

INFORME PRÁCTICA PROFESIONAL

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

ADRIANA MILENA FLOREZ SALAZAR

CODIGO: 1094264607

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PAMPLONA

2017

INFORME PRÁCTICA PROFESIONAL

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

ADRIANA MILENA FLOREZ SALAZAR

CÓDIGO: 1094264607

Informe presentado como requisito final para optar al título de

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

FERNANDO ENRIQUE BRAND CÁMARO

ASESOR

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PAMPLONA

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Pamplona 25 de noviembre de 2017

DEDICATORIA

La vida es una constante aventura, llena de triunfos, alegrías, tristezas y motivaciones que hace que esta mezcla de vivencias nos forme como personas y profesionales íntegros, permitiendo establecer metas que deseamos alcanzar sin importar las dificultades siempre enfocados en ser cada día mejores, el poder vencer miedos, temores y dificultades para alcanzar el objetivo no siempre es fácil se necesita el apoyo y confianza de personas que se convierten en protagonistas en nuestra historia y los cuales les dedico este uno de los muchos triunfos por los cuales vale la pena luchar.

Primeramente a DJS por darme tantas bendiciones, permitirme contar con personas con sentido de compromiso, compañerismo y lealtad y por brindarme fortaleza en tiempos difíciles.

A mi madre Leonilde la responsable de mi felicidad, mi mayor motivación el motivo de ser cada día mejor para que siempre este orgullosa de mi y demostrarle que tanto sacrificio tiene recompensa. A mi padre Gustavo por su apoyo y confianza, por inculcarme el sentido de pertenencia, responsabilidad, compromiso. A mis hermanos Jhon, Nelly y Martha quienes siempre están para apoyarme me aspiraron a salir adelante a pesar de los obstáculos.

A mis abuelos Elsa, Crisanto y tíos Anibal, Azucena, Maria, Isaias por sus consejos, apoyo, confianza y cariño.

A Daniel y mis amigos Edwin, Alberto, Weimar, de toda la vida que creyeron en mí en todo momento. A Mis amigos y colegas Vivian, Sandy, Eskin, Fabián, Lorena, Andrés quienes estuvieron conmigo en muchos momentos importantes e inolvidables y que enriquecieron mi formación.

AGRADECIMIENTOS

En la vida nos dedicamos a cumplir metas que para nosotros se convierten en nuestra razón de ser, de luchar día a día, sin importar los obstáculos siempre estamos con la convicción de alcanzar el objetivo propuesto que se convierte en la oportunidad para crecer como persona y como profesional, el cumplimiento de estos objetivos deja una enorme satisfacción que merece ser compartida con las personas que hacen parte de su cumplimiento, hoy quiero agradecer a:

Dios por su infinita banda de permitirme llegar a este punto de mi vida acompañada de las personas que más amo en el mundo.

A toda mi familia por todo el apoyo que me brindaron en cada momento, pues gracias a sus consejos y enseñanzas logre embarcarme en esta aventura llena de retos aprendizaje y superación.

A mis docentes quienes me brindaron las herramientas necesarias que me permiten avanzar en mi formación profesional y especialmente al profesor Álvaro parada por su confianza, enseñanza y la oportunidad que me brindo de hacer parte de su equipo de trabajo; a mi asesor el profesor Fernando Brand Camargo por su acompañamiento y a Diana Fernanda Cabrera por su apoyo y acompañamiento en este proceso.

A todos y cada uno de los que estuvieron en cada paso que di para llegar a la meta final con una enorme alegría del deber cumplido y con la convicción de que no importa la dificultad con dedicación, esfuerzo y perseverancia se puede cumplir cada uno de los objetivos que nos planteemos.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL	13
1.1. RESEÑA HISTÓRICA.....	13
1.1.1. Historia Del Small Business Development Center (SBDC), EE.UU.....	13
1.1.2. El Proyecto De Adaptación Y Transferencia Del Modelo De Small Business Development Center - Sbdc En Colombia- Mincit.....	14
1.1.3. Centros De Desarrollo Empresarial (CDE) En La Ciudad de Pamplona	15
1.2. ASPECTOS CORPORATIVOS.....	16
1.2.1. Misión	16
1.2.2. Visión	16
1.2.3. Valores.....	16
1.3. DIAGNÓSTICO	17
1.3.1. POLÍTICA DE SERVICIO	17
1.3.2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	18
1.3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO	18
1.3.4. LA COMPETENCIA.....	19
1.3.5. Diagnóstico del Centro de Desarrollo Empresarial Pamplona.....	19
1.3.6. ORGANIGRAMA DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL	21
1.3.7. ANÁLISIS DE LA EMPRESA	21
1.3.7.1. MATRIZ EFI	21
1.3.7.2. ANÁLISIS DE MATRIZ EFE	23
1.3.8. MATRIZ DOFA	25
1.4. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO	27
1.4.1. Área de apoyo: Centro de prácticas y asesoría empresarial	27
1.4.2. Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona	27
1.5. FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRÁCTICA	31
1.6. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO.....	32
1.6.1. TITULO	32
1.6.2. OBJETIVOS.....	32
1.6.2.1. GENERAL.....	32
1.6.2.2. ESPECÍFICOS.....	32
1.6.3. JUSTIFICACIÓN.....	33
1.6.4. CRONOGRAMA.....	34
2. DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	36

2.1 Realizar un diagnóstico que permita identificar las falencias del área de promoción y publicidad.....	36
2.2 Diseñar la identidad corporativa del CDE.....	37
2.2.1. Logo.....	37
2.2.2. ESLOGAN.....	38
2.2.3. Papelería institucional.....	39
2.3. Diseñar brochure empresarial.....	42
2.4. Elaborar propuesta mercadeo	46
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES.....	50
ALCANCE DE LA PRACTICA.....	51
BIBLIOGRAFIA.....	52
ANEXOS.....	53

TABLAS

Tabla 1. Áreas Estratégicas de Gestión del Centro.....	20
Tabla 2. Matriz EFI	23
Tabla 3. Matriz EFE	24
Tabla 4. Matriz DOFA	26
Tabla 5. Cronograma.....	35

ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Organigrama del Centro de Desarrollo Empresarial.	21
Ilustración 2. Diseño del logo del CDE de Pamplona.....	34
Ilustración 3: Diseño hoja membretada.....	39
Ilustración 4: Diseño careta corporativa.....	40
Ilustración 5: Diseño tarjeta de presentación del CDE de Pamplona.....	41
Ilustración 6: Diseño del folleto para el CDE de Pamplona.....	44
Ilustración 7: Diseño del pendón para CDE de Pamplona.....	45
Ilustración 8: Diseño volante para CDE de Pamplona.....	46
Ilustración 9: Diseño plan de mercadeo CDE de Pamplona.....	49

ABSTRACT

My business internship was held in the Business Practice Center, with the aim of providing support and support in the processes of this office, through the knowledge and skills acquired in my training process; Likewise, the management processes of the Pamplona Business Development Center were supported through the design of a market plan that allows its recognition in the region, providing information regarding the benefits that can be obtained when acquiring the services offered. Comply with the objective of strengthening business development.

My work focused on the marketing area seeking to support the promotion and publicity process of the center, for which we take into account the needs of the market, trends and needs; In addition to project strategies that attract entrepreneurs and entrepreneurs from the ten municipalities that will be served, the work is composed of a situational analysis, which establishes the appropriate tactics to position the CDE of Pamplona, contributing to the execution of its management.

Through this practice process I was able to develop skills and abilities, necessary to strengthen the professional development that allows to be competitive in an increasingly demanding work world, this practice process allows to test the knowledge acquired during the training process, allowing improve the process of analysis, decision making and teamwork.

RESUMEN

Mi pasantía empresarial se realizó en el Centro de Práctica Empresarial, con el objetivo brindar acompañamiento y apoyo en los procesos de esta oficina, a través de los conocimientos y habilidades adquiridas en mi proceso de formación; de igual manera se apoyó los procesos de gestión del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona mediante el diseño de un plan de mercado que permita su reconocimiento en la región, brindando información referente a los beneficios que se pueden obtener al adquirir los servicios que se ofrecen y cumpla con el objetivo de fortalecer el desarrollo empresarial.

Mi trabajo se centró en el área de marketing buscando apoyar el proceso de promoción y publicidad del centro, para lo cual se tiene en cuenta las necesidades del mercado, tendencias y necesidades; además de proyectar estrategias que atraigan a emprendedores y emprendedores de los diez municipios que serán atendidos, el trabajo está compuesto de un análisis situacional, donde se establecen las tácticas adecuadas para poder posicionar el CDE de Pamplona, contribuyendo a la ejecución de su gestión.

A través de este proceso de práctica pude desarrollar habilidades y destrezas, necesarias para fortalecer el desarrollo profesional que permita ser competitivo en un mundo laboral cada vez más exigente, este proceso de práctica permite poner a prueba los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación, permitiendo mejorar el proceso de análisis, toma de decisiones y trabajo en equipo.

INTRODUCCIÓN

Las empresas pequeñas y medianas son consideradas el motor de la economía según el Ministerio de Industria y Turismo, las Mi-pymes son las responsables del dinamismo económico, su importancia radica en la capacidad que tienen para adaptarse a los cambios del entorno y su capacidad para generar empleo, contribuyendo al desarrollo económico del país; con el fin de potencializar sus capacidades se plantean alternativas que las fortalezcan y permita su crecimiento, en esta medida el Ministerio de Industria y Turismo toma la iniciativa de adoptar modelos de desarrollo que han tenido gran éxito en otros países, como es la metodología transferida por la Universidad de Texas del modelo SBDC por sus siglas en inglés (Small Business Development Centers) . A través de esta iniciativa la Universidad de Pamplona en su calidad de ente dinamizador del desarrollo económico social de la ciudad toma el liderazgo del Centro de Desarrollo Empresarial que permite el fortalecimiento productivo y desarrollo de la región brindando un espacio donde los Emprendedores y Empresarios reciben gratuitamente Asesoría a largo plazo (acompañamiento), Asistencia Técnica, Capacitaciones e intercambio de mejores prácticas, logrando con ello dinamizar el desarrollo y crecimiento de sus negocios y generar impacto económico a nivel local, regional y nacional.

Por medio de este trabajo se busca realizar un análisis a las seis áreas de gestión, la Asesoría empresarial gratuita integral personalizada, la Capacitación empresarial, la Gestión integral del CDE, Plan de desarrollo profesional, Plan de Promoción, Comunicación y Mercadeo y Plan de Sostenibilidad del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona el cual logrando obtener un diagnóstico identificando las que se necesita una atención oportuna que permita minimizar sus debilidades y potencializar sus fortalezas.

Teniendo como base este diagnóstico es importante establecer un plan de mercadeo que dé respuesta a las necesidades de posicionamiento del centro tanto en la ciudad de Pamplona como en los nueve municipios donde hará presencia y de esta manera lograr un cambio significativo en la percepción de los usuarios y de la comunidad en general, también se busca motivar a los empresarios y emprendedores para que reciban los servicios y puedan obtener los beneficios que ayudan a fortalecer sus propuestas y materialicen sus ideas de negocio.

1. INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

1.1. RESEÑA HISTÓRICA

1.1.1. Historia Del Small Business Development Center (SBDC), EE.UU

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.

En 1953 el Congreso crea la Administración 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 Politechnic University, 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.

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 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.

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; en 1989 se forma la red de investigación del SBDC. 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. 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.

1.1.2. El Proyecto De Adaptación Y Transferencia Del Modelo De Small Business Development Center - Sbdc En Colombia- Mincit

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 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. Proyecto presentado a: Convocatoria Nacional Para El Apoyo Al Crecimiento De Las Mi- pymes 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 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).

La adaptación de este modelo para Colombia, hace parte de una iniciativa hemisférica para homologar el apoyo a las Mi pymes 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”.

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.

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.

El proyecto SBDC en Colombia es financiado por el Departamento de Estado de Estados Unidos y cuenta con el apoyo de Higher Education for Development (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.

1.1.3. Centros De Desarrollo Empresarial (CDE) En La Ciudad de Pamplona

En sus inicios el Centro de Desarrollo Empresarial empezó a funcionar bajo la coordinación de la fundación Ecopetrol para el desarrollo Regional Fundescat en el segundo semestre del 2015, con una duración de un año a partir de esta fecha, con la participación de la Cámara de Comercio de Pamplona, Universidad Nacional a Distancia, Universidad de Pamplona, y la Alcaldía de Pamplona apoyado en la metodología SBDC (Small Business Development Center) con el objetivo de impulsar el desarrollo territorial 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 y desarrollo regional y el mejoramiento de la calidad de vida.

En el segundo semestre 2016 culminó el proyecto plan piloto para la Aceleración Agroindustria, dejando como resultado la capacitación y asesoría a unas empresas determinadas, y que pertenecieron a un proceso de capacitación que le permitió fortalecer aspectos importantes en su proceso de crecimiento y desarrollo.

La Universidad de Pamplona en su compromiso de promover el desarrollo socioeconómico toma la vocería del Centro De Desarrollo Empresarial De Pamplona basa en el manual operativo de los Centros de Desarrollo empresarial para las Mí pymes, Ministerio de Industria y Turismo, dirección de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y la adaptación para Colombia de la Metodología Small Business Development Centers – SBDC. Brindando espacio físico asesoría y capacitación a emprendedores y empresarios de la región, ofreciendo educación en áreas empresariales, de producción, contable, productividad, gestión, planeación, como parte de la labor que la institución desarrolla en conjunto con la Cámara de Comercio de Pamplona y la

Fundación Ecopetrol. 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 en el segundo semestre 2017.

1.2. ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1. Misión

Promover procesos de consultoría para la aceleración y promoción del sector productivo, facilitando desarrollo empresarial en los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Cacota, Chitagá, Toledo, Labateca, Cucutilla y Silos.

1.2.2. Visión

Para el año 2019 posicionar el CDE como promotor del desarrollo empresarial, generando un impacto socioeconómico positivo, en cada uno de los municipios en donde hace presencia.

1.2.3. Valores

- **Servicio:** Compromiso con los usuarios del centro de desarrollo empresarial de pamplona promoviendo el fortalecimiento de las relaciones en caminados a un bien común generar un impacto económico en la región, respondiendo a las necesidades de los empresarios.
- **Responsabilidad:** Ofrecer servicios de cálida enfocados en las necesidades de los usuarios de forma oportuna y eficiente cumpliendo con la expectativa de los empresarios y emprendedores.
- **Innovación:** Brindar 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.
- **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.

1.3. DIAGNÓSTICO

1.3.1. POLÍTICA DE SERVICIO

El Centro de Desarrollo Empresarial busca fomentar el desarrollo empresarial brindando Asesorías especializadas, capacitaciones en los temas de interés de los empresarios, Asesoría a largo plazo (acompañamiento), Asistencia Técnica, Capacitaciones e intercambio de mejores prácticas.

EMPRENDEDORES

En este segmento de mercado el CDE ofrece:

- Asesoría y capacitación en la formación de las ideas empresariales, estructuración de modelo de negocio y otros temas asociados a la creación de nuevas empresas.
- Asesoría y seguimiento a la operación inicial.
- Capacitación en identificación de oportunidades, generación de ideas y emprendimiento.

EMPRESARIOS

Para los empresarios que buscan mejorar sus capacidades empresariales se les ofrece

- Acompañamiento personalizado que parte de un plan de trabajo diseñado entre asesor y empresario.
- Capacitaciones colectivas que impulsarían el crecimiento de la empresa enfocadas en temas de interés y que generen el aprovechamiento de las capacidades de análisis, liderazgo y trabajo en equipo a través de talleres, conferencias, y seminario
- Asesoría especializada y personalizada, orientando a cada empresario en temas específicos que brinden herramientas para desarrollar capacidades de gestión y toma de decisiones dentro de las empresas atendidas.

GACELAS

- Asesoría que le permita gestionar nuevas oportunidades de crecimiento y penetración de nuevo mercados.
- Asesoría personalizada en temas de competitividad, incrementos de venta, acceso a capital, expansión e inversión.

1.3.2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

El Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona ha realizado estrategias de comunicación que le permiten fortalecer su área de publicidad y promoción, a través de divulgación de información oportuna y veraz logrando crear credibilidad en la comunidad en general; para ello es importante que el equipo de trabajo estén enterados de todos los procesos que se llevan a cabo y que les permita brindar información coherente del quehacer del centro a través de los medios dispuestos que deben estar establecidos teniendo en cuenta el público objetivo y el mensaje que se desea transmitir.

Para lograr la credibilidad de la información difundida es importante que se tenga en cuentas lo siguiente:

- ❖ Fomentar la participación y el compromiso (sentido de pertenencia) por parte de los usuarios y entidades aliadas.
- ❖ Reforzar la presencia, difusión y conocimiento de los servicios, beneficios y ventajas que brinda el centro.
- ❖ Puntualidad en las presentaciones y talleres, además de editar los soportes, documentos, presentaciones, contenidos para que tengan calidad y muestren una imagen corporativa.
- ❖ Unificar en los medios y herramientas de comunicación interna y externa que de identidad al centro en el contexto externo

1.3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO

EL CLIENTE: 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 – Emprendedores.

Jóvenes y/o emprendedores presentes en la región.

Nivel II – Empresas establecidas

Empresarios que desarrollan una actividad económica y/o negocio en los 10 municipios de cobertura del proyecto.

Nivel III – Gacelas

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

1.3.4. LA COMPETENCIA

La Incubadora de Empresas universidad de Pamplona.

Es un lugar de Encuentro para Dinamizar y Potenciar el Emprendimiento y la Innovación, así como el Desarrollo y financiación de nuevos modelos de Negocios en la Comunidad Universitaria UNIPAMPLONA. Apoyando el Emprendimiento y la Innovación Empresarial en todos los Programas contribuimos a la Acreditación de Alta Calidad.

1.3.5. Diagnóstico del Centro de Desarrollo Empresarial Pamplona.

AREAS ESTRATÉGICAS DE GESTIÓN DEL CENTRO	
AREAS PRIORITARIAS	OPORTUNIDADES DE MEJORA
Asesoría empresarial gratuita integral, personalizada para el	1. Instrumentos, asesoría, unificación y aprobación 2. Plan trimestral de asesorías CDE de Pamplona 3. Ruta de asesorías:

crecimiento y aceleración empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedores. • Empresas establecidas. • Empresas Gacelas. <ol style="list-style-type: none"> 4. Plan de distribución de tiempos y compromisos por asesor. 5. Plan pasantías. 6. Distribución de contactos y zonas.
Capacitación empresarial gratuita y especializada para el crecimiento y aceleración empresarial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan trimestral capacitación CDE de Pamplona. 2. Instrumentos capacitación unificados y aprobados. 3. Ruta de capacitaciones.
Gestión integral del CDE	<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 CDE de Pamplona electrónicos y físicos. 6. Acreditación de legalidad. 7. Informes.
Plan de desarrollo profesional	<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.
Plan de promoción comunicación y mercadeo de CDE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reformular estrategias. 2. Radio. 3. Publicidad impresa. 4. Televisión. 5. Redes sociales.
Plan de sostenibilidad del CDE	<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.

Tabla 1. Áreas Estratégicas de Gestión del Centro.
Fuente. Centro de Desarrollo Empresarial Pamplona
Año. 2016

1.3.6. ORGANIGRAMA DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

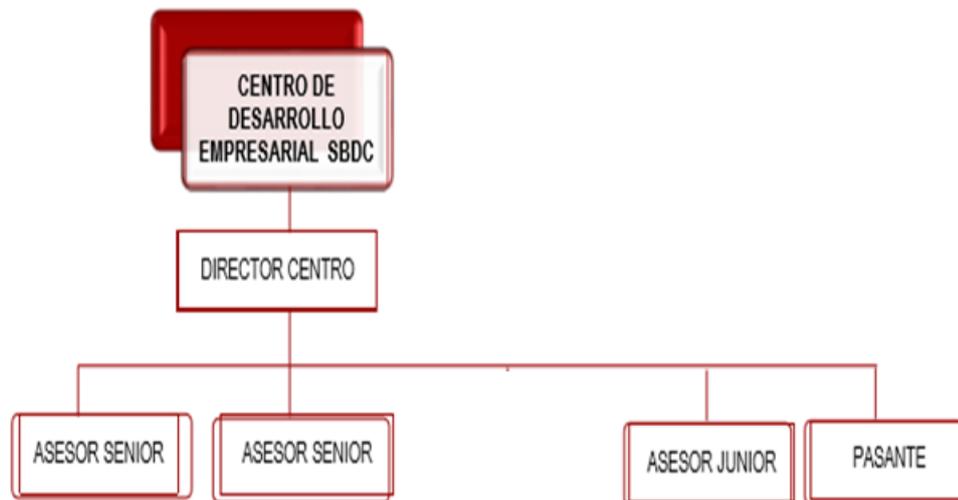


Ilustración 1. Organigrama del Centro de Desarrollo Empresarial.

Fuente. Elaboración propia.

Año. 2017

1.3.7. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

Se desarrolló una investigación de factores internos y externos que nos permita mirar las fortalezas y oportunidades del Centro de Desarrollo Empresarial y poder superar las debilidades y amenazas que afligen a la organización.

1.3.7.1. MATRIZ EFI

FORTALEZAS

- El Centro de Desarrollo Empresarial brinda a cada uno de los empresarios y clientes capacitaciones en diferentes áreas.
- El centro apoya los procesos de formalización de las empresas atendidas
- Los aliados estratégicos del Centro cuentan con infraestructura y personal altamente capacitado para llevar a cabo los procesos de capacitación y asesoría.
- Cuenta con personal capacitado y comprometido para lograr el cumplimiento de los objetivos.

DEBILIDADES

- El centro no cuenta con el personal necesario para el adecuado cumplimiento de sus objetivos.
- alianzas con el sector productivo de la ciudad de Pamplona que permita la sostenibilidad del centro de desarrollo empresarial.
- Compromiso de parte de algunos empresarios y clientes para asistir a las capacitaciones que le brinda el Centro de Desarrollo Empresarial De Pamplona
- Control y orden en las bases de datos de los usuarios atendidos en Pamplona y en los municipios.
- Estrategias de promoción y publicidad que permitan su posicionamiento

FACTORES	PESO	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
FORTALEZAS			
El Centro de Desarrollo Empresarial brinda a cada uno de los empresarios y clientes capacitaciones en diferentes áreas.	0,10	3	0,3
El centro apoya los procesos de formalización de las empresas atendidas	0,11	3	0,33
Los aliados estratégicos del Centro cuentan con infraestructura y personal altamente capacitado para llevar a cabo los procesos de capacitación y asesoría	0,13	2	0,26
Cuenta con personal capacitado y comprometido para lograr el cumplimiento de los objetivos.	0,12	3	0,36
DEBILIDADES			
El centro no cuenta con el personal necesario para el adecuado cumplimiento de sus objetivos.	0,10	2	0,2
Alianzas con el sector productivo de la ciudad de Pamplona que permita la sostenibilidad del centro de desarrollo	0,12	2	0,24

empresarial.			
Compromiso de parte de algunos empresarios y clientes para asistir a las capacitaciones que le brinda el Centro de Desarrollo Empresarial De Pamplona	0,11	2	0,22
Control y orden en las bases de datos de los usuarios atendidos en Pamplona y en los municipios.	0,08	3	0,24
Estrategias de promoción y publicidad que permitan su posicionamiento	0,13	3	0,39
	1,00		2,54

Tabla 2. Matriz EFI

Fuente. Elaboración propia

Año. 2017

ANÁLISIS DE MATRIZ EFI

Se muestra un peso promedio de **2.54** el cual indica que se encuentra en una posición interna débil, se tienen que crear estrategias que disminuya las debilidades logrando transformarlas en oportunidades.

1.3.7.2. ANÁLISIS DE MATRIZ EFE

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

OPORTUNIDADES

- Incrementar alianzas estratégicas que aporten a la sostenibilidad
- Aumentar la cobertura de empresarios atendidos efectivamente
- Posicionar el Centro en la ciudad de Pamplona en las aéreas de influencia.
- Aumentar el número de empresas formalizadas atendidas por el centro .

AMENAZAS

- Falta de compromiso por las actividades que realice el centro(capacitaciones)

- Desconocimiento de los servicios (programa de capacitaciones) por parte de los usuarios del centro.
- Factores políticos y económicos que puedan afectar la operación de aportes al centro y por ende su sostenibilidad.
- Resistencia a los cambios por parte de los empresarios vinculados al centro.

FACTORES	PES O	CLASIFICACI ÓN	VALOR PONDER ADO
OPORTUNIDADES			
Incrementar alianzas estratégicas que aporten a la sostenibilidad	0,10	3	0,3
Aumentar la cobertura de empresarios atendidos efectivamente	0,13	3	0,39
Posicionar el Centro en la ciudad de Pamplona en las áreas de influencia.	0,12	3	0,36
Aumentar el número de empresas formalizadas atendidas por el centro	0,15	3	0,45
AMENAZAS			
Falta de compromiso por las actividades que realice el centro(capacitaciones)	0,10	2	0,2
Desconocimiento de los servicios (programa de capacitaciones) por parte de los usuarios del centro.	0,14	2	0,28
Factores políticos y económicos que puedan afectar la operación de aportes al centro y por ende su sostenibilidad.	0,12	3	0,36
Resistencia a los cambios por parte de los empresarios vinculados al centro.	0,14	3	0,42
TOTAL	1,00		2,76

Tabla 3. Matriz EFE

Fuente. Elaboración propia.

Año. 2017

ANÁLISIS DE MATRIZ EFE

La matriz muestra un peso promedio de **2,76** lo que determina que tiene una posición externa moderadamente favorable, es decir que debe seguir mejorando sus oportunidades para así responder afirmativamente a sus amenazas.

1.3.8. MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Los aliados estratégicos cuentan con infraestructura y personal altamente capacitado para llevar a cabo los procesos de capacitación y asesoría	D1. Personal necesario para el adecuado cumplimiento de sus objetivos.
	F2. El centro apoya los procesos de formalización de las empresas atendidas	D2. Alianzas con el sector productivo de la ciudad de Pamplona que permita la sostenibilidad del centro de desarrollo empresarial.
	F3. El Centro de Desarrollo Empresarial brinda a cada uno de los empresarios y clientes capacitaciones en diferentes áreas	D3. Compromiso de parte de algunos empresarios y clientes para asistir a las capacitaciones que le brinda el Centro de Desarrollo Empresarial De Pamplona
	F4. Cuenta con personal capacitado y comprometido para lograr el cumplimiento de los objetivos	D4. Control y orden en las bases de datos de los usuarios atendidos en Pamplona y en los municipios.
	F5. Servicio de acompañamiento y asesoramiento a empresarios gratuita y de alta calidad	D5. Estrategias de promoción y publicidad que permitan su posicionamiento
	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
OPORTUNIDADES		
O1. Aumentar el	F2-O1: Ampliar la	D5-O2: Establecer

número de empresas formalizadas atendidas por el centro	cantidad de empresas formalizadas.	estrategias de mercadeo que permitan posicionar le centro.
O2. Posicionar el Centro en la ciudad de Pamplona en las aéreas de influencia.	F4- O2: Vincular el mayor número de empresarios posibles brindando capacitaciones colectivas de la mejor calidad.	D3 – O3: Motivar a los empresarios a utilizar los servicios del centro, dando a conocer su portafolio de servicios.
O3. Aumentar la cobertura de empresarios atendidos efectivamente Incrementar alianzas estratégicas que aporten a la sostenibilidad	F1–O2: Realizar alianzas con el sector productivo que permita la sostenibilidad del centro.	
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
A1. Resistencia a los cambios por parte de los empresarios vinculados al centro.	F3-A4. Promover capacitaciones de alta calidad y enfocadas a las necesidades de los empresarios, que los motive a su participación. F4–A1: Fomentar el emprendimiento y la innovación en los empresarios y emprendedores mediante talleres y seminarios que permita estar a la vanguardia de los cambios económicos.	D5- A3: Promover un plan de promoción y publicidad que permita identificar la importancia del centro en la región. D2-A2: Plantear estrategias de vinculación con el sector productivo de la ciudad de Pamplona, que garantice un apoyo en las aéreas de gestión.
A2. Factores políticos y económicos que puedan afectar la operación de aportes al centro y por ende su sostenibilidad.		
A3. Desconocimiento de los servicios (programa de capacitaciones) por parte de los usuarios del centro.		
A4. Falta de compromiso por las actividades que realice el centro(capacitaciones)		

Tabla 4. Matriz DOFA

Fuente. Elaboración propia
Año. 2017

1.4. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO

1.4.1. Área de apoyo: Centro de prácticas y asesoría empresarial

El centro de Prácticas y Asesoría empresarial lugar donde se encuentran todos Los Trabajos de Grado y Trabajo Social organizados en un archivo físico, y en medio magnético realizado por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; está a cargo del Director, Álvaro Parada Carvajal, con el acompañamiento del Docente Fernando Enrique Bran coordinador del - Consultorio Empresarial, la Docente Julia Teresa Cañas Jaimes – Consultorio Contable y la Docente Tatiana Villamizar – Consultorio Económico, en el cargo de auxiliar administrativo la señora Diana Fernanda Cabrera y en función de pasante Adriana Milena Flórez Salazar estudiante de Administración de Empresas. CENPAE cuenta con el personal capacitado y comprometido para ofrecer el apoyo necesario en los procesos de consultoría empresarial, contable económica, práctica profesional, investigación profesional, que genera impacto social en la región.

1.4.2. Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona

La universidad de Pamplona en su esfuerzo por contribuir en el progreso y desarrollo de la región fortalece su quehacer social a través de diferentes actividades que involucran el trabajo con la comunidad, es por este compromiso que se convierte en la entidad anfitriona del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona (CDE), proyecto que busca fortalecer el crecimiento y desarrollo empresarial brindando Asesoría Especializada, Capacitaciones e intercambio de mejores prácticas, logrando con ello dinamizar el desarrollo y crecimiento de sus negocios y generar impacto económico a nivel local, regional y nacional.

A continuación se presenta las funciones de cada uno de los directivos del Centro de Desarrollo Empresarial.

Director del centro

Competencias: Habilidad de dirigir y administrar recursos; enfocado a resultados, con capacidad de liderazgo y coordinación de equipos y

actividades; capacidad para hacer el seguimiento financiero y administrativo al Centro y para realizar rendición de cuentas; habilidad para forjar alianzas estratégicas en beneficio del Centro y para realizar gestión enfocada a conseguir recursos y fortalecer el Centro; capacidad de asumir compromisos y retos; capacidad de negociación, toma de decisiones estratégicas; capacidad identificar oportunidades en entorno de la ciudad o región donde se está ubicado el CDE.

Funciones

- ❖ Administra los diferentes programas y servicios del CDE, sigue los acuerdos cooperativos y reglamentos de la institución anfitriona.
- ❖ Presenta anualmente el Plan Estratégico del Centro al Órgano Directivo para su aprobación y organiza los recursos humanos y financieros disponibles para la ejecución del Plan.
- ❖ Programa y realiza las reuniones que se requieran para la coordinación, ejecución y seguimiento a la programación anual del Centro.
- ❖ Promueve los servicios del centro en su región.
- ❖ Define conjuntamente con los asesores el cronograma de capacitaciones a los emprendedores/ empresarios y agendas de los eventos del Centro.
- ❖ Administra los presupuestos y obtiene recursos para el Centro de Desarrollo Empresarial.
- ❖ Presenta informes que solicite el Ministerio, los socios aportantes y órganos de control.
- ❖ Hace seguimiento a los indicadores que se establezcan y tomar medidas correctivas si fuere necesario.
- ❖ Revisa y analiza periódicamente la información ingresada al sistema
- ❖ Socializa el presente Manual operativo a los miembros del equipo de trabajo del Centro.

ASESOR SENIOR (2)

Competencias: 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.

Funciones

- ❖ Dar asesoría y capacitación empresarial enfocada en crear impacto económico.
- ❖ Proponer nuevos métodos que le permitan obtener resultados positivos y un mejor desempeño de la empresa asesorada, a mediano y largo plazo.
- ❖ 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.
- ❖ Asistir a las capacitaciones para asesores relacionadas con el desarrollo profesional que programe el director del CDE.
- ❖ Seguir los lineamientos establecidos por el Director del Centro
- ❖ Apoyar las capacitaciones colectivas, la organización de ferias, ruedas de negocios, entre otros.
- ❖ Administran los proyectos especiales a los que han sido asignados y atienden sus zonas de cobertura.
- ❖ Preparan informes sobre clientes, documentación de capacitación (documentar TODAS las actividades en el software Neoserra).

ASESOR JUNIOR

Competencias: 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; conocedor de diferentes temáticas, entre ellas: gestión administrativa, gerencia, diseño, producción, calidad, costos, presupuestos, finanzas, planeación, estructura organizacional. Deseable que tenga conocimiento sobre el entorno de la ciudad o región donde se ubicará el Centro.

Funciones

- ❖ 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.
- ❖ 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 establecidos.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Competencias: organizado, propositivo, innovador; con capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; competencias de comunicación, trabajo en equipo; empatía con el usuario y dinámico.

Funciones

- ❖ Atender la recepción y prestar servicio al cliente.

- ❖ Responder a preguntas del usuario y direccionarlos hacia los diferentes servicios del Centro.
- ❖ Conservar y actualizar los archivos del Centro.
- ❖ Hacer trámites administrativos.
- ❖ 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.

En el momento se cuenta con el apoyo de dos pasantes del programa de Administración de Empresas que aportaran sus conocimientos y capacidades para contribuir en las áreas de gestión del centro, así como cumplir con los lineamientos del **CDE** y de la entidad anfitriona en este caso la Universidad de Pamplona, a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

1.5. FUNCIONES ASIGNADAS AL ESTUDIANTE EN PRÁCTICA

Se realizan actividades de apoyo de acuerdo a las necesidades del Centro de Práctica Empresarial.

Como:

- Apoyo a los procesos del informe de Acreditación, actualización de información.
- Depuración de base de datos del Ceso Empresarial 2016, del sector productivo de la ciudad de Pamplona.
- Clasificación de los negocios como usuarios potenciales del Centro de Desarrollo Empresarial teniendo en cuenta las bases de datos del Centro de Desarrollo Empresarial.
- Acompañamiento a los eventos realizados por el Centro de Práctica Empresarial.

- Proporcionar atención permanente a los estudiantes, docentes, personal administrativo y comunidad Universitaria.
- Apoyo en la modificación en el reglamento de Trabajo de Grado, realizando su actualización.
- Apoyo logístico en la realización del FORO de Desarrollo Económico de Pamplona y la Provincia en su IX versión.

1.6. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1. TITULO

Diseño de un plan de mercadeo para el posicionamiento y reconocimiento Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona (CDE).

1.6.2. OBJETIVOS

1.6.2.1. GENERAL

Diseñar un plan de Mercadeo para el posicionamiento y reconocimiento el Centro de Desarrollo Empresarial en el Municipio de Pamplona

1.6.2.2. ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico que permita identificar las falencias del área de promoción y publicidad del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona.
- Diseñar la identidad corporativa del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona.

- Diseñar brochure empresarial, que permita posicionar el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, en la ciudad y en los nueve municipios donde hace presencia.
- Elaborar propuesta mercadeo que permita determinar el reconocimiento del centro en la ciudad de Pamplona y en los nueve municipios donde hace presencia.

1.6.3. JUSTIFICACIÓN

El Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona (CDE), busca fortalecer el desarrollo empresarial de la región, a través de los servicios de Asesoría, Capacitación, y Acompañamiento logrando potencializar su desarrollo y crecimiento en el contexto competitivo, es importante que se cuente con estrategias que permitan avanzar en su gestión y lograre mejorar la percepción de los usuarios acerca de los servicios que ofrecen, estas estrategias deben estar encaminadas al cumplimiento de los objetivos establecidos.

El plan de mercadeo describe la situación de la empresa donde se puede analizar e interpretar el contexto en el cual se encuentra el CDE, así mismo se analiza su entorno interno evidenciando las principales fortalezas y debilidades que presentan, esto con el fin de establecer las estrategias a seguir en el tema de marketing que esté acorde a las exigencias del mercado y facilite anticiparse a los cambios del entorno competitivo y tecnológico, para responder de manera eficiente y poder aprovechar al máximo el potencial de la empresa; este plan establece las acciones más adecuadas para poder lograr el reconocimiento y posicionamiento en la mente del mercado objetivo, mediante estrategias definidas logrando alcanzar los objetivos propuestos.

Es importante destacar las ventajas e importancia que genera este centro en el sector productivo, en el fortalecimiento empresarial y el dinamismo económico que contribuyen en el progreso regional

1.6.4. CRONOGRAMA

TIEMPO ACTIVIDAD	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Observación.															
Diagnóstico.															
Formulación de la Propuesta.															
Entrega primer Informe.															
Correcciones Primer Informe															
Diseño de Logo															
Creación Redes Sociales															
Desarrollo de La Propuesta															

Diseño Material Publicitario															
Estrega Segundo Informe															
Correcciones Segundo Informe															
Entrega Tercer Informe															
Sustentación															

Tabla 5. Cronograma
Fuente. Elaboración propia
Año. 2017

2. DESARROLLO PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Plan de mercadeo para posicionar el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona

Debido al poco conocimiento de los servicios ventajas y beneficios del Centro de Desarrollo Empresarial es importante establecer estrategias que permitan evidenciar su importancia en el sector permitiendo desarrollando capacidades al interior de las empresas permitiendo estar preparadas para ser competitivas, fomentan el emprendimiento y facilitar el proceso de aceleración empresarial.

El objetivo del plan de mercadeo lograr el posicionamiento y reconocimiento del CDE, además de establecer estrategias de comunicación y promoción acordes con las exigencias y necesidades del mercado, es necesario motivar a los empresarios a utilizar los servicios como un forma de adquirir capacidades que les permitan avanzar en el mundo laboral, incursionar en nuevos mercados, implementar nuevos productos, innovar mejorar procesos de gestión e incrementar la productividad de sus empresas.

2.1 Realizar un diagnóstico que permita identificar las falencias del área de promoción y publicidad del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona.

El Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, cuenta con seis áreas de gestión, mediante las cuales genera soluciones empresariales logrando un impacto económico en la región, sin embargo debido al poco funcionamiento de este centro el área de promoción y publicidad carece de herramientas y estrategias que permitan su reconocimiento y posicionamiento, se toma como referencia el diagnóstico inicial de donde se enfatiza:

FALENCIAS

- Desconocimiento de los servicios que ofrece y la importancia a nivel de desarrollo empresarial para la región.
- Tácticas que permitan ofertar el portafolio de servicios a la comunidad en general.

- No cuenta con un logo y slogan que permitan su identificación en el mercado objetivo.
- Estrategias comunicación y divulgación acordes con las necesidades de los usuarios y el público objetivo.
- Carece de un plan de marketing definido que permita proyectar el posicionamiento del CDE en la ciudad y los nueve municipios donde hace presencia.

2.2 Diseñar la identidad corporativa del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona.

La importancia de la identidad corporativa en el Centro radica en mostrar a los usuarios una imagen visual que genere recordación y confianza facilitando su reconocimiento además de generar un valor agregado y diferenciador frente a la competencia que diferencia de la competencia.

2.2.1. Logo



Ilustración 2: Diseño del logo del CDE de Pamplona.

Para el diseño del logo se tiene en cuenta colores llamativos que generen un contraste que facilite la recordación e identificación del público objetivo y pueda posicionarse en la mente de los usuarios y aliados estratégicos.

Se tiene en cuenta los colores amarillo, verde, naranja y marrón; las letras CDE que describen Centro de Desarrollo Empresarial y acompañado de la Pamplona donde está ubicado, por otro lado los tres (3) imágenes al lado izquierdo representan el vínculo que debe existir entre el sector privado, la academia y el estado buscando garantizar la sostenibilidad del centro y el desarrollo económico de la región.

Color verde: El color verde, es un color tranquilo y relajante además de transmitir armonía está relacionado con la importancia de la naturaleza, es por esto que se tiene en cuenta en el diseño del logo ya que gran parte de los usuarios potenciales se encuentran ubicados en zonas rurales o cuentan con

proyectos enfocados a productos agrícolas presentes en los municipios atendidos, con este color se quiere que los usuarios se identifiquen, generando confianza en la marca.

Color naranja: se tiene en cuenta este color buscando transmitir energía y creatividad a toda la comunidad en general, por otra parte es importante establecer una relación estrecha con los usuarios de manera que genere confianza y seguridad en cada uno de los servicios.

Color marrón: En este caso es importante resaltar que este color va de la mano con el color verde, se busca generar una recordación en los usuarios el CDE DE Pamplona en donde su público objetivo está compuesto de unidades de negocios que realizan actividades de comercio, servicios, proyectos agrícolas en el caso de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinácota, Toledo, Labateca, Cácuta, Chitagá, Silos, Mutiscua y Cucutilla. También implica la seriedad y responsabilidad con la que responde a las exigencias del mercado y la capacidad que se tiene para fortalecer el desarrollo empresarial de las unidades de negocio atendidas.

Color amarillo: mediante este color se simboliza la alegría, inteligencia y energía, es un color que atrae la atención y estimula la actividad mediante este color se simboliza optimismo y toma rápida de decisiones, es un color que atrae la atención y estimula la actividad y la energía de este modo transmite confianza y compromiso.

2.2.2. ESLOGAN



“IMPULSANDO EL
DESARROLLO
EMPRESARIAL”

Teniendo en cuenta el objetivo del CDE como promotor de crecimiento y desarrollo empresarial de la región, orientando sus servicios de asesoría y capacitación en potencializar las capacidades de gestión y toma de decisiones en el interior de las unidades de negocio atendidas para que logran un

crecimiento constante y sostenible mejorando en gran medida los procesos internos y aumenten su nivel de competitividad , es importante incentivar el emprendimiento y la innovación en cada uno de los procesos de gestión competitividad e innovación. Por este motivo el eslogan, "impulsando el desarrollo empresarial" transmite el objetivo del CDE y su diferenciación frente a otros Centros de desarrollo.

2.2.3. Papelería institucional

La papelería corporativa ayuda al networking, ya que los datos de contacto estarán en todos los lugares donde la papelería esté disponible permitiendo que las personas se puedan contactar en cualquier momento; además contribuye con el proceso de construcción de una marca reconocible y con personalidad que se recuerda por unos conceptos o ideas muy claras, debido a que transmite identidad.

- **Hoja membretada:** El uso de papel corporativo da uniformidad e identidad a la empresa haciendo visible su branding en todo momento.



Ilustración 3: Diseño hoja membretada

- **Carpetas corporativas:** El presentar un proyecto o información en una carpeta con diseño cuidado da un plus de calidad, seriedad y solidez a una empresa. Además nos permite presentar nuestra empresa en las oficinas de clientes y ayuda a darnos aún más notoriedad.



Ilustración 4: Diseño careta corporativa

- **Tarjeta de presentación:** La tarjeta de visita es un clásico en el mundo empresarial y es uno de los primeros elementos de contacto. El diseño debe transmitir el posicionamiento que queremos darle a nuestra empresa. Como estrategia de marketing creando una conexión física que permite reforzar el contacto entre el Centro de Desarrollo Empresarial y los usuarios y comunidad en general representa los datos más importantes del CDE de Pamplona y genera la posibilidad de comunicación con los clientes potenciales generando oportunidades de negocio.



Ilustración 5: Diseño tarjeta de presentación del CDE de Pamplona.

2.3 Diseñar brochure empresarial, que permita posicionar el Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona, en la ciudad y en los nueve municipios donde hace presencia.

Brochure es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente, abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa, es decir todo el material impreso propio de una empresa y representa tres funciones específicas:

- **Función informativa:** es muy usual utilizar el brochure para informar al público acerca de algún aspecto de su compañía. La información puede ser referida a presentar a su compañía, algún nuevo producto o servicio que ésta ofrezca, una reciente modificación en su nombre, etc.
- **Función publicitaria:** el brochure es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca su compañía de manera atractiva. El aspecto publicitario del brochure será tratado con más detalle en la sección llamada Aspecto publicitario.
- **Función identificadora:** un buen diseño de brochure permite mantener un criterio a través de los diferentes brochures que encargue su compañía. Este criterio (llamado muchas veces “concepto”) unificado a lo largo de los diferentes brochures permite a quien los reciba reconocer automáticamente la compañía se trata y es una manera de presentarse ante el público que le otorga a su compañía un alto grado de prestigio y credibilidad. En el brochure es vital que no sea únicamente el “concepto” lo que identifique a su compañía sino primeramente el Logo de la misma: un adecuado diseño de Logo es vital para cualquier compañía, es la piedra fundacional de toda la estructura publicitaria y un factor decisivo para la conformación de su imagen corporativa.

Representa el material impreso y se convierte en la carta de presentación proyectando identidad, información y publicidad de manera eficiente de esta manera lograr prestigio, credibilidad al posicionar la imagen corporativa mediante los siguientes elementos publicitarios:

FOLLETO: En el cual se plasme los servicios que ofrece el Centro de Desarrollo Empresarial a la comunidad en general, entre los cuales están:

EMPRENEDORES

En este segmento de mercado el CDE ofrece:

- Asesoría y capacitación en la formación de las ideas empresariales, estructuración de modelo de negocio y otros temas asociados a la creación de nuevas empresas.
- Asesoría de la viabilidad de la idea, seguimiento a la operación inicial.
- Capacitación en identificación de oportunidades, generación de ideas y emprendimiento, crear un negocio información de los procesos, requerimientos e inversión en tiempo y dinero.

EMPRESARIOS

Para los empresarios que buscan mejorar sus capacidades empresariales se les ofrece

- Acompañamiento personalizado que parte de un plan de trabajo diseñado entre asesor y empresario.
- Capacitaciones colectivas que impulsarían el crecimiento de la empresa enfocadas en temas de interés y que generen el aprovechamiento de las capacidades de análisis, liderazgo y trabajo en equipo a través de talleres, conferencias, y seminario
- Asesoría especializada y personalizada, orientando a cada empresario en temas específicos que brinden herramientas para desarrollar capacidades de gestión y toma de decisiones dentro de las empresas atendidas.

GACELAS

- Asesoría que le permita gestionar nuevas oportunidades de crecimiento y penetración de nuevo mercados.
- Asesoría personalizada en temas de competitividad, incrementos de venta, acceso a capital, expansión e inversión.

Folleto Centro de Desarrollo empresarial de Pamplona.

<p>EMPRESARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento personalizado que aporte un plan de trabajo diseñado entre asesor y usuario. • Capacitación focalizada que impulse el crecimiento de la empresa aprovechando sus capacidades y recursos. • Asesoría especializada y personalizada orientada en temas específicos que brinden herramientas para desarrollar capacidades de gestión y toma de decisión al interior de las empresas atendidas. 	<p>CÁCELAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría que le permita gestionar nuevas oportunidades de crecimiento y penetración de nuevos mercados. • Asesoría personalizada en temas de competitividad, incrementos de venta, acceso a capital y expansión. <p></p> <p>Contactenos</p> <p>☎ 3166288946</p> <p>✉ cde@unipamplona.edu.co</p> <p>📘 centro desarrollo empresarial pamplona</p> <p></p>	<p>CENTRO DESARROLLO EMPRESARIAL PAMPLONA</p> <p> C.D.E. Impulsando el Desarrollo Empresarial</p> <p></p> <p> CENPAE CENTRO DE PRÁCTICA Y ACCIÓN EMPRESARIAL</p>
<p>QUIENES SOMOS</p> <p>Los centros de Desarrollo Empresarial son una iniciativa del Ministerio de industria y turismo que busca contribuir al crecimiento y consolidación del sector empresarial. La Universidad de Pamplona toma el liderazgo del CDE de Pamplona a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales quien busca fomentar la creación y fortalecimiento de ideas de negocios innovadoras, competitivas y sostenibles; brindando a los empresarios y emprendedores asesoría y capacitación encaminadas en el desarrollo empresarial de la región.</p>	<p>MISIÓN</p> <p>Promover procesos de asesoría para la aceleración y promoción del sector productivo, fortaleciendo el desarrollo empresarial de los municipios de Pamplona, Pamplonita, Chinacota, Cácuta, Chitagá, Toledo, Labateca, Cucufilla y Silos.</p> <p>VISIÓN</p> <p>Para el año 2019 posicionar el CDE como promotor del desarrollo empresarial, generando un impacto socioeconómico positivo, en cada uno de los municipios en donde se hace presencia.</p>	<p>SERVICIOS EMPRENDEDORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en la viabilidad de la idea de negocio y acompañamiento en su formalización. • Capacitación en identificación de oportunidades de negocio, información de los procesos e inversión. • Asesoría en la creación de nuevas empresas

Ilustración 6: Diseño del folleto para el CDE de Pamplona.

- **Pendón:** Representa un distintivo visual por medio del cual se transmite la información más relevante del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona ubicado en la oficina del centro para que sea observado por los usuarios generando recordación.



Ilustración 7: Diseño del pendón para CDE de Pamplona.

- **Volante:** mediante este material publicitario se quiere dar a conocer los servicios del CDE, los datos de contacto, su funcionamiento y los beneficios que genera a todos los usuarios en temas de competitividad, fortalecimiento empresarial y crecimiento económico.



Ilustración 8: Diseño volante para CDE de Pamplona

2.4 Elaborar propuesta mercadeo que permita determinar el reconocimiento del centro en la ciudad de Pamplona y en los nueve municipios donde hace presencia.

Para realizar la propuesta de mercadeo que contribuyera en el posicionamiento y reconocimiento del CDE se tiene como ejemplo el plan de mercadeo como herramienta necesaria que permite implementar estrategias publicitarias al posicionamiento determinando el análisis de la situación del

CDE, el presupuesto necesario para su ejecución; mediante este plan se puede anticipar y enfrentar los cambios del entorno de manera competitiva.

Contar con un plan de mercadeo permite de una forma sistemática y estructurada, la definición, de los objetivos a cumplir en un determinado periodo de tiempo y las acciones necesarias para su cumplimiento, minimizan el riesgo de frustración y el agotamiento de recursos, el plan de mercadeo es una herramienta vital para los directivos y cualquier persona ya permite vender productos y servicios y llegar de un modo eficaz a los clientes actuales y potenciales con éxito.

Para el CDE el plan de mercadeo se convierte en la herramienta básica de gestión orientada al mercado, en donde se fijan las diferentes acciones en el área de marketing para el cumplimiento de los objetivos con la debida planificación informa con detalle de la situación y posicionamiento actual, permitiendo una visión clara de las metas además permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, tiempo y recursos necesarios para el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados.

Con la puesta en marcha del plan de mercadeo el CDE logra:

- Fijar objetivos y metas comerciales concretas, permitiendo anticiparse a los cambios del entorno.
- Se establecen mecanismos de control y de seguimiento, con lo que evitaremos desviaciones difíciles de corregir en el tiempo.
- Se presupuestan las diferentes partidas para llevar a buen término el plan, por lo que no se deben producir desfases económicos.
- Puesto que el plan de mercadeo se actualiza anualmente, la empresa contará con histórico inestimable, este hecho garantiza una misma línea de actuación y pensamiento de un año para otro, adaptándola a los cambios que se vayan produciendo en el mercado
- Asegura la toma de decisiones comerciales con un criterio sistemático, ajustado a los principios de marketing por lo que se reducen los posibles riesgos empresariales.
- De esta manera, y siguiendo un proceso coherente interno, se realiza una expansión controlada de la empresa, la información que se obtiene es debidamente tratada y aprovechada en beneficio de la proyección de la empresa.

Plan de Mercadeo



Centro de Desarrollo Empresarial
Pamplona.



Ilustración 9: Diseño plan de mercadeo

CONCLUSIONES

- Se diseñó el plan de mercadeo del Centro de Desarrollo Empresarial teniendo en cuenta las falencias en el área de promoción diagnosticadas en el diagnóstico y teniendo en cuenta el poco funcionamiento en la ciudad.
- En el diseño del plan de mercadeo se analizó la información de la publicidad que se ha utilizado para los diferentes segmentos de mercado.
- El presente trabajo muestra el diseño del plan de mercado que tiene como objetivo servir de guía para lograr el reconocimiento y posicionamiento del centro de desarrollo empresarial en la ciudad de Pamplona y en los nueve municipios que se tenderán.

RECOMENDACIONES

Se recomienda ejecutar las estrategias planteadas en el plan de mercadeo que están encaminadas en fortalecer el área de promoción y publicidad del Centro de Desarrollo Empresarial de Pamplona permitiendo su posicionamiento en la región.

Es importante que el personal del Centro de Desarrollo Empresarial se sienta comprometido con la gestión que puede llevarse a cabo, como una iniciativa para fomentar el desarrollo empresarial y el emprendimiento, logrando crecimiento económico.

Se recomienda seguir contando con pasantes que puedan apoyar las actividades y eventos realizados por el CDE, además contribuye en la formación profesional de los estudiantes y lograr aprovechar al máximo las capacidades y conocimientos adquiridos en el proceso de formación.

ALCANCES DE LA PRÁCTICA

En el proceso de prácticas pude evidenciar la realidad del mundo laboral en donde no basta tener conocimientos se necesita contar con capacidades, destrezas que permitan estar alertas a las exigencias laborales, que se puedan plantear ideas innovadoras, ser agentes de cambio, personas proactivas que no tengan miedo a retar sus capacidades y demostrar que no siempre debemos seguir los mismos parámetros, ya que todo es dinámico, cambiante y se necesita un poco de astucia para ver oportunidades donde los demás ven fracaso, poder romper los paradigmas que nos impiden pensar por sí solos, acobardan nuestras aspiraciones y obligan a permanecer en la zona de confort que mala o buena conocemos, sin saber que simplemente este hecho de creer, ser atrevidos y aprovechar nuestro potencial se puede llegar lejos más de lo que pudiéramos siquiera pensar.

Aprendí a confiar en mis conocimientos, buenos o malos me permiten crecer cada día como profesional y entender que en cada momento se está aprendiendo, solo depende de la dedicación y compromiso por ser mejor y formarse al máximo de cada experiencia vivida.

El proceso de práctica permite enriquecer no solo conocimientos, establece la relación entre la teoría estudiada en el proceso de formación y las experiencias que se pueden vivir en el contexto laboral, propiciando experiencias reales que generan capacidades de adaptabilidad, confianza, liderazgo y creatividad.

BIBLIOGRAFIA

- <https://leticiadelcorral.com/posicionamiento-estrategico/>
- <https://leticiadelcorral.com/plan-de-marketing-en-1-hoja/>
- <https://www.emprendices.co/ejemplo-plan-mercadotecnia-empresa/>
- <http://robertoespinosa.es/2013/06/25/el-cuadro-de-mando-integral-concepto-y-fases/>
- <https://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/ejemplo-real-de-un-plan-de-marketing>
- <https://es.slideshare.net/dfnaranjo/plan-de-mercadeo-daniel-naranjo>
- http://www.eticayfilosofiapurezagrao.es/index_htm_files/Ejemplo%20plan%20marketing.pdf
- <http://robertoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing/>
- https://www.illinois.gov/dceo/SmallBizAssistance/BeginHere/Documents/LSBDC_NewGro
- <http://www.eumed.net/ce/2007b/djdr.htm>
- <http://www.eumed.net/ce/2007b/djdr.htm>
- <http://www.mydesignden.com/diferencia-entre-identidad-corporativa-imagen-corporativa/>
- <https://jonnathanvalero.wordpress.com/2009/10/19/que-es-la-identidad-corporativa-y-sus-elementos/>
- <https://www.emprendepyme.net/elementos-de-la-imagen-corporativa.htm>