



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 2

Neiva, 27/11/2018

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Dago Ernesto Segura Melgar, con C.C. No. 1015443870,

\_\_\_\_\_, con C.C. No. \_\_\_\_\_,

\_\_\_\_\_, con C.C. No. \_\_\_\_\_,

\_\_\_\_\_, con C.C. No. \_\_\_\_\_,

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado o Dago Ernesto Segura Melgar

Titulado Proyecto para la Creación de una Empresa de Asesoría a

Emprendedores en Bogotá presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: Dago J...

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: \_\_\_\_\_

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: \_\_\_\_\_

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: \_\_\_\_\_

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Proyecto para la Creación de una Empresa de Asesoría a Emprendedores en Bogotá

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido

Primero y Segundo Nombre

Segura Melgar

Dago Ernesto

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido

Primero y Segundo Nombre

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido

Primero y Segundo Nombre

Elías

Ramírez Plazas

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico

FACULTAD: Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico

CIUDAD:

AÑO DE PRESENTACIÓN:

NÚMERO DE PÁGINAS:

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Vigilada mieducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO

CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 3

Diagramas \_\_\_X\_\_\_ Fotografías\_\_\_ Grabaciones en discos \_\_\_ Ilustraciones en general \_\_\_ Grabados\_\_\_  
Láminas\_\_\_ Litografías\_\_\_ Mapas\_\_\_ Música impresa\_\_\_ Planos\_\_\_ Retratos\_\_\_ Sin ilustraciones\_\_\_  
Tablas o Cuadros \_\_\_X\_\_\_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. <u>Emprendimiento</u>	<u>Entrepreneurship</u>	6. <u>Empresas</u>	<u>Ventures</u>
2. <u>Universitarios</u>	<u>University Students</u>	7. <u>Acompañamiento</u>	<u>Accompaniment</u>
3. <u>Emprendedor</u>	<u>Entrepreneur</u>	8. <u>Financiero</u>	<u>Financial</u>
4. <u>Consultoría</u>	<u>Consultancy</u>	9. <u>Mercadeo</u>	<u>Marketing</u>
5. <u>Proyectos</u>	<u>Projects</u>	10. <u>Profesionales</u>	<u>Professionals</u>

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Al analizar las dificultades que se presentan en los sectores emergentes de la economía, se evidencia que es indispensable que quienes incursionen en este campo deben contar con proyectos bien definidos, tener claridad sobre el modelo de negocio a desarrollar así como precisar la misión y la visión que permita aterrizar su sueño, determinar el capital de inversión y saber cuáles son las posibles fuentes a las que puede acudir para la consecución de los recursos, así mismo deben definir políticas y estrategias de mercadeo que faciliten atraer clientes y generar fidelidad como condición para que la nueva empresa pueda sobrevivir, crecer y desarrollarse en el tiempo.

Como se puede inferir del planteamiento anterior, no basta con el esfuerzo personal de los nuevos empresarios privados, necesitan del apoyo de instituciones competentes que le brinden una asesoría y acompañamiento de calidad encaminada a hacer de su proyecto una actividad segura, estable y competitiva garantizándole los incrementos de rentabilidad deseados y alejándolos del flagelo del fracaso.

Vigilada mieducación



Es en este sentido que cobra importancia y se justifica plenamente la creación de la empresa de "Asesoría Empresarial", la cual nace como una oportunidad para brindar soporte a los emprendedores, tanto en la elaboración del proyectos como en la ilustración necesaria para que puedan acceder a las fuentes de financiación que le sean más favorables y puedan hacer realidad los objetivos trazados en sus proyectos.

**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

When analyzing the difficulties that arise in the emerging sectors of the economy, it is evident that it is essential that those who venture into this field must have well-defined projects, be clear about the business model to be developed as well as specify the mission and vision that allows you to land your dream, determine the investment capital and know what are the possible sources to which you can go for the attainment of resources, as well as define policies and marketing strategies that facilitate attracting customers and generate loyalty as a condition for The new company can survive, grow and develop over time.

As can be inferred from the previous approach, the personal effort of the new private entrepreneurs is not enough; they need the support of competent institutions that provide quality advice and guidance aimed at making their project a safe, stable and competitive activity, guaranteeing them the desired increases in profitability and away from the scourge of failure.

It is in this sense that the creation of the "Business Advisory" company becomes important and fully justified, which is born as an opportunity to provide support to entrepreneurs, both in the preparation of the projects and in the necessary illustration so that they can access to the sources of financing that are most favorable to you and that can make the objectives outlined in your projects come true.

**APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Presidente Jurado: Rafael Méndez Lozano

Firma:

Nombre Jurado:

Firma:

Nombre Jurado:

Firma:

**Proyecto para la Creación de una Empresa de Asesoría a  
Emprendedores en Bogotá**

Dago Ernesto Segura Melgar

Septiembre 2018

Universidad SURCOLOMBIANA

Facultad de Economía y Administración

Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico

Dr. Elías Ramírez

## CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS	7
2.1 Objetivo general	7
2.2 Objetivos específicos	7
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
3.1 Descripción del problema	8
3.2. Formulación del Problema	10
4. JUSTIFICACIÓN	11
5. MARCO TEÓRICO	13
5.1. Bases Teóricas	13
5.2. Marco conceptual	16
5.3. Marco legal	20
5.4. Glosario de términos	22
6. METODOLOGÍA	27
6.1. Tipo de Metodología	27
6.2. Enfoque de la Metodología	27
7. TRABAJO DE CAMPO	28
7.1. Población Objetivo	28
7.2. Determinación de la muestra	30
7.3. Difusión y aplicación de la encuesta	31
7.4. Análisis de la información aportada por la aplicación de la encuesta	33
8. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE SERVICIOS PARA JÓVENES UNIVERSITARIOS	38

9. TIPO DE EMPRESA LEGAL A CONSTITUIR Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA FUNCIONAR	46
9.1. Información General de la Empresa	46
9.2. Misión	47
9.3. Visión	48
9.4. Valores	48
9.5. Principios	49
9.6. Servicios	49
9.7. Segmentos de mercado	50
9.8. Estrategias de comercialización	51
9.9. Recursos humanos	51
9.10. Recursos financieros	52
9.11. Proyección de Ingresos Costos, Gastos y Rentabilidad	53
10. CONCLUSIÓN	57
11. REFERENCIAS	58
12. ANEXOS	61



**LISTA DE TABLAS**

	Pág.
Tabla 1. Inversión de activos	46
Tabla 2. Proyección de ingresos	47
Tabla 3. Proyección de costos	48
Tabla 4. Rentabilidad	49
Tabla 5. Flujo de efectivo	49
Tabla 6. Estado de situación financiera	50
Tabla 7. Determinación del punto de equilibrio primer año	51

## 1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto se presenta como opción para obtener el grado en la Especialización de Gerencia de Mercadeo Estratégico.

La realización de este trabajo de grado, permitió la aplicación de los conocimientos teóricos con las habilidades y destrezas adquiridos durante la Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico y llevarlos a la práctica.

El proyecto nace como una oportunidad de negocio para suplir la necesidad que se evidencia a través del rastreo bibliográfico de los estudios realizados por las diferentes universidades de la ciudad de Bogotá y corroborada con el resultado obtenido a través de un trabajo de campo con la aplicación de una encuesta y que permitió constatar el vacío que existe en el mercado en relación con la prestación de servicios de asesoría, consultoría y acompañamiento en la etapa de la creación de empresas y proyectos de emprendimiento.

De esta manera, se identificó una oportunidad, para brindar los servicios de acompañamiento y asesoría rigurosa al futuro empresario y disminuir los niveles de riesgo y de mortalidad de empresas que a pesar de tener un producto o servicio innovador no logran superar el período conocido como “valle de la muerte”.

Existen programas sociales para las diferentes disciplinas, dirigidos a jóvenes emprendedores con formación académica que están dispuestos a utilizar los recursos gubernamentales, los fondos privados de inversión y colectivos de inversión, pero, por falta de una adecuada orientación y de acompañamiento en el proceso de estructuración de la idea, de habilidades para sustentarla ante fuentes de financiamiento y competencias en gerencia de proyectos el emprendedor termina con la frustración en la gestión, ejecución y funcionamiento de su proyecto.

Para asegurar que el nicho de mercado a trabajar sea acertado, adicional a la información encontrada sobre esta problemática, se aplicó en forma aleatoria, una encuesta dirigida a potenciales emprendedores, definiendo como población objetivo, los estudiantes de las áreas Ingeniería y afines de los últimos semestres de universidades de la ciudad de Bogotá.

El trabajo es de carácter descriptivo y se utiliza la metodología que contrasta la información secundaria consultada con los resultados obtenidos de los trabajos de campo.

De esta manera fue posible confirmar el nicho de mercado existente en la población objetivo, determinando la viabilidad para desarrollar como objeto social de la Empresa: “Asesoría a Emprendedores”.

Para la propuesta de la Empresa de Asesoría a Emprendedores, se tiene en cuenta los pasos a cumplir en el proceso de su creación, acorde con los aspectos legales, portafolio del servicio, se definen los recursos financieros, humanos, tecnológicos necesarios para su puesta en marcha y finalmente, se determinarán las estrategias para su comercialización.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Elaborar un proyecto para determinar la factibilidad de crear una empresa de servicios de asesoría y acompañamiento dirigida a jóvenes universitarios emprendedores en la ciudad de Bogotá.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Determinar la demanda actual y potencial de servicios de asesoría y acompañamiento en las universidades Nacional, Distrital, Eccí, Unicafam y Sena.
- Conocer la oferta actual de servicios similares en el área de influencia del proyecto
- Determinar el portafolio de servicios
- Definir estrategias de divulgación de los servicios a ofrecer
- Identificar las necesidades técnicas en términos de localización, capacidad instalada e infraestructura y tecnología
- Determinar el tipo de empresa legal a constituir
- Determinar las bondades financieras del proyecto

### 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 3.1 Descripción del problema

Conscientes de la importancia que el sector privado desempeña para el desarrollo de la economía en Colombia, el Estado, en aras de apoyar a los emprendedores que quieren crear empresa, ha puesto a su disposición un abanico de posibilidades que van desde créditos económicos hasta incentivos para sectores como agropecuario, turístico, tecnologico y la industria, a través de entidades como el Fondo Emprender, Bancoldex, Economía naranja, Banca de oportunidades, HubBog, Innpulsa, Corporación Ventures, Colciencias, Tecno-parques, Sisclima; no obstante su existencia, tanto emprendedores como pequeñas empresas no acceden a esos servicios a pesar de estar interesados, ya sea por falta de información o por carecer de los conocimientos que le permitan elaborar un proyecto innovador, sustentable y sostenible, o por la inseguridad en saber competir por esos recursos.

Así mismo, se presenta el caso de emprendedores y de empresas que han accedido a dichos beneficios, han logrado iniciar operaciones en la nueva empresa creada, pero no han sabido sostenerse en este medio tan competitivo donde la oferta de productos y servicios es cada vez mayor. Algunas de las causas detectadas son la carencia de un estudio de mercadeo previo, entrar al mercado con productos ya existentes sin ningún valor agregado que lo haga atractivo al consumidor, la competencia desleal, el contrabando y la ausencia absoluta de estrategias que le permitan salir a flote y estar a la altura o por encima de empresas análogas.

Vale la pena mencionar que quienes realmente se han beneficiado de dichas ayudas son personas por lo general adineradas que no lo necesitan, pero aprovechan la oportunidad que les permite aumentar más su capital y de paso ampliando la zanja entre los realmente necesitados y

ellos, como ocurrió por ejemplo con la asignación de recursos del programa de Agroingreso Seguro.

Un informe realizado por la Contraloría General de la Republica, sobre el Programa de Agroingreso Seguro, concluye: “el programa no tiene mecanismos que permitan orientar la distribución de recursos bajo los principios de equidad”. Adicionalmente informa: “conservando la tendencia general, los pagos de ICR por tipo de productor, se registra una concentración para el grupo denominado Otros, integrado por medianos y grandes productores presentando un coeficiente de concentración constante de 0,73 para 2007 y 2008 y 0.74 para 2009”.

En otro aparte el citado informe señala que: “Los proyectos de construcción de sistemas de riego a nivel intrapredial, son los más favorecidos por el programa, sin embargo, en términos de equidad, no son los ideales dado que sólo se beneficiaron 1.807 familias, con una clara concentración de los recursos en los proyectos de grandes y medianos productores los cuales recibieron en promedio \$290 millones y \$74 millones en promedio respectivamente, frente a las 1.005 familias de los proyectos de pequeños productores, que por familia les significó un auxilio de cinco millones de pesos”.

En la encuesta realizada en enero de 2017 por las Empresas Fluup, Rockstart Colombia, Scientifica, Ignition, a personas emprendedoras, se pudo establecer que el número de emprendimientos que fracasan en los primeros años es una cifra muy alta con un porcentaje cercano al 80%. También determinaron que entre los encuestados la financiación de sus proyectos, vinieron de su familia, en un 58%, de los capitales semilla 24,5% y de los fondos de inversión con el 12,2% y otros 5,3%.

De igual manera un estudio realizado en Noviembre del 2017 por la Asociación de Emprendedores de Colombia, “ASEC reveló que en el país la falta de educación en

emprendimiento, altos impuestos y escasos recursos para iniciar un proyecto, hacen parte de las barreras que dificultan el crecimiento de los emprendedores.”

En este estudio también se plantea que el 56% de los colombianos creen que las instituciones educativas no capacitan debidamente sobre emprendimiento.

En el caso de las grandes empresas por lo general cuentan con un recurso humano que tiene suficiente conocimiento y experiencia sobre todos estos procesos de desarrollo de sus proyectos. No es el caso de las microempresas, pequeñas, medianas empresas y potenciales emprendedores, quienes con frecuencia tienen buenas iniciativas, pero por desconocimiento de cómo llevar a cabo su proyecto, suelen cometer errores que pueden conducir al fracaso del mismo.

### **3.2. Formulación del Problema**

¿Es atractivo para los jóvenes universitarios del nicho de mercado seleccionado, utilizar los servicios de asesoría y acompañamiento para la estructuración, gestión y funcionamiento de sus propuestas de emprendimiento?

#### 4. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este proyecto es pertinente porque permite, a partir del análisis y la reflexión, aplicar las experiencias y los conocimientos teóricos adquiridos en el proceso y ser presentado como trabajo de grado en la Especialización de Gerencia de Mercadeo Estratégico.

Al analizar las dificultades que se presentan en los sectores emergentes de la economía, se evidencia que es indispensable que quienes incursionen en este campo deben contar con proyectos bien definidos, tener claridad sobre el modelo de negocio a desarrollar así como precisar la misión y la visión que permita aterrizar su sueño, determinar el capital de inversión y saber cuáles son las posibles fuentes a las que puede acudir para la consecución de los recursos, así mismo deben definir políticas y estrategias de mercadeo que faciliten atraer clientes y generar fidelidad como condición para que la nueva empresa pueda sobrevivir, crecer y desarrollarse en el tiempo.

Como se puede inferir del planteamiento anterior, no basta con el esfuerzo personal de los nuevos empresarios privados, necesitan del apoyo de instituciones competentes que le brinden una asesoría y acompañamiento de calidad encaminada a hacer de su proyecto una actividad segura, estable y competitiva garantizándole los incrementos de rentabilidad deseados y alejándolos del flagelo del fracaso.

Es en este sentido que cobra importancia y se justifica plenamente la creación de la empresa de **“Asesoría Empresarial”**, la cual nace como una oportunidad para brindar soporte a los emprendedores, tanto en la elaboración del proyectos como en la ilustración necesaria para que puedan acceder a las fuentes de financiación que le sean más favorables y puedan hacer realidad los objetivos trazados en sus proyectos.



Para “**Emprender Asesores S.A.S**” será un orgullo prestar su servicio de manera rápida, oportuna y eficaz, respondiendo las dudas y las inquietudes que los futuros emprendedores estimen a bien poner en sus manos, de igual manera; será muy grato poderlo acompañar y asesorar en el montaje y ejecución del proyecto, el cual contará con un estudio serio que le permita definir y controlar de manera permanente los riesgos e ir implementando las políticas y estrategias que los mitigan y le permitan la sostenibilidad en el mercado.

De esta manera, se espera orientar a los jóvenes emprendedores en la aplicación de sus conocimientos en su área de formación, mediante la asesoría y acompañamiento especializado y la transferencia de herramientas que faciliten el desarrollo de cada una de las etapas del ciclo del proyecto: pre-inversión, ejecución y operación o funcionamiento.

De igual manera, se pretende involucrar a nuevos emprendedores en la economía departamental y nacional, y contribuir al desarrollo económico del país, a través del conocimiento, haciendo posible los proyectos que algunos sectores de la economía deseen emprender, para su bienestar, el de la Sociedad y el del país.

Por las razones anteriores, se estima justificable la realización de este proyecto que sería un apoyo y punto de partida, para emprender mi propio negocio de asesoría, emprendimiento y mercadeo, dirigido a jóvenes universitarios que hoy representan la población más crítica en términos de alternativas laborales y acceso a oportunidades.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. Bases Teóricas

Para la adecuada comprensión del concepto de emprendedores y de emprendimiento y los temas relacionados con este proyecto, se exponen teorías fundamentales en el campo económico, social, político, motivacional y cultural, donde se define el perfil de una persona emprendedora.

Richard Cantillon en 1755 fue el primer autor en acuñar el término de “entrepreneur” y su función dentro del sistema económico.

Joseph Alois Schumpeter Y David Clarence McClelland son los dos autores más representativos en cuanto al concepto del emprendimiento y el espíritu emprendedor ya que no solo estudian la intención motivacional para crear empresa sino los factores sociales, económicos y políticos que afectan el desarrollo de los proyectos y su perdurabilidad en el tiempo.

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), fue un economista Austriaco, y uno de los más grandes intelectuales del siglo XX. En su libro “Capitalismo, socialismo y democracia” y con sus teorías sobre “crecimiento económico” y “destrucción creativa” afirma que "el proceso de mutación industrial revoluciona permanentemente la estructura económica desde adentro, destruyendo incesantemente la antigua, creando continuamente una nueva" La innovación y la experimentación empresarial destruyen constantemente lo antiguo e introducen nuevos equilibrios, haciendo posible un nivel de vida más alto. Schumpeter considera el capitalismo como un proceso orgánico, dinámico y evolutivo, premiando las adaptaciones e innovaciones rentables y castigando las formas menos eficientes de organizar los recursos. Un ejemplo de Schumpeter sobre emprendedores, es la línea de ensamblaje de Henry Ford no solo revolucionó las industrias automotriz y manufacturera, sino que también desplazó a muchos mercados antiguos y obligó a muchos trabajadores a abandonar el trabajo.

El autor confía en la innovación y la creatividad de las personas para así crear empresa y consolidar el ciclo de la economía en donde el factor de producción produce ingresos, para así transformarse en consumo y completar el ciclo económico. Schumpeter, J. A. 1983, p. 503).

Según Schumpeter, todo proceso emprendedor está integrado por tres factores, los cuales se componen de proyecto, capital y emprendedor.

David Clarence McClelland (1917-1998) Estadounidense, es principalmente conocido por su trabajo desarrollado en el área de la motivación, pero, también realizó extensos estudios de la personalidad y de la conciencia.

En su libro *Motivación humana*, afirma que el ser humano, tiene tres necesidades motivacionales: necesidad de logro, de poder y de asociación.

*Necesidad de logro.* Es la necesidad de afrontar grandes reto con el fin de alcanzar grandes metas, de retroalimentarse con su logro y progreso y satisfacer su necesidad por sentirse dotado, realizado, gratificado y con talento.

*Necesidad de autoridad y poder.* Posee una fuerte necesidad de hacer liderar sus ideas y de hacerlas prevalecer, de incrementar su poder y prestigio. La persona con necesidad de poder está motivada por obtener y conservar la autoridad, la capacidad de influir, adiestrar, enseñar o animar a los demás a conseguir sus logros. Su modo de comportarse lo conduce a ser influyente, efectivo e impactante.

*Necesidad de asociación o pertenencia.* Este tipo de persona está motivada por la afiliación y relaciones amigables y se motiva hacia interactuar con la gente y con los demás compañeros. Le gusta sentirse respaldado por la ayuda, respeto y consideración de los demás. Los individuos con esta necesidad alta, no son los líderes ni los directivos más eficientes, ya que les cuesta mucho tomar decisiones difíciles sin preocuparse por disgustar a los demás.

Todo ser humano, posee y exhibe una combinación de estas características y dependiendo del nivel de influencia que tenga cada una de estas necesidades, determina su comportamiento y su estilo gerencial de trabajo. Un emprendedor posee en alta necesidad de autoridad y poder.

Si un gerente tiene una alta necesidad de asociación, socaba su objetividad y capacidad de decisión. Si tiene una alta necesidad de poder, producirá un determinado trabajo ético y compromiso para la organización, pero, puede faltarle flexibilidad y el trato respetuoso requeridos como líder. Si tiene una alta necesidad de logro, demuestra una conducta en seleccionar y establecer metas.

El emprendedor, debe tener un pensamiento coherente de su personalidad que le caracteriza y el entorno que le rodea, con la capacidad crear ideas y generar acciones sobre las mismas.

Méndez, pag.5 2016 “Es importante para el emprendedor el desarrollo de habilidades para identificar y estructurar ideas que representen oportunidades atractivas para adelantar procesos de investigación que permitan definir la conveniencia del proyecto”.

Méndez, pag.5 2016 “Las idea de negocio pueden surgir como una necesidad de quien la identifica o como una oportunidad”.

Emprender es un acto del pensamiento proactivo hecho por un emprendedor, Es la capacidad de concebir en la mente ideas creadoras y multiplicadoras. El emprendedor es constructor de ideas, que van hacia el alcance de unos objetivos concretos, claros y alcanzables.

La capacidad del emprendedor nace de una combinación entre la teoría y la práctica, siendo un producto del conocimiento, complementado con un una mente inquieta, arriesgada, y dispuesta al cambio y a la innovación. El emprendedor debe conocer el valor que le puede dar a

las cosas y como este cambia en la medida en que él lo acerque a las necesidades que detecta en el mercado.

Los negocios que surgen de una necesidad de quien lo lleva a cabo, son negocios mediáticos, sin ningún tipo de estudios, que se enfrentan rápidamente a su imitación, a la competencia, a crisis en su mercado, al detrimento de sus recursos y a su fracaso.

Los negocios que tienen su origen como una idea de oportunidad, requieren de mucho más estudio, de mayor conocimiento y de una investigación más profunda, de ahí que las opciones en el mercado son mayores, y el cumplimiento de sus objetivos y metas tendrán un grado de probabilidad mayor, pues los niveles de riesgos serán menores y/o controlables.

## **5.2. Marco conceptual**

*Innovación*.significados.com “La Innovación es novedad, se asocia con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad”.

Unas de las características de la innovación es: el cambio continuo, alta calidad y competitividad. Un ejemplo de innovación es la innovación tecnológica en telecomunicaciones.

En el mundo empresarial y competitivo como lo exige el mercado actual, la innovación es esencial para su mejora permanente y su continuidad. Toda la organización debe estar dispuesta al cambio. La innovación está fuertemente unida a la creatividad, el descubrimiento y la invención. La innovación puede darse con la introducción de nuevos productos, nuevas prácticas y/o servicios, nuevas estrategias de mercadeo, nuevos procesos de producción, nuevas tecnologías; también, en nuevos enfoques y mejoramiento de los ya existentes. El éxito de una empresa puede estar dada por el grado de innovación que le caracterice.

*Asesoría.* Es un servicio prestado por un Asesor, que posee conocimientos sólidos sobre un área o temas objeto de consulta. Mediante la asesoría, se brinda apoyo, información, aclaraciones al usuario, para que decida y proceda. Un Asesor es una persona que se especializa en una materia y/o en un área del conocimiento, adquiriendo sapiencia e idoneidad en esos temas. Como experto, da consejos, aclara dudas, brinda asesoramiento a otras personas y/o empresas que requieren de su servicio. Existen diferentes tipos de asesoría, dependiendo del saber del profesional. Entre los tipos de asesoría está: Asesoría laboral, legal, jurídica, tributaria, Médica, tecnológica, comercial etc.

*Demanda.* Desde un punto de vista económico, se entiende por demanda, la cantidad de bienes y servicios que desean adquirir las empresas y los hogares dentro de una economía de mercado. En el objeto de este estudio, demanda sería la cantidad de emprendedores que desean y estén dispuestos a adquirir el servicio de asesoría.

*Empresa y Antecedentes de Empresa.* Buffett Mary& Clark David, Buffettology, pag 74  
Los primeros registro sobre Empresa, se encuentran en las tablas de barro de Babilonia, (1792- a.c) que contiene información sobre propiedades, sobre hipotecas, se hacían préstamos, se liquidaban intereses, y estas obligaciones se pagaban con vino, harina, aceite, cebada y plata. Los fenicios y los griegos realizaron las primeras asociaciones comerciales temporales, con el propósito de facilitar la comercialización y el transporte en barco de sus productos. Los Griegos disfrutaron de grandes oportunidades comerciales, con la conquista de Alejandro, desde Grecia hasta la India, comercializaron la industria textil basados en seda y algodón de la India.

Las primeras creaciones de Empresa se presentan en Venecia, en el siglo xv, conformadas por Banqueros y por familias adineradas, allí, se dio origen a la sociedad anónima, se crearon los

primeros libros de registros de cuentas y de Banca, y Lucas Pacioli inventó los registros de partida doble, El éxito comercial significaba una posición política y financiera más segura.

El poder empresarial sobre las monarquías de la época, generaron leyes en su contra, hecho que terminó con varias de estas organizaciones comerciales.

Los Banqueros, como intermediarios del dinero, generan las primeras inversiones por parte de los particulares. Posteriormente se desarrolló el mercado bursátil, como fuente de financiación para las grandes empresas y como una forma de inversión para los particulares.

Empresa es una organización que se dedica a la producción, y/o comercialización de bienes y/o servicios, demandados por sus consumidores. El objetivo final que genera el desarrollo del objeto social de toda empresa, es su rentabilidad.

La Empresa como unidad productiva agrupada, dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro, desarrolla una serie de actividades que deben ser planeadas, con procesos definidos, con recursos financieros disponibles, con personal capacitado, con tecnologías necesarias, con controles establecidos, para el cumplimiento de los objetivos y metas.

La Empresa como ente activo dentro de una sociedad, debe ser creada y regida, por una legislación que le regula. Debe ser creada conforme al tipo de empresa, que se determine, mediante acta de constitución, elevada a escritura pública, debidamente registrada, cumpliendo con todos los registros ante las entidades que le competen. En su escritura debe quedar plasmado: su Razón Social, su forma de Organización, su Objeto Social, su Representantes Legales, la conformación de su Capital Social, su vida social, la regulación sobre reuniones de Asamblea o Juntas de Socios, las limitaciones que se establezcan y otras cláusulas que se consideren necesarias.

Debe tener definida: su misión, su visión, sus objetivos, sus políticas, debe determinar sus valores y principios que le regulen al interior de su organización. Para la Empresa, su relación con el cliente interno y con el cliente externo debe ser de vital importancia, pues, son generadores de productividad y de rentabilidad. También se debe considerar el entorno de la empresa, su afectación al medio ambiente, todos estos factores deben ser establecidos como responsabilidad social empresarial.

Como empresa, debe tener en cuenta el cumplimiento de aspectos que le rigen como:

*Aspectos laborales.* Aportes a la seguridad social, aportes parafiscales, salarios justos, pago de prestaciones sociales de ley, dotaciones de ley y elementos de seguridad, procurar la seguridad, y el bienestar de sus funcionarios. Y acorde con las normas vigentes la empresa debe implementar y mantener el programa de seguridad y salud en el trabajo.

*Aspectos tributarios.* La empresa debe tener presente todas las obligaciones tributarias que le competen como: Declaración de Renta, Declaración sobre el Patrimonio, Declaraciones de ICA en los Municipios donde desarrolle actividades tanto ordinarias como ocasionales. Información exógena, a la DIAN y a los Municipios.

*Aspectos legales.* Actualización de su información sobre la empresa, renovación anual de su registro mercantil, Presentación de Estados Financieros ante Superintendencia de sociedades, Bancaria o de Economía Solidaria, y ante la Cámara de Comercio. También debe mantener actualizados los libros de Actas, de Socios o Accionistas, de Contabilidad.

De acuerdo a su constitución las empresas se clasifican:

*Por formas de organización.* Unipersonales (U), de Familia (&Cía), de Responsabilidad limitada (Ltda), Anónimas (SA), y Sociedades anónimas simplificadas (SAS). La razón social, finalizada con una de estas siglas, identifica el tipo de Empresa.



*Por la actividad que desarrolle.* Agropecuaria, de producción, de comercialización, de Servicios y Financieras.

*Por tamaño.* La empresa puede ser grande, mediana o pequeña.

*Por el origen de su capital social.* Pueden ser privadas, públicas o mixtas.

*Proyecto de Desarrollo.* Mendez, 2016 pag.5 “Proyecto es el conjunto de actividades planificadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos, tiene como objeto crear un producto o servicio único”. “es la combinación de recursos humanos y no humanos reunidos en una organización para conseguir un propósito determinado”.

Un proyecto de desarrollo requiere del análisis de la idea, con miras a determinar su viabilidad para crear una unidad productiva de bienes y/o servicios. También se deben tener en cuenta los beneficios que generaría su desarrollo, tanto para sus clientes como para sus inversionistas.

Mediante el proyecto de desarrollo, se hace realidad una idea emprendedora, la cual la constituyen dos etapas: Pre-inversión y ejecución; de la rigurosidad del estudio que se haga y de las decisiones acertadas que se tomen en cada una de las etapas de su desarrollo, depende el acierto o desacierto del mismo y por consiguiente el cumplimiento los objetivos y el alcance de las metas y los resultados propuestos.

### **5.3. Marco legal**

En la constitución nacional de Colombia, 1991, artículo 57: “La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas”. En desarrollo de este artículo, el Congreso expidió la ley 1014 de 2006, para fomento al emprendedor.

La ley 1014 de 2006, define los términos y los objetivos, relacionados con emprendedores y emprendimiento, para crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas, a través de las “Redes de Emprendimiento”. En esta ley se define todo lo relacionado con estas Redes, su conformación, sus funciones, todas encaminadas al fomento del emprendimiento, la capacitación y el acompañamiento a Emprendedores, con el fin de crear empresas sostenibles en un ambiente seguro, controlado e innovador, que contribuyan al desarrollo regional y del país.

A través de esta legislación se han establecido convenios interinstitucionales, donde concientizan a los jóvenes para que se proyecten y visualicen como nuevos empresarios, pero, la capacitación no es suficiente a la hora de emprender, no hay acompañamiento. Este hecho se refleja en el porcentaje tan elevado de los fracasos de emprendedores en el país.

El código del Comercio, es el compendio de normas que regulan la actividad comercial y mercantil en Colombia.

El Libro I contiene toda la reglamentación de los comerciantes, los actos mercantiles, el registro mercantil, libros y papeles del comerciante, la competencia desleal y las Cámaras de comercio.

El libro II legisla sobre sociedades : El contrato Social, constitución y prueba, aportes de los asociados, Utilidades sociales, reforma del contrato social, transformación y fusión de sociedades, asamblea o junta de socios, representantes legales, administradores, revisor fiscal, disolución de la sociedad, liquidación del patrimonio social, grupos económicos: matrices, subordinadas y subsidiarias; Inspección y vigilancia de las sociedades, Superintendencia de Sociedades, estados financieros de la sociedades. También contiene toda la reglamentación para cada una de los tipos de sociedades.

El libro III trata sobre los bienes mercantiles, los establecimientos de comercio y su protección legal, de la propiedad industrial como patentes, marcas, dibujos y modelos industriales, signos distintivos, títulos valores, regula cada uno de los títulos valores que se manejan en la actividad mercantil.

El libro IV contiene todo lo referente a contratos y obligaciones mercantiles, tipos de contratos, obligaciones del vendedor, obligaciones del comprador.

El libro V regula todo lo referente a la navegación acuática, y aeronáutica.

El libro VI trata sobre procedimientos como: concordato preventivo, quiebra, reconocimientos, graduación y pago de obligaciones, arbitramento, regulación de peritos y otras disposiciones.

#### **5.4. Glosario de términos**

*Calidad.* Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confiere la capacidad de satisfacer necesidades y expectativas del consumidor. Tales propiedades y características pueden ser la presentación, conservación, durabilidad, precio, oportunidad de compra, el servicio pre y post venta, la estética, la rapidez en el servicio, la buena atención la variedad para escoger entre otros aspectos.

*Competitividad.* En microeconomía, la situación de mercado ideal, es el de competencia perfecta. Es decir, cuando unas empresas compiten con otras al objeto de proporcionar los bienes y servicios demandados por el mercado. Lo mismo puede decirse respecto de las distintas unidades económicas que forman parte del propio mercado, como las personas u hogares, quienes también se encuentran en una situación de competencia para ofrecer sus servicios y asignar sus recursos limitados a la satisfacción de determinadas necesidades.

Cuando se habla de competitividad, hace referencia a que una unidad dentro del mercado, generalmente una empresa, está en situación de obtener mejores resultados que el resto de unidades en competencia, sobre la base de alguna ventaja competitiva que posee. Las ventajas competitivas pueden estar relacionadas con los recursos, la calidad, la eficacia, la eficiencia, las habilidades, la tecnología, entre otras. Por lo anterior se deduce que una empresa competitiva es capaz de posicionarse con ventaja en el mercado frente a sus competidores.

*Estrategia.* Son los medios en los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Las estrategias son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos humanos.

*Estrategia De Mercado.* Es la creación de acciones o tácticas que lleven al objetivo fundamental de incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible. El proceso de desarrollo de una estrategia de mercadeo inicia con el análisis del entorno de negocios, tanto interna como externamente. Se busca con esto entender los diferentes aspectos del ambiente que rodea a un negocio, incluyendo la tecnología, economía, cultura, política y leyes. Tras hacer este análisis, de acuerdo a los hallazgos que se realicen, así como a la misión de la empresa y las necesidades que busca cubrir, se eligen los objetivos de la empresa para aprovechar ese entorno y calcular riesgos. De aquí se deriva un plan de marketing o de mercadeo, que explicará las acciones específicas que se realizarán en un periodo de tiempo para lograr los objetivos.

*Gestión.* Área que considera el diseño, operaciones y control de sistemas organizativos profundamente ligado a factores tales como fuerza de trabajo, planificación de producción, compras, petición de materiales, gestión de existencias y control de calidad.

*Gerencia.* Es el proceso de plantación. Organización, actuación y control de las operaciones de la organización que permita mediante la coordinación de los recursos humanos y

materiales esenciales alcanzar sus objetivos de una manera eficiente. Cargo de control de la empresa asignado como gerente

*Ambiente.* Es todo lo que rodea la organización, el contexto dentro del cual existe una organización o un sistema. Es el lugar donde una organización la empresa ejecuta sus actividades diarias.

*Control.* Es la acción que ajusta las operaciones a los estándares predeterminados; su base de acción es la información de retorno. El control trata de garantizar que todo ocurre de acuerdo con la planeación adoptada y los objetivos preestablecidos, señalando las fallas y los errores para corregirlos y evitar reincidir en ellos.

*Mercado.* El mercado es un ente que relaciona el individuo que busca (demanda) con el individuo que ofrece (oferta) un producto o servicio y se realiza un conjunto de transacciones siendo determinadas por la ley de la oferta y la demanda. Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios. En un mercado tan competitivo es difícil que una empresa llegue a todo el público, por lo que lo divide en segmentos de mercados a los que se dirige de forma más efectiva.

El mercado ideal es conocido como la competencia perfecta, es decir, la fijación del precio de un producto o servicio es el resultado de la interacción recíproca de la oferta y la demanda, por lo tanto, para que exista esto se debe dar los siguientes elementos: elevada cantidad de demanda y oferta, homogeneidad de los productos que ofrecen los vendedores, transparencia en el mercado, libertad de entrada y salida de las empresas en los mercados, libre acceso a la información y recursos, el goce de los beneficios que otorga el mercado por igual entre los vendedores y compradores.

*Oferta.* Es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. En cualquier sistema económico, ya sea de economía planificada o libre mercado, la oferta juega un papel fundamental en la determinación del precio, ya que es la interacción con la demanda en ese momento la que podrá trasladar al precio la cuantificación y valoración de los productos y servicios a las necesidades de los demandantes.

*Problema.* Cuestión discutible que se plantea, para resolver o a la que se busca una explicación. Un problema es un hecho, situación o cuestión que precisa de una solución. Es un conflicto que se presenta como inconveniente para alcanzar objetivos o estabilidad en distintos ámbitos. Un problema aparece cuando las personas o sujetos involucrados no conocen los caminos a seguir para encontrar una salida, por lo que su esquema previo o la planificación que tenían se ve sometida a cuestionamientos que los llevan a reordenar o rehacer sus ideas. Es lo que se entiende también como incongruencia entre el pensamiento y los hechos. Además, los problemas pueden ser enunciados que son propuestos como cuestionamientos, con el propósito de buscar y encontrar solución, demostración o comprobación, como sucede con los matemáticos.

*Programa.* Proyecto o planificación ordenada de las distintas partes o actividades que componen algo que se va a realizar. Conjunto de instrucciones detalladas y codificadas que se dan a una computadora, máquina o equipo, para que realice o ejecute determinadas operaciones.

*Procesos.* Pasos para lograr las metas de la organización, utilizando recursos por medio de personas y trabajando por medio de personas. Planear, coordinar, ejecutar, controlar.

*Producto.* Bien o servicio, resultado de un proceso productivo, ofrecidos a los consumidores para satisfacer sus necesidades.

*Producto Innovador.* Se puede decir que la innovación es la creación de algún producto, bien, servicio u proceso, que se caracteriza por ser algo nuevo, perfeccionado, que sale de lo convencional, no repetido o común.

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Tipo de Metodología**

El presente trabajo de grado, es de carácter descriptivo y combina la revisión de estudios realizados sobre emprendedores universitarios con un trabajo de campo aplicado a las universidades Nacional, Distrital, Eccí, Unicafam y Sena seleccionadas como muestra representativa por su ubicación en la ciudad de Bogotá.

### **6.2. Enfoque de la Metodología**

En el presente trabajo se da un enfoque cualitativo y cuantitativo estudiando la realidad en su contexto del emprendimiento en el área de influencia seleccionada para el proyecto.

### **6.3. Fuentes de Información.**

Para la consecución de información, se acudió a fuentes secundarias tales como investigaciones del Ministerio de Educación Nacional, de Universia y se complementó con la revisión de otras fuentes como la revista Dinero, Portafolio, periódico El Espectador, libros y otras fuentes independientes. Esta información fue ampliada con la aplicación de una encuesta diseñada por parte del investigador.

### **6.4. Técnicas de Investigación:**

Se partió de la existencia de un problema, y la identificación de una propuesta de una posible solución. Para el desarrollo de este trabajo también se consultaron textos, videos y noticias, revistas digitales, páginas web, entre otros. Adicionalmente, se estudió la legislación vigente, para conocer aspectos legales que se deben cumplir como Empresa.

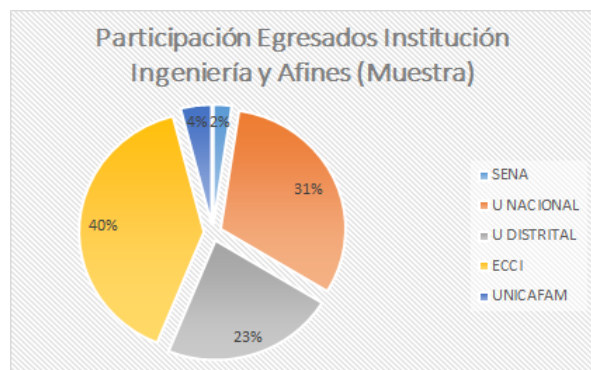


## 7. TRABAJO DE CAMPO

Como se planteó en uno de los objetivos específicos, se realizó una encuesta para corroborar y complementar la información obtenida por medios masivos, sobre la necesidad de asesoramiento a emprendedores universitarios.

### 7.1. Población Objetivo

Se parte de un informe estadístico de 2016, emitido por el Ministerio de Educación Nacional, donde informan que el porcentaje de deserción estudiantil a nivel de pregrado es superior al 70%. Con esta información se toma otro informe emitido en el 2018, por el Ministerio de Educación Nacional, donde muestra la cantidad de estudiantes matriculados en los diferentes programas académicos y por universidad, para el año 2017. Se seleccionaron para el presente trabajo, los programas de ingeniería y afines, porque se parte de la hipótesis que es en estas carreras donde se genera mayor desarrollo innovador. Se seleccionan las Universidades Nacional, Distrital, Eccí, Unicafam y Sena, en sus sedes de Bogotá. Se determinó la tasa de graduados, partiendo de la tasa de deserción. Se estableció el número de estudiantes graduados, que se tomó como población total, para determinación de la muestra.



Ubicación de las Universidades seleccionadas:

- U. Nacional. Carrera 45 # 26-85
- U. Distrital. Carrera 7 # 40b-53
- U. Ecci Carrera 19 #49-20
- Unicafam Av. Carrera. 68 No. 90-88
- Sena Centro Metalmecánico Carrera 30 # 17b 25 sur

Institución de Educación Superior (IES)	Núcleo Básico del Conocimiento (NBC)	Sexo	Matriculados 2017
ECCI	Ingeniería y afines	Hombre	2443
ECCI	Ingeniería y afines	Mujer	1320
SENA	Ingeniería y afines	Hombre	187
SENA	Ingeniería y afines	Mujer	35
U. DISTRITAL	Ingeniería y afines	Hombre	1344
U. DISTRITAL	Ingeniería y afines	Mujer	770
U. NACIONAL	Ingeniería y afines	Hombre	2319
U. NACIONAL	Ingeniería y afines	Mujer	643
UNICAFAM	Ingeniería y afines	Hombre	214
UNICAFAM	Ingeniería y afines	Mujer	165
<b>TOTAL MATRICULADOS</b>			<b>9,440</b>

<b>TOTAL ESTUDIANTES GRADUADOS (100%-70%)</b>	<b>2,832</b>
---	--------------

TAMAÑO DE LA MUESTRA	
MARGEN DE ERROR	5%
TOTAL POBLACION	2,832
NIVEL DE CONFIANZA	95%
<b>TOTAL MUESTRA</b>	<b>338.3683033</b>

## 7.2. Determinación de la muestra

Una vez determinada la población objetivo, se la aplicó la fórmula para determinar el tamaño de la muestra de la encuesta.

Z = Desviación de la muestra (confianza) = 95%

P = Probabilidad de éxito = 0.05

Q = Probabilidad de fracaso = 0.05

e = Error de muestreo = 5%

$$1 - \alpha = 95\%$$

$$Z = 1,96\%$$

$$n_0 = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{0.95^2 * 0.5 * 0.5}{0.005^2} = \frac{1.96^2 * 0.25}{0.0025}$$

$$n_0 = \frac{3.84 * 0.25}{0.0025} = \frac{0.96}{0.0025} = 384$$

$$n_1 = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 + 1}{n}} = \frac{384}{1 + \frac{384 - 1}{2832}}$$

$$n_1 = \frac{384}{0.135} = 338$$

Para la elaboración de la encuesta (véase anexo A) que se aplicó a la muestra obtenida, se tuvieron en cuenta factores importantes para el análisis del proyecto como la edad, la caracterización de la población objetivo, el núcleo básico del conocimiento al que pertenece el programa académico del estudiante, entre otros.

El objetivo de este cuestionario fue determinar el interés existente en los estudiantes por generar nuevos proyectos de emprendimiento, el nivel de aceptación que puede tener la propuesta de negocio de brindar acompañamiento técnico en el proceso de gestión del mismo y la viabilidad de dicha propuesta de negocio.

El instrumento contó enteramente con preguntas cerradas de única respuesta que permitieran generar una caracterización inicial suficiente de las personas y ofrecieran mayor facilidad y claridad a quienes lo diligenciaron y adicionalmente, evitar ambigüedades en su posterior análisis.

### **7.3. Difusión y aplicación de la encuesta**

Para la realización de la encuesta, se destinaron algunos días y se hizo el correspondiente desplazamiento a las universidades Nacional, Distrital, Eccí, Unicafam y Sena Centro Metalmecánico. Se contó con apoyo de amigos y familiares estudiantes en cada institución para lograr abarcar un mayor número de encuestados y lograr un mayor nivel de confiabilidad en las respuestas.

**RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

GENERO	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
MUJERES	130	38.01%				
HOMBRES	212	61.99%				
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>				

**EDAD**

20-25 AÑOS	229	66.96%	141	66.51%	88	67.69%
26-35 AÑOS	89	26.02%	50	23.58%	39	30.00%
36 o más	24	7.02%	21	9.91%	3	2.31%
	<b>342</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

**PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR**

SI HAN INNOVADO	116	33.92%	66	31.13%	50	38.46%
NO HAN INNOVADO	226	66.08%	146	68.87%	80	61.54%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

**QUIERE EMPRENDER CON SU PROYECTO**

SI QUIERE EPRENDER	101	87.07%	59	89.39%	39	78.00%
NO QUIERE EMPRENDER	15	12.93%	7	10.61%	11	22.00%
	<b>116</b>	<b>100.00%</b>	<b>66</b>	<b>100.00%</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

**QUIERE EMPRENDER PROYECTO**

SI QUIERE EPRENDER	306	89.47%	189	89.15%	117	90.00%
NO QUIERE EMPRENDER	36	10.53%	23	10.85%	13	10.00%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

**FUENTES BENEFICAS DE FINANCIACION**

SI LAS CONCE	309	90.35%	194	91.51%	115	88.46%
NO LAS CONOCE	33	9.65%	18	8.49%	15	11.54%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

**OPTARIA POR LAS FUENTES BENEFICAS DE FINANCIACION**

SI OPTARIA	329	96.20%	196	92.45%	124	95.38%
NO OPTARIA	13	3.80%	16	7.55%	6	4.62%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

**CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIA**

SI LOS POSEE	11	3.22%	10	4.72%	5	3.85%
NO LOS POSE	331	96.78%	202	95.28%	125	96.15%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

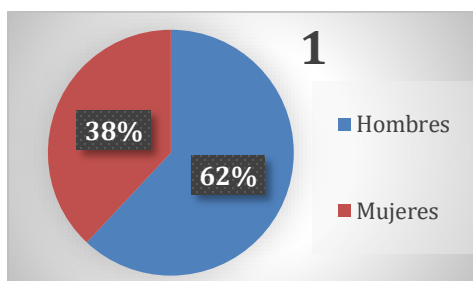
**RECIBIRIAN ASESORIA**

SI RECIBIRIAN ASESORIA	324	94.74%	199	93.87%	126	96.92%
NO RECIBIRIAN ASESORIA	18	5.26%	13	6.13%	4	3.08%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

#### 7.4. Análisis de la información aportada por la aplicación de la encuesta

##### Pregunta No.1

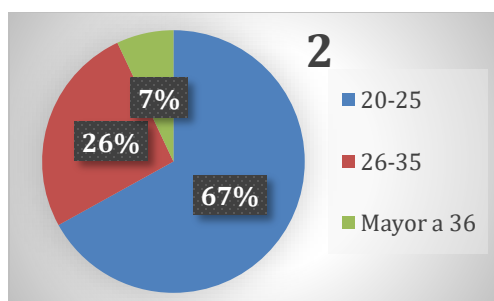
El 38% de los encuestados fueron mujeres y el 62% hombres.



La mayor participación de los hombres se debe a que históricamente los programas de ingeniería y afines han sido elegidos mayoritariamente por hombres; aunque en los últimos años, la incursión de las mujeres en estos programas ha ido en aumento. Esto significa para el proyecto que el servicio debe tener en cuenta las características de los hombres como de las mujeres universitarias y en equipos de asesores se debe contar con personal especializado de ambos géneros.

##### Pregunta No.2

Del total de encuestados, el 67% están entre los 20 a 25 años, el 26% entre 26-35 años y el 7% son mayores de 36 años.

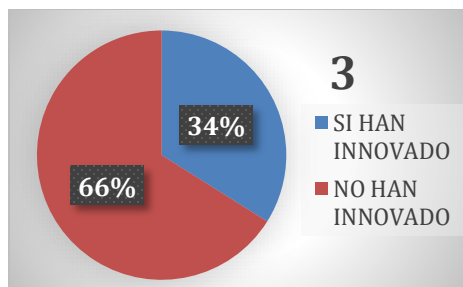


Se evidencia que cada vez los estudiantes están culminando sus carreras y programas a una edad menor tanto en universidades como institutos, además se concluye que los programas de ingeniería y afines, no son muy demandados por los estudiantes de mayor edad. También

estos datos permiten inferir la necesidad de ofrecer servicios acordes con las tecnologías de la información y la comunicación, tendencia que se presenta en la población más joven.

### **Pregunta No.3**

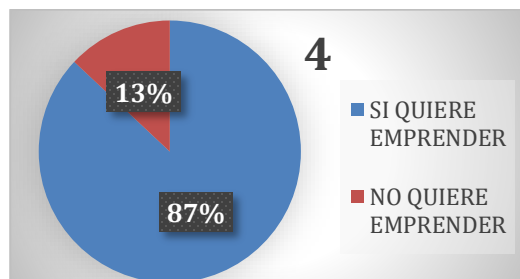
El 34% de los encuestados, ya han generado un producto o servicio innovador. El 66% no lo ha hecho.



Al ser los estudiantes ingeniería y afines que se encuentran finalizando el curso de su programa la población objetivo, se creería que es normal que estos cuenten con experiencia en desarrollos de proyectos relacionados, pero se evidenció que no es así y muchos de estos no cuentan con esta experiencia. Además, para la oferta de servicios se deberá tener en cuenta que si bien los estudiantes de ingeniería tienen particular énfasis en innovación de producto y de procesos, resulta fundamental asesorar y acompañar a estos jóvenes en la concepción de modelos de negocio.

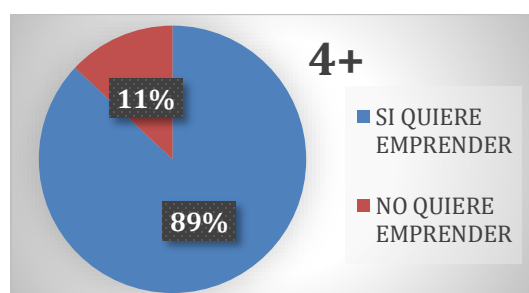
### **Pregunta No.4**

El 87% de los que han desarrollado un producto innovador, sí les gustaría emprender un proyecto productivo con su producto.



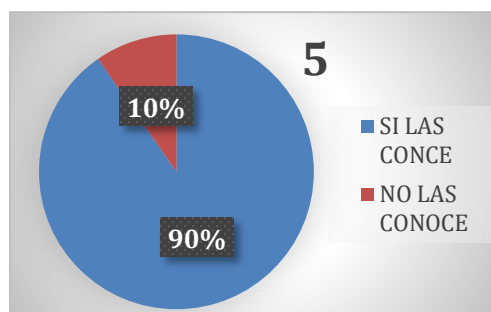
Del total de estudiantes que respondieron “SI” en la pregunta cuatro (4), se descubrió en un cruce de información con la pregunta tres (3), que la mayor parte de ellos gustaría por continuar con el desarrollo de sus proyectos y llevarlos a un nivel más profesional y lograr mayor certeza en conquistar un mercado objetivo.

De todos los encuestados, a pesar de no haber generado un proyecto innovador, también gustaría de emprender un proyecto productivo el 89%. Estas respuestas orientan sobre la necesidad de ofrecer servicios de asesoría y acompañamiento con equipos interdisciplinarios.



#### Pregunta No.5

El 90% de los encuestados, conoce las fuentes de financiación para emprendedores.

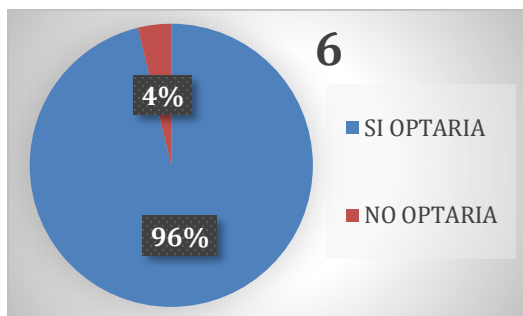


Se muestra que el 90% de los encuestados dice conocer al menos una fuente de financiación alterna a las entidades crediticias tradicionales. Tales como programas gubernamentales de fomento al emprendimiento, crowdfunding, el Fondo Emprender, Bancoldex, Banca de oportunidades, HubBog, Innpulsa, Corporación Ventures, Colciencias, Tecno-parques, Sisclima.



### Pregunta No.6

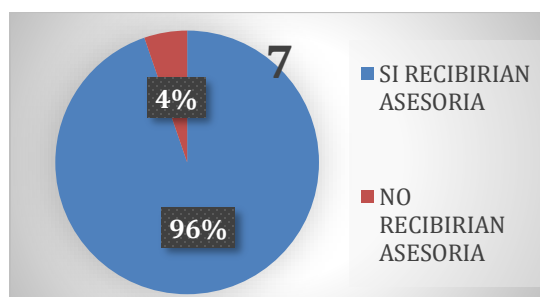
El 96% de los encuestados, le gustaría acceder a las fuentes de financiación que se ofrecen a los emprendedores.



El que al 96% de los participantes de la encuesta manifiestan interés por acceder a fondos de financiación alternos a la banca tradicional debido a las tasas de interés más atractivas y a otros incentivos que hacen más beneficiosa su obtención. Estos datos permiten identificar una línea de servicio para los emprendedores, relacionada con información el portafolio de servicios de diversas fuentes de financiamiento tanto públicas como privadas y la asesoría en la sustentación de sus proyectos (Pitch) a esas fuentes de financiación.

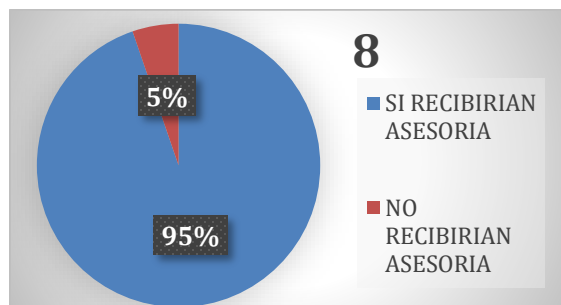
### Pregunta No.7

El 96% de los encuestados considera que no tiene los conocimientos y experiencia necesarios para emprender con acierto. Esto significa que además de las competencias en el área específica de formación en ingeniería y afines, es indispensable ofrecer capacitaciones en marketing, aplicación de tecnologías digitales, administración e impuestos.



### Pregunta No.8

El 95% de los encuestados expresa que sí les gustaría recibir asesoría especializada para obtener la financiación deseada y el desarrollo acertado de su proyecto.



Se evidencio que la oferta de asesoría profesional en el desarrollo de sus proyectos es altamente atractiva para los estudiantes de programas de ingeniería y afines ya que consideran que contar con dicho apoyo ofrece mayor oportunidad de llevar acabo sus proyectos de forma satisfactoria debido al desconocimiento que suele haber a la hora de emprender un proyecto productivo.

El resultado de la encuesta, permite concluir que la necesidad de asesoría a los emprendedores y que la oportunidad de prestar este servicio de asesoría es atractiva desde el punto de vista de la demanda.

## 8. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE SERVICIOS PARA JÓVENES UNIVERSITARIOS

De acuerdo con lo establecido en La Ley 1014 de 2006, y reglamentado mediante el Decreto 1192 de 2009, la Red Nacional de Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tiene por objeto:

- Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
- Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
- Conformar mesas de trabajo.
- Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.
- Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.

La Red Nacional de Emprendimiento está conformada por:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien lo preside.
- Ministerio de Educación Nacional.
- Ministerio de la Protección Social.
- La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.
- Departamento Nacional de Planeación.
- Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.
- Programa Presidencial Colombia Joven.

- Tres representantes de las instituciones de educación superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.
- Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
- Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.
- Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
- Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Un representante de las cajas de compensación familiar.
- Un representante de las fundaciones dedicadas al emprendimiento.
- Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Mediante el Decreto 1074 de 2015 se crea el Fondo de Modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresas y se asigna a Bancoldex para administrar los fondos destinados al fomento del emprendimiento.

A Nivel regional, existen las Redes Regionales de Emprendimiento que tienen las mismas funciones de la Red Nacional de Emprendimiento, pero a nivel de cada región, y su conformación está dirigida por la Gobernación y entidades locales.

En Bogotá, mediante el Decreto 284 de 2010, el Alcalde delegó en la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, la representación legal de la Red Regional para el Emprendimiento, cuyo objeto es el de establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento; formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura referida; conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley; ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos.

La Cámara de Comercio de Bogotá, mediante una página web “Bogotá Emprende”, desarrolla un programa que presta servicios de asesoría y acompañamiento a Emprendedores. En esta página, se ofrecen gratuitamente simuladores financieros, también contiene una sección “Evalúe su Proyecto” donde el emprendedor puede identificar su DOFA, y finalmente, determinar la viabilidad financiera de su negocio.

La Secretaría Distrital de Bogotá, ha creado campañas y concursos para fomentar iniciativas de emprendimiento, que requiera respaldo para el fortalecimiento de sus capacidades y habilidades, por medio de las tecnologías digitales que incorporan la posibilidad de crear, innovar y transformar positivamente la sociedad. Los seleccionados tienen derecho a 16 talleres prácticos de capacitación.

Existen algunas organizaciones enfocadas a impulsar el emprendimiento, a través de las cuales se podrá mejorar las aptitudes como emprendedor y darle un giro positivo a su negocio en cuanto a estrategias, contactos y financiación:

**Innpulsa:** Es una organización creada en 2012 por el gobierno nacional con el fin de gestionar el crecimiento empresarial en Colombia, promoviendo la innovación, el emprendimiento y la productividad. Los principales objetivos de Innpulsa son brindar recursos de servicios especializados a los emprendedores, ayudarlos a conseguir financiación, incidir de forma positiva en la mentalidad y cultura de todos los colombianos para que migren a la innovación, e incrementar la competitividad de las empresas del país.

**Fondo emprender:** El Fondo Emprender fue creado por el gobierno nacional, y se encuentra adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje –Sena–. Su presupuesto está destinado a apoyar proyectos de emprendimiento o planes de negocio de personas con las siguientes condiciones:

- Estudiantes del Sena que hayan finalizado la etapa lectiva de un programa de formación titulado, o egresados de estos programas, que pertenezcan al programa Sena empreder rural SER, con 200 horas de formación.
- Estudiantes de pregrados, de educación superior, que se encuentren cursando los dos últimos semestres, o que hayan culminado el 80% de los créditos.
- Técnicos, tecnólogos y profesionales universitarios, cuyos títulos sean reconocidos por el Estado.
- Ciudadanos colombianos que pertenezcan a poblaciones vulnerables, y que cuenten con 90 horas culminadas en programas o cursos relacionados con el objeto de su emprendimiento.

*Bancoldex:* Fundado como banco de desarrollo para el fomento al emprendimiento y el crecimiento empresarial, Bancoldex apalanca las microempresas, pymes y grandes empresas, así como a los compradores de productos colombianos en el exterior, permitiendo que estos accedan a servicios financieros. Este banco se comunica con sus usuarios a través de las entidades financieras, quienes solicitan el desembolso del dinero a Bancoldex y este, posteriormente, le otorga al cliente unas tasas más favorables, lo que comúnmente se conoce como bancos de segundo piso.

*HubBog:* es una compañía que apoya a los emprendedores. Funciona como un portal web que hace las veces de punto de encuentro para orientar los proyectos de emprendimiento, ofrecer el servicio de mentorías, asesorías, cursos prácticos, eventos y demás, para la capacitación en torno al mercado y las tendencias del emprendimiento en Colombia.

*Colombia digital:* La organización Colombia Digital busca promover la transformación de ideas innovadoras orientadas a mejorar la calidad de vida de los usuarios; busca fortalecer la

adopción y el manejo de la tecnología, promueve la competitividad utilizando las tecnologías de la información y las telecomunicaciones TIC, y apoya la implementación de programas tecnológicos en las empresas del Estado.

Adicionalmente, las Universidades Nacional, Distrital y Ecci, a través de sus “Unidades de emprendimiento e innovación” ofrecen:

- Crear espacios de participación que permita a los nuevos empresarios, explorar sus capacidades innovadoras y creativas necesarias para el diseño de una idea de negocio.
- Capacitar a los nuevos empresarios para diseñar su plan de negocio, base fundamental para estudiar la viabilidad de la empresa que busca crear y la gestión de las operaciones.
- Orientación de proyectos inscritos en la Unidad de Emprendimiento e Innovación en procesos de desarrollo de modelo de negocio, diseño y escalamiento de procesos, y gestión de las operaciones.
- Apoyo y documentación de la planeación, evaluación, ajuste e implementación de los proyectos y planes de negocio inscritos ante la Unidad de Emprendimiento e Innovación.
- Apoyo en el proceso de estructuración metodológica a proyectos de base tecnológica e innovadores inscritos ante la Unidad de Emprendimiento e Innovación.

Para el desarrollo de las actividades encaminadas al cumplimiento de los objetivos expuestos, mantienen convenios institucionales con la red Universitaria de Emprendimiento “REUNE” que realiza las siguientes áreas de trabajo: Formación, Investigación, Relaciones Institucionales y Promoción y Financiación.

Tanto la Universidad Nacional como la Universidad Distrital tienen centros de investigación y desarrollo científico, en diferentes áreas del conocimiento.

Las redes nacionales de investigación y educación son únicas por país y agrupan a universidades, centros de investigación, de desarrollo tecnológico e innovación, y demás entidades interesadas en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Existe también la Red nacional de investigación y educación en Colombia ·RENATA Colombia” que mediante su infraestructura avanzada y con la articulación entre actores, los afiliados de RENATA pueden desarrollar proyectos colaborativos de ciencia, educación e innovación, aprovechando sistemas de tele-presencia, computación de alto rendimiento, procesamiento masivo y distribuido, interconexión de laboratorios, acceso a recursos remotos, simulación en entornos virtuales compartidos, entre otros beneficios.

Competencia privada: a Nivel de Bogotá, existe una empresa dedicada a la asesoría de Negocios y de Emprendimiento, llamada Join & Start Up, y que en desarrollo de su objeto social, desarrolla las siguientes actividades de asesoría:

- Constitución de empresas
- Orientación para toma de decisiones
- Acompañamiento en trámites legales
- Asesoría de negocio y emprendimiento
- Planeación y ejecución de estrategias comerciales
- Apertura de mercados
- Cultura organizacional
- Coaching empresarial

Según un informe emitido por el Ministerio de Industria y Turismo:

La capacidad competitiva de las Empresas en Colombia es muy baja, se requiere elevar la productividad del país. Más de 10.000.000 de colombianos trabajan en la informalidad, es



indispensable movilizar al máximo el número de trabajadores hacia la economía formal. Los productos primarios corresponden al 56% de las exportaciones colombianas. Colombia representa tan solo el 17% de las exportaciones en el mundo, Los países que registran mayores niveles de inversión en actividades de investigación y desarrollo tecnológico, presentan altos niveles de crecimiento. A través de la medición de la inversión en Innovación y Desarrollo, en términos financieros, se miden los esfuerzos que hace un país en innovación tecnológica.

Acorde con el plan nacional de Desarrollo, se determinaron unos sectores de la Economía basados en la innovación (TIC, turismo, biotecnología, diseño, logística, salud, industrias creativas y culturales) para aplicar programas de desarrollo:

- Sector agropecuario (1,5 millones de hectárea restituidas y titularizadas a 160 mil familias)
- Vivienda (1 millón de nuevas viviendas, estructuración de 4 SITP\*\* y 28 planes de movilidad)
- Sector minero-energético (producción de hidrocarburos a 1,4 MMBPED\*, y de carbón a 124 millones de toneladas año)
- Infraestructura (2.000 de carreteras de doble calzada km operativos, 4.000 km de vías en el programa de rehabilitación y mantenimiento, 50.000 km de red terciaria intervenida).

Con el desarrollo de estos programas se busca alcanzar el crecimiento económico, el desarrollo social integral, mediante la innovación constante, para tal fin se requiere de varios actores de la Economía:

- Habilitadores: (TIC, educación, financiamiento, etc.)
- Movilizadores: (sector privado, alianzas universidad- empresa, etc.)

Este estudio permite concluir que pese a todas las acciones gubernamentales para incentivar el emprendimiento en nuestro país, falta mucho para llegar a los estándares deseados de desarrollo, que es necesario mayor emprendimiento, que el sector privado de la economía, como actor movilizador, debe contribuir y aquí se confirma la oportunidad de “Emprender Asesores SAS” entra a apoyar la generación de nuevos proyectos económicos, que generen nuevos puestos de empleo formal, dinamizar la economía y la competitividad del país.

## **9. TIPO DE EMPRESA LEGAL A CONSTITUIR Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA FUNCIONAR**

### **9.1. Información General de la Empresa**

Emprender Asesores S.A.S, se concibe como una sociedad por acciones simplificada, se constituirá mediante documento privado, elevado a Escritura Pública, debidamente registrada, y su inscripción debe ser realizada mediante el Registro Mercantil ante la Cámara de Comercio de Bogotá. Emprender Asesores S.A.S tendrá como objeto social: Servicios de Asesoría empresarial a Emprendedores.

La Sede principal de su domicilio social estará en la ciudad de Bogotá. La sociedad se conformará por cinco (5) accionistas fundadores, quienes se comprometen a suscribir y a pagar cada uno, un monto de 20 acciones de \$500.000 para un capital suscrito y pagado por accionista de \$10.000.000.

La Sociedad Emprender Asesores S.A.S, se constituye acorde con la Ley 1258 de 2008, con un capital Autorizado conformado por 2.000 Acciones a \$500.000 cada una, Para un total de \$1.000.0000.000. Sus socios fundadores, suscribirán un total de 100 acciones a \$500.000 cada una para un capital suscrito de cincuenta millones de pesos (\$50.000.000), el cual deberá ser cancelado en el transcurso del primer año hasta completar un capital suscrito y pagado de cincuenta millones de pesos (\$50.000.000).

Para llevar a cabo la formalización de la sociedad, se realizarán todos los trámites necesarios que a continuación se enumeran:

- a. Elaboración del Acta de Constitución y de sus estatutos, con la firma de todos sus socios asistentes.
- b. Nombramiento del Representante legal principal y Representante legal suplente.

- c. Solicitud de NIT y RUT ante la DIAN.
- d. Llevar Acta y Rut ante la Notaría, para la elaboración de la Escritura de Constitución.
- e. Firma de la Escritura de Constitución
- f. Registro de Escritura ante la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos.
- g. Matrícula y registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Bogotá.
- h. Solicitud de Certificado de Existencia y Representación a la Cámara de Comercio.
- i. Registro de ICA ante la Secretaría de Hacienda Distrital.
- j. Apertura de una Cuenta Bancaria.
- k. Solicitud ante la DIAN de autorización para facturar y definición de la facturación electrónica.
- l. Registro de la Compañía ante las siguientes entidades: Caja de Compensación Familiar, Sena, ICBF, y Entidad ARL.
- m. Compra del Software Contable y del Software para facturación electrónica.

La Sociedad Emprender Asesores S.A.S mantendrá un alto sentido de responsabilidad frente a las necesidades del cliente a través del fortalecimiento de su cadena de valor, soportado en principios y valores éticos, de responsabilidad social y ambiental. Para tal fin, determinó metas y fijo valores y principios a cumplir, en el desarrollo de su objeto social y en todas las relaciones y las comunicaciones tanto con el cliente interno como el externo y con todo su entorno.

## **9.2. Misión**

Prestar servicios de “Asesoría a Emprendedores”, en el desarrollo de sus proyectos productivos, desde su etapa de viabilidad, hasta la puesta en marcha, contribuyendo a la

obtención de la financiación requerida por nuestros clientes y al del éxito en su emprendimiento; con apoyo de nuevas tecnologías y personal altamente calificado.

### **9.3. Visión**

Emprender Asesores S.A.S, proyecta posicionarse en el mercado nacional, como una compañía de Asesoramiento a Emprendedores. Nuestro compromiso se enfoca en la satisfacción del cliente, bienestar laboral y social y rentabilidad.

### **9.4. Valores**

*Responsabilidad.* Realizar el trabajo diario con plena conciencia de las implicaciones que tienen cada una de nuestras acciones a nivel personal, laboral e incluso social y moral; la responsabilidad está asociada y definida acorde al nivel organizacional establecido en Emprender Asesores S.A.S.

*Cumplimiento.* Cumplir con las obligaciones concertadas por Emprender Asesores S.A.S y los trabajadores acorde a las funciones y responsabilidades inherentes al cargo desempeñado, en los tiempos esperados y con la calidad requerida.

*Compromiso.* Es una alianza concertada entre los trabajadores y la empresa, la cual aceptan respetar y cumplir, esto con el fin de construir objetivos personales y organizacionales conjuntos.

*Respeto.* El respeto implica aceptación de las diferencias personales, laborales, sociales, culturales, de ideas y criterios que nos deben permitir el dialogo y trabajo considerando dichas diferencias de manera recíproca.

## **9.5. Principios**

*Honestidad.* Realizará cada día nuestro trabajo haciendo uso adecuado de los recursos que tenemos, manejo de información confidencial y con actuar transparente en nuestras acciones diarias sin anteponer nuestros intereses a los intereses de la organización.

*Lealtad.* Cumplir fielmente y de manera honorable con nuestro compromiso de no afectar la imagen de la organización.

## **9.6. Servicios**

- Formulación, gestión y evaluación de proyectos
- Conceptualización y diseño de procesos
- Gestión de la cadena de suministros
- Estudios de Mercadeo y Estrategias de Comercialización y ventas
- Logística de distribución
- Escalamiento industrial y de planta
- Diseño, gestión, control y documentación de procesos
- Análisis y gestión de costos, finanzas y evaluación financiera del proyecto
- Orientación, organización y apoyo en legislación de empresas

Cada asesoría que se contrate, quedará definida mediante una propuesta presentada y un contrato escrito debidamente elaborado, donde se especifiquen claramente el alcance del servicio a prestar, el precio del servicio, el tiempo y demás, cláusulas que se convengan. Adicionalmente, se acompañará de las pólizas de cumplimiento necesarias. El servicio de Asesoría contará con las siguientes actividades:

Los emprendedores contarán con el acompañamiento y apoyo de un grupo Interdisciplinario especializado según sean requeridos para el proyecto. El acompañamiento empresarial será realizado por etapas.

a. Se establecerán los objetivos y procedimientos necesarios para el proyecto, así como sus mecanismos de control y evaluación, se analizarán también los recursos necesarios y se establecerá el alcance teniendo presente la perspectiva del cliente.

b. Se establecerá una hoja de ruta con el plan de ejecución del proyecto, donde se van desarrollando las siguientes actividades:

- Plan de Trabajo
- Carta de Inicio de labores del Asesor
- Visitas de seguimiento a actividades
- Acompañamiento Virtual y telefónico, para resolución de dudas.
- Trabajos de Campo
- Informes parciales y finales
- Acta de finalización y cierre de Asesoría.

### **9.7. Segmentos de mercado**

Como se determinó al inicio de este proyecto, el segmento de mercado objetivo para esta empresa son jóvenes universitarios de ingeniería y afines interesados en emprender, ubicados en la ciudad de Bogotá.

Una adecuada organización del área de mercadeo, permitirá a la empresa cumplir con sus metas trazadas y ejecutar el monto de ventas, acorde con lo planeado.

### **9.8. Estrategias de comercialización**

Para incursionar en el mercado, la empresa dará a conocer su servicio, a través de pautas en radio, presencia en Redes Sociales, página Web, tarjetas de presentación y flyers, y haciendo presencia en las Universidades para generar deseo de emprender en los estudiantes y ofrecer la asesoría a sus proyectos emprendimiento.

*Slogan: “Emprender Asesores S.A.S fortaleciendo a Colombia una empresa a la vez”.*

### **9.9. Recursos humanos**

El talento humano será un aspecto fundamental para Emprender Asesores SAS, porque su objeto social se soportará en el conocimiento, en el profesionalismo y en la experiencia de su personal. Será el talento humano quien permita encaminar las acciones planificadas por la empresa, al éxito.

La capacitación y estímulos al personal son aspectos fundamentales para tener un nivel de compromiso por parte del personal hacia la empresa, se debe buscar la participación activa de los todos los miembros para encaminar la consecución de los objetivos. El recurso Humano debe ser un nivel de connotación de fortaleza de alto impacto.

El recurso humano relacionado dispuestos a colaborar en este proyecto, será consultado, y contratado, de acuerdo con las necesidades que surjan, en cada servicio de Asesoría a ejecutar.

Y su forma de contrato puede ser por servicios y por el tiempo que se estime necesario para cada caso. En el evento en que el tipo de emprendimiento a asesorar requiera de un profesional especializado en una disciplina no disponible, será contratado para ese proyecto específico.



La Sociedad Emprender Asesores S.A.S, espera contar con el siguiente personal humano, altamente calificado para dar respuesta a los compromisos que espera tomar:

- Dago Ernesto Segura Melgar, administrador de empresas, con especialidad en gerencia de mercadeo estratégico.
- Rubén Darío Celis Melgar, ingeniero industrial.
- Sandra Liliana Melgar Chica, abogada, con especialización en contratación estatal.
- Yamid Sierra Ebrath, abogado, con especialización en derecho de familia.
- Rafael Charris Jáuregui, ingeniero químico, especialista en mercadeo y ventas.
- Javier Eduardo Morales Melgar, ingeniero electrónico, con experiencia en equipos de inspección y técnicas de inspección en el sector de hidrocarburos.
- Yessica Paola Rodríguez Medina, contadora pública con especialización en régimen tributario
- Dagoberto Segura Urbano, Administrador Público, con especialidad en Gestión Pública y en Gerencia Hospitalaria.
- María Melgar Escobar, contador público, con especialización en revisoría fiscal.
- Juan David Moyano G, tecnólogo en programación

#### **9.10. Recursos financieros**

El área financiera de la empresa debe ser manejada eficientemente, para asegurar el correcto uso de sus recursos, adicionalmente, se debe asegurar el registro correcto de las operaciones diarias que la empresa genera, y el suministro veraz y oportuna de la información para la toma de decisiones y para el direccionamiento estratégico de la Empresa.

Como la sociedad a constituir es una S.A.S, (Sociedad Anónima Simplificada), sus socios fundadores se comprometen a suscribir un total de 100 Acciones, de \$500.000 cada una. Y a cancelarlos en el transcurso del primer año. Se espera recaudar la suma de cincuenta millones de pesos, que conformará el capital de trabajo, de la Sociedad. El pago de sus acciones, en dinero, y o bienes que aporten, conformará los Activos con los que dará inicio. Y el efectivo, constituirá el capital de trabajo para comenzar a operar.

Para el funcionamiento y recepción de los clientes, se tomará en alquiler un local comercial, ubicado en un edificio en sector de Galerías, con un precio tentativo de seiscientos mil pesos (\$600.000) mensuales.

Será necesario hacer algunas inversiones en activos, consistente en la adquisición de tecnología. A continuación, se muestra esta inversión.

**Tabla 1.** Inversión de activos

EMPRENDE ASESORES S.A.S			
INVERSION INICIAL EN ACTIVOS	Cant.	Untario	Total
Computador Portátil, con Office 365 y Antivirus	1	1,800,000	1,800,000
Computador Portátil Usado	1	800,000	800,000
Impresora	1	500,000	500,000
Scanner	1	300,000	300,000
Mesa para reuniones	1	1,000,000	1,000,000
Sillas	4	250,000	1,000,000
Escritorio	1	700,000	700,000
Silla Escritorio	1	300,000	300,000
Accesorios para Oficina		300,000	300,000
Software contable y de facturación electrónica	1	5,000,000	5,000,000
Software Antivirus	1	500,000	500,000
Página Web	1		1,000,000
Gastos de Constitución			2,000,000
<b>Total inversión inicial</b>			<b>15,200,000</b>

### 9.11 Proyección de Ingresos Costos, Gastos y Rentabilidad

Teniendo en cuenta que el potencial de clientes de “Emprender Asesores S.A.S”, lo constituyen en su mayoría, personas que apenas incursionan en el mercado empresarial, con poca disponibilidad de recursos económicos, y dada la necesidad y el deseo de esta Empresa de

incursionar en el mercado, el precio inicial de Asesoría, se establece en \$60.000 pesos hora.

Dependiendo de la complejidad de cada proyecto, y si se requiere de un personal especializado, se definirá con el Cliente su precio.

Se espera para el primer año de funcionamiento, ejecutar servicios de unos 30 proyectos, con utilización promedio de 150 horas por proyecto. A continuación se muestra el cuadro de la proyección de ingresos para el primer año de funcionamiento.

**Tabla 2.** Proyección de ingresos

EMPRENDE ASESORES S.A.S					
Proyección Ingresos Primer año	No. Proyectos	Horas Proyecto	Total Horas	Precio Hora	Total año Ingresos
Proyectos Ejecutados	30	150	4,500	60,000	270,000,000

**Tabla 3.** Proyección de costos

EMPRENDE ASESORES S.A.S					
Proyección Costos y gastos Primer año	No. Proyectos	Horas Proyecto	Total Horas	Costo Hora	Total año Costo
Proyectos Ejecutados	30	150	4,500	40,000	180,000,000
Desplazamientos					10,000,000
Salarios, Asistente	1				19,214,000
Impuesto de ICA					1,863,000
Pólizas de cumplimiento	30				1,800,000
Arriendo local					7,200,000
Papelería y útiles					1,200,000
Depreciación y Amortiz.					2,740,000
Energía, agua, teléfono e internet					2,160,000
Imprevistos y otros					5,000,000
T.Costos y Gtos proyectados					231,177,000

**Tabla 4.** Rentabilidad

Utilidad antes de Impuesto de rer	38,823,000
Impuesto de Renta Estimado	12,812,000
Utilidad Neta primer año	26,011,000
% de Rentabilidad Neta	9.6%

En este cuadro se presenta los costos y gastos proyectado para el primer l años, y la rentabilidad que generaría, con un indicador del 9.6%

**Tabla 5.** Flujo de efectivo

EMPRENDER ASESORES S.A.S	
<b>FLUJO DE EFECTIVO PARA EL PRIMER AÑO</b>	
Saldo inicial de Efectivo	
Recaudo por aportes de Accionistas	50000000
Recaudo de cartera	216000000
<b>Total recaudos de efectivo proyectados</b>	<b>266000000</b>
Egresos por:	
Compras inversión inicial en Activos	15200000
Costos y gastos realizados	228437000
<b>Total Egresos proyectados</b>	<b>243637000</b>
<b>Saldo Final Efectivo al final del primer año</b>	<b>22363000</b>

**Tabla 6.** Estado de situación financiera

EMPRENDER ASESORES S.A.S		
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		Primer Año
EFFECTIVO		22,363,000
CUENTAS POR COBRAR-CLIENTES		54,000,000
ACTIVO FIJOS Y OTROS ACTIVOS	15,200,000	
DEPREC.Y AMORTIZACIONES	2,740,000	12,460,000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>88,823,000</b>
PASIVOS:		
IMPUESTO DE RENTA POR PAGAR		12,812,000
PATRIMONIO		
ACCIONES SUSCRITAS Y PAGADAS	50,000,000	
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	26,011,000	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>76,011,000</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>		<b>88,823,000</b>

**Tabla 7.** Determinación del punto de equilibrio primer año

EMPRENDER ASESORES S.A.S			
DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO			Primer Año
COSTOS FIJOS			32,514,000
COSTOS VARIABLES			198,663,000
<b>Total Costos</b>			<b>231,177,000</b>

$$PE: \frac{CF}{1-CVT/VTAS \text{ TOTAL}} = \frac{32514000}{1-198.663.000/270.000.000} = \frac{32514000}{0.264211111} = 123,060,684$$

PE: Monto de ventas mínimas **123,060,684**

PE: Horas de Asesoría mínimas **2,051**

En estos cuadros se muestra Los estados financieros proyectados de Estado de Situación Financiera y Flujo de Efectivo. También se determina el punto de equilibrio para ese primer año, determinando que se debería vender un mínimo de \$94.295.807, para no iniciar a perder. Este monto equivale a un mínimo de 1572 horas de asesoría, correspondiente a 11 proyectos a ejecutar en el año.

**Tabla 8.** Salarios Proyectados

<b>PROYECCION SALARIOS</b>	<b>TOTAL AÑO</b>	<b>21.83%</b>
SUELDOS	12,000,000.00	21.02%
AUXILIO DE TRANSPORTE	1,054,080.00	9.00%
PRESTACIONES SOCIALES	2,619,600.00	
APORTES A SEGURIDAD SOCIAL	2,460,000.00	
APORTE A PARAFISCALES	1,080,000.00	
	<u>19,213,680.00</u>	
IMPUESTO ICA	1,242,000.00	
POLIZAS	1,500,000.00	

**Fuente.** Dago Segura

## 10. CONCLUSIÓN

- Como resultado al trabajo de campo se pudo determinar la necesidad de asesoría a jóvenes emprendedores y la oportunidad de ejecutar este negocio.
- El desarrollo de este trabajo de emprendimiento está basado en la latente necesidad por parte de los estudiantes y futuros emprendedores, de plantear adecuadamente sus propuestas, para lograr buenas fuentes de financiación y la gestión exitosa de sus proyectos.
- En cuanto al planteamiento del proyecto para la Empresa Emprender Asesores S.A.S, se pudo generar un escenario positivo para que el proyecto alcance un retorno al cabo de su primer año de Gestión. Además, en dicho escenario es posible lograr el punto de equilibrio con solo la ejecución del 35% de las horas de Asesoría total proyectadas.
- En este proyecto, se logra iniciar con el apalancamiento de sus accionistas, evitando acceder al sistema financiero tradicional, que incrementaría los costos del proyecto, menguando su rentabilidad.
- El proyecto pretende a través de los procesos de capacitación, asesoría, y acompañamiento, que las empresas en trámite de creación, como también las que en la actualidad venden y/o prestan servicios, tengan la oportunidad de evaluación, con el fin de reorientar los procesos con miras a un mayor rendimiento, y a una producción más eficiente.

## 11. REFERENCIAS

- Dinero. (2017). *Fuentes de financiación de emprendedores en Colombia*. Recuperado de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/fuentes-de-financiacion-de-emprendedores-en-colombia/243075>
- Dinero. (2017). *Formas de financiación para emprendedores en Colombia*. Recuperado de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/formas-de-financiacion-para-emprendedores-en-colombia/241442>
- Dinero. (2017). *Reporte global de emprendimiento*. Recuperado de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/reporte-global-de-emprendimiento-ager-2016-resultados-colombia/245668>
- Fluup Tech. (2017). *Estudio sobre emprendimiento en Colombia*. Recuperado de FLUUP: <http://fluup.co/2017/01/estudio-sobre-emprendimiento-en-colombia/>
- Garces, O. (2018). *Gobierno anuncia línea de crédito de 130 mil millones para emprendedores*. Recuperado de WRADIO: <http://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/gobierno-anuncia-linea-de-credito-de-130-mil-millones-para-emprendedores/20180911/nota/3798082.aspx>
- Méndez, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos enfoque para emprendedores*. 9a. ed. Bogotá D.C: Innovate Publishing.

Buffett Mary & Clark David, *Buffettology*, pag 74 Antecedentes de Empresa. Los primeros registro sobre Empresa, se encuentran en las tablas de barro de Babilonia, que contiene información sobre propiedades, sobre hipotecas, se hacían préstamos La historia de empresa

Redacción Economía. (2017). *Estudio revela los obstáculos que enfrentan los emprendedores en Colombia*. Recuperado de El Espectador: <https://www.elespectador.com/economia/estudio-revela-los-obstaculos-que-enfrentan-los-emprendedores-en-colombia-articulo-722001>

República, C. d. (2008). Ley 1258 del 2008. Bogotá D.C: Imprenta nacional.

República, C. d. (s.f.). Código del comercio Art 40. Bogotá D.C: Imprenta nacional.

Thompson, I. (2006). Definición de empresa. *Promonegocios. Net*. Recuperado de la página: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicionconcepto.html> [Acceso 28 de junio de 2012].

Banca de oportunidades. (s.f.). *Bancadeoportunidades.gov.co*. Obtenido de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/index.php/quienes-somos?current=/convocatorias-contratadas/272>

Definicion MX. (17 de 11 de 2014). *Concepto.de*. Obtenido de

<https://concepto.de/empresa/#ixzz5SLTN3eUK>

encolombia.com. (03 de 06 de 2018). *Programas del Orden Nacional de Apoyo A*

*Emprendimientos*. Obtenido de

<https://encolombia.com/economia/economicolombiana/emprendimiento/programasdelordennacional/>



Kienyke.com. (09 de 07 de 2018). *Kienyke.com*. Obtenido de <https://www.kienyke.com/emprendimiento/como-va-colombia-en-materia-de-emprendimiento>

Portafolio. (30 de 09 de 2016). *Portafolio.co*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/apoyo-emprendimiento-colombianos-500697>

Portafolio. (13 de 09 de 2018). *Portafolio.co*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/aveces-es-mas-dificil-cerrar-una-firma-que-abrirla-521139>

Revista Dinero. (15 de 05 de 2014). *Dinero.com*. Obtenido de <https://www.dinero.com/especiales-comerciales/consultoria/articulo/empresas-consultoria-colombia/196119>

## 12. ANEXOS

### Anexo A. Encuesta

#### ENCUESTA DE APOYO Y EMPRENDIMIENTO DIRIGIDA A: EMPRENDEDORES

Buen día futuro emprendedor, mi nombre es: Dago Ernesto Segura Melgar

Yo, como estudiante de la especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico, de la Universidad Surcolombiana, esto interesado en conocer su opinión sobre el apoyo, gestión y fomento de nuevos proyectos de emprendimiento y emprendedores.

Esta encuesta pretende abordar temas de gran importancia para usted y su futuro proyecto de inversión: la financiación y la correcta ejecución de los recursos.

Estimado encuestado, por favor responder la encuesta, bajo el seguimiento de las siguientes instrucciones:

1. Leer bien el enunciado de cada pregunta.
2. Marcar con una “-x” la opción de respuesta con la cual se identifique.
3. Solicitar la explicación respectiva en caso de no comprender alguna pregunta.
4. Responder con sinceridad, tomando en cuenta que la encuesta es anónima.

#### FASE DE ACERCAMIENTO

1. Genero	
Masculino	
Femenino	

2. Edad	
20-25	
26-35	
Mayor a 36	

	FASE DE PROFUNDIZACION	SI	NO
3	Ha diseñado un producto innovador que podría explotar?		
4	Le gustaría emprender un proyecto de negocio con su producto?		
5	Conoce las fuentes de financiación que ofrece el gobierno para emprendedores?		
6	Optaría por estas fuentes de financiación para financiar su proyecto productivo?		
7	Posee el conocimiento y la experiencia necesarios para desarrollar su proyecto productivo acertadamente?		
8	Le gustaría recibir asesoría especializada para obtener la financiación deseada y el desarrollo acertado de su proyecto?		

**Fuente.** Dago Segura

**Anexo B. Salarios Proyectados**

<b>PROYECCION SALARIOS</b>	<b>TOTAL AÑO</b>	<b>21.83%</b>
SUELDOS	12,000,000.00	21.02%
AUXILIO DE TRANSPORTE	1,054,080.00	9.00%
PRESTACIONES SOCIALES	2,619,600.00	
APORTES A SEGURIDAD SOCIAL	2,460,000.00	
APORTE A PARAFISCALES	1,080,000.00	
	<u>19,213,680.00</u>	
IMPUESTO ICA	1,242,000.00	
POLIZAS	1,500,000.00	

**Fuente.** Dago Segura

### Anexo C. Proyección financiera primer Año

EMPRESER ASESORES S.A.S			
INVERSION INICIAL EN ACTIVOS	Cant.	Untario	Total
Computador Portátil, con Office 365 y Antivirus	1	1,800,000	1,800,000
Computador Portátil Usado	1	800,000	800,000
Impresora	1	500,000	500,000
Scanner	1	300,000	300,000
Mesa para reuniones	1	1,000,000	1,000,000
Sillas	4	250,000	1,000,000
Escritorio	1	700,000	700,000
Silla Escritorio	1	300,000	300,000
Accesorios para Oficina		300,000	300,000
Software contable y de facturación electrónica	1	5,000,000	5,000,000
Software Antivirus	1	500,000	500,000
Página Web	1		1,000,000
Gastos de Constitución			2,000,000
<b>Total inversión inicial</b>			<b>15,200,000</b>

EMPRESER ASESORES S.A.S					
Proyección Ingresos Primer año	No. Proyectos	Horas Proyecto	Total Horas	Precio Hora	Total año Ingresos
Proyectos Ejecutados	30	150	4,500	60,000	270,000,000

EMPRESER ASESORES S.A.S					
Proyección Costos y gastos Primer año	No. Proyectos	Horas Proyecto	Total Horas	Costo Hora	Total año Costo
Proyectos Ejecutados	30	150	4,500	40,000	180,000,000
Desplazamientos					10,000,000
Salarios, Asistente	1				19,214,000
Impuesto de ICA					1,863,000
Pólizas de cumplimiento	30				1,800,000
Arriendo local					7,200,000
Papelería y útiles					1,200,000
Depreciación y Amortiz.					2,740,000
Energía, agua, teléfono e internet					2,160,000
Imprevistos y otros					5,000,000
<b>T.Costos y Gtos proyectados</b>					<b>231,177,000</b>

Utilidad antes de Impuesto de rer	38,823,000
Impuesto de Renta Estimado	12,812,000
Utilidad Neta primer año	26,011,000
% de Rentabilidad Neta	9.6%

**Fuente.** Dago Segura

### Anexo D. Estado de Situación financiera primer Año

EMPRENDER ASESORES S.A.S	
<b>FLUJO DE EFECTIVO PARA EL PRIMER AÑO</b>	
Saldo inicial de Efectivo	
Recaudo por aportes de Accionistas	50000000
Recaudo de cartera	216000000
<b>Total recaudos de efectivo proyectados</b>	<b>266000000</b>
Egresos por:	
Compras inversión inicial en Activos	15200000
Costos y gastos realizados	228437000
<b>Total Egresos proyectados</b>	<b>243637000</b>
<b>Saldo Final Efectivo al final del primer año</b>	<b>22363000</b>

EMPRENDER ASESORES S.A.S		
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		Primer Año
EFFECTIVO		22,363,000
CUENTAS POR COBRAR-CLIENTES		54,000,000
ACTIVO FIJOS Y OTROS ACTIVOS	15,200,000	
DEPREC.Y AMORTIZACIONES	2,740,000	12,460,000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>88,823,000</b>
PASIVOS:		
IMPUESTO DE RENTA POR PAGAR		12,812,000
PATRIMONIO		
ACCIONES SUSCRITAS Y PAGADAS	50,000,000	
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	26,011,000	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>76,011,000</b>
<b>TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO</b>		<b>88,823,000</b>

EMPRENDER ASESORES S.A.S		
DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO		Primer Año
COSTOS FIJOS		32,514,000
COSTOS VARIABLES		198,663,000
<b>Total Costos</b>		<b>231,177,000</b>

PE:  $\frac{CF}{1-CVT/VTAS\ TOTAL} = \frac{32514000}{1-198.663.000/270.000.000} = \frac{32514000}{0.264211111} = 123,060,684$

PE: Monto de ventas mínimas **123,060,684**

PE: Horas de Asesoría mínimas **2,051**

**Fuente.** Dago Segura

## Anexo E. Estadísticas de educación superior



## COBERTURA

## ESTADÍSTICAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR

### Subdirección de Desarrollo Sectorial

Fecha de actualización: Mayo de 2016

Elaborado por: Claudia Marcela Galvis Beltrán

Revisado por: Wilfer Orlando Valero Quintero

TASA DE ABSORCIÓN INMEDIATA	
Año	2014
ESTUDIANTES MATRICULADOS GRADO 11 (x-1)	503,862
ESTUDIANTES MATRICULADOS EN SNIES (x)	174,576
<b>TASA DE ABSORCIÓN INMEDIATA</b>	<b>34.6%</b>

La tasa de absorción inmediata se calcula tomando los estudiantes matriculados en grado 11 y registrados en SIMAT en el año X-1 y que aparecen registrados en SNIES en el año X

TASA BRUTA DE COBERTURA (CENSO 2005)		
Año	2014	2015
Matrícula en Pregrado	2,080,440	2,149,504
Población 17 - 21 años	4,356,453	4,349,823
<b>Tasa de Cobertura</b>	<b>47.8%</b>	<b>49.4%</b>

Fuente: MEN - SNIES, DANE Corte a mayo 16 de 2016

\*Cifras SENA ajustadas a diciembre de 2015

Tasa de graduación por nivel de formación	
2014	
Técnica Profesional	34.5%
Tecnológica	24.0%
TyT Agregado	27.0%
Universitaria	34.5%

Fuente: MEN. SPADIES. Abril de 2016

PARTICIPACIÓN MATRÍCULA TOTAL		
Nivel de Formación	2014	2015
Técnica Profesional	4.3%	4.1%
Tecnológica	27.7%	27.2%
Universitaria	61.7%	62.4%
Especialización	4.0%	3.8%
Maestría	2.2%	2.3%
Doctorado	0.2%	0.2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: MEN - SNIES Corte a mayo 16 de 2016

\*Cifras SENA ajustadas a diciembre de 2015

ESTUDIANTES EVALUADOS PRUEBAS SABER PRO POR SECTOR		
Sector	2014	2015
Oficial	86,777	82,799
Privado	134,331	133,702
<b>TOTAL</b>	<b>221,108</b>	<b>216,501</b>

Fuente: ICFES

\*Pruebas Genéricas

Títulos otorgados de educación superior por Área del conocimiento				
2010 - 2014				
Área del conocimiento	2010	Part%	2014*	Part%
AGRONOMIA, VETERINARIA Y AFINES	3,294	1.4%	7,516	2.2%
BELLAS ARTES	6,838	3.0%	10,770	3.1%
CIENCIAS DE LA EDUCACION	31,628	13.9%	34,518	10.0%
CIENCIAS DE LA SALUD	18,122	8.0%	25,215	7.3%
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS	48,470	21.3%	52,666	15.3%
ECONOMIA, ADMINISTRACION, CONTADURIA Y AFINES	68,555	30.2%	124,450	36.2%
INGENIERIA, ARQUITECTURA, URBANISMO Y AFINES	46,008	20.2%	81,847	23.8%
MATEMATICAS Y CIENCIAS NATURALES	3,999	1.8%	5,984	1.7%
SIN CLASIFICAR	330	0.1%	870	0.3%
<b>Total</b>	<b>227,244</b>	<b>100%</b>	<b>343,836</b>	<b>100%</b>

Fuente: Observatorio Laboral para la Educación . fecha de corte: octubre 2015

\* Incluye graduados del SENA

Tasa de graduación por área de conocimiento	
2014	
Agronomía, veterinaria y afines	25.8%
Bellas artes	34.1%
Ciencias de la educación	37.3%
Ciencias de la salud	43.0%
Ciencias sociales y humanas	37.2%
Economía, administración, contaduría y afines	34.1%
Ingeniería, arquitectura, urbanismo y afines	27.9%
Matemáticas y ciencias naturales	29.6%

Fuente: MEN. SPADIES. Abril de 2016

La tasa de graduación contabiliza el porcentaje de graduados para un grupo de estudiantes que ingresaron a primer curso en un mismo periodo académico (cohorte). Con el objeto de medir la eficiencia en la culminación, para el nivel universitario se calcula en el decimocuarto semestre y para técnico y tecnológico en el noveno semestre

## Anexo F. Matriculados en educación superior 2017

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

MATRICULADOS EN EDUCACIÓN SUPERIOR - COLOMBIA 2017

Fecha de corte de la información: Abril 6 de 2018

Fuente: Ministerio de Educación Nacional - Sistema Nacional de Información de la Educación Superior - SNIES

La información suministrada corresponde a lo reportado por las Instituciones de Educación Superior a través del SNIES

Institución de Educación Superior (IES)	Núcleo Básico del Conocimiento (NBC)	Sexo	Matriculados 2017
ECCI	Ingeniería industrial	Hombre	2443
ECCI	Ingeniería industrial	Mujer	1320
SENA	Ingeniería de minas	Hombre	187
SENA	Ingeniería de minas	Mujer	35
U. DISTRITAL	Ingeniería industrial	Hombre	1344
U. DISTRITAL	Ingeniería industrial	Mujer	770
U. NACIONAL	Ingeniería agrícola	Hombre	2319
U. NACIONAL	Ingeniería agrícola	Mujer	643
UNICAFAM	Ingeniería industrial	Hombre	214
UNICAFAM	Ingeniería industrial	Mujer	165
TOTAL MATRICULADOS			9,440.00

TOTAL MATRICULADOS - DESERCIÓN FINAL 70%	2,832.00
--	----------

TAMAÑO DE LA MUESTRA	
ME	5%
TP	2,832.00
NC	95%
TOTAL MUESTRA	338.3683033

## Anexo G. Presentación de resultados encuesta

No.	1 GENERO	2 EDAD	3 DISEÑO UN PRODUCTO INNOVADOR	4 GUSTO POR EMPRENDER?	5 CONOCE FUENTES DE FINANCIACION	6 OPTARIA POR ESAS F.DE FINANCIACION	7 CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIOS	8 OPTARIA POR ASESORIA
1	F	26-35	SI	SI	NO	SI	NO	SI
2	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
3	M	26-35	NO	SI	NO	SI	NO	SI
4	F	26-35	SI	NO	NO	SI	NO	SI
5	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
6	F	26-35	NO	NO	NO	NO	NO	NO
7	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
8	M	26-35	SI	SI	NO	SI	NO	SI
9	M	36 o más	NO	NO	NO	NO	NO	NO
10	F	20-25	NO	SI	NO	SI	NO	SI
11	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
12	M	26-35	NO	SI	NO	SI	NO	SI
13	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
14	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
15	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
16	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
17	F	26-35	NO	SI	NO	SI	NO	SI
18	F	20-25	SI	NO	NO	NO	NO	NO
19	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
20	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
21	M	26-35	SI	NO	SI	NO	NO	SI
22	M	36 o más	NO	SI	NO	SI	NO	SI
23	M	26-35	NO	SI	SI	NO	NO	SI
24	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
25	F	20-25	NO	SI	NO	SI	NO	SI
26	M	26-35	NO	SI	NO	SI	NO	SI
27	M	20-25	SI	NO	NO	SI	NO	SI
28	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
29	M	26-35	NO	SI	NO	SI	NO	SI
30	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
31	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
32	F	20-25	SI	NO	NO	NO	NO	NO
33	F	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
34	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
35	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
36	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
37	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
38	F	26-35	SI	SI	NO	SI	NO	SI
39	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
40	M	26-35	NO	NO	NO	NO	NO	NO
41	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
42	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
43	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
44	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
45	M	36 o más	SI	SI	SI	SI	NO	SI
46	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
47	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
48	F	26-35	SI	NO	NO	SI	NO	SI
49	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
50	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
51	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
52	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
53	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
54	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
55	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
56	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
57	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
58	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
59	M	26-35	SI	SI	NO	SI	NO	SI
60	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
61	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
62	F	20-25	NO	SI	NO	SI	NO	SI
63	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
64	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
65	F	26-35	SI	NO	SI	SI	NO	SI
66	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
67	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
68	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
69	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI



No.	1 GENERO	2 EDAD	3 DISEÑO UN PRODUCTO INNOVADOR	4 GUSTO POR EMPRENDER?	5 CONOCE FUENTES DE FINANCIACION	6 OPTARIA POR ESAS F.DE FINANCIACION	7 CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIOS	8 OPTARIA POR ASESORIA
70	F	20-25	SI	NO	SI	SI	NO	SI
71	M	26-35	NO	SI	NO	SI	NO	SI
72	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
73	F	20-25	NO	SI	NO	NO	NO	SI
74	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
75	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
76	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
77	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
78	F	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
79	M	26-35	SI	NO	SI	SI	NO	SI
80	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
81	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
82	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
83	F	36 o más	NO	SI	SI	NO	NO	SI
84	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
85	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
86	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
87	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
88	M	36 o más	NO	NO	SI	SI	NO	NO
89	M	20-25	SI	NO	SI	SI	NO	SI
90	M	26-35	NO	NO	SI	SI	NO	SI
91	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
92	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
93	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
94	M	36 o más	NO	NO	NO	NO	NO	NO
95	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
96	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
97	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
98	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
99	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
100	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
101	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
102	F	26-35	SI	NO	SI	SI	NO	SI
103	M	26-35	SI	SI	SI	NO	NO	SI
104	M	26-35	NO	NO	SI	NO	NO	NO
105	M	36 o más	NO	NO	SI	NO	NO	NO
106	F	26-35	NO	SI	SI	SI	SI	SI
107	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
108	M	20-25	NO	SI	SI	NO	NO	SI
109	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
110	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
111	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
112	M	36 o más	SI	SI	SI	SI	SI	SI
113	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
114	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
115	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
116	M	36 o más	NO	NO	NO	NO	NO	NO
117	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
118	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
119	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
120	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
121	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
122	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
123	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
124	M	36 o más	SI	SI	SI	SI	SI	SI
125	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
126	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
127	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
128	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
129	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
130	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
131	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
132	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
133	M	36 o más	NO	NO	SI	NO	NO	NO
134	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
135	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
136	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
137	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
138	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI

No.	1 GENERO	2 EDAD	3 DISEÑO UN PRODUCTO INNOVADOR	4 GUSTO POR EMPRENDER?	5 CONOCE FUENTES DE FINANCIACION	6 OPTARIA POR ESAS F.DE FINANCIACION	7 CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIOS	8 OPTARIA POR ASESORIA
139	F	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
140	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
141	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
142	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
143	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
144	M	26-35	NO	NO	SI	SI	NO	NO
145	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
146	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
147	M	36 o más	NO	NO	SI	NO	NO	NO
148	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
149	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
150	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
151	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
152	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
153	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
154	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
155	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
156	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
157	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
158	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
159	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
160	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
161	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
162	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
163	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
164	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
165	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
166	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
167	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
168	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
169	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
170	F	20-25	NO	SI	NO	SI	NO	SI
171	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
172	M	20-25	NO	SI	NO	NO	NO	SI
173	F	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
174	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
175	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
176	M	20-25	NO	NO	NO	NO	NO	NO
177	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
178	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
179	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
180	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
181	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
182	M	26-35	SI	SI	SI	SI	NO	SI
183	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
184	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
185	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
186	M	26-35	NO	SI	SI	SI	NO	SI
187	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
188	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
189	M	36 o más	NO	NO	NO	SI	NO	SI
190	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
191	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
192	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
193	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
194	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
195	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
196	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
197	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
198	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
199	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
200	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
201	M	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
202	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
203	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
204	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
205	M	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
206	M	36 o más	NO	NO	SI	NO	NO	NO
207	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI

No.	1 GENERO	2 EDAD	3 DISEÑO UN PRODUCTO INNOVADOR	4 GUSTO POR EMPRENDER?	5 CONOCE FUENTES DE FINANCIACION	6 OPTARIA POR ESAS F.DE FINANCIACION	7 CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIOS	8 OPTARIA POR ASESORIA
208	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
209	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
210	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
211	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
212	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
213	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
214	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
215	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
216	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
217	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
218	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
219	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
220	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
221	M	36 o más	NO	SI	SI	SI	NO	SI
222	M	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
223	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
224	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
225	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
226	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
227	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
228	M	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
229	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
230	M	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
231	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
232	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
233	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
234	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
235	F	20-25	SI	SI	SI	SI	SI	SI
236	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
237	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
238	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
239	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
240	F	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
241	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
242	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
243	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
244	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
245	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
246	F	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
247	M	20-25	SI	SI	SI	SI	SI	SI
248	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
249	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
250	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
251	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
252	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
253	M	20-25	NO	NO	NO	SI	NO	SI
254	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
255	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
256	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
257	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
258	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
259	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
260	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
261	F	20-25	NO	SI	SI	SI	SI	SI
262	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
263	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
264	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
265	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
266	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
267	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
268	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
269	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
270	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
271	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
272	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
273	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
274	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
275	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
276	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI

No.	1 GENERO	2 EDAD	3 DISEÑO UN PRODUCTO INNOVADOR	4 GUSTO POR EMPRENDER?	5 CONOCE FUENTES DE FINANCIACION	6 OPTARIA POR ESAS F.DE FINANCIACION	7 CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIOS	8 OPTARIA POR ASESORIA
277	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
278	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
279	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
280	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
281	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
282	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
283	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
284	M	20-25	SI	SI	SI	SI	SI	SI
285	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
286	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
287	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
288	M	20-25	NO	NO	NO	NO	NO	NO
289	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
290	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
291	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
292	F	20-25	SI	NO	SI	SI	NO	SI
293	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
294	M	20-25	SI	SI	SI	SI	SI	SI
295	F	20-25	SI	NO	SI	NO	NO	NO
296	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
297	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
298	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
299	F	20-25	NO	NO	NO	SI	NO	SI
300	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
301	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
302	F	20-25	SI	NO	SI	SI	NO	SI
303	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
304	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
305	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
306	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
307	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
308	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
309	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
310	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
311	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
312	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
313	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
314	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
315	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
316	F	20-25	SI	NO	NO	SI	NO	SI
317	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
318	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
319	M	20-25	SI	NO	SI	SI	NO	SI
320	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
321	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
322	M	20-25	SI	NO	SI	SI	NO	SI
323	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
324	F	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
325	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
326	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
327	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
328	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
329	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
330	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
331	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
332	F	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
333	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
334	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
335	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
336	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
337	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
338	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
339	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
340	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI
341	M	20-25	SI	SI	SI	SI	NO	SI
342	M	20-25	NO	SI	SI	SI	NO	SI

Fuente. Dago Segura

## Anexo H. Tabulación encuesta

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA

GENERO	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
MUJERES	130	38.01%				
HOMBRES	212	61.99%				
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>				

## EDAD

20-25 AÑOS	229	66.96%	141	66.51%	88	67.69%
26-35 AÑOS	89	26.02%	50	23.58%	39	30.00%
36 o más	24	7.02%	21	9.91%	3	2.31%
	<b>342</b>	<b>100%</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

## PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR

SI HAN INNOVADO	116	33.92%	66	31.13%	50	38.46%
NO HAN INNOVADO	226	66.08%	146	68.87%	80	61.54%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

## QUIERE EMPRENDER CON SU PROYECTO

SI QUIERE EPRENDER	101	87.07%	59	89.39%	39	78.00%
NO QUIERE EMPRENDER	15	12.93%	7	10.61%	11	22.00%
	<b>116</b>	<b>100.00%</b>	<b>66</b>	<b>100.00%</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

## QUIERE EMPRENDER PROYECTO

SI QUIERE EPRENDER	306	89.47%	189	89.15%	117	90.00%
NO QUIERE EMPRENDER	36	10.53%	23	10.85%	13	10.00%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

## FUENTES BENEFICAS DE FINANCIACION

SI LAS CONCE	309	90.35%	194	91.51%	115	88.46%
NO LAS CONOCE	33	9.65%	18	8.49%	15	11.54%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

## OPTARIA POR LAS FUENTES BENEFICAS DE FINANCIACION

SI OPTARIA	329	96.20%	196	92.45%	124	95.38%
NO OPTARIA	13	3.80%	16	7.55%	6	4.62%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

## CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA NECESARIA

SI LOS POSEE	11	3.22%	10	4.72%	5	3.85%
NO LOS POSE	331	96.78%	202	95.28%	125	96.15%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

## RECIBIRIAN ASESORIA

SI RECIBIRIAN ASESORIA	324	94.74%	199	93.87%	126	96.92%
NO RECIBIRIAN ASESORIA	18	5.26%	13	6.13%	4	3.08%
	<b>342</b>	<b>100.00%</b>	<b>212</b>	<b>100.00%</b>	<b>130</b>	<b>100.00%</b>

Fuente. Dago Segura