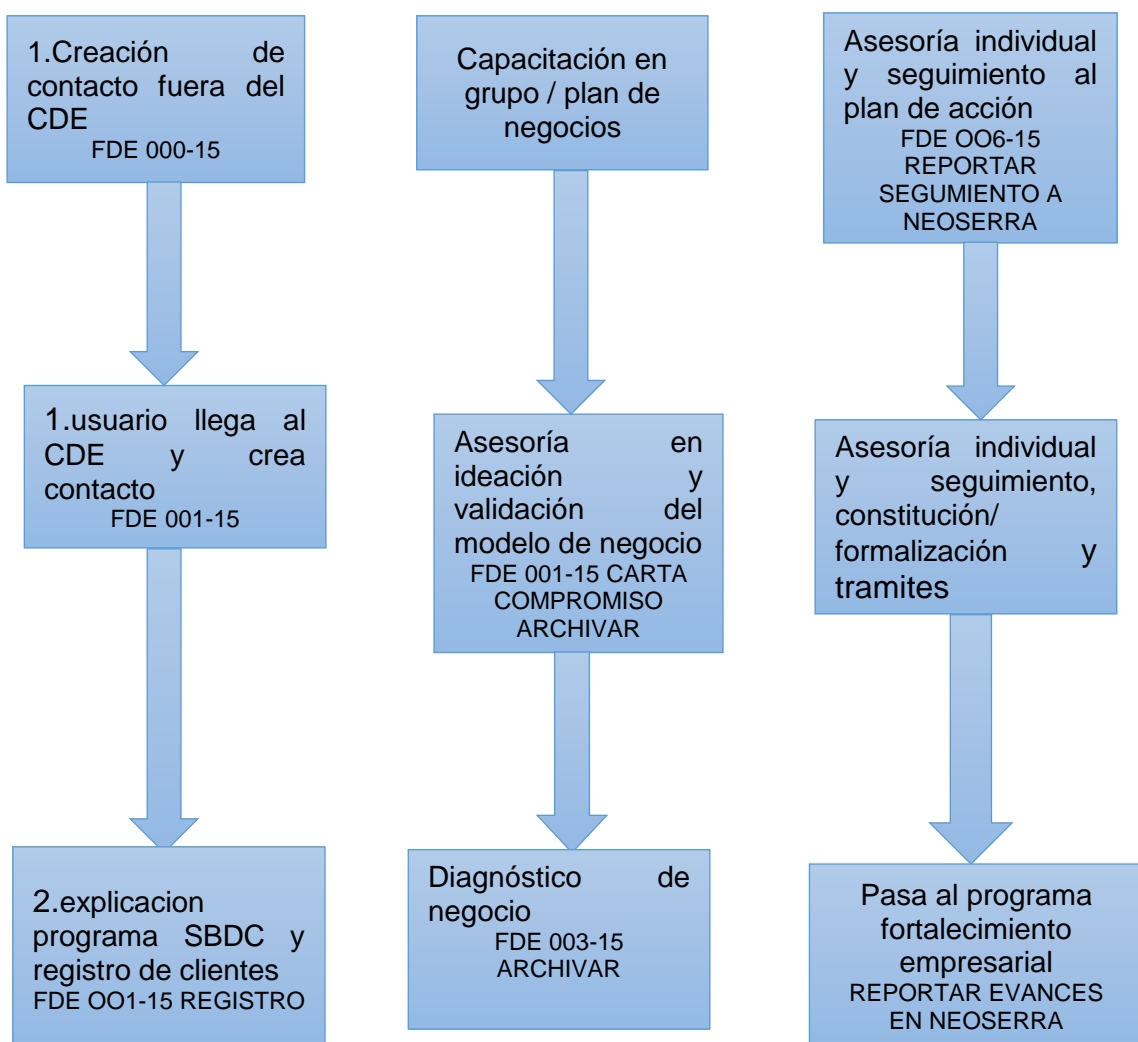
3.16. DIAGRAMA GENERAL DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CLIENTES

Ilustración 2. Diagrama General Gestión de Clientes

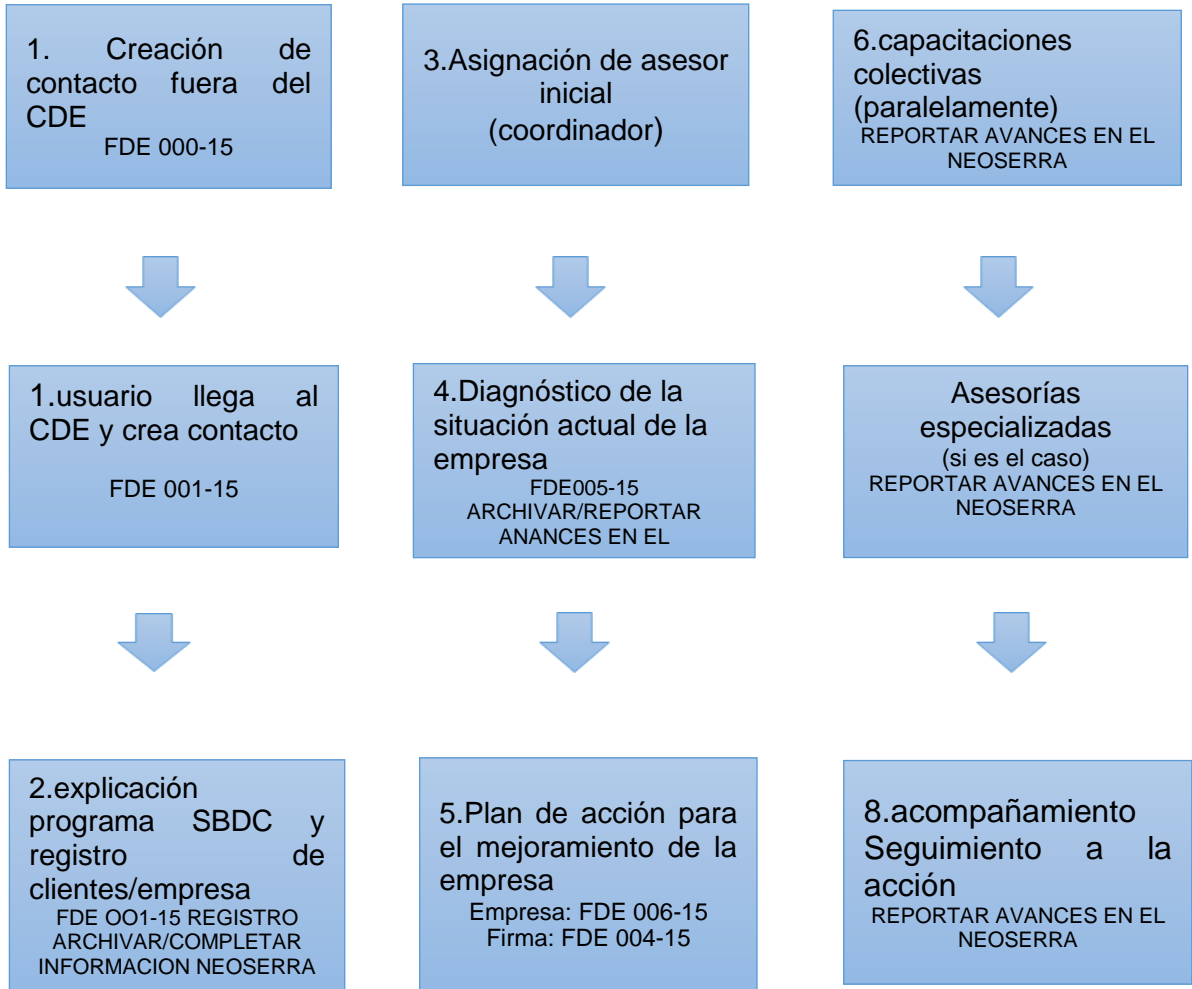


3.17. FLUJO DE TRABAJO

PROCESO DE ATENCION A UN EMPRENDEDOR



3.18. PROCESO DE ATENCIÓN A UNA EMPRESA ESTABLECIDA



3.19. METAS DE ASESORIA Y CAPACITACION E IMPACTO ECONOMICO CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PLAN OPERACIONAL 2019.

La determinación de las metas de asesoría, capacitación e impacto económico es un paso importante en el proceso de planeación. Las mismas estarán basadas en el plan estratégico del SBDC, en la asignación de sus recursos y en los servicios que el centro ofrecerá.

Las metas generalmente incluyen:

- ✓ **Metas de asesoría:** número de horas de asesoría por nivel de cliente, número total de horas de asesoría, número total de clientes, número de clientes por segmento.
- ✓ **Metas de capacitación:** número total de eventos de capacitación, número total de participantes.
- ✓ **Metas de impacto económico:** número de encuestas de impacto económico, número de nuevas empresas establecidas, número de empresas formalizadas, número de trabajos creados, número de trabajos retenidos, nuevo financiamiento, incremento en las ventas.

Hay varias formas de calcular las metas de un SBDC; este documento detalla el proceso utilizado por el SBDC de la Universidad de Texas en San Antonio para determinar las metas totales del centro calculando primeramente las metas individuales de su personal. El proceso hace referencia al archivo de Excel que su grupo utilizará para determinar las metas de su SBDC.

Los pasos para determinar las metas de asesoría son los siguientes:

- 1) Determinar el porcentaje de tiempo que cada asesor dedicará a trabajar con cada nivel de clientes – I, II y III. Estos porcentajes indicarán de forma

automática las horas que cada asesor invertirá por semana, mes y año en cada segmento.

- 2) Establecer el porcentaje de tiempo adicional que se le debe sumar al tiempo de asesoría para contabilizar el tiempo que los pasantes contribuyen a las horas de preparación de los asesores (horas de investigación de mercado). Si el SBDC no tiene pasantes, el porcentaje debe ser 0%.
- 3) Determinar el promedio de horas anuales (en la pestaña “Supuestos” del archivo de Excel) que se invertirán en clientes nivel I, II y III.
- 4) Al ingresar el número de horas, el documento automáticamente calcula la meta de número de clientes que debe asistir un asesor, al dividir el número de horas disponibles por segmento por el promedio de horas que se invertirán por segmento.
- 5) Sumar las metas individuales de número de clientes (totales y por nivel) y de horas de asesoría (totales y por nivel) de cada asesor para obtener las metas del centro.

Las horas de asesoría y número de clientes son indicadores predictivos que nos ayudarán a alcanzar el resultado final que queremos obtener: maximizar la creación y captura de impacto económico. Cuantas más horas invirtamos en asesorar a clientes de Nivel II y III, más impacto económico generaremos.

Normalmente, un asesor de tiempo completo invierte entre 50% y 62,5% de su tiempo en servicios de asesoría. El tiempo restante se asigna a otras áreas del plan estratégico del centro.

Las **metas de capacitación** las determina el director del centro teniendo en cuenta, principalmente, los siguientes factores:

- ✓ Las razones por las cuales se ofrecen programas de capacitación (ser eficientes, atraer nuevos clientes, mantener la relación con clientes existentes, promover el centro, generar oportunidades de desarrollo profesional y generar ingresos);

- ✓ La disponibilidad de cada miembro del equipo (tiempo asignado a capacitación);
- ✓ La experiencia y el conocimiento del equipo para cubrir diferentes temáticas empresariales;
- ✓ La capacidad del centro para trabajar con socios externos;
- ✓ El talento, la habilidad y el deseo de cada uno de los empleados para presentar un programa capacitación.

Una forma práctica de determinar las metas de capacitación es desarrollar un calendario anual de capacitación que satisfaga cada una de las razones por las que un centro ofrece el servicio. De esta forma, obtendremos el número total de programas de capacitación que el centro ofrecerá durante el año calendario o fiscal. Teniendo en cuenta los demás factores listados anteriormente – disponibilidad, experiencia, habilidad, capacidad, etc. – el Director decidirá las metas de capacitación para cada empleado.

Generalmente, el asesor junior estará a cargo de los cursos de capacitación más básicos, tales como “Cómo iniciar un negocio” o “Cómo desarrollar un plan de negocios”, mientras que el asesor sénior estará más involucrado en programas avanzados para clientes de Nivel II y III.

Lo importante es recordar que el objetivo no es desarrollar el programa de capacitación más exitoso del mundo, sino complementar la asesoría y maximizar la creación y captura de impacto económico.

Establecer metas de **impacto económico** por primera vez es un desafío, ya que no hay antecedentes ni historial del tipo de impacto que el centro podría generar. Para facilitar este proceso, hemos desarrollado un modelo sencillo que guía al director de un centro nuevo a determinar las metas iniciales de su SBDC. A partir del segundo año de operación, el director estará en mejores condiciones de determinar metas más precisas teniendo en cuenta el desempeño pasado, la clientela del centro y el contexto en el que opera el SBDC.

Las metas de impacto se calculan de la siguiente forma:

- ✓ **Encuestas de impacto económico:** Esta meta indica el número de encuestas de impacto económico que el asesor deberá recibir. Para calcularlo, hay que estimar qué porcentaje de clientes completará un formulario de impacto, y multiplicarlo por el número total de clientes por año del asesor.

Número de encuestas = Número total de clientes por año x % estimado

Generalmente, durante el primer año de operación, se estima que entre 15% y 22% de los clientes completarán la encuesta; este porcentaje irá subiendo año tras año. Este es un número importante ya que se utilizará para calcular todas las demás metas de impacto.

¿Cuál será el porcentaje de clientes que responderá a una encuesta en su centro?

- ✓ **Incremento de ventas:** Para calcular el incremento es necesario determinar cuál es el incremento promedio de ventas anuales de los clientes del centro y multiplicarlo por el número de encuestas de impacto:

Incremento de ventas = Incremento promedio de ventas anuales de los clientes (monto) x Número de encuestas de impacto económico

¿Cuál será el incremento de ventas promedio de los clientes de su centro?

- ✓ **Empleos creados:** Para calcular el número de nuevos empleos es necesario determinar cuál es el número promedio de nuevos empleos creados por los clientes del centro y multiplicarlo por el número de encuestas de impacto. Generalmente, el promedio es 1,5 empleos creados.

Empleos creados = Incremento promedio de nuevos empleos creados por los clientes x Número de encuestas de impacto económico

¿Cuál será el promedio de empleos creados por los clientes de su centro?

- ✓ **Empleos retenidos:** Para calcular el número de empleos retenidos es necesario determinar cuál es el número promedio de empleos retenidos por

los clientes del centro y multiplicarlo por el número de encuestas de impacto. Generalmente, durante el primer año el promedio es un empleo retenido; a partir del segundo año el número de empleos retenidos aumenta.

Empleos retenidos = Número promedio de empleos retenidos por los clientes x Número de encuestas de impacto económico

¿Cuál será el promedio de empleos retenidos por los clientes de su centro?

- ✓ **Nuevas empresas, formalizaciones y expansiones:** Durante el primer año de operación cuando los centros tienden a trabajar con un mayor número de clientes de Nivel I, el 65% de las encuestas de impacto reportará la creación de una empresa, el 15% la formalización de una empresa y el 20% la expansión de un negocio.

Nuevas empresas = 65% x Número de encuestas de impacto económico

Empresas formalizadas = 15% x Número de encuestas de impacto económico

Expansiones = 20% x Número de encuestas de impacto económico

- ✓ **Nuevo financiamiento:** El nuevo financiamiento representa generalmente un porcentaje de las ventas totales de la empresa. En Estados Unidos este porcentaje es alrededor del 25%.

Nuevo financiamiento = (% de las ventas del nuevo financiamiento x ventas) x Número de encuestas de impacto económico

¿Cuál será el porcentaje de las ventas del nuevo financiamiento?

Al sumar las metas individuales de todos los profesionales, se obtendrán las metas totales de impacto económico del centro.

| 5. METAS DE ASESORIA Y CAPACITACION DEL CENTRO | | | | | | | | | | |
|--|---|-------|--|-------|--|-----|--|-------|---|-------|
| Número de Clientes | Número de Clientes - Nivel I (Emprendedores) | | Número de Clientes - Nivel II (Establecidas) | | Número de Clientes - Nivel III (Gacelas) | | Meta Número Total de Clientes | | Distribución de los Clientes | |
| | Total | 70 | Total | 121 | Total | - | Total | 192 | Nivel 1 | 36,7% |
| | 1T | 18 | 1T | 30 | 1T | - | 1T | 48 | Nivel 2 | 63,3% |
| | 2T | 18 | 2T | 30 | 2T | - | 2T | 48 | Nivel 3 | 0,0% |
| | 3T | 18 | 3T | 30 | 3T | - | 3T | 48 | | |
| | 4T | 18 | 4T | 30 | 4T | - | 4T | 48 | | |
| Horas de Asesoría | Horas de Asesoría - Nivel I (Emprendedores) | | Horas de Asesoría - Nivel II (Establecidas) | | Horas de Asesoría - Nivel III (Gacelas) | | Meta Total de Horas de Asesoría | | Distribución de las Horas de Asesoría | |
| | Total | 1.056 | Total | 2.429 | Total | - | Total | 3.485 | Nivel 1 | 30,3% |
| | 1T | 264 | 1T | 607 | 1T | - | 1T | 871 | Nivel 2 | 69,7% |
| | 2T | 264 | 2T | 607 | 2T | - | 2T | 871 | Nivel 3 | 0,0% |
| | 3T | 264 | 3T | 607 | 3T | - | 3T | 871 | | |
| | 4T | 264 | 4T | 607 | 4T | - | 4T | 871 | | |
| Investigación y Asistencia Técnica para Clientes | Horas de Investigación de Mercados (practicantes) | | Horas de Coordinación de la Asistencia Técnica | | | | | | | |
| | Total | 480 | Total | 48 | Total | - | Total | - | | |
| | 1T | 120 | 1T | 12 | 1T | - | 1T | - | | |
| | 2T | 120 | 2T | 12 | 2T | - | 2T | - | | |
| | 3T | 120 | 3T | 12 | 3T | - | 3T | - | | |
| | 4T | 120 | 4T | 12 | 4T | - | 4T | - | | |
| Capacitación para los Clientes | Número de Eventos de Capacitación | | Número de Asistentes de Capacitación | | Número de Horas de Capacitación | | Asignación de Tiempos en Horas de Capacitación | | Asignación de Tiempos en Horas de Apoyo a la Capacitación | |
| | Total | 24 | Total | 480 | Total | 480 | Total | 480 | Total | 528 |
| | 1T | 6 | 1T | 120 | 1T | 120 | 1T | 120 | 1T | 132 |
| | 2T | 6 | 2T | 120 | 2T | 120 | 2T | 120 | 2T | 132 |
| | 3T | 6 | 3T | 120 | 3T | 120 | 3T | 120 | 3T | 132 |
| | 4T | 6 | 4T | 120 | 4T | 120 | 4T | 120 | 4T | 132 |

3.20. RECURSOS

La asignación de recursos es fundamental para convertir el plan estratégico en acción y resultados. El director del centro determina cómo optimizar los recursos humanos y financieros disponibles de acuerdo a las prioridades del plan y de forma tal de maximizar el retorno a la inversión.

La asignación de recursos brinda claridad al personal del equipo ya que cada uno de los empleados entenderá cuál es su rol dentro del plan, cuáles son las metas a lograr, y qué es lo que se espera de él. Además, el monitoreo continuo del plan a través de los indicadores definidos, brindará retroalimentación constante que les permitirá entender su trayectoria y desempeño actual y realizar cambios, mejoras y correcciones de forma tal de alcanzar sus objetivos.

3.21. PRESUPUESTO DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2019.

El presupuesto del SBDC debe estar impulsado por su visión (¿hacia dónde queremos ir?) y plan estratégico (¿cómo vamos a llegar?); esto le permitirá al centro enfocarse en su plan, tener claridad sobre cómo invertir sus recursos y prevenir la asignación de financiamiento en áreas que no están alineadas con la visión y la misión (¿cuál es nuestra razón de ser?) de la organización.

El plan del SBDC debe incluir el aporte en efectivo y en especie de todas las agencias de financiamiento – gobierno nacional, provincial y local, institución anfitriona, sector privado, etc. y cumplir con los requisitos y condiciones establecidos en el acuerdo de colaboración. El aporte en especie generalmente lo aporta la institución que alberga al SBDC.

La partida presupuestaria de personal, que incluye salarios y beneficios, es la más grande que incurren los centros, representando en su mayoría el 85% del presupuesto total. En el caso de los centros nuevos, el porcentaje de la partida de personal será menor ya que el centro incurrirá de operación iniciales, tales como la compra de computadoras, muebles, equipos, etc., que distorsionarán en un principio los porcentajes del presupuesto. Generalmente, el aporte del gobierno nacional cubre la partida de personal.

Otros elementos del presupuesto del SBDC incluyen viáticos para participar en conferencias y capacitaciones, equipos y mobiliario, contratación de asesores externos para brindar la asistencia técnica y servicios especializados, y gastos operativos.

CDE UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

2019

Presupuesto Anual

| PRESUPUESTO | SOCIO MAYORITARIO 1 IES | CONTRAPARTE EXTERNA 2 | CONTRAPARTE IES* 3 | TOTAL |
|---|----------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------|
| A. PERSONAL | | | | |
| Director | 39.749.568 | - | - | 39.749.568 |
| Asesor Senior | 34.780.872 | - | - | 34.780.872 |
| Asesor Junior | 29.812.176 | - | - | 29.812.176 |
| Asesor Junior | 29.812.176 | - | - | 29.812.176 |
| Asistente Administrativo | 14.906.088 | - | - | 14.906.088 |
| | - | - | - | - |
| | - | - | - | - |
| | - | - | - | - |
| Subtotal personal | 149.060.880 | - | - | 149.060.880 |
| B. PRESTACIONES | | | | |
| 1) Prestaciones | 14.906.088 | - | - | 14.906.088 |
| C. VIATICOS | | | | |
| 1) Asesor Senior | 1.344.000 | - | - | 1.344.000 |
| 2) Asesor Junior | 1.344.000 | - | - | 1.344.000 |
| 3) Asesor Junior | 1.344.000 | - | - | 1.344.000 |
| 4) | - | - | - | - |
| Subtotal viáticos | 4.032.000 | - | - | 4.032.000 |
| D. EQUIPO | | | | |
| 1) Computadoras y dispositivos | 12.000.000 | - | - | 12.000.000 |
| 2) Mobiliario | 15.000.000 | - | - | 15.000.000 |
| 3) Recursos de Investigación del Mercado (bases de datos) | - | - | - | - |
| 4) Otro (licencias, registros, etc.) | - | - | - | - |
| Subtotal equipo | 27.000.000 | - | - | 27.000.000 |
| E. CONTRATOS DE ASESORES EXTERNOS | | | | |
| 1) Asesores Universitarios (profesores) | - | - | - | - |
| Subtotal asesores | - | - | - | - |
| F. OTROS GASTOS | | | | |
| 1) Renta de Oficina | 7.200.000 | - | - | 7.200.000 |
| 2) Mantenimiento de Oficina | - | - | - | - |
| 3) Sistemas informáticos-Web | - | - | - | - |
| 4) Telefonía | 900.000 | - | - | 900.000 |
| 5) Servicios de Correo | - | - | - | - |
| 6) Papelería | 3.000.000 | - | - | 3.000.000 |
| 7) Compensaciones por productividad | - | - | - | - |
| Subtotal otros gastos | 11.100.000 | - | - | 11.100.000 |
| G. GASTOS ASOCIACION DE SBDCs | | | | |
| 1) Cuota Anual Asociacion de SBDCs | - | - | - | - |
| 2) Licencia NeoSerra | - | - | - | - |
| Subtotal gastos Asociacion de SBDCs | - | - | - | - |
| H. TOTALES | | | | |
| | \$206.098.968 | - | - | 206.098.968 |

3.22. MERCADOTECNIA Y PROMOCION DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DEL CENTRO

Objetivos:

- ✓ Informar a la comunidad del CDE y de sus servicios.
- ✓ Aumentar el interés del sector empresarial por hacer parte de un proceso de desarrollo y aceleración empresarial.
- ✓ Lograr que los actores institucionales de la provincia, los empresarios y pobladores se apropien del Centro de Desarrollo Empresarial.

3.23. MATRIZ DE COMUNICACIÓN POR TIPO DE CLIENTE DEL CENTRO

| TIPO DE CLIENTE | QUE COMUNICAR | HERRAMIENTA/ COBERTURA | RESPONSABLE Y FRECUENCIA DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN |
|--|---------------------------------------|--|--|
| Cientes: Emprendedores, Empresas establecidas y empresas Gacelas. | Socialización y promoción del centro. | Difusión en las emisoras comunitarias de los municipios, la emisora de la Universidad de Pamplona, los medios locales de tv, prensa y virtuales del municipio de Pamplona, medios virtuales (correo, páginas web de los socios , aplicaciones y redes sociales) y llamadas telefónicas | Responsables: equipo de trabajo del CDE, entidad anfitriona y socios. Frecuencia: Una etapa de difusión en cada municipio por un periodo de 15 días en el primer trimestre del proyecto. |
| Cientes: | Socialización | Comunicación escrita | Responsables: |

| | | | |
|--|--|--|--|
| Actores Institucionales a nivel local y regional | y promoción del centro | de cobertura personal. | equipo de trabajo del CDE, entidad anfitriona y socios. Frecuencia: Una etapa de difusión en cada municipio por un periodo de 15 días en el primer trimestre del proyecto |
| Cientes: Emprendedores, Empresas establecidas y empresas Gacelas. | Jornadas de Capacitación | Difusión en las emisoras comunitarias de los municipios, la emisora de la Universidad de Pamplona, los medios locales de tv, prensa y virtuales del municipio de Pamplona, medios virtuales (correo, páginas web de los socios de los socios, aplicaciones y redes sociales) y llamadas telefónicas. | Responsables: equipo de trabajo del CDE. Frecuencia: 4 capacitaciones en el mes. |
| Socios del CDE | Comunicados de eventos importantes y/o avances de resultados | Difusión en las emisoras comunitarias de los municipios, la emisora de la Universidad de Pamplona, los medios locales de tv, prensa y virtuales del municipio de Pamplona, medios virtuales (correo, páginas web de los socios de los socios y redes sociales). | Responsables: equipo de trabajo del CDE. Frecuencia: mensual. |
| Comunidad en General | Comunicados de eventos importantes y/o avances de resultados | Difusión en las emisoras comunitarias de los municipios, la emisora de la Universidad de Pamplona, los medios | Responsables: equipo de trabajo del CDE. Frecuencia: mensual. |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | locales de tv, prensa y virtuales del municipio de Pamplona, medios virtuales (correo, páginas web de los socios de los socios y redes sociales). | |
|--|--|---|--|

3.24. ESTRATEGIAS DE PROMOCION POR SERVICIO OFERTADO DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

| | TIPO DE OFERTA A PROMOCIONAR | HERRAMIENTAS UTILIZAR | RESPONSABLE Y FRECUENCIA DE LOS PROCESOS DE PROMOCION |
|---|---|--|---|
| Emprendedores | Servicios de capacitación, asesorías y seguimiento operacional. | Invitaciones virtuales escritas y telefónicas, comunicados, pautas radiales, notas publicitarias, boletines, difusión de resultados en páginas web | Responsables: equipo de trabajo del proyecto. Frecuencia: utilización de por lo menos una herramienta mensual. |
| Empresas Establecidas y empresas Gacela | Asesoría y capacitación, Acompañamiento personalizado y asesoría especializada. | Invitaciones virtuales escritas y telefónicas, comunicados, pautas radiales, notas publicitarias, boletines, difusión de resultados en páginas web | Responsables: equipo de trabajo del proyecto. Frecuencia: utilización de por lo menos una herramienta mensual. |

3.25. bDISEÑO DE TARJETAS PARA DESAYUNO DE EMPRESARIOS
DEL SECTOR PRODUCTIVO DE PAMPLONA.



*El Centro de Desarrollo Empresarial
Universidad de Pamplona*

INVITA:

*Desayuno de trabajo, el día 25 de junio a las
08:00 hs. sala de juntas de la Facultad de Cien-
cias Económicas y Empresariales.*

Sede: Virgen del Rosario 3 piso aula 314.

3.26. DISEÑO DE BOLETÍN PARA DAR A CONOCER A LOS EMPRESARIOS LOS SERVICIOS DEL CDE



¿QUÉ ES?

El **Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona** es un instrumento de Desarrollo Productivo operado por la Universidad de Pamplona a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y coordinado por el Programa de Administración de Empresas, que busca desarrollar capacidades al interior de las empresas. Es un espacio donde los empresarios reciben gratuitamente asesoría a largo plazo y capacitaciones, buscando con ello dinamizar el desarrollo y crecimiento de sus negocios y generar impacto económico a nivel local y regional.

MISIÓN

Gestionamos los procesos para la aceleración y crecimiento empresarial para el desarrollo del sector productivo en los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Cacota, Chitagá, Toledo, Labateca, Cucutilla, Mutiscua y Silos.

VISIÓN

Para el año 2020 el CDE de Pamplona será reconocido en la región como el principal promotor del desarrollo empresarial, generando un impacto socioeconómico positivo, en cada uno de los municipios de su zona de influencia.

SERVICIOS

- Asesoría
- Capacitación
- Consultoría



UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
Sede Virgen del Rosario 2 Piso
Teléfono: 5681761 - cdepamplona@unipamplona.edu.co



Visitando las empresas, para dar a conocer que es el CDE y entregando las invitaciones al desayuno.



Desayuno con algunos empresarios del sector productivo de Pamplona.



CONCLUSIONES

El Centro de Desarrollo Empresarial de la Universidad de Pamplona es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para pequeñas empresas de Pamplona y sus municipios aledaños y su misión es promover el crecimiento, la innovación y la productividad.

El centro de desarrollo empresarial busca desarrollar capacidades al interior de las empresas, ofreciendo asesoría, acompañamiento y capacitación al emprendedor y empresario. Este instrumento promueve el crecimiento empresarial la innovación, la productividad y la rentabilidad a través de propuestas de mejoras en la administración, la gerencia, la producción, y el desarrollo tecnológico.

El plan operativo realizado al centro es un instrumento clave para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos del Centro, para el mejoramiento de su area de gestión: asesoría permanente y capacitacion.

El plan operativo anual es una herramienta para obtener un plan estructurado de actividades sobre la ejecución de las estrategias en el período de un año o más. De esta manera, el plan operativo ayuda a el centro de desarrollo empresarial a alcanzar sus objetivos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda tener como referencia el presente Plan Operacional del Centro de desarrollo empresarial ya que es una estrategia que hará que el Centro cumpla con sus objetivos, metas e indicadores de impacto económico, tener sus objetivos definidos y saber cuáles son las mejores acciones que deben llevarse a cabo para alcanzar dichos objetivos, En concreto, el asunto más importante es que si se lleva a cabo el plan operacional diseñado el Centro de Desarrollo Empresarial tendrá mejores resultados en el cumplimiento de sus metas.

ALCANCES DE LA PRACTICA

La realización de la práctica empresarial en el centro de de desarrollo empresarial fue fundamental para poner en práctica la aplicación de los conocimientos adquiridos durante mi carrera.

Dentro de los aportes más importantes puedo destacar la experiencia, sobre todo en cómo enfrentarme y comportarme en el medio laboral, así mismo pude adquirir nuevos conocimientos y desarrollar nuevas capacidades que aportan a mi desempeño profesional adecuarme a un horario, cumplir funciones, tomar decisiones y tener buenas relaciones con cada una de las personas vinculadas al centro de desarrollo empresarial, esto, no solo aporto a mi formación profesional, sino también, una formación personal que complementa y mejora mis competencias.

BIBLIOGRAFIA

https://www.sbdcglobal.com/images/international_SBDC_en/Colombia_SBDC_es.pdf

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622012/Ramire>

<http://dev.sbdcglobal.com/index.php/mx/sbdcs-internacional/que-es-sbdc.html>

<http://www.mipymes.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&>