

INFORME DE PRÁCTICA

**APOYO AL PLAN DE PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y MERCAEO DEL
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA
ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO
AGROINDUSTRIAL**

**MARIA ANDREA TOVAR DÍAZ
CÓD: 1102121556**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA
2016**

INFORME DE PRÁCTICA

**APOYO AL PLAN DE PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y MERCADEO DEL
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA
ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO
AGROINDUSTRIAL**

**MARIA ANDREA TOVAR DÍAZ
CÓD: 1102121556**

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

**ALVARO PARADA CARVAJAL
Director del Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial**

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PAMPLONA
2016**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCION	8
1. INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL	9
1.1 reseña histórica del centro de desarrollo empresarial piloto SBDC para la aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial; de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, Silos, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla y Chinácota	9
1.2 aspectos corporativos del centro de desarrollo empresarial piloto SBDC para la aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial; de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, Silos, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla Y Chinácota	16
1.2.1 Misión	16
1.2.2 Visión	16
1.2.3 Valores	16
1.2.3.1 Integridad	16
1.2.3.2 Excelencia	16
1.2.3.3 Servicio	17
1.2.3.4 Innovación	17
1.2.4 Principios	18
1.2.4.1 Confidencialidad	18
1.2.4.2 Gratuidad	18
1.2.5 Ficha Técnica del Proyecto Centro de Desarrollo Empresarial SBDC	19
1.3 diagnostico del centro de desarrollo empresarial piloto SBDC para la aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial.	21
1.3.1 análisis interno del plan de promoción, comunicación y mercadeo del centro de desarrollo empresarial SBDC	23
1.3.2 análisis externas del plan de promoción, comunicación y mercadeo del centro de desarrollo empresarial SBDC	24
1.4 Descripción del área de trabajo	25
1.4.1 Director	25
1.4.2 Asesoras	26
1.4.3 Asistentes Administrativos	26
1.5 Funciones asignadas al estudiante de practica	27
1.6 Estructuración de la propuesta de mejoramiento	28
1.6.1 apoyo al plan del área estratégica de promoción, comunicación y mercadeo del centro de desarrollo empresarial piloto SBDC para la	28

aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial.	
1.6.2 Objetivos	28
1.6.2.1 Objetivo General	28
1.6.2.2 Objetivos específicos	28
1.6.3 Justificación	30
1.6.4 Cronograma de actividades	31
2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	33
2.1 apoyo al plan de promoción, comunicación y mercadeo del centro de desarrollo empresarial piloto SBDC para la aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial	33
2.1.1 Etapa 1. Creación y actualización de la Matriz de seguimiento al plan de promoción, comunicación y mercadeo	33
2.1.2 Etapa 2. Estrategias de Comunicación del Centro.	33
2.1.3 Etapa 3. Visibilización y socialización de los eventos del Centro.	34
2.1.4 Etapa 4. Gestión del centro	34
2.1.5 Etapa 5. Implementar las redes sociales del centro	35
2.1.6 Etapa 6. Diseñar propuestas de logos para el proyecto SBDC	35
Conclusiones	
recomendaciones del área del plan de promoción, comunicación y mercado del SBDC	36
Recomendación general del SBDC	37
Alcances de la Practica	38
Bibliografía	39
Anexos	40

LISTA DE TABLAS

Tabla No 1	Diagnóstico del Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC.	21
Tabla No 2	Relación de las actividades a realizar en el Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo.	27
Tabla No 3	Cronograma de actividades plan de promoción, comunicación y mercadeo	31

RESUMEN

Este informe se refiere al Centro de Desarrollo Empresarial SBDC proyecto piloto para la Aceleración de Empresas y Promoción del Desarrollo Agroindustrial; los municipios de Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, Silos, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla y Chinácota, El Centro de Desarrollo Empresarial es uno de los 4 pilotos de Colombia que será parte de la red nacional e internacional de los centros de desarrollo de negocios y cuenta con el patrocinio por el ministerio de Industria, comercio y Turismo, el alcalde de Pamplona, la Cámara de comercio, la Universidad de Pamplona y la UNAD, este proyecto ofrece varios servicios a los empresarios y emprendedores en la ciudad de Pamplona de forma gratuita, por lo que las empresas de la región para obtener el desarrollo y generar impactos económicos, el proyecto cuenta con 6 áreas estratégicas de gestión que son oportunidades de mejora, en este caso nos llevará el área de plan de promoción, comunicación y SBDC comercialización donde se generan las propuestas, lo que indica que la actividad se llevará a cabo dentro de el plan y lo que el proceso se lleva a cabo para cada uno de ellos, con el fin de apoyar y fortalecer el plan de promoción, comunicación y comercialización SBDC.

ABSTRACT

This report refers to the Business Development Centre pilot project SBDC for Enterprise Acceleration and Promotion of Agroindustrial Development; the municipalities of Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, Silos, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla and Chinácota, The Business Development Center is one of the 4 pilots Colombia that will be part of national and international network of business development centers and is sponsored by the ministry of Industry, trade and Tourism, the mayor of Pamplona, the Chamber of commerce, the University of Pamplona and UNAD, This project offers several services to entrepreneurs and entrepreneurs in the city of Pamplona for free, so that companies in the region to obtain development and generate economic impacts, the project has 6 strategic areas of management which are opportunities for improvement, in this case we take the area of promotion plan, communication and marketing SBDC where proposals are generated, indicating that activity will be carried out within the plan and what the process is carried out for each of them, in order to support and strengthen the promotion plan, communication and marketing SBDC.

INTRODUCCIÓN

La Universidad de Pamplona, Universidad Nacional a Distancia UNAD, Alcaldía de Pamplona y Cámara de Comercio son los aliados estratégicos en el Proyecto Piloto del Centro de Desarrollo Empresarial SBDC para la Aceleración Empresarial y la Promoción del Desarrollo agroindustrial; de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Mutiscua, Silos, Cacota, Chitaga, Toledo, Labateca, Cucutilla y Chinácota.

Este proyecto cuenta con seis áreas estratégicas de Gestión, Asesoría empresarial gratuita integral personalizada para el crecimiento y aceleración empresarial, Capacitación empresarial gratuita y especializada para el crecimiento y aceleración empresarial, Gestión integral del SBDC, Plan de desarrollo profesional, Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo y Plan de Sostenibilidad SBDC.

En este informe se detallan las falencias encontradas en las áreas de Gestión del Centro, el cual se enfoca al Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo SBDC para ejecutar actividades de mejora y garantizar un mejor funcionamiento del Centro

1. INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1 RESEÑA HISTORICA DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL; DE LOS MUNICIPIOS DE PAMPLONA, PAMPLONITA, MUTISCUA, SILOS, CACOTA, CHITAGA, TOLEDO, LABATECA, CUCUTILLA Y CHINÁCOTA

HISTORIA DEL SBDC DE EE.UU	EL PROYECTO DE ADAPTACIÓN Y TRANSFERENCIA DEL MODELO DE SMALL BUSINESSDEVELOPMENT CENTER - SBDC EN COLOMBIA- MINCIT.	FUNDACIÓN ECOPETROL PARA EL DESARROLLO REGIONAL FUNDESCAT
<p>La Red SBDC tiene el propósito de extenderse a las Américas para promover la Competitividad dado que la integración económica de estas será importante para el futuro y para competir con Europa y Asia.</p> <p>En 1953 el Congreso crea la Administración</p>	<p>Con esta nueva estrategia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de EL FONDO de Modernización e Innovación para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas busca mejorar el nivel de desarrollo socioeconómico de las regiones con la</p>	<p>La Fundación Ecopetrol para el desarrollo Regional – Fundescat, es coordinador del proyecto Piloto Small BusinessDevelopment Center. Fundescat tiene como objeto la viabilidad social</p>

<p>Estadounidense de Pequeñas Empresas (SBA), en 1975 se creó el concepto SBDC que fue establecido por dos miembros de la Cámara Nacional de Asesoría quienes trabajaban en universidades americanas, entendieron que el país se beneficiaría al disponer de un programa empresarial que ofreciera recursos de educación superior, Pymes y Gobiernos. En 1976 se inaugura el Primer Programa Piloto SBDC con ayuda del SBA en California PolitechnicUniversity, en 1977 se crearon SBDCs adicionales, \$350.000 por parte del SBA y cada piloto recibió \$40.000. En 1978 aumentan los fondos del SBA a \$900.000, en 1979 se asignaron 2,4 millones para 16 SBDCs, ubicados dos en California, Georgia, Missouri, Nebraska, New Jersey, Maine, Florida, Arkansas, D.C., Minnesota, Utah, Pennsylvania, Carolina del Sur y Washington.</p> <p>En 1979 se evaluó el Proyecto SBDC, este proyecto tiene un potencial considerable y las encuestas realizadas a los clientes son muy buenas y aumenta el apoyo por parte del</p>	<p>creación e implementación de Centros de Desarrollo Empresarial para las micro, pequeñas y medianas empresas, de tal forma que se impulse el crecimiento y el desarrollo de las empresas que representan este segmento, preparándolas para responder oportunamente a los retos de la competencia interna y a los desafíos que genera la globalización de la economía.</p> <p>La apertura de la presente convocatoria y los respectivos instrumentos fueron aprobados en la sesión No. 21 del Consejo Asesor de EL FONDO realizada el 10 de junio de 2014.</p> <p>Proyecto presentado a: CONVOCATORIA NACIONAL PARA EL APOYO AL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES COLOMBIANAS A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN DE CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL UTILIZANDO LA METODOLOGÍA “SBDC” -No. FMI-SBDC016-2015. Entrega de recursos de cofinanciación no reembolsable a proyectos que tengan por</p>	<p>Empresarial y el impulso al desarrollo territorial sostenible, a Través de líneas y programas que apunten de forma integral a la Educación y la cultura, la competitividad regional, el Fortalecimiento socio empresarial, las micro-finanzas, el Fortalecimiento de la ciudadanía y la democracia.</p> <p>En Fundescat se promueven procesos sociales y empresariales, ofertando servicios a las comunidades y organizaciones, a través de la generación de capacidades, financiamiento, asesoramiento integral, gestión de programas y proyectos que impulsan el desarrollo regional y el mejoramiento de la calidad de vida.</p>
---	---	--

<p>Congreso; el 1979 los SBDCs asesoran 7.000 empresa y capacitan 16.000, en este mismo año se forma la Asociación Estadounidense del SBDCs (ASBDC) Assosiation of Small Business Developmet Centers. La misión de la ASBDC es representar el interés colectivo de nuestros miembros promoviendo, informando, apoyando y continuamente mejorando a la Red del SBDCs, que ofrece ayuda educativa a nivel nacional para la Pymes contribuyendo así al crecimiento de las economías nacionales, estatales y locales.</p> <p>En 1980 se firma el acta de Small Business Development Centers por el presidente Jimmy Carter; en 1985 los SBDCs estatales crean centros de comercio internacional y centros de tecnología; en1989 se forma la red de investigación del SBDC.</p> <p>La Universidad de Texas en San Antonio (UTSA), sede de uno de los SBDC más exitosos de Estados Unidos, ha sido la institución puntera en la promoción y expansión de los SBDC en Latinoamérica y el Caribe.</p>	<p>objeto el incremento de la productividad y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante la implementación y operación de Centros de Desarrollo Empresarial, utilizando la metodología Small Business Development Centers -SBDC.</p> <p>La adaptación de este modelo 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 posteriormente 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 denominada “Caminos para la Prosperidad de las Américas”.</p> <p>Dicho documento fue firmado entre el Gobierno Colombiano representado por la Cancillería y el Gobierno Norteamericano representado por el Departamento de Estado de Estados Unidos.</p>	
---	--	--

<p>Desde el 2003 y con el apoyo del gobierno de Estados Unidos y organismos como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por sus siglas en inglés), Educación Superior para el Desarrollo (HED por sus siglas en inglés), la Organización de los Estados Americanos (OEA), y el Departamento de Estado de Estados Unidos, UTSA ha ayudado a varios gobiernos extranjeros a adaptar, implementar y establecer redes de SBDC en sus respectivos países. Esta asistencia incluye guiar a los gobiernos en el desarrollo de políticas favorables para el sector PYME, ofrecer capacitación para transferir la metodología del modelo SBDC, capacitar a los futuros consultores y directores de los centros, recibir profesionales en el SBDC de San Antonio, Texas con el fin de observar de primera mano la operación de los centros, desarrollar estándares de acreditación, crear una asociación de SBDC y visitar los centros establecidos en otros países para mejorar sus operaciones.</p>	<p>Este Piloto para Pamplona hará parte de los SBDC que ya han sido adaptados en otros países latinoamericanos, actualmente funcionan bajo esta metodología 118 Centros en México, 10 Centros en El Salvador, 6 Centros en Honduras, 5 Centros en Guatemala un Centro en Belice y más de 1.500 Centros de desarrollo empresarial en Estados Unidos, metodología transferida por la Universidad de Texas esperando se siga ampliando a otros países de América Latina y el Caribe.</p> <p>El proyecto comenzó en febrero de 2013 con una consulta con actores claves del sector de la PYME que tenía como objetivo generar conocimiento y ganar apoyo para la implementación del programa en el país. Luego de llevar a cabo las reuniones de consulta en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, UTSA ofreció el Diplomado de Certificación para Futuros Asesores y Directores de los Centro de Desarrollo Empresarial que transfirió la metodología</p>	
---	---	--

<p>UTSA seguirá siendo una pieza clave en la expansión, internacionalización y vinculación de los SBDC ya que asistirá a los nuevos centros a colaborar con las agencias de asistencia a la exportación de sus países y facilitará el acceso a SBDCGlobal.com, una plataforma que ayudará a los clientes de SBDC a abrir nuevos mercados, mejorar la competitividad e incrementar las ventas a lo largo de las Américas.</p>	<p>SBDC y guio a los participantes en el proceso de desarrollo del plan estratégico y operativo de sus futuros centros.</p> <p>El proyecto SBDC en Colombia es financiado por el Departamento de Estado de Estados Unidos y cuenta con el apoyo de HigherEducationforDevelopment (HED (Educación Superior para el Desarrollo)) bajo la Iniciativa de Caminos a la Prosperidad, y está siendo ejecutado por la Universidad de Texas en San Antonio en colaboración con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de Colombia.</p>	
--	---	--

CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL; DE LOS MUNICIPIOS DE PAMPLONA, PAMPLONITA, MUTISCUA, SILOS, CACOTA, CHITAGA, TOLEDO, LABATECA, CUCUTILLA Y CHINÁCOTA

El SBDC es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro, pequeñas y medianas empresas.

El Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona es uno de los 4 pilotos de Colombia que harán parte la red nacional e internacional de centros de desarrollo empresarial y es patrocinado por el ministerio de Industria y Turismo, por la Cámara de Comercio, por la alcaldía de Pamplona y las dos Universidades de la ciudad y los nuevos municipios circunvecinos de Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Toledo, Labateca, Cúcota, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla. Atiende a microempresarios ofreciendo asesoría gratuita de alta calidad y confidencial que les permite apropiar modelos de negocios acordes a sus necesidades y a las del mercador que desean alcanzar; se buscan

También ofrece a sus clientes programas de capacitación, brindando información esencial para el éxito de sus empresas en el mercado regional, nacional e internacional.

TRIPLE HÉLISE

Se refiere a la alianza entre sector público, privado y académico con el objetivo de realizar la co-inversión de esfuerzos técnicos, logísticos y de financiamiento que garantice la sostenibilidad del Proyecto y optimice las acciones y los recursos disponibles.

UNIVERSIDAD	EMPRESA	ESTADO
La Universidad de Pamplona, representa los aportes en especie que están representados en la asignación de Pasantes mínimo dos por semestre de las Carreras de Ciencias Económicas e Ingenierías durante el año de duración del Proyecto, así como la asignación de aulas para reunión, capacitación o entrenamiento de acuerdo a la programación del SBDC, y las disponibilidades internas del Campus Universitarios en todas sus sedes. Universidad Nacional Abierta y a Distancia hace aportes con los espacios físicos para las reuniones, eventos de socialización y capacitaciones.	La Cámara de Comercio de Pamplona, hace aportes al Centro de Desarrollo Empresarial información de las empresas registradas en la región, visibiliza y promociona el Centro, dan el respaldo de aliados en todos los escenarios y actualmente ejerce la Presidencia del Órgano Directivo.	La Alcaldía de Pamplona y las demás alcaldías de los municipios circunvecinos, Pamplonita, Chinácota, Toledo, Labateca, Cágota, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla y manifiestan el interés de acompañar y promover la sostenibilidad del Proyecto aportando capital al Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC para la sostenibilidad.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL; DE LOS MUNICIPIOS DE PAMPLONA, PAMPLONITA, MUTISCUA, SILOS, CACOTA, CHITAGA, TOLEDO, LABATECA, CUCUTILLA Y CHINÁCOTA

1.2.1 Misión

Facilitar los proceso de aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial en Pamplona y 9 municipios Vecinos.

1.2.2 Visión

Consolidar el Centro como punto de experiencia para la generación de soluciones empresariales que generen Impacto Económico en la región mediante la implementación del modelo Small Business Development Centers-SBDC de los Estados Unidos.

1.2.3 Valores

1.2.3.1 Integridad: Creamos nuestra excelente reputación siendo profesionales éticos que hacen un uso integro de la información suministrada por los empresarios, específicamente en búsqueda de impactos económicos positivos que redunde en el desarrollo empresarial y social de la región.

- ✓ Responsables
- ✓ Creíbles
- ✓ Éticos
- ✓ Respetuosos

1.2.3.2 Excelencia: profesionales calificados que cumplen y satisfacen las expectativas de los grupos de interés del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, fortaleciendo el sector empresarial y los sectores económicos y sociales de región.

- ✓ Obteniendo buenos resultados.
- ✓ Demostrando liderazgo.
- ✓ Teniendo recursos y habilidades.

1.2.3.3 Servicio: vocación de servicio y compromiso con los empresarios usuarios del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona donde se produzca el fortalecimiento de las relaciones y resultados de impacto económico.

- ✓ Respondiendo eficientemente a las necesidades de nuestros clientes.
- ✓ Agregando continuo valor a nuestros servicios.
- ✓ Proporcionando soluciones.
- ✓ Trabajando en equipo.

1.2.3.4 Innovación: proveer una asesoría especializada y capacitación de alta calidad que permita 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.

- ✓ Cambio continuo.
- ✓ Toma de riesgos.
- ✓ Aprendizaje continuo.

1.2.4 Principios

1.2.4.1 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, knowhow y otras informaciones de negocios o técnica de su empresa o emprendimiento.

1.2.4.2 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.

1.2.5 Ficha Técnica del Proyecto Centro de Desarrollo Empresarial SBDC

NOMBRE DEL PROYECTO	CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL; DE LOS MUNICIPIOS DE PAMPLONA, PAMPLONITA, MUTISCUA, SILOS, CACOTA, CHITAGA, TOLEDO, LABATECA, CUCUTILLA Y CHINÁCOTA.
DURACIÓN	1 año.
ENTIDADES SOCIAS	Cámara de Comercio de Pamplona, Universidad Nacional a Distancia, Universidad de Pamplona, Alcaldía de Pamplona.
MUNICIPIOS	Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Toledo, Labateca, Cacota, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla.
BENEFICIARIOS	Nivel 1. emprendedores 30% Nivel 2. empresas establecidas 60% Nivel 3. empresas gacela 10%
SERVICIOS QUE OFERTA EL CENTRO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesoría/acompañamiento Individual, Confidencial, Gratuita y a Largo plazo. 2. Capacitaciones Colectivas. 3. Acompañamiento al acceso de Fuentes de financiación. 4. Acompañamiento para el acceso a redes, mercados y oportunidades.
UBICACIÓN	Calle 5 N°6-12 PAMPLONA NORTE DE SANTANDER

INDICADORES DE IMPACTO DEL CENTRO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos Empleos generados por las empresas atendidas. 2. Empleos retenidos por las empresas atendidas. 3. Nuevas empresas creadas con el apoyo. 4. Número de Créditos colocados por a las empresas atendidas /monto/propósito. 5. Aumento del Volumen de Ventas de las empresas atendidas 6. Número de empresas que inician exportación en el proceso de asesoría. 7. Número de empresas formalizadas en el proceso de asesoría.
--	--

1.3 DIAGNOSTICO DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL.

El Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC para la Aceleración Empresarial y la promoción del Desarrollo Agroindustrial, funciona con seis áreas específicas:

1. Asesoría empresarial gratuita integral, personalizada para el crecimiento y aceleración empresarial.
2. Capacitación empresarial gratuita y especializada para el crecimiento y aceleración empresarial.
3. Gestión integral del SBDC.
4. Plan de desarrollo profesional.
5. Plan de promoción comunicación y mercadeo de SBDC.
6. Plan de sostenibilidad del SBDC.

Tabla N° 1. Diagnóstico del Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC.

AREAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN DEL CENTRO	
AREAS PRIORITARIAS	OPORTUNIDADES DE MEJORA
<p>ASESORÍA EMPRESARIAL GRATUITA INTEGRAL, PERSONALIZADA PARA EL CRECIMIENTO Y ACELERACIÓN EMPRESARIAL</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instrumentos, asesoría, unificación y aprobación 2. Plan trimestral de asesorías SBDC Pamplona 3. Ruta de asesorías: <ul style="list-style-type: none"> • Emprendedores • Empresas establecidas • Empresas Gacelas 4. Plan de distribución de tiempos y compromisos por asesor 5. Plan pasantías 6. Distribución de contactos y zonas.
<p>CAPACITACIÓN EMPRESARIAL GRATUITA Y ESPECIALIZADA PARA EL CRECIMIENTO Y ACELERACIÓN EMPRESARIAL</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan trimestral capacitación SBDC Pamplona 2. Instrumentos capacitación unificados y aprobados 3. Ruta de capacitaciones.
<p>GESTIÓN INTEGRAL DEL SBDC</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instrumentos formatos generales 2. Ruta de gestión de contactos y clientes 3. Órgano directivo 4. Planeación semanal del centro 5. Documentación SBDC electrónicos y físicos 6. Acreditación de legalidad 7. Informes.

<p align="center">PLAN DE DESARROLLO PROFESIONAL</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las oportunidades de entrenamiento y actualización. 2. Elaborar el Plan trimestral de entrenamiento y aprendizaje autónomo. 3. Hacer seguimiento al plan.
<p align="center">PLAN DE PROMOCIÓN COMUNICACIÓN Y MERCADEO DE SBDC</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reformular estrategias 2. Radio 3. Publicidad impresa 4. Televisión 5. Redes sociales.
<p align="center">PLAN DE SOTENIBILIDAD DEL SBDC</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alcaldías convenio marco 2. Gobernación 3. Proyectos 4. Universidades 5. Venta de servicios capacitaciones de alto nivel y diplomados.

1.3.1 Análisis Interno del Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo del Centro de Desarrollo Empresarial SBDC

Por medio de un análisis cualitativo que se hace en el área del plan de promoción comunicación y mercadeo del SBDC se identifican fortalezas y debilidades que presenta el proyecto SBDC

Fortalezas

- El centro de desarrollo empresarial cuenta con socios de alto posicionamiento en la provincia.
- La mayoría de los socios que se encuentran en la provincia de Pamplona cuentan con medios de comunicación.
- Una pasante de la Universidad de Pamplona Apoya el plan de Promoción, comunicación y mercadeo.

Observando las fortalezas del proyecto se puede decir que los socios que hacen parte del proyecto pueden respaldar el área de promoción y comunicación ya que ellos cuentan con medios de comunicación que pueden promocionar los servicios, beneficios y resultados que corresponden al proyecto Centro de Desarrollo Empresarial SBDC, por otra parte cuentan con una pasante de la Universidad de Pamplona la cual apoya esta área del plan de promoción, comunicación y mercadeo realizando estrategias de publicidad que logren que el Centro sea reconocido en la comunidad Pamplonesa.

Debilidades

- No cuenta con medios de comunicación propios.
- Carece de herramientas y equipos requeridos.

- Falta de recursos financieros que apoyen las estrategias de promoción.

Este proyecto carece de muchos aspectos importantes que dificultan el reconocimiento del proyecto en la comunidad pamplonesa y en los municipios circunvecinos que hacen parte del proyecto porque no cuenta con recursos financieros que puedan respaldar las posibles estrategias de promoción que se generen para este.

1.3.2 Análisis Externas del Plan De Promoción, Comunicación y Mercadeo del Centro de Desarrollo Empresarial SBDC

Oportunidades

- Los medios de comunicación de la universidad de Pamplona pueden aportar en la promoción del Centro.
- No existe ningún otro proceso igual en la Ciudad.
- En la Ciudad hay un alto potencial de clientes.

Las oportunidades que tiene el área de promoción, comunicación y mercadeo permiten que el proyecto pueda ser promocionado de la mejor manera en la localidad, ya que la mayor parte de los emprendedores y empresarios que hacen parte del proyecto se encuentran en la ciudad de Pamplona, facilitando el reconocimiento y posicionamiento de este.

Amenazas

- En los municipios vecinos no se cuenta con soportes tecnológicos que faciliten la promoción del centro.
- Falta de cultura empresarial en los empresarios de la Ciudad, les impide conocer el proceso de desarrollo y crecimiento.
- Falta de gestión sobre los recursos financieros para la publicidad impresa.

Es muy difícil promocionar el centro de Desarrollo Empresarial en los municipios circunvecinos de Pamplona ya que no hay recursos que puedan apoyar las estrategias de promoción que se realicen para este proyecto.

Con este análisis cualitativo se identifican claramente los factores internos y externos que tiene el Centro de Desarrollo Empresarial en el área del plan de Promoción, comunicación y mercadeo en los cuales se observan fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, teniendo en cuenta algunos aspectos relacionados con esta área se implementan unas estrategias de promoción que son de suma importancia para el reconocimiento de este en la provincia.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

El Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC para la Aceleración Empresarial y la Promoción del Desarrollo Agroindustrial está ubicado en las instalaciones de la Fundación Ecopetrol FUNDESCAT ya que este es la entidad coordinadora líder. Este Proyecto lo conforma la Directora del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, una Asesora Senior, dos Asesoras Junior y una Asistente Administrativa.

1.4.1 Director:

- 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.

1.4.2 Asesoras:

- Dan asesoría y capacitación empresarial enfocada en crear impacto económico.
- Administran los proyectos especiales a los que han sido asignados y atienden sus zonas de cobertura.
- Promueven los servicios del centro a socios de su comunidad y a los beneficiarios potenciales.
- Preparan informes sobre clientes, documentación de capacitación (documentar TODAS las actividades en el software Neoserra).

1.4.3 Asistente Administrativo:

- Asiste en el servicio al cliente, responde a preguntas sobre servicios del Centro de Desarrollo Empresarial.
- Mantiene archivos de beneficiarios y Neoserra de acuerdo a los requerimientos del Centro de Desarrollo Empresarial.
- Lleva a cabo el papeleo de viajes y de reembolsos.
- Administra actividades cotidianas del centro, como hacer compras de acuerdo a los requisitos de los diferentes fondos que maneje el SBDC.
- Coordinar programas de asesoría con los asesores, incluyendo procesos para nuevos clientes y procesos de seguimiento de clientes existentes.
- Ayuda a los asesores a capturar impacto económico y coordina el envío de encuestas.

1.5 FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRÁCTICA

Tabla N°2. Relación de las actividades a realizar en el Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo.

AREA ESTRATEGICA PRIORIZADA	LISTADO DE OPORTUNIDADES DE MEJORA	RELACIÓN DE ACTIVIDADES	ENTREGABLES
PLAN DE PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y MERCADEO	Apoyo al seguimiento al Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo.	Creación y Actualización de la matriz de seguimiento al Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo	
	Estrategias de comunicación.	Apoyo a las estrategias de comunicaciones del Centro.	Carpeta con todos los artículos de prensa relacionados con el Centro de Desarrollo Empresarial SBDC.
		Actualizar redes sociales.	Evidencia de la creación de las redes sociales del centro.
	Pauta publicitaria radial en emisoras locales /comunitarias: Concertar con cada una de las emisoras de los Municipios, la pauta del mes inicial en que se vaya a visitar el mismo a fin de dar a conocer los servicios del Centro	Audios de las pautas publicitarias del Centro transmitidas.	
Visibilización.	Apoyo a la visibilización y socialización de los de los servicios del Centro en los eventos del Centro.	Informe de los eventos realizados por el centro. Portafolio de Servicios. Diseño de logos. Tarjetas d presentación.	

1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Particularmente la propuesta está dirigida al área estratégica de promoción comunicación y mercadeo del SBDC, consiste en desarrollar estrategias que no se han llevado a cabo en el Centro de Desarrollo Empresarial.

1.6.1 Apoyo al plan del área estratégica de promoción, comunicación y mercadeo del centro de desarrollo empresarial piloto SBDC para la aceleración empresarial y la promoción del desarrollo agroindustrial.

1.6.2 Objetivos

1.6.2.1 Objetivo general

Apoyar el Plan del área estratégica de Promoción, Comunicación y Mercadeo del Centro de Desarrollo Empresarial Piloto SBDC para la Aceleración Empresarial y la Promoción del Desarrollo Agroindustrial.

1.6.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Crear la carpeta con todos los artículos de prensa relacionados con el Centro.
- ✓ Apoyar las estrategias de comunicación del centro.
- ✓ Apoyar la visibilización y socialización de los eventos del centro.
- ✓ Apoyar la gestión del Centro.

- ✓ Crear las redes sociales para el centro de desarrollo empresarial
- ✓ Diseñar propuestas de logotipos que puedan representar el centro de desarrollo empresarial de pamplona.

1.6.3 Justificación

El Centro de Desarrollo Empresarial SBDC para la Aceleración Empresarial y la promoción del Desarrollo Agroindustrial es un proyecto dirigido a emprendedores, asociaciones productoras, empresarios y empresas gacela. Este proyecto tiene seis áreas estratégicas, este informe particularmente se enfoca al área del plan de promoción, comunicación y mercadeo el cual tiene varias actividades que no han sido ejecutadas, para llevar a cabo estas áreas se apoya el plan de promoción, comunicación y mercadeo el cual tiene un papel muy importante porque por medio de este la comunidad se entera de que trata el proyecto, que servicios presta y que beneficios reciben al hacer parte del Centro. Se logran desarrollar actividades que hacen parte de esta área, con el fin de lograr que el proyecto sea ofertado y reconocido por medio de estrategias de publicidad en la comunidad Pamplonesa.

1.6.4 Cronograma de actividades

Tabla N°3. Cronograma de actividades Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo.

LISTADO DE OPORTUNIDADES DE MEJORA	RELACIÓN DE ACTIVIDADES	ENTREGABLES	FEBRE	MARZO					ABRIL				MAYO				JUNIO	
			S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	
Apoyo a la Gestión del Centro.	Alimentación a la matriz de beneficiarios del SBDC. Aplicación de Diagnósticos a emprendedores.	Matriz de beneficiarios SBDC. Diagnósticos aplicados.																
Apoyo al seguimiento al Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo.	Creación y Actualización de la matriz de seguimiento al Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo	Matriz de seguimiento al Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo en digital.																
Estrategias de comunicación.	Apoyo a las estrategias de comunicaciones del Centro.	Carpeta con todos los artículos de prensa relacionados con el Centro de Desarrollo Empresarial SBDC.																
	crear las redes sociales del SBDC.	Evidencia de la creación de las redes sociales del centro.																

	<p>Pauta publicitaria radial en emisoras locales /comunitarias: Concertar con cada una de las emisoras de los Municipios, la pauta del mes inicial en que se vaya a visitar el mismo a fin de dar a conocer los servicios del Centro.</p>	<p>Audios de las pautas publicitarias del Centro transmitidas.</p>																	
	<p>Diseñar modelos de logos para el centro de desarrollo empresarial de Pamplona</p>	<p>diseño del logo</p>																	
<p>Visibilización.</p>	<p>Apoyo a la visibilización y socialización de los de los servicios del Centro en los eventos en los 9 municipios.</p>	<p>Informe de los eventos realizados por el centro.</p>																	

2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1 APOYO AL PLAN DE PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y MERCADEO DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL PILOTO SBDC PARA LA ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO AGROINDUSTRIAL

2.1.1 Etapa 1. Creación y actualización de la Matriz de seguimiento al plan de promoción, comunicación y mercadeo.

En esta primera etapa se crearon dos carpetas, una en digital y otra en físico las cuales llevan registrados todos los eventos del SBDC desde el inicio del año hasta el mes en curso, se ingresa toda la información de promoción y comunicación realizada por el centro en una Matriz con sus respectivas fechas, lugares de realización y evidencias correspondientes a cerca de cada evento que se ha llevado a cabo por el Centro de Desarrollo Empresarial.

Para la realización de esta tarea se ha recolectado toda la información existente, entre ella tenemos: eventos de socialización realizados en la ciudad de Pamplona y en algunos de los municipios que hacen parte de la alianza , los artículos de prensa relacionados con el SBDC y las fotografías de cada evento ejecutado por este.

2.1.2 Etapa 2. Estrategias de Comunicación del Centro.

La segunda etapa se basa en apoyar todas las estrategias de comunicación que el centro organice. Entre ellas podemos destacar que se ha dado a conocer en algunos

negocios del casco urbano ¿Que es el SBDC?, ¿cuáles son los servicios que presta? y ¿qué beneficios tiene para aquellos que hagan parte de dicho proyecto?

En esta actividad se dio a conocer por medio de la publicidad puerta a puerta a algunos empresarios y emprendedores de la ciudad sobre que es el proyecto del Centro de Desarrollo Empresarial SBDC para la Aceleración Empresarial y la Promoción del Desarrollo Agroindustrial, que servicios presta y cuáles son sus beneficios, con el fin de que se vinculen al proyecto, ya que con un mayor número de emprendedores y empresarios se pueden incrementar los indicadores de impacto.

2.1.3 Etapa 3. Visibilización y socialización de los eventos del Centro.

Se apoya en toda la logística que requieren los eventos de socialización del SBDC, ya sean en la ciudad de Pamplona o en los municipios aliados al proyecto, para que los eventos se lleven a cabo de la mejor manera.

2.1.4 Etapa 4. Gestión del Centro.

Para apoyar esta actividad se han realizado diagnósticos a los empresarios y emprendedores de la ciudad de Pamplona y de los otros municipios aliados a este proyecto, se registraron fichas de contactos de emprendedores y empresarios interesados en hacer parte del centro, se convoca a los empresarios que se encuentren vinculados a que participen en las capacitaciones que se realizan todos los jueves a partir de las 2pm en el Auditorio de la UNAD, ya que estas tratan temas de interés que pueden implementar los emprendedores y empresarios dentro de la mipyme, de igual forma se colabora en toda la logística de dichas capacitaciones dictadas por medio del SBDC con sus respectivas evidencias.

2.1.5 Etapa 5. Implementar las redes sociales del Centro.

Esta actividad se encuentra en proceso, ya que aún se están ejecutando dichas propuestas para la implementación de las mismas, las cuales serían: correo electrónico, twitter, instagram y Facebook.

Es una de las Actividades más importantes en el Apoyo al plan de promoción y comunicación, ya que por medio de este se generan estrategias de publicidad que dan a conocer el centro de una forma más fácil y rápida, por este medio se pueden promocionar actividades, eventos de socialización, capacitaciones, reuniones, etc. También es un medio en el cual se puede estar más cerca y en contacto directo con los clientes del centro resolviendo cualquier inquietud o sugerencia que tengan a cerca del SBDC.

2.1.6 Etapa 6. Diseñar propuestas de logos para el proyecto SBDC

Esta etapa está en ejecución, debido a que se están generando propuestas para dicho diseño porque el proyecto SBDC no cuenta con un logotipo que lo identifique.

Es muy importante que el proyecto SBDC cuente con un logo, ya que por medio de este hacemos que los clientes se familiaricen y reconozcan el centro de desarrollo empresarial donde quiera que estén.

CONCLUSIONES

- Se crearon dos carpetas, una para todos los artículos de prensa referentes al proyecto SBDC y otra con los eventos y socializaciones realizados por el Centro, requerido por la interventoría que revisa los procesos del SBDC.
- Se apoyaron las estrategias de comunicación del Centro realizando cuñas publicitarias y entrevistas en la emisora de la Universidad de Pamplona
- Apoyamos la visibilización del centro por medio de Folletos y tarjetas de presentaciones
- Se crearon las redes sociales del SBDC como Facebook, Twitter e Instagram.
- Se diseñaron propuestas de logos para este proyecto ya que no cuenta con un logotipo que lo identifique.

RECOMENDACIONES DEL AREA DEL PLAN DE PROMOCION, COMUNICACIÓN Y MERCADEO DEL SBDC

- Gestionar más recursos para poder invertir en el área de Promoción comunicación y mercadeo
- Es necesario que el Centro cuente con una persona dedicada al plan de promoción y comunicación apoyando todas las estrategias de publicidad
- No ser tan cultos con la información general del Centro referente a cuantos clientes hacen parte del proyecto, cuantas capacitaciones se han realizado entre otros. Ya que dando a conocer esta información pueden llamar la atención y obtener posibles clientes.

RECOMENDACIÓN GENERAL DEL SBDC

En todo lo que se analizó y trabajo referente al Centro de Desarrollo Empresarial se puede decir que el proyecto debe ser más organizado en todas las áreas correspondientes, que las asesoras que hacen parte de este proyecto deben capacitarse más en los temas que el empresario requiera para el desarrollo y crecimiento de su empresa, que el proyecto requiere de una asesora mas ya que este cuenta solo con dos , esto afecta al centro y de igual forma a los asesores ya que por la falta de una persona mas no son capaces de asesorar a los 366 clientes registrados hasta el mes de mayo que hacen parte del proyecto y los que no son atendidos van dejando una mala imagen de dicho servicio. Por otra parte considero que deben mejorar en el ambiente laboral ya que el clima que se presencia no es apto para desarrollar satisfactoriamente las metas propuestas por el Centro.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

Con la realización de la práctica profesional ponemos a prueba todos los conocimientos adquiridos en la universidad, de igual forma experimentamos un clima organizacional complejo en el que hay que adaptarse de la mejor manera ya que este influye mucho en el rendimiento de los resultados, la experiencia fue muy productiva porque se aprenden muchísimas cosas debido a que teníamos un contacto directo con empresarios de la región, detallando así que necesidades tenía cada empresario.

BIBLIOGRAFÍA

Manual Operativo SBDC

Plan Operacional Descriptivo Centro de Desarrollo Empresarial Pamplona

<http://www.sbdcglobal.com/index.php/mx/sbdcs-internacional.html>

<http://www.sbdcglobal.com/index.php/mx/que-es-unsbdc.html>

<http://sbdc.mccoy.txstate.edu/directorswelcome/overview.html>

[http://es.slideshare.net/fundacionemprender/modelo-sbdc de-los-estados-unidos](http://es.slideshare.net/fundacionemprender/modelo-sbdc-de-los-estados-unidos)

ANEXOS