



**CREACIÓN DE UN CENTRO DE CONSULTORIA EN ADMINISTRACIÓN PARA
PYMES**

LUIS MIGUEL CABRERA OCHOA

LAURA LUCIA SERNA ARIAS

DIRECTOR DEL PROYECTO:

EDGAR SARRIA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2014

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
Palabras claves.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
OBJETIVO GENERAL:	6
OBJETIVOS ESPECIFICOS:	6
JUSTIFICACION DEL PROYECTO	6
Historia:	8
Propósito:.....	8
Modelo colombiano a la calidad de la gestión:	8
Estrategia y Gestión Estratégica:.....	8
Liderazgo:	9
Gestión del talento humano:.....	9
Gestión de clientes y mercados:	9
Gestión de Procesos:.....	10
Administración de la información:	10
Gestión del conocimiento y la innovación	10
Responsabilidad Social:	10
ENCUESTA “SEMILLAS DEL SAMAN”	11
Beneficios para los empresarios:.....	11
FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN	11
II. Liderazgo - Gestión del talento humano	15
III. Gestión de clientes y mercados.....	17
IV. Gestión de procesos	19
V. Gestión estratégica:	20
VI. Innovación:	22
VI. Responsabilidad social:.....	24
CATEDRA VALLE DEL CAUCA	25
1ER BLOQUE: INTERVENCIÓN MAGISTRAL.....	26
2DO BLOQUE: CONVERSATORIO.....	26

3ER BLOQUE:	27
BLOG.....	28
DESARROLLO REGIONAL EMPRESARIAL DEL PACIFICO	28
Estrategias de posicionamiento:	29
CONCLUSIONES.....	32
ANEXOS	33
Blog, entrada 1 “El bid lanza red social para pymes latinoamericanas”	33
BLOG, entrada 2 “Holanda: Nuevas fronteras para empresarios”	35
BLOG, entrada 3 “INNPULSA Una herramienta útil para el emprendimiento.”	36
BIBLIOGRAFIA	37

RESUMEN

El siguiente trabajo cuenta con la estructura que se debe llevar para desarrollar el centro de consultoría para pymes “Semillas Del Samán”, como una herramienta al servicio de preservar y orientar el proyecto empresarial de las PYME presentes en el Valle del Cauca. También se presenta la estructuración de la encuesta semillas del samán, la Catedra Valle del Cauca realizada por el conferencista invitado Christian Garcés y el desarrollo del blog.

Palabras claves

PYMES, Semillas del Samán, encuesta Semillas del Samán, responsabilidad social, innovación

Abstract

The following project has the structure to develop the consulting center for SMEs "Semillas del Saman" as a tool for preserving and guide the business project of SMEs placed on Valle del Cauca. Also is presented the structure of the survey semillas del saman, the Chair Valle del Cauca by the guest speaker Christian Garces and blog development.

Keywords

SMEs, Semillas del Saman, Semillas del Saman survey, social responsibility, innovation

INTRODUCCIÓN

En el marco del proyecto de grado “Centro de Consultoría para Pymes” desarrollado por estudiantes de la Universidad Icesi, se tiene como objetivo principal desarrollar un centro consultor para pequeñas y medianas empresas que quieran evaluar su competitividad y desempeño económico acorde a la “Encuesta semillas del samán”, este análisis será realizado gratuitamente por estudiantes de la universidad que quieran aplicar y ampliar su conocimiento de los temas visto en clase.

Parte del desarrollo del centro de consultaría es realizar la catedra “Valle del Cauca” en la cual se busca presentar conferencias con expertos en el área de proyectos, planeación y emprendimiento con el fin de capacitar a estudiantes y empresarios del departamento.

El centro de consultoría para pymes llamado “Semillas Del Samán” funcionaría como una oficina de proyectos adscrito a Icecomex (consultorio de comercio exterior).

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar un centro de Consultaría para pequeñas y medianas empresas, en el cual se realice un análisis de competitividad por medio de estudiantes de la Universidad Icesi que quieran participar voluntariamente y aplicar sus conocimientos en este proceso.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Efectuar la cátedra “Valle del Cauca” con expertos en área de proyectos, planeación y emprendimiento con el fin de capacitar a estudiantes y empresarios del departamento.
- Realizar una guía de evaluación para las pequeñas y medianas empresas “Encuesta Semillas Del Samán” que permita realizar un análisis del desempeño competitivo de estas.
- Publicar periódicamente avances en el Blog “Desarrollo Regional Empresarial del Pacífico” en temas con énfasis en la perspectiva y desarrollo del Valle del Cauca.
- Diseñar la metodología sobre el funcionamiento del centro de consultoría para pymes en compañía de ICECOMEX.

JUSTIFICACION DEL PROYECTO

En Colombia, el 99% de las empresas son MYPIME, y de ellas el 50% fracasa en sus primeros cinco años de funcionamiento. De esta manera nace un profundo

interés por fortalecer el proceso de creación de empresas en nuestro país y aun más en nuestra región, donde la mayoría de estas empresas son protagonistas fundamentales en el crecimiento económico de nuestras ciudades y una herramienta importante en la lucha contra el desempleo.

De esta manera se ha logrado establecer que las MIPYME se enfrentan a dos obstáculos, primero lograr realizar con eficacia y eficiencia los procesos técnicos propios de cada producto y servicio ofrecido por las empresas donde es muy importante la curva de aprendizaje, y lograr establecer procesos claros que den orden y capacidad de acción a la empresa.

Por otra parte nos encontramos situaciones tendientes a la cultura empresarial que nacen de la necesidad de dar atención a aspectos como el clima organizacional, liderazgo, innovación, gestión de los clientes, entre otras actividades, muchas de las cuales las empresas por estar preocupadas por las urgencias del día a día en los procesos técnicos y por la necesidad apremiante de generar dinero, pierden de vista estos pilares tan importantes y que pasan a ser determinantes en el crecimiento y la estabilidad de las empresas.

De esta forma, en el Centro de Consultoría Semillas del Saman creemos que si nos esforzamos por orientar a nuestras empresas en mejorar sus procesos técnicos y su cultura organizacional, estaremos fortaleciendo los pilares y cimientos que darían estabilidad no solo para permanecer a lo largo del tiempo sino para propiciar su camino de crecimiento hacia convertirse en una Grande Empresa.

MODELO DE EXCELENCIA PARA ORGANIZACIONES DE CLASE MUNDIAL: EL PREMIO COLOMBIANO A LA CALIDAD DE LA GESTION

Historia:

El premio Colombiano a la Calidad de la Gestión, fue creado por el decreto 1653 de 1975 como reconocimiento del gobierno nacional a las organizaciones, tanto del sector público como del privado, que se distinguen por tener un enfoque práctico en el desarrollo de procesos de gestión hacia la calidad y la productividad, para lograr la competitividad de sus productos y servicios.

Propósito:

El premio colombiano a la calidad de la gestión, tiene como finalidad servir como modelo a organizaciones que quieran ser calificadas y quieran asegurar su competitividad, ofreciendo un valor diferenciado, sostenible, difícil de imitar y confiable.

Modelo colombiano a la calidad de la gestión:

Este modelo desarrollado por el premio colombiano a la calidad de la gestión, sirve como referencia para el desarrollo de organizaciones hacia la competitividad.

Estrategia y Gestión Estratégica: Este criterio examina la definición de los elementos del direccionamiento estratégico que permiten orientar a la

organización hacia el futuro, así como desarrollar y sostener su capacidad de generación de valor, a través de la formulación del direccionamiento

Liderazgo: Este criterio examina el estilo y las prácticas de liderazgo; el papel de la alta dirección en el diseño e implementación del sistema de gestión, la capacidad, participación e influencia de los líderes de la organización en su construcción y despliegue; y en la construcción de una cultura de excelencia. Incluye la alineación de la estrategia, la estructura y la cultura hacia el alcance de los propósitos organizacionales.

Gestión del talento humano: Este criterio examina la gestión del personal y la forma en que la organización desarrolla, involucra y apoya al recurso humano hacia su desarrollo integral para que participen en el mejoramiento y la transformación de la organización, así como la promoción de la calidad de la vida en el trabajo, con el fin de generar un ambiente propicio para la creatividad, Innovación, trabajo en equipo y el reconocimiento a los aportes del personal.

Gestión de clientes y mercados: Este criterio examina la prioridad e importancia que le da la organización a sus clientes y usuarios finales, y la efectividad de las metodologías utilizadas para conocer e interpretar sus necesidades y transformarlas en atributos de calidad de los productos y/o servicios, como base para la generación de especificaciones de productos nuevos competitivos e innovadores.

Gestión de Procesos: Este criterio examina la forma en que la organización ha desarrollado una estructura de procesos, la manera como organiza y ejecuta sus actividades cotidianas y las acciones necesarias para entregar los productos y/o servicios a los usuarios finales, cumpliendo los requerimientos de las partes interesadas, mediante la aplicación de altos estándares de calidad.

Administración de la información: Este criterio analiza la forma como la organización concibe y desarrolla un sistema para el manejo de la información que garantice su confiabilidad, integridad, consistencia, seguridad y actualización y que sirva como soporte fundamental para el seguimiento de la estrategia y el control y mejoramiento de los procesos, productos y/o servicios, así como el análisis de la información, para contribuir a la creación de nuevos productos, y/o servicios.

Gestión del conocimiento y la innovación: Este criterio examina la forma cómo la organización define un sistema de gestión del conocimiento basado en el aprendizaje organizacional y cómo utiliza la creación de conocimiento para desarrollar prácticas y metodologías de innovación en productos, servicios, tecnologías y procesos que generen valor diferenciador.

Responsabilidad Social:

Este criterio examina cómo la organización desarrolla un sistema que le permita

Gestionar de manera efectiva sus interacciones, con la sociedad, medio ambiente y su entorno, para generar valor, desarrollo y prosperidad a sus grupos de interés en armonía con el éxito de la organización. Así mismo, la forma como garantiza la aplicación de criterios éticos en sus transacciones y cumplimiento de las obligaciones legales y de la normatividad ambiental.¹

ENCUESTA “SEMILLAS DEL SAMAN”

El propósito de esta encuesta es construir una guía de evaluación para las empresas basada en el modelo de excelencia para organizaciones de clase mundial “Premio Colombiano a la calidad de la gestión” realizada en el año 2012 ,bajo la coordinación del Director Ejecutivo Luis Emilio Velásquez Botero.

Beneficios para los empresarios:

- Los empresarios por medio de la encuesta semillas del samán realizaran un proceso de autoevaluación que les permitirá hacerse a una idea acerca de las fortalezas y oportunidades en aspectos de estrategia y gestión.
- Dadas las oportunidades encontradas, se deberá impulsar estrategias de mejoramiento con ayuda de estudiantes de la universidad Icesi.

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Centro de Consultoría Samán

Universidad ICESI

Es un gusto para el Centro de Consultoría para PYMES Samán poner a su disposición nuestros servicios con el propósito de darle herramientas y acompañamiento para el fortalecimiento de su compañía y su crecimiento en el transcurrir del tiempo.

Para iniciar un acertado acompañamiento le invitamos a responder con total sinceridad la siguiente encuesta y así poder desarrollar la mejor asesoría de nuestra parte.

Datos Generales

Nombre o Razón Social:

Nit:

Dirección:

Ciudad:

Celular:

Teléfono:

Página Web:

Correo Electrónico:

Actividad Principal:

Breve descripción de sus productos y marcas de comercialización:

Alcance del mercado: Nacional _____ Internacional _____

Primer Directivo

Cargo:

Gerente General _____ Presidente _____ Otro

Nombre:

Identificación:

Teléfono directo:

Correo electrónico:

Encargado del Proceso

Nombre:

Identificación:

Cargo:

Teléfono Directo:

Celular:

Correo electrónico:

Tamaño de la empresa

Número de empleados:

Valor Activos:

I.MERCADEO

¿Tiene la empresa claramente identificado el mercado al cual usted desea venderle, conociendo con claridad cuál es el perfil de sus clientes, sus intereses, disposición a pagar, la percepción que tiene de sus productos, y el tamaño de ese mercado contrastado con su participación?

¿Tiene la empresa presencia en la web, a través de una página de internet, contratos de publicidad con Google o presencia en las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram u otra?

Es importante que el cliente recuerde su marca y sea visible a el en medio de la cotidianidad del día a día. ¿La empresa tiene material publicitario POP a través del cual posicione y trabaje la presencia de marca, como lapiceros, cuadernos, vasos y otros?

¿Tienen diseñados procesos y estrategias para contactar nuevos clientes, y para retener los que ya tienen?

¿La empresa tiene diseñado un plan de Marketing donde hallan definido objetivos comerciales en periodos y tiempos determinados junto a detalladas acciones y estrategias que permitan este logro?

II. Liderazgo - Gestión del talento humano

¿La empresa ofrece incentivos especiales para aquellos trabajadores que aporten ideas para la empresa que solucionen problemas, permita ahorrar costos, mejore el clima organizacional, aporte a la innovación entre otros? Si su respuesta es si, por favor cuéntenos lo que realiza.

¿Qué realiza la empresa para mejorar la relación en las personas con cargo directivos y aquellas que están a su cargo?

¿Qué actividades realiza la empresa para mejorar el clima organizacional y aumentar a través de?

El liderazgo es una facultad que determina positivamente la efectividad de la compañía. ¿qué campañas o acciones se realizan desde la Gerencia para el desarrollo de esta importante característica no solo en los cargos de dirección si no en todos los empleados?

¿Qué canales tiene actualmente la empresa para escuchar la opiniones,
percepciones e ideas de sus trabajadores en todos los niveles jerárquicos?

III. Gestión de clientes y mercados

¿Tiene la empresa algún programa y un responsable que conforme, alimente y administre bases de datos de los clientes de la compañía a partir de las cuales realice seguimientos al comportamiento de los clientes (Clientes que se ha perdidos, compras de los clientes, % fidelizado, cantidad de clientes, beneficios especiales concedidos, entre otros)?

¿Tiene un segmento determinado de su mercado y conoce el tamaño de ese mercado el porcentaje de participación de la empresa?

¿Qué actividades realiza con el propósito de ganar clientes que actualmente prefieren a su competencia?

¿Tiene programas de ofrecimientos especiales para sus mejores clientes?

¿Qué canal tiene para que sus clientes se expresen y así poder conocer sus opiniones, percepciones, propuestas y demás referentes a la empresa?

IV. Gestión de procesos

¿Tienen diseñados procesos estandarizados para las actividades principales de la compañía?

¿De qué forma han comunicado los procesos para que todos los trabajadores los conozcan, acepten y cumplan?

¿Para el diseño de estos procesos tuvieron en cuenta aportes de los trabajadores directamente implicados?

¿La empresa ha realizado algún estudio que valide la asertividad de los procesos y lleven a una mejora?

¿Tienen algún sistema de control que corrobore que se están siguiendo los procesos?

V. Gestión estratégica:

Su empresa cuenta con componentes estratégicos como:

Describa

Misión SI_ NO_

Visión SI_ NO_

Principios SI_ NO_

Valores SI_ NO_

Objetivos SI_ NO_

Metas SI_ NO_

¿Su empresa tiene una planeación estratégica que lo ayude a alcanzar sus objetivos y metas? Describa el direccionamiento estratégico de esta.

SI_NO_

¿La empresa realiza un seguimiento sobre el cumplimiento de la estrategia?.
Describa como se revisa el cumplimiento de esta.

SI_NO_

¿Se actualiza la planeación la planeación estratégica con frecuencia?. Describa como se revisa y actualiza la es estrategia de planeación

VI. Innovación:

¿Cuánta su empresa con un enfoque definido para el desarrollo de la innovación?
Describa cual es el enfoque de esta respecto a la generación de innovación.

SI_NO_

Se incentiva dentro de la empresa la creación de conocimiento a fin de desarrollar nuevos productos, servicios, procesos y tecnologías?. ¿De que forma?

SI_NO_

¿Se incorpora y comunica en la empresa las experiencias y lecciones aprendidas dentro de la organización?. Describa

SI_NO_

¿Su empresa delegar recursos al desarrollo de innovaciones?

SI_NO_

VI. Responsabilidad social:

¿Considera usted que su empresa cuenta con un compromiso frente a la responsabilidad social?, Si es así descríballo.

SI_NO_

¿Con que tipo de enfoque de responsabilidad social cuenta su empresa?

Gestión ambiental ___

Ética empresarial ___

Ética gobierno corporativo ___

¿En su empresa se cuenta con un enfoque definido que garantice la rectitud, transparencia respecto a los derechos de los accionistas, acreedores, empleados, clientes y otros agentes económicos y sociales?. Describa

SI_NO_

¿Se realizan en la empresa programas de mejoramiento que incidan y fomente un sistema de responsabilidad social? Descríbalo

SI_NO_

CATEDRA VALLE DEL CAUCA

La cátedra Valle del Cauca, tiene por propósito la orientación de los pequeños y medianos empresarios de la región en pro de fortalecer su labor.

En esta ocasión se pretendió llevar a los asistentes a comprender que ventajas hay en la región, cual es el estado actual y hacia donde se dirige el Departamento, todo lo anterior con el fin de crear conciencia en ellos sobre la realidad presente y promover así que asuman la postura adecuada frente a los retos que se tiene por delante.

La cátedra tuvo una duración de una hora y media repartida en tres tiempos, los cuales proponemos a continuación como metodología para las futuras conferencias que se realizaran cada semestre:

1ER BLOQUE: INTERVENCIÓN MAGISTRAL

El conferencista invitado contará con los primeros 30 minutos para que con libertad pueda exponer sus ideas, pensamientos, propuestas y apreciaciones en relación a su mirada personal sobre el Valle del Cauca, indicando entre otros, los retos presentes y futuros, ventajas, barreras para el crecimiento, proyectos necesarios y panorama actual para los empresarios.

2DO BLOQUE: CONVERSATORIO

El conferencista dejará el atril y pasara a un sofá donde los próximos 25 minutos y bajo el acompañamiento de un moderador se hablara en torno a 4 preguntas formuladas y con un tiempo de respuesta máximo de 5 minutos por cada una. Las mismas serán en relación a las necesidades de los pequeños y medianos empresarios de la región y su papel en el desarrollo de la misma en los próximos años. (Ver : Preguntas de la primera cátedra “Perspectiva del Valle del Cauca”)

3ER BLOQUE:

Los últimos 25 minutos se abrirá un espacio para interactuar con el público asistente, donde los mismos tendrán la oportunidad de libremente y de acuerdo a sus apreciaciones realizar preguntas al conferencista invitado.

Preguntas de la primera catedra “Perspectiva del Valle del Cauca

1. ¿Hacia donde va el Valle del Cauca en materia de crecimiento empresarial tanto en los municipios como en las zonas rurales, en que sectores hay oportunidades en nuestra región para que los pequeños y medianos empresarios coloquen ahí su mirada?
2. Cali es una de las ciudades que mas sufre con las tasas de desempleo, una muy buena opción es que cada día hayan mas PYMES generadoras de empleo, pero, ¿Qué programas hay o se deberían crear en la región que las proteja, ayude y acompañe, dado que mas del 50% de estas PYME está cerrando sus puertas en los primeros 5 años de funcionamiento?
3. El desarrollo del pequeño y mediano empresario involucra muchas veces tramites legales lo cual da lugar en diferentes oportunidades a hacer uso de un recurso señalado por la mayoría pero usados por muchos, la corrupción! ¿como combatir este fenómeno de corrupción en las instituciones publicas del Valle del Cauca y como crear en nuestro departamento una cultura empresarial que no contemple la corrupción como un recurso y un camino fácil de tomar?

4. Si usted llegara a ser Gobernador del Valle del Cauca, ¿Qué compromisos esta dispuesto a asumir con los pequeños y medianos empresarios desde su gestión? Sabiendo que esto trae un efecto directo en la población en general.

Grafico 2 : Publicidad Conferencia Christian Garcés



Cátedra Valle del Cauca

Conferencia:
Perspectiva de desarrollo para el Valle del Cauca

INVITADO ESPECIAL:
Christian Garcés
Administrador de Empresas de la Universidad Icesi

Se ha desempeñado como Concejal de la ciudad de Cali (2004 - 2007) y Diputado (2008 - 2009). Exdirector de Planeación Departamental (2012 - 2014) y actualmente, es candidato a la Gobernación del Valle.

ENTRADA LIBRE

Auditorio Delima | FECHA: 30 de Octubre de 2014
HORA: 3:30 p.m a 5:30 p.m | **Departamento de Gestión Organizacional**

UNIVERSIDAD ICESI

Fuente : Datos propios

BLOG

DESARROLLO REGIONAL EMPRESARIAL DEL PACIFICO

El desarrollo del blog tiene como primer propósito informar a los visitantes acerca del desarrollo y la perspectiva económica del Valle del Cauca, con el fin de promover el departamento como un lugar óptimo para la inversión y creación de empresa, en segundo lugar se pretende utilizar el blog como medio de difusión de las conferencias que se realizan en torno a la Catedra Valle del Cauca.

- Nombre: Desarrollo Regional Empresarial del Pacífico
- Dominio: <http://elvalleprospera.blogspot.com/>
- Número de páginas vistas a la fecha: 4018
- Número de publicaciones: 9 (Ver Anexos)
- Blog hosting: Google (Blogger)

Estrategias de posicionamiento:

Implementar estrategias de optimización de búsqueda, utilizadas por google y Yahoo , las cuales le faciliten al visitante encontrar información que se encuentre contenida en el blog. De acuerdo a Lee Jordan, autor de “Blogger beyond de basics”, los aspectos esenciales que deben considerarse para optimizar un blog y hacerlo “más amigable” a los motores de búsqueda son:

- Encontrar las palabras clave más buscadas, relacionadas con el tema y el propósito del blog para utilizarlas en etiquetas, títulos y descripciones.
- Asegurarse que el blog se encuentre configurado con acceso público.

- Utilizar títulos descriptivos y establecer los objetivos precisos del blog
- Generar “etiquetas alt” para las imágenes Incluir mayor cantidad de texto que de imágenes en cada entrada
- Elaborar URLs que faciliten la búsqueda del blog
- Incluir links de otras páginas web reconocidas

CONCLUSIONES

- Las MYPIME necesitan ser asesoradas en sus procesos técnicos y su cultura organizacional como parte de un proceso de fortalecimiento que permita su permanencia en el mercado al pasar el tiempo y sean la base de su crecimiento.
- La encuesta es un mecanismo importante que permite la identificación de las necesidades más trascendentales de la compañía, lo cual facilita plantear de forma acertada el proceso de orientación a la empresa.
- El blog es un importante mecanismo de difusión que facilita la comunicación entre el centro de consultoría y los empresarios, que a su vez tendrán información importante para conocer las oportunidades que ofrece el departamento a los empresarios.

ANEXOS

Blog, entrada 1 **“El bid lanza red social para pymes latinoamericanas”**

Las redes sociales han revolucionado el mercado mundial durante la última década, donde sumado al mejoramiento de la comunicación entre diferentes personas alrededor del mundo, las compañías han logrado permear estos espacios logrando no solo una interacción entre las personas si no que también una relación Empresa-Individuo.

Es ahora donde el banco intermediario de desarrollo (BID) lanza una revolucionaria idea de relacionar por medio de una red social las empresas latinoamericanas. ConnectAmericas es el nombre de la nueva red social para pymes creada por el BID, la cual fue lanzada en el marco de la 55 asamblea de gobernadores que se llevo a cabo en Brasil.

A partir de este lanzamiento se busca fortalecer los lazos entre las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica propiciando un espacio para que las pymes puedan acceder con mayor facilidad a la información sobre mercados e internacionalización de estos, logrando una mejor comunicación entre las pymes de la región, la línea de contactos empresariales y el acceso instituciones financieras.

Durante el proceso de generación de la red empresarial se busca llevar a cabo los objetivos de: mejorar el aprendizaje sobre los mercados internacionales y facilitar la comunicación entre diferentes empresarios latinoamericanos.

Los logros personales que se adquirirán con esta herramienta son:

Respecto al aprendizaje:

- Obtener conocimiento sobre acceso a mercados internacionales.
- Aprender sobre el proceso exportador en el país de origen, utilizando herramientas online intuitivas.
- Informarse sobre las publicaciones de artículos y blogs que tengan como tema de interés la industria y sus respectivos sectores
- Tener acceso y ser parte de la base de datos de comercio internacional entre las pymes de Latinoamérica.

Respecto a la comunicación:

- Conectarte con empresas alrededor del mundo, accediendo a sus perfiles.
- Ampliar la red de posibles clientes y proveedores del país de origen o del mundo, a través de las ferias comerciales y otros eventos de negocios recomendados por ConnectAmericas.

Respecto a la financiación:

- Obtener información sobre productos y servicios financieros ofrecidos por bancos, ya que el BID ofrece el acceso a una vasta red de bancos afiliados.
- Facilitar la comunicación con los bancos por medio del formulario único de ConnectAmericas.

Para acceder a esta red social se debe ingresar a la página:

www.connectamericas.com y realizar el debido proceso de registr

BLOG, entrada 2 “Holanda: Nuevas fronteras para empresarios”.

A vísperas de un posible acuerdo comercial entre Colombia y Holanda, esta nación ha mostrado interés en invertir en la economía caleña.

Frente a las nuevas perspectivas que se abren con el Tratado de Libre Comercio, TLC, que ya está en marcha, la idea es que las pequeñas y medianas empresas de la región aprovechen el mercado holandés para ingresar con más productos, dice el cónsul de Holanda en Cali, Gerrit Dirk van de Leur.

Entre los sectores de mayor interés por parte del mercado holandés se encuentran: las confecciones, calzado de cuero, frutas exóticas, confitería, flores exóticas (como heliconias), verduras, etanol y azúcar.

Las posibilidades están dadas y presentan un potencial de exportación bastante interesante para los empresarios caleños que deseen llevar sus negocios hacia nuevos destinos de oportunidad.

Así mismo, en miras al TLC, se implementara la ruta Amsterdam-Bogota-Cali-Amsterdam. Por parte de la aerolínea KLM-Air France, lo cual apunta a fortalecer las relaciones comerciales y turísticas.

Según afirma el cónsul en cali, el potencial de mercado es inmenso. se prevé que a mediados de 2015 se dé el acuerdo comercial entre las dos naciones, buscando así generar oportunidades y fortalecer el sector empresarial de la región.

Tomado de El País Cali, Septiembre 15, 2014.

BLOG, entrada 3 “INNPULSA Una herramienta útil para el emprendimiento.”

El gobierno nacional ha impulsado a través de Bancoldex una herramienta ágil y practica que busca impulsar la creación de empresas a nivel nacional.

“iNNpulsas apoyara aquellos que aún no han conformado su empresa, pero tienen gran potencial; a empresas micro, pequeñas, medianas y grandes que inicien procesos de innovación, modernización y re-emprendimiento corporativo y apoyará el fortalecimiento de las regiones a través de la innovación”, explicó Catalina Ortiz, gerente de iNNpulsas.

Empresas y organizaciones iNNpulsadas:

1.530 Empresas 17 Organizaciones Valle del Cauca recursos asignados: \$ 11.726.680.889 El proyecto se centra en direccionar recursos que impulsen el crecimiento de las empresas, desde pequeñas y medianas, hasta grandes corporaciones y regiones como tal.

Este programa gubernamental se enfoca en cuatro frentes de trabajo: Emprendimiento dinámico e innovador, Mipymes, Grandes empresas y Regiones.

Actualmente iNNpulsas tiene convocatorias abiertas para proyectos que deseen obtener apoyo estratégico y financiero, y toda la información correspondiente se puede encontrar en su portal web www.innpulsacolombia.com . Tomado de cámara de comercio de Cali.

BIBLIOGRAFIA

Botero, L. E. (Abril 2012). *MODELO DE EXCELENCIA PARA ORGANIZACIONES DE CLASE MUNDIAL*. Bogota .

Estacio, K. (Diciembre de 2013). *Noticiero 90 Minutos*. Obtenido de Youtube:
http://www.youtube.com/watch?v=Ot3tk_rJXU4

Greiner, L., & Metzger, R. (1983). *Consulting to Management*. New Jersey: Prentice-Hall.

Institute, P. M. (2013). *Guide to the Project Management Body of Knowledge*. Estados Unidos: Project Management Institute.

Jordan, L. (2008). *Blogger: Beyond the Basics*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.

Kubr, M. (1999). *La consultoría de empresas Guía para la profesión*. México D.F.: Limusa Noriega Editores.

Lopez Arias, A. (2012). Pymes deben atraer y retener talento para ser competitivas. *Portafolio*.

Naviones Unidas CEPAL. (Septiembre de 2013). *Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe*.

Obtenido de Univalle:

<<http://comunicaciones.univalle.edu.co/InformesPrensa/2013/octubre/OC-389-2013.html>>

OCDE/CEPAL. (2012). *Perspectiva económicas de America Latina 2013. Políticas de pymes para el cambio estructural*. CEPAL.

Ostewalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, GaChangers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Botero, L. E. (Abril 2012). *MODELO DE EXCELENCIA PARA ORGANIZACIONES DE CLASE MUNDIAL*. Bogota .

Estacio, K. (Diciembre de 2013). *Noticiero 90 Minutos*. Obtenido de Youtube:
http://www.youtube.com/watch?v=Ot3tk_rJXU4

Greiner, L., & Metzger, R. (1983). *Consulting to Management*. New Jersey: Prentice-Hall.

Institute, P. M. (2013). *Guide to the Project Management Body of Knowledge*. Estados Unidos: Project Management Institute.

Jordan, L. (2008). *Blogger: Beyond the Basics*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.

Kubr, M. (1999). *La consultoría de empresas Guía para la profesión*. México D.F.: Limusa Noriega Editores.

Lopez Arias, A. (2012). Pymes deben atraer y retener talento para ser competitivas. *Portafolio*.

Naviones Unidas CEPAL. (Septiembre de 2013). *Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe*.

Obtenido de Univalle:

<<http://comunicaciones.univalle.edu.co/InformesPrensa/2013/octubre/OC-389->