

**CREACIÓN DE UNA BOLSA DE TRABAJO ESPECIALIZADA EN OFERTAR
MANO DE OBRA PARA TRABAJO ELEMENTAL, A EMPRESAS Y
PARTICULARES DE LA CIUDAD DE CALI**

JAIBER FREDY OSPINA VIVAS

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN MODALIDAD DUAL
SANTIAGO DE CALI
2008**

**CREACIÓN DE UNA BOLSA DE TRABAJO ESPECIALIZADA EN OFERTAR
MANO DE OBRA PARA TRABAJO ELEMENTAL, A EMPRESAS Y
PARTICULARES DE LA CIUDAD DE CALI**

JAIBER FREDY OSPINA VIVAS

**Creación de Empresa Administración Modalidad Dual para optar al título de
Administrador de Empresas**

**Directora
Dra. LOURDES OSORIO BAYTER
PhD Economía y Administración**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN MODALIDAD DUAL
SANTIAGO DE CALI
2008**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Administrador de Empresas

Dra. LOURDES OSORIO BAYTER

Jurado

Dr. JORGE MEDINA TABARES

Jurado

Santiago de Cali, 22 de febrero de 2008

A ti, mi buen Dios, esta obra que contribuirá a llevar felicidad a muchas familias pobres, y satisfacción a muchos hogares y empresas de la ciudad por los buenos servicios prestados.

A ti, mi buen Dios, Gracias por colocar en el camino a aquellas hermosas personas que han ayudado con sus valiosos aportes a prosperar esta idea.

El Autor.

“Si tienes que conseguir un empleo me decepcionarás –le dije a mi hija el otro día. Me miró sorprendida”. “Pero yo pensaba que a ti no te hacía gracia las personas que deliberadamente están desempleadas –dijo ella. Te he oído llamarlas “vagas”. “Yo no he dicho que no trabajes. Quiero que busques clientes, no empleos. Si puedes fabricar algo o hacer algo por lo que las demás personas estén dispuestas a pagar, te animaré decididamente; tu seguridad estará entonces en tus propias manos, no en las de los demás. Y curiosamente –proseguí, si descubres que puedes conseguir clientes, montones de gente querrán emplearte; los empleos te lloverán, si es eso lo que quieres. Puede que descubras, por supuesto, que después de conseguidos los clientes, los empleos son aburridos”.

”No estoy segura de que lo que sé hacer sea vendible –dijo ella con tristeza”. “Por supuesto que lo es. Tú has estado pensando en puestos y cualificaciones. Trata en cambio de pensar en clientes y te sorprenderá cuántas cosas puedes ofrecerles”.

Andy Charles.

AGRADECIMIENTOS

Sinceros agradecimientos por sus valiosos aportes en la construcción de esta idea, y su apoyo incondicional en los momentos difíciles durante el desarrollo de mi carrera.

- Abuela Maria Judith Marín,
- Srta. Stefany Zúñiga,
- Sr. Joaquín Ospina,
- Ing. José Ospina,
- Sra. Maria Ludivia Ospina,
- Hna, Dora Lilia Ospina,
- Sra. Milena Pinzon,
- Sr. Wilfer Pinzon Ospina,
- Sr. Milton Ospina,
- Sra. Orfa Mary Ospina,
- Dra. Lourdes Osorio,
- Dr. Jorge Medina,
- Dr. Juan Camilo Montejo,
- Dra. Martha Elena Torres,
- Dra. Carolina Salazar,
- Dra. Ximena Arias,
- Sr. Mauricio Valencia,
- Profesores de carrera,
- Compañeros de carrera,
- Sr. Francisco Gómez,
- Srta. Lorena López.

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	15
RESUMEN	17
INTRODUCCIÓN	18
1. CONCEPTO DE EMPRESA NUEVA	20
1.1. IDEA DE NEGOCIO	20
1.1.1. Definición Legal.	20
1.1.2. Mano de obra para trabajo elemental.	20
1.2. MISIÓN CORPORATIVA	21
1.3. VISIÓN CORPORATIVA	21
1.4. PRINCIPIOS CORPORATIVOS	21
1.5. METAS Y OBJETIVOS CORPORATIVOS	22
1.5.1. Meta 1.	22
1.5.2. Objetivos Meta 1.	22
1.5.3. Meta 2.	23
1.5.4. Objetivos Meta 2.	23
1.5.5. Meta 3.	23
1.5.6. Objetivos Meta 3.	23

2.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	24
2.1.	FUENTES PRIMARIAS	24
2.1.1.	Instrumentos utilizados.	24
2.1.2.	Ficha Técnica.	24
2.2.	FUENTES SECUNDARIAS	25
2.3.	ANALISIS DEL SECTOR	25
2.3.1.	Información geográfica de Cali.	25
2.3.2.	Población.	25
2.4.	ANALISIS DE LA OFERTA	28
2.4.1.	Características de los prestadores del servicio.	28
2.5.	ANALISIS DE LA DEMANDA	29
2.5.1.	Distribución geográfica del mercado de consumo.	30
2.5.2.	Caracterización de la demanda de hogares.	31
2.5.3.	Caracterización de la demanda de empresas.	36
2.6.	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	40
2.6.1.	Análisis de precios.	43
3.	PLAN DE MARKETING	44
3.1.	ANALISIS DE LA SITUACIÓN	44
3.1.1.	Análisis DOFA.	44
3.2.	PLAN ESTRATÉGICO	46

3.2.1.	Definición del Mercado Objetivo.	46
3.2.2.	Objetivos y Estrategias.	46
3.3.	MARKETING MIX	47
3.3.1.	Estrategia de Servicio.	47
3.3.2.	Estrategia de Precios.	48
3.3.3.	Política de Distribución.	48
3.3.4.	Política de Promoción.	48
4.	PLAN DE VENTAS	50
4.1.	ESTRATEGIA DE VENTAS	50
4.2.	FUERZA DE VENTAS	50
4.3.	PROYECCIÓN DE VENTAS A CINCO AÑOS	51
5.	PLAN ORGANIZACIONAL Y DE DIRECCIÓN	53
5.1.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	53
5.2.	PRESUPUESTO DE NÓMINA	54
6.	ASPECTOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO	56
6.1.	DEFINICIÓN DEL TIPO DE SOCIEDAD	56
6.2.	CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	56
6.2.1.	Establecimiento de Comercio.	56
6.3.	SEDE SOCIAL Y OPERATIVA	56

7. CRONOGRAMA DE TRABAJO	57
8. RESULTADOS PREVISTOS	58
8.1. PLAN DE INVERSIONES	58
8.2. POLÍTICAS FINANCIERAS INTERNAS	59
8.3. ESTADO DE RESULTADOS	59
8.4. NECESIDADES FINANCIERAS	60
9. IMPACTO	61
9.1. CONTRIBUCIÓN DIRECTA DEL NEGOCIO A LA SOCIEDAD	61
9.2. DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO	61
9.3. DESARROLLO SOSTENIBLE	62
10. CONCLUSIONES	63
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	65

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Resultados de empleabilidad del SENA 2002 - 2006	19
Cuadro 2. Lista de oficios que se ofertarán en la Bolsa de Empleo	21
Cuadro 3. Plan de Trabajo para el primer año	57

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Información sobre empleabilidad de la mano de obra	28
Tabla 2. Información sobre empleabilidad de la mano de obra (Continuación)	29
Tabla 3. Información para identificar la tendencia de las empresas para cubrir trabajos con mano de obra poco calificada	40
Tabla 4. Características generales de las principales agencias de empleo de Santiago de Cali	42
Tabla 5. Servicios ofrecidos por la Competencia	43
Tabla 6. Proyección de Ventas a cinco años	51
Tabla 7. Presupuesto de nómina primer año	54
Tabla 8. Proyección presupuesto de nómina a cinco años	55
Tabla 9. Presupuesto de Inversión	58
Tabla 10. Proyección Estado de Resultados a cinco años	59
Tabla 11. Proyección financiera a cinco años	60
Tabla 12. Proyección del ROI a cinco años	60

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Población por Comuna. Proyección al 2007	26
Ilustración 2. Estratificación Socioeconómica por Comuna	27
Ilustración 3. Localización Productiva por Comuna	30
Ilustración 4. Distribución geográfica de los hogares encuestados	32
Ilustración 5. Ubicación geográfica de las agencias de empleo	41
Ilustración 6. Estructura Organizacional Bolsa de Empleo “Manos Obreras”	53

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Cobertura de la encuesta por barrios y puntos cardinales	32
Gráfico 2. Nivel de participación de hogares encuestados por estratos	33
Gráfico 3. ¿Cuál o cuáles de los siguientes servicios ha requerido en su hogar?	33
Gráfico 4. ¿Con qué frecuencia en el hogar se han utilizado estos servicios?	34
Gráfico 5. ¿Cómo calificaría el servicio que le han prestado las personas que hacen este tipo de oficios?	34
Gráfico 6. ¿A qué fuente o fuentes han recurrido en su hogar para conseguir dichos servicios?	35
Gráfico 7. ¿Alguna vez en su hogar han utilizado los servicios de una agencia de empleo, para que le suministre mano de obra poco calificada?	35
Gráfico 8. ¿Alguna vez una empresa temporal, bolsa de empleo o cooperativa de trabajo ha contactado su hogar para ofrecer este tipo de servicios?	36
Gráfico 9. ¿Qué mecanismo utilizaría para solicitar ayuda inmediata?	36
Gráfico 10. Distribución porcentual de empresas encuestadas por sectores	37
Gráfico 11. Distribución de empresas encuestadas por tipo (Grande, mediana, pequeña)	37
Gráfico 12. Crecimiento en Ventas (2005-2006) de las principales agencias de empleo de la ciudad de Santiago de Cali	52
Gráfico 13. Crecimiento de las Ventas en cinco años de la bolsa de empleo	52

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Instrumentos de Medición	65
Anexo B. Decreto 3115 y Ley 905 de 2004	68
Anexo C. Registro Mercantil y Formulario del Registro Único Tributario	89

GLOSARIO

ÁREA METROPOLITANA: se define como el área de influencia que incluye municipios circundantes, que con la ciudad conforman un solo tejido urbano no discontinuo y han sido reconocidos legalmente. El núcleo es Cali, y alrededor están Candelaria, Jamundi, Palmira y Yumbo. Constituye un importante eje comercial e industrial.

C.N.O.: la sigla significa: Clasificación Nacional de Ocupaciones, es un instrumento de información que especifica lo que las personas realizan en su trabajo a cambio de una remuneración.

DANE: el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- es la entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia. Perteneciente a la Rama Ejecutiva del Estado Colombiano, con más de 50 años de experiencia. Cumple con los más altos estándares de calidad. El DANE ofrece al país y al mundo más de 30 investigaciones de todos los sectores de la economía, industria, población, sector agropecuario y calidad de vida, entre otras.

E-COMMERCE: significa: Comercio Electrónico, es cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet.

ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS: es un estudio técnico orientado a clasificar la población de una localidad en grupos socioeconómicos diferentes o estratos. Los aspectos que se investigan son las viviendas. Dichos aspectos se denominan “variables de estratificación” y corresponde a:

- Las Características físicas externas de las viviendas
- Su entorno inmediato Y su contexto Urbanístico

HOGAR: es una persona o grupo de personas que ocupan la totalidad o parte de una vivienda asociándose para compartir el alojamiento y la comida. Estas personas pueden o no tener vínculos familiares entre sí. Los pensionistas, empleados del servicio doméstico y sus hijos forman parte del hogar siempre y cuando duerman en la misma vivienda.

INGRESOS: entradas de dinero al hogar, ocurridas con cierta periodicidad, dentro de un lapso de tiempo determinado, que permiten establecer y mantener un determinado nivel de gasto del hogar.

O.I.T.: la sigla significa: Organización Internacional del Trabajo. Institución destinada a promover las medidas más adecuadas de protección al trabajador ya velar por la correcta aplicación de las leyes sociales en cada uno de los países afiliados.

REGISTRO MERCANTIL: la Matrícula Mercantil es un medio de identificación del comerciante y de su establecimiento de comercio, así como medio de prueba de existencia de uno y de otro. Por disposición legal, los comerciantes, sean personas naturales o jurídicas, están obligadas a matricularse en el Registro Mercantil que lleva la Cámara de Comercio y matricular allí mismo su empresa o negocio. La matrícula se debe renovar anualmente, dentro de los tres primeros meses del año. En caso de no ejercer actividad comercial alguna, debe cancelar su Matrícula Mercantil.

SENA: el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) es una institución pública colombiana que se enfoca en el desarrollo de programas de formación profesional con el fin de lograr un desarrollo social en Colombia y el fomento del empleo. Todos los servicios que presta el SENA son gratuitos gracias a que se financia principalmente de los aportes parafiscales que realizan los empresarios y trabajadores de todo el país.

UNIDAD ECONÓMICA: establecimiento (desde una pequeña tienda hasta una gran fábrica) asentado en un lugar de manera permanente y delimitado por construcciones e instalaciones fijas, además se realiza la producción y/o comercialización de bienes y/o servicios.

VULNERABILIDAD: es la incapacidad de resistencia cuando se presenta un fenómeno amenazante, o la incapacidad para reponerse después de que ha ocurrido un desastre.

RESUMEN

MANOS OBRERAS es una bolsa de empleo nueva que ingresará al mercado local de Santiago de Cali, y busca aprovechar la demanda de hogares y empresas con respecto al suministro de mano de obra poco calificada.

MANOS OBRERAS se diferenciará de sus competidores (generalmente empresas con estructuras más grandes) por los precios de penetración más bajos, el desarrollo del servicio que ofrecerá a la comunidad a través del "Contact Center", que es una línea de atención inmediata al cliente para recepcionar solicitudes de suministro de mano de obra poco calificada en casos de situaciones urgentes. Este enfoque de la bolsa de empleo en ofertar exclusivamente mano de obra poco calificada a hogares y empresas de la ciudad le facilitará ganar una posición de liderazgo en el mercado de las agencias de empleo.

MANOS OBRERAS es una sociedad unipersonal constituida en Santiago de Cali en el 2008, cuyo único propietario es Jaiber Fredy Ospina.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación muestra la importancia que podría tener para la sociedad caleña, la creación de una bolsa de empleo que ejerza sus operaciones en la ciudad de Santiago de Cali, con el fin de ofertar exclusivamente mano de obra poco calificada tanto en el mercado laboral como en los hogares de la ciudad.

Las alentadoras cifras muestran que, Colombia es el país del continente con mayor vocación microempresarial. Representa cerca del 95% del total de establecimientos, contribuye a la producción nacional con una cifra superior al 50% y genera más del 70% de empleo, en los sectores de industria, comercio y servicios¹.

Las principales causas del desempleo en la ciudad han sido: La recesión registrada en varios países del mundo, el clima existente en el país para la inversión, un marcado proceso de des-industrialización del país, apertura económica indiscriminada, caída del sector de la construcción, que fue base del desarrollo en las tres últimas décadas, aumento de la población económicamente activa, altas tasas de interés, reevaluaciones y excesivo aumento del gasto público generando crisis fiscal, lo cual ha tenido sus impactos sobre el producto y el ingreso agregado de la economía, y agravando los niveles de pobreza.

Al hacer un sondeo a través de Internet de las distintas agencias y bolsas de empleo que funcionan en la ciudad, se pudo constatar que en general todas tratan de ofertar los perfiles ocupacionales existentes en el medio, sin embargo, se encontró que el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), es la bolsa de empleo en Colombia que apoya a través de sus programas de desarrollo, este tipo de mano de obra poco calificada, en el cuadro 1 se puede apreciar los resultados de empleabilidad a partir del 2002 hasta el 2006.

¹ CÁRDENAS SANTA MARÍA, Patricia. Las Pymes: Vitales para la recuperación del crecimiento económico [En línea]. Bogotá D.C.: Universidad Sergio Arboleda, 2002. [Consultada 3 de noviembre de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.usergioarbleda.edu.co/civilizar>.

Cuadro 1. Resultados de empleabilidad del SENA 2002 - 2006

RESULTADOS DE EMPLEABILIDAD 2002 - 2006						
INDICADOR	2002	2003	2004	2005	2006	TOTAL
Vacantes Utilizadas	40,70%	45,60%	50,40%	46,90%	48,90%	
Inscritos	237.817	320.113	407.673	409.892	678.897	2.054.392
Vacantes	106.760	130.632	153.160	178.493	149.773	718.818
Colocados	43.462	59.615	77.146	83.627	73.260	337.110
Orientados	120.408	164.824	186.258	215.587	206.151	893.228
Matriculados	36.557	44.945	74.477	88.593	95.094	339.666

FUENTE: Informe Final Resultados de Empleabilidad 2002 – 2006 [En línea]. Santiago de Cali: SENA, 2007. [Consultado 4 enero de 2008]. Disponible en Internet: www.sena.edu.co

El presente plan de negocio pretende responder a las preguntas formuladas por la investigación del problema:

- ¿Cómo contribuir a que la mano de obra poco calificada, acceda al mercado laboral de la ciudad de Cali?
- ¿Cómo identificar la estrategia adecuada para que la mano de obra poco calificada, pueda ofertarse en el mercado laboral de la ciudad de Cali?
- ¿Cómo lograr impulsar dicha oferta de manera legal en la ciudad?
- ¿Cómo lograr que el mercado laboral y los hogares de la ciudad, demanden dicha oferta de mano de obra?

Los objetivos propuestos son:

- Crear una bolsa de trabajo especializada en ofertar mano de obra para trabajo elemental, dirigida a empresas y personas particulares de la ciudad de Cali.
- Elaborar un plan de negocios y buscar mecanismos para financiar el desarrollo del proyecto.
- Constituir la bolsa de trabajo como una empresa social con registro mercantil.
- Implementar estrategias de mercadeo para lograr reconocimiento de la bolsa de trabajo en el mercado laboral y en los hogares de la ciudad.

1. CONCEPTO DE EMPRESA NUEVA

1.1. IDEA DE NEGOCIO

Constituir una Bolsa de Empleo con domicilio en Santiago de Cali, para desarrollar intermediación laboral especializada exclusivamente en ofertar mano de obra que realice trabajos elementales suscitados en el sector empresarial y en hogares de la ciudad.

1.1.1. Definición Legal. La Bolsa de Empleo es aquella encaminada en poner en contacto a oferentes y demandantes de mano de obra dentro del mercado laboral para que mutuamente satisfagan sus necesidades, entendiéndose como oferentes de mano de obra las personas naturales que están en disposición de ofrecer su fuerza de trabajo en el Mercado Laboral y, como demanda de mano de obra, el requerimiento de las diferentes unidades económicas para que sus vacantes sean ocupadas por personas calificadas para el desempeño de las mismas.²

1.1.2. Mano de obra para trabajo elemental. Sus funciones generalmente son sencillas y repetitivas, se refieren al desempeño de actividades fundamentalmente de carácter físico y exigen un alto nivel de subordinación, la experiencia laboral no es requerida o en el mejor de los casos es mínima; se requiere, por lo general, el mínimo de educación permisible.³

A continuación, en el cuadro 2 se lista los oficios que se ofertarán en la Bolsa de Empleo, correspondientes a mano de obra poco calificada y que se encuentra en la Clasificación Nacional de Ocupaciones del DANE:

² Decreto 3115 del 30 de diciembre de 1997 [En línea]. Bogotá D.C.: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2004. [Consultado diciembre 10 de 2007]. Disponible en Internet: www.minproteccionsocial.gov.co.

³ Observatorio Laboral y Ocupacional Colombiano [En línea]. Santiago de Cali: SENA, 2007. [Consultado 15 de enero de 2008]. Disponible en Internet: <http://observatorio.sena.edu.co/>

Cuadro 2. Lista de oficios que se ofertarán en la Bolsa de Empleo

<ul style="list-style-type: none">▪ Fontaneros▪ Cerrajeros▪ Albañiles▪ Técnicos electricistas▪ Pintores de casas y edificios▪ Piscineros▪ Jardineros▪ Profesionales para aplanchado de ropa▪ Profesionales para lavado de ropa▪ Limpia o arregla techos▪ Limpiadores de fachadas▪ Porteros▪ Mensajeros de bicicleta y moto▪ Meseros▪ Aseadores▪ Auxiliares del cuidado de niños▪ Mercaderistas e impulsadoras▪ Auxiliares de almacén y bodega	<ul style="list-style-type: none">▪ Técnicos de mantenimiento de computadores▪ Técnicos de electrodomésticos del hogar▪ Guías Ecológicos, Turismo y Recreación▪ Operarios de Artes Gráficas▪ Operarios de Cristalerías▪ Operarias de Confección▪ Conductores de Vehículos▪ Recolectores de material para reciclaje▪ Fumigadores▪ Paramédicos▪ Recepcionistas▪ Ayudantes de cocina▪ Auxiliares de Archivo y Registro▪ Vendedores de mostrador▪ Carpinteros y Ebanistas▪ Empleadas domésticas▪ Auxiliares de cafetería
--	--

1.2. MISIÓN CORPORATIVA

Somos una empresa dedicada a la intermediación laboral, para suplir oportuna y profesionalmente los requerimientos de mano de obra poco calificada a empresas y hogares del área metropolitana de la ciudad de Cali, contribuyendo de esta manera a generar valor para nuestros clientes, mayor empleabilidad social y beneficios rentables a nuestros accionistas.

1.3. VISIÓN CORPORATIVA

Posicionar para el 2020 la bolsa de empleo entre las de mayor reconocimiento entre las empresas y hogares del área metropolitana de Cali, en intermediación laboral privada especializada en ofertar servicios de mano de obra poco calificada.

1.4. PRINCIPIOS CORPORATIVOS

- **Respeto a la dignidad humana:** Reconocemos que toda persona busca su máximo desarrollo social, cultural, ético, y económico.

- **Solidaridad y cooperación:** Brindamos a nuestros empleados oportunidades para su desarrollo humano, sin distinción de ninguna índole.
- **Responsabilidad y ética profesional:** Ejercemos reflexión autocrítica en el quehacer diario, a fin de lograr el cumplimiento del deber corporativo.
- **Pensamiento proactivo:** Reconocemos que las personas tienen talento y capacidad suficiente para ser creativos, anticiparse al futuro y responder con éxito a nuevos retos económicos, sociales, culturales y morales.
- **Trabajo en equipo:** Asignamos roles y responsabilidades a nuestros empleados, les brindamos confianza y seguridad para avalar su participación individual y colectiva, a fin de crear identidad empresarial.
- **Calidad de vida:** Nuestra empresa es generadora de ambientes de mejoramiento continuo, para contribuir al progreso de la calidad de vida de nuestros empleados y sus familias.
- **Eficiencia:** Optimizamos el talento humano, los recursos administrativos, tecnológicos y financieros disponibles, con criterio de rentabilidad social y económico.
- **Eficacia:** En la medida que, nuestras condiciones nos lo permitan, daremos solución a la diversidad de problemas que se susciten en nuestros clientes, correspondiendo a sus necesidades y expectativas.

1.5. METAS Y OBJETIVOS CORPORATIVOS

1.5.1. Meta 1. Posicionar para el 2013 en el área metropolitana de Cali, los servicios de la bolsa de empleo con una participación en el mercado del 30%.

1.5.2. Objetivos Meta 1.

- Diseñar e implementar un plan estratégico de marketing (2008 – 2013) para penetrar y posicionar los servicios ofrecidos en el mercado.
- Explorar alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para ampliar redes de cooperación, a fin de cubrir gradualmente la demanda.

- Implementar y ampliar gradualmente la infraestructura necesaria para cubrir el crecimiento de la demanda.

1.5.3. Meta 2. Establecer una política de empleo para contribuir al desarrollo social y económico de la mano de obra inscrita en la bolsa de empleo.

1.5.4. Objetivos Meta 2.

- Desarrollar un sistema de información oportuno, que favorezca el incremento gradual cada año de la intermediación laboral.
- Desarrollar a partir del 2009, proyectos de intervención social destinados a comunidades vulnerables de la ciudad, a fin de generar alternativas de empleabilidad con la mano de obra inscrita en la bolsa de empleo.
- Crear mecanismos de seguimiento y control para evaluar periódicamente el desempeño laboral del personal empleado, a fin de rendir informes de productividad laboral cada año.

1.5.5. Meta 3. Lograr para el 2013, beneficios socioeconómicos para maximizar el valor de la empresa y la inversión de los accionistas.

1.5.6. Objetivos Meta 3.

- Desarrollar un plan estratégico de inversión y financiamiento (2008 – 2013), para garantizar la supervivencia de la empresa, mantener un nivel adecuado de endeudamiento y maximizar la rentabilidad del patrimonio.
- Generar en el corto y mediano plazo fuentes de financiación externas e internas, propias y ajenas.
- Evaluar periódicamente los beneficios económicos y el impacto social generado por la acción de la bolsa de empleo.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El tipo de investigación de mercado que se desarrolló en la ciudad de Santiago de Cali, durante el mes de enero de 2008, fue de tipo cuantitativo y descriptivo. Se recurrió a fuentes primarias y secundarias; y se utilizaron los siguientes instrumentos:

2.1. FUENTES PRIMARIAS

2.1.1. Instrumentos utilizados.

- **Encuesta:** Se diseñó tres tipos de encuesta dirigidas a tres tipos de población de la ciudad de Santiago de Cali: (ver anexo 1)
 - Ofertantes de mano de obra poco calificada,
 - Hogares residentes de comunas 3, 4, 5 y 6,
 - Empresas Industriales, comerciales y de servicios.

2.1.2. Ficha Técnica. Para poblaciones infinitas con un valor de confianza del 95% y un margen de error del 15,5% donde la probabilidad a favor y en contra será del 50%, debido a que no se tiene un nivel exacto de aceptación de mercado, arroja una muestra de 40 encuestas:

$$N = \frac{(1,95)^2 \times (0,50) \times (0,50)}{(0,155)^2} = 39,57 \text{ Encuestas}$$

En la selección del método de muestreo se tuvo en cuenta:

- Hogares de estratos 3 al 6 ubicados en distintas comunas de la ciudad.
- Mano de Obra poco calificada, pertenecientes a estratos 1 y 2 ubicados en diferentes barrios de la ciudad.
- Tiempo en el trabajo de campo, para facilitar la recolección de la información.
- Encuestas personalizadas y a través de Internet.

El método utilizado corresponde a un muestreo probabilístico estratificado, con selección aleatoria de hogares, mano de obra y empresas de la ciudad.

- **Universo de estudio:** Hogares, empresas y mano de obra calificada residentes en la ciudad de Santiago de Cali.
- **Muestra:** 40 encuestas
- **Segmentación de las encuestas:** Se hicieron 20 encuestas a hogares, 10 encuestas a empresas, 10 encuestas a mano de obra poco calificada.

2.2. FUENTES SECUNDARIAS

La investigación también fue soportada con información publicada a través de Internet por las siguientes organizaciones:

- Páginas Amarillas de Publicar S.A. (www.paginasamarillas.com.co)
- Superintendencia de Sociedades. (www.supersociedades.gov.co)
- DANE. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)
- Departamento Planeación Municipal de Santiago de Cali.

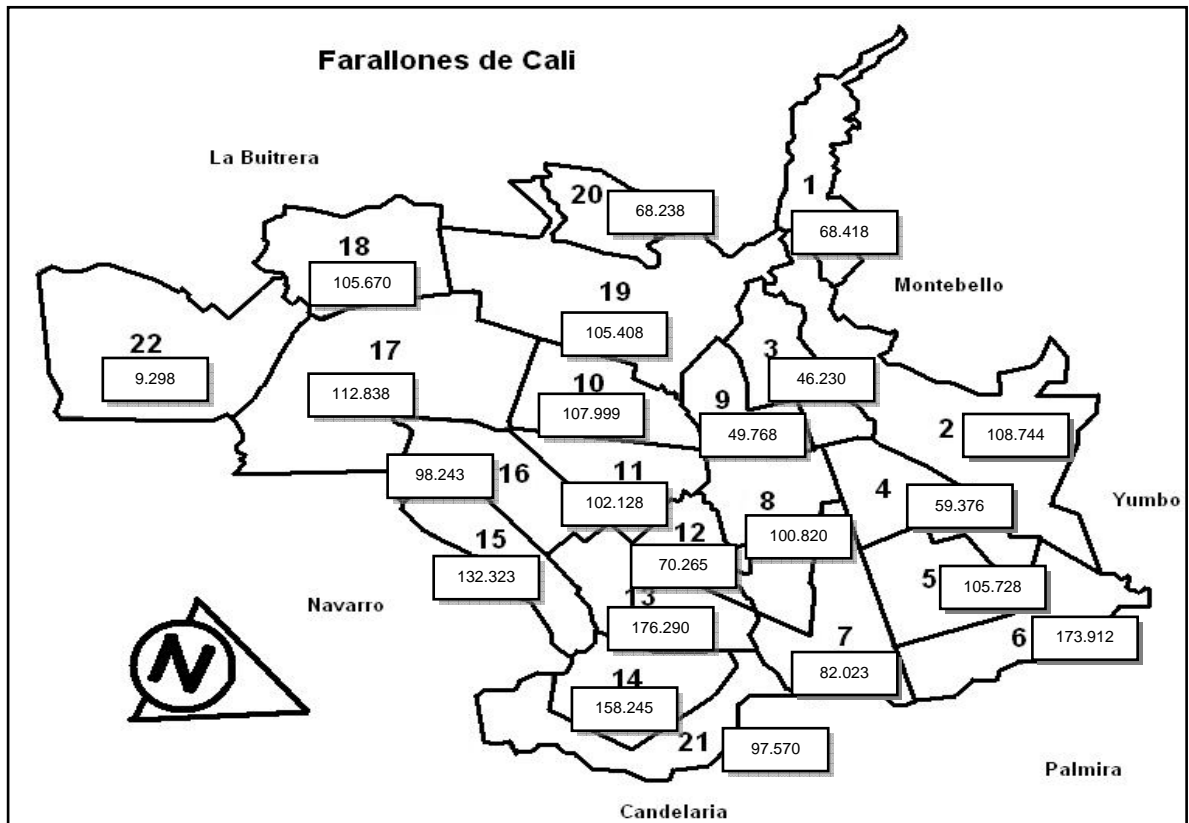
2.3. ANALISIS DEL SECTOR

2.3.1. Información geográfica de Cali⁴. La ciudad se encuentra a 950 m de altura sobre el nivel del mar, con una superficie total de 560,3 Km². Limita al norte con los municipios de Yumbo y la Cumbre, al oriente; con los municipios de Palmira y Candelaria, al sur; con el municipio de Jamundi, y al occidente; con los municipios de Buenaventura y Dagua. El área urbana está sectorizada por 22 comunas y en el área rural por 15 corregimientos.

2.3.2. Población. Según estimaciones y proyecciones realizadas por el Departamento Administrativo de Planeación (DAP) con base en censos de población 1985, 1993, y 2005, Santiago de Cali tiene una población total al 2007 de 2.177.038. En Comunas se estima una población de 2.139.535 y en Corregimientos de 37.503. En la ilustración 1, se muestra la cantidad de población proyectada por el DANE al 2007, para cada comuna de la ciudad.

⁴ Cali en Cifras 2007 [En línea]. Santiago de Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 2007 [Consultado 14 de enero de 2008]. Disponible en Internet: <http://planeacion.cali.gov.co>.

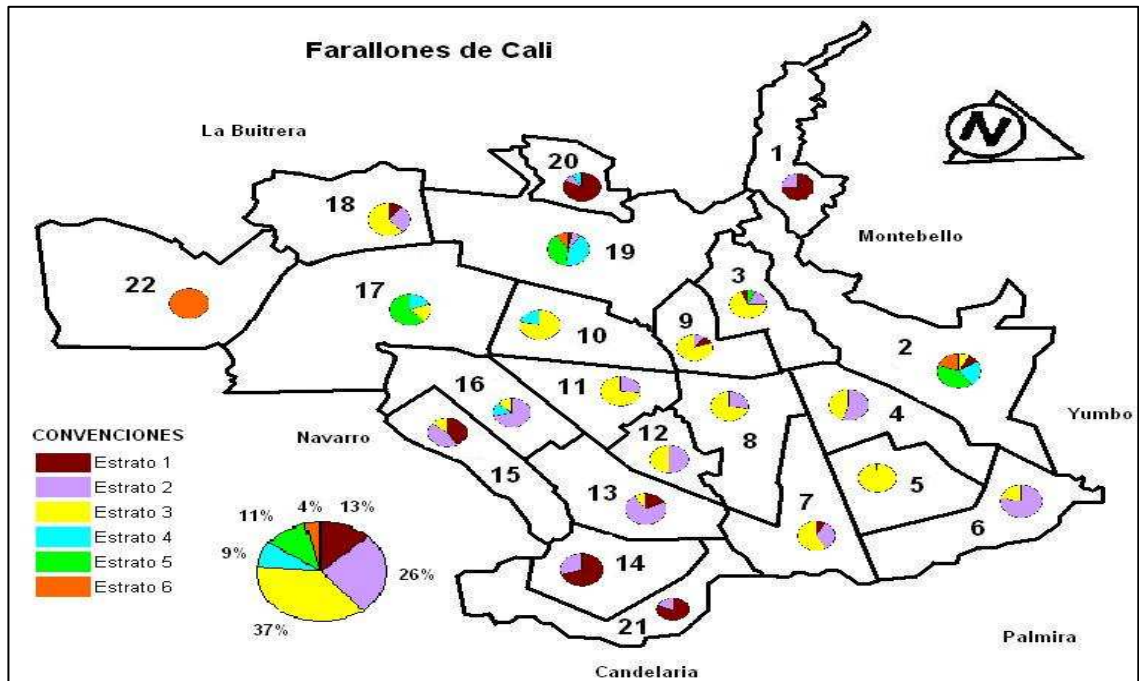
Ilustración 1. Población por Comuna. Proyección al 2007



La ciudad de Santiago de Cali se encuentra estratificada desde junio 28 de 1996, por medio del Decreto 1052, en el cual se adopta la Estratificación Socioeconómica del Municipio de Santiago de Cali.

En la ilustración 2, se puede observar que el mayor porcentaje de viviendas de la ciudad, se encuentra en el estrato 3 con el 37%, seguido del estrato 2 con el 26%.

Ilustración 2. Estratificación Socioeconómica por Comuna



Según Informe de Evaluación 2006⁵, la población ocupada en el área metropolitana Cali – Yumbo registró una tasa de ocupación de 55,3%, frente a la registrada en el 2005 de 60,4%. Pese a la disminución en el número de ocupados a nivel nacional, Cali y Bogotá se destacan con tasas superiores al 55%, mientras que el nivel nacional alcanza una tasa de ocupación del 50,3%.

La tasa de subempleo en el área de Cali – Yumbo se mantiene por encima del 37% entre el 2005 y el 2006, lo cual refleja que no hubo mejoría en cuanto a la calidad del empleo. Incluso esta tasa presenta el mayor registro en relación con el total de las 13 áreas metropolitanas, el nivel nacional y ciudades como Bogotá y Medellín, estas dos últimas con registros de 29,1% y 22,5%, respectivamente. La reducción de la tasa de desempleo y el incremento de la tasa de subempleo, reflejan un deterioro de la calidad del empleo en el área metropolitana Cali – Yumbo. A su vez, la calidad del empleo en Cali es menor que en las trece áreas metropolitanas y el total nacional. La existencia de formas de contratación que debilitan las condiciones laborales y la baja capacidad de las empresas para crear empleo a la misma velocidad que crece la oferta de mano de obra, estimulan la informalidad en el mercado de trabajo, entre otros aspectos.

⁵ Informe de Evaluación 2006 [En línea]. Santiago de Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 2007. [Consultado 10 de diciembre de 2007]. Disponible en Internet: www.calicomovamos.org

2.4. ANALISIS DE LA OFERTA

2.4.1. Características de los prestadores del servicio. En la tabla 1 se puede apreciar que de las 10 personas que se logró encuestar, en general, ejercen su labor de manera independiente; no les gusta acudir a las agencias de empleo; porque sienten que no les prestan un buen servicio. Y no usan Internet para buscar empleo porque habitualmente no saben usarlo. (Ver instrumento utilizado en el anexo 1).

Tabla 1. Información sobre Empleabilidad de la mano de obra

Cant. de encuestados	Oficios	1. ¿A qué se dedica actualmente?							2. ¿Alguna vez ha estado vinculado con una agencia de empleo temporal, cooperativa o empresa asociativa de trabajo?		3. ¿Alguna vez ha utilizado el internet para ofrecer sus servicios o colocar su hoja de vida?		
		Empleado	Trabajo Independiente						No Trabaja	SI	NO	SI	NO
			En el hogar	Alquiler de casa	Alquiler de Local	Local propio	Sobre la vía pública	Ambulante					
2	Tec. Computadores		1			1				2		1	1
2	Tec. Electricista		1		1					2			2
2	Albañil	1						1	1	1			2
2	Señora lava y aplancha ropa							2		2			2
2	Cerrajero		1					1		2		1	1

Aunque la muestra tomada es muy pequeña para representar el universo de la mano de obra poco calificada existente en la ciudad, se logró ubicar a los encuestados quienes se sitúan en estratos 1 y 2, ya sea porque viven o tienen negocios en esos sectores. En la tabla 2, se observa que estas personas tienen un nivel de escolaridad básico, tiene muchos años de experiencia sobre todo como trabajadores independientes. Su promedio de ingresos no supera en el mayor de los casos el salario mínimo legal vigente. La forma como consiguen trabajo, es en general, por recomendación de amigos y por trabajos anteriores.

Tabla 2. Información sobre Empleabilidad de la mano de obra (Continuación)

Cant	Oficios	Servicios que ofrece como independiente	Nivel de escolaridad	Mínimo de experiencia laboral	Salario promedio día	Fuentes para conseguir trabajo				
						Recomendación de amigos	Recomendación de trabajos anteriores	Clasificados	Agencia de empleo o cooperativa	Otro
2	Tec. Computadores	Repara y hace mantenimiento a computadores, vende partes de computador	Tecnicos	6 años	\$30.000 - \$60.000	X	X			
2	Tec. Electricista	Repara daños electricos en las casas, empresas y vende artículos eléctricos	Tecnicos	8 años	\$22.000 - \$40.000	X	X			X
2	Albañil	Construye, remodela casas, edificios.	Primaria	10 años	\$30.000 - salario mínimo legal vigente	X	X		X	
2	Señora lava y aplancha ropa	Lava, aplancha, cocina y hace oficio a domicilio	Primaria	9 años	\$10.000 - \$12.000	X	X			
2	Cerrajero	Fabrica llaves, cambia claves de puertas y cerraduras, vende candados	Tecnico	6 años	\$12.000 - \$25.000	X	X			X

Cuando se les preguntó: ¿Alguna vez ha estado vinculado con una agencia de empleo temporal, cooperativa o empresa asociativa de trabajo?, el 90% de los encuestados respondió que NO, debido a las siguientes razones:

- No conocen el funcionamiento de las bolsas de empleo,
- No han tenido necesidad de acudir a ellas,
- No les gusta, porque les generan desconfianza,

La persona que contestó que si ha estado vinculado a una agencia de empleo, dijo que en la actualidad está laborando a través de una cooperativa de trabajo asociado, tiene un contrato a término fijo y gana un salario mínimo con su seguridad social correspondiente. Al preguntarle ¿Cómo califica los servicios prestados por esta empresa?, contestó que es regular, “porque siente que no se preocupan por el bienestar del trabajador”, incluso “tiene problemas con la EPS porque aparece en el sistema registrado como multiusuario”, es decir, está activado a dos o más EPS a la vez.

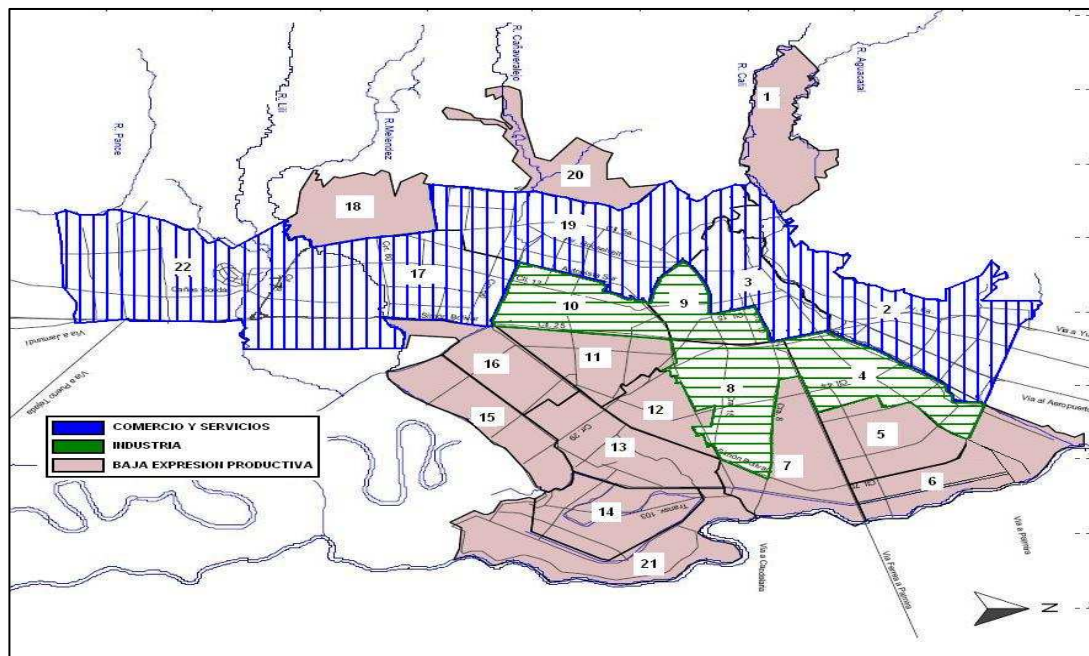
2.5. ANALISIS DE LA DEMANDA

Existen en la ciudad poco más de 566.897 hogares distribuidos en los 6 estratos de nivel socioeconómico. En los estratos bajos, los hogares son más grandes y el

promedio es de 4,5. En los medios es de 4,0 y en los altos, 3,2 hogares. Los ingresos laborales mensuales de los caleños en el 2006, per. Cápita, fueron en promedio de \$664.217. La cifra tuvo un crecimiento de un 26% con relación al 2005, sin embargo, el gasto promedio mensual per. Cápita en cada hogar, fue de \$276.775. Esto quiere decir que el promedio de gasto por hogar, equivale a \$1.130.452, los rubros con mayor participación fueron: Alimentos, arriendos y servicios públicos⁶.

2.5.1. Distribución geográfica del mercado de consumo. En la Ilustración 3, se observa que el 23% de las 22 comunas de Santiago de Cali, está constituido por los sectores de servicios y comercio, ubicados principalmente en las comunas 2, 3, 19, 17 y 22 de norte a sur, sobre el costado occidental de la ciudad. El sector industrial, ocupa el 18% equivalente a cuatro comunas (4, 8, 9 y 10), ubicado principalmente en el centro-norte de la ciudad. El 59% restante de las comunas pertenecen a zona de bajo nivel productivo, o residencial.

Ilustración 3. Localización Productiva por Comuna



FUENTE: Localización Productiva de Cali 2004 [En línea]. Santiago de Cali: Secretaría de Fomento Económico, 2004. [Consultada 14 de enero de 2008] Disponible en Internet: <http://planeacion.cali.gov.co>.

⁶ Cali en Cifras 2007, Op. Cit., p. 25.

Según el Censo Económico realizado por el DANE en el 2005, para las ciudades de Cali y Yumbo, se encontró que las unidades económicas fueron 78.521, de las cuales, 75.210 (95,8%) corresponden al municipio de Santiago de Cali y 3.311 (4,2%), al municipio de Yumbo.

El mayor número de unidades económicas en Cali se ubica en la comuna 3, con una participación del 19%, es decir, 14.895 unidades. Le sigue la comuna 2 con 8.507 (10,8%) unidades; la comuna 9 con 5.430 (6,9%), la comuna 19 con 5.355 (6,8%), la comuna 8 con 5.215 (6,6%) y la comuna 10 con 3.718 (4,7%) unidades. El 45,1% de unidades económicas restante, se distribuyen en las otras 16 comunas del municipio de Cali. El total de unidades económicas dedicadas a actividades industriales, comerciales y de servicios, fue de 53.784. Cali presenta 51.458 establecimientos, distribuidos así: comercio, 31.080 (60,4%); servicios, 15.521 (30,2%) e industria, 4.857 (9,4%).

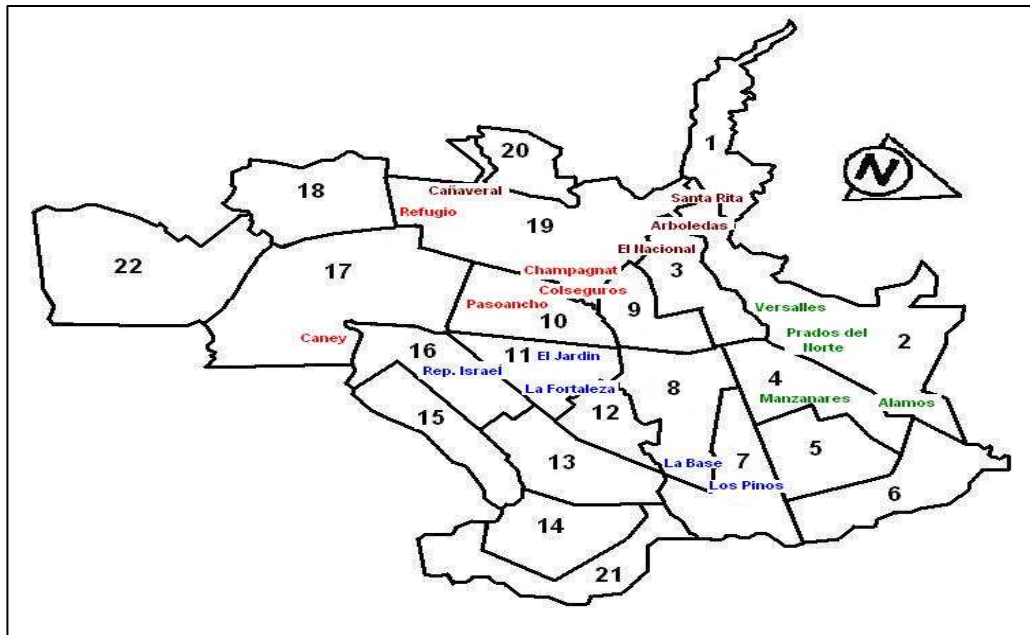
El total de personas ocupadas según el mismo censo económico fue de 291.798, los establecimientos de comercio ocuparon a 95.024 trabajadores (32,6%), los de servicios ocuparon 121.826 (41,8%) y la industria 55.961 (19,2%).

2.5.2. Caracterización de la demanda de hogares. De la encuesta realizada a 20 hogares procedentes de estratos 2, 3, 4, 5 y 6 escogidos de manera aleatoria, se concluye que, en general, todos los hogares tienen necesidades que pueden ser suplidas por mano de obra poca calificada. (Ver instrumento utilizado en el anexo 1).

Sin embargo, un rasgo característico es que generalmente acuden a recomendaciones personales para conseguir mano de obra que realice trabajos elementales suscitados en sus viviendas, a esto se suma que ninguna agencia de empleo los ha contactado para ofrecerles mano de obra poco calificada.

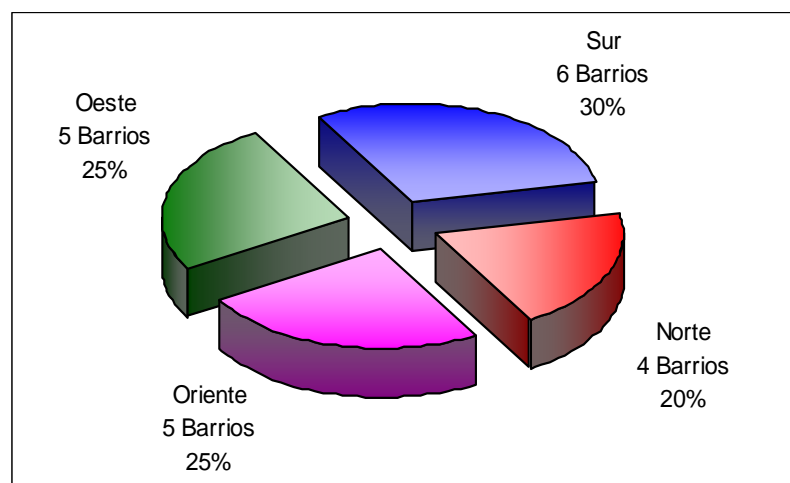
En la Ilustración 4, se puede observar la distribución geográfica de los distintos hogares encuestados, abarcando 11 de las 22 comunas de la ciudad.

Ilustración 4. Distribución geográfica de los hogares encuestados



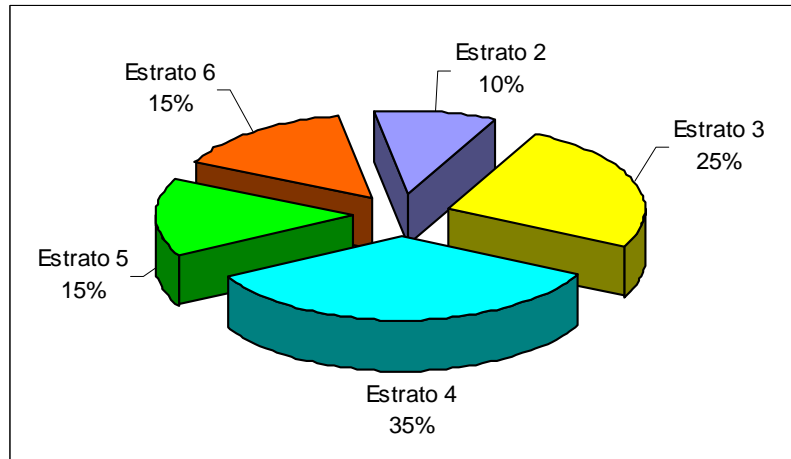
En la siguiente gráfica, se puede observar que el mayor porcentaje de hogares encuestados corresponde a barrios del sur de la ciudad con el 30%.

Gráfico 1. Cobertura de la encuesta por barrios y puntos cardinales



En la gráfica 2, el mayor porcentaje de hogares encuestados por estrato corresponde a los residentes de los estratos 4, con el 35%. Seguido de los barrios de estrato 3, con el 25%.

Gráfico 2. Nivel de participación de hogares encuestados por estratos



En los gráficos 3 y 4 respectivamente, se aprecian los distintos servicios que se han requerido en el hogar y la frecuencia de utilización. Los oficios de mayor demanda son: Albañiles (15%); Señoras para aplanchado y lavado de ropa (11%) cada una; Técnicos para el mantenimiento de electrodomésticos (11%); y Técnicos para el mantenimiento de computadores (10%). El 38% al menos una vez al mes, en general, ha utilizado estos servicios.

Gráfico 3. ¿Cuál o cuáles de los siguientes servicios ha requerido en su hogar?

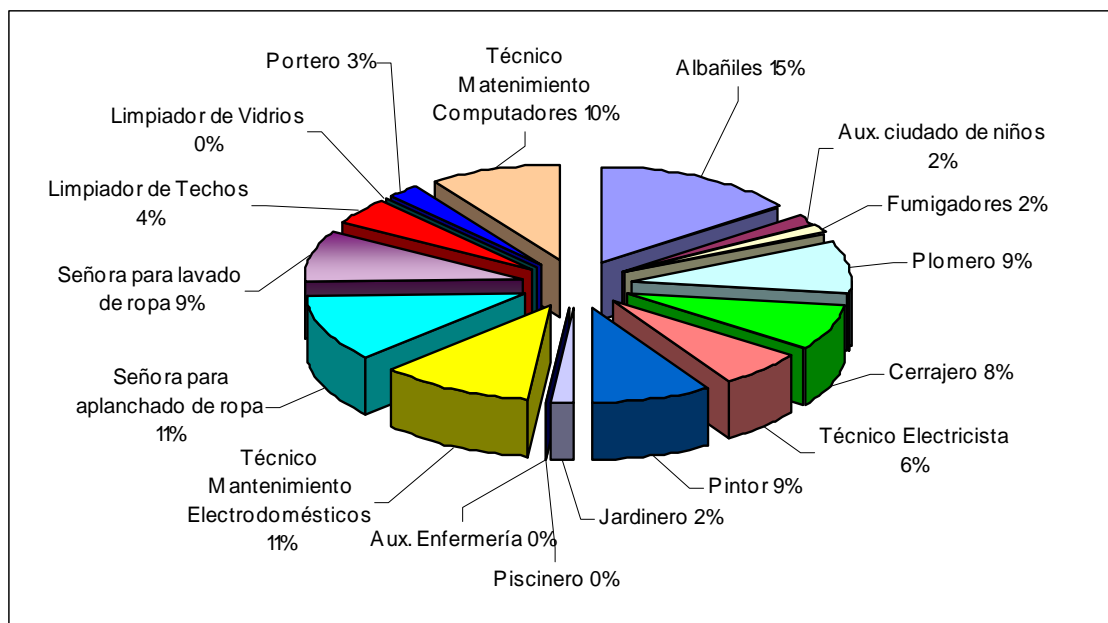
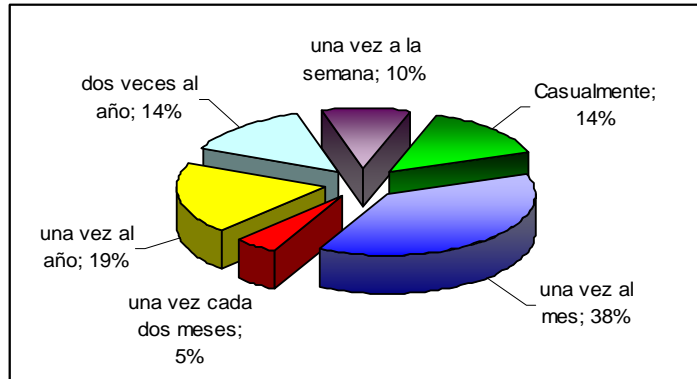
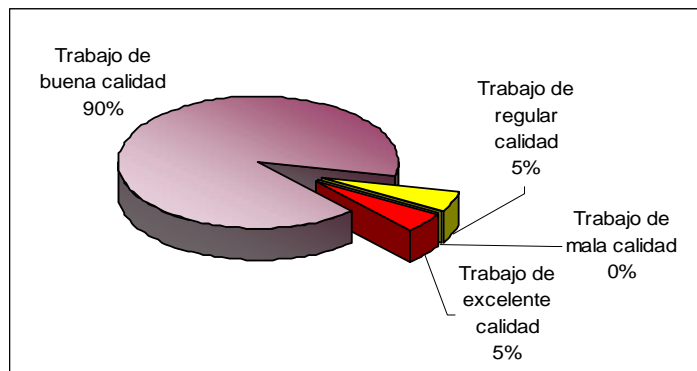


Gráfico 4. ¿Con qué frecuencia en el hogar se han utilizado estos servicios?



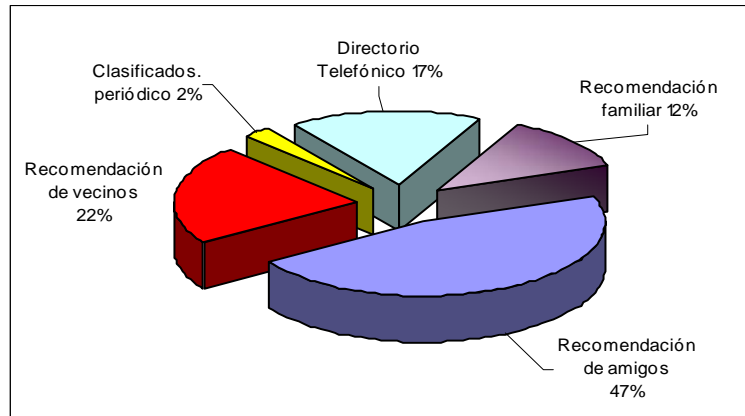
El 90% de los hogares encuestados, acierta que el trabajo realizado por mano de obra poco calificada es de buena calidad. Este indicador muestra que aunque el trabajo de estas personas es en general aceptado por los hogares, para la presente propuesta se convierte en una oportunidad de mercado, debido a que en la medida que se logre mejorar aquellas competencias de atención al cliente, el servicio prestado podría ser visualizado como un trabajo de excelente calidad. (Ver gráfico 5).

Gráfico 5. ¿Cómo calificaría el servicio que le han prestado las personas que hacen este tipo de oficios?



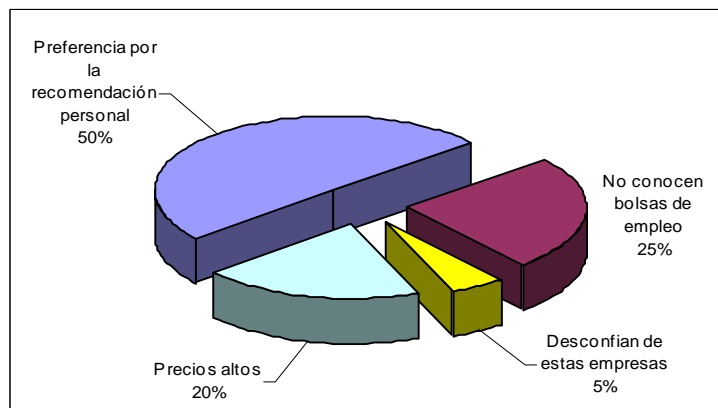
Los hogares obtienen principalmente mano de obra a través de recomendación de amigos (47%); recomendación de vecinos (22%); o por directorio telefónico (17%). (Ver Gráfico 6). Un aspecto clave en este punto es, lograr por medio de estrategias de mercadeo, identificar aquella mano de obra que reside en los barrios y goza de reconocimiento en el mercado local, para tratar de acogerlos en la bolsa de empleo, penetrar aquellos hogares que prefieren la recomendación de amigos y vecinos, y extender esa confianza hacia la bolsa de empleo.

Gráfico 6. ¿A qué fuente o fuentes han recurrido en su hogar para conseguir dichos servicios?



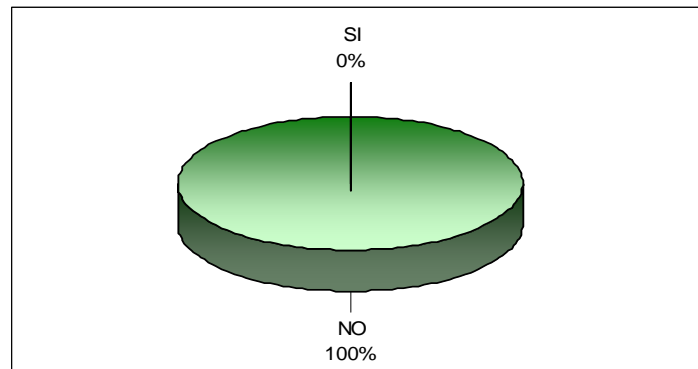
El 100% de los encuestados, respondió que no han utilizado los servicios de una agencia de empleo para conseguir mano de obra. Las principales razones son: Prefieren la recomendación por conocidos (50%); o no conocen bolsas de empleo que ofrezcan dichos servicios (25%).

Gráfico 7. ¿Alguna vez en su hogar han utilizado los servicios de una agencia de empleo, para que le suministre mano de obra poco calificada?



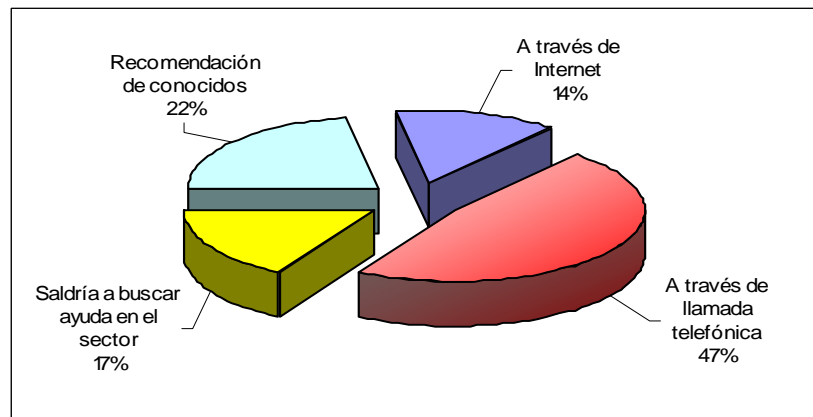
Otra probable oportunidad de negocio que se visualiza es saber que las agencias de empleo no contactan directamente a los hogares para ofrecer la disponibilidad de mano de obra que cubra trabajos elementales en sus viviendas.

Gráfico 8. ¿Alguna vez una empresa temporal, bolsa de empleo o cooperativa de trabajo ha contactado su hogar para ofrecer este tipo de servicios?



En caso de que en el hogar se presente una urgencia y se necesite de mano de obra poco calificada para atender dicha situación, el 47% de los encuestados argumentó que solicitaría un servicio a través de llamada telefónica; el 22% por recomendación de conocidos; el 17% saldría a buscar ayuda en el sector; y el 14% a través de Internet. Este es un buen indicador que permite pensar que si en la ciudad existiera una línea telefónica amiga: "Contact Center" que le suministrara a los hogares mano de obra de manera inmediata; la gente probablemente creería más en los servicios de la bolsa de empleo que en los mismos recomendados, debido a las garantías que se ofrecerían por los trabajos realizados.

Gráfico 9. ¿Qué mecanismo utilizaría para solicitar ayuda inmediata?

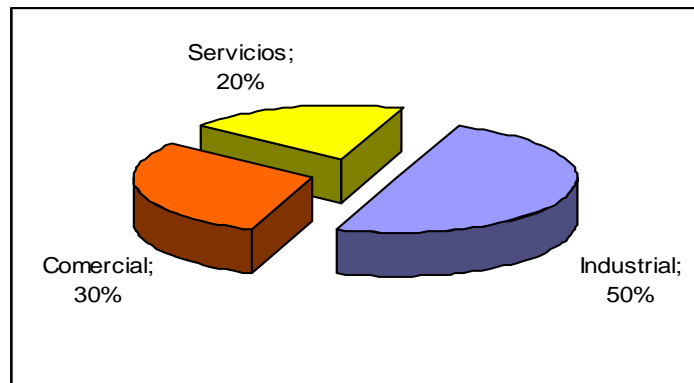


2.5.3. Caracterización de la demanda de empresas. Para la presente investigación de mercado, se logró encuestar a 10 empresas que prestan sus servicios en Santiago de Cali y Acopi-Yumbo (Ver instrumento utilizado en el anexo 1). La selección de las empresas, se hizo mediante correo electrónico

enviado a 20 empresas de las cuales, 10 contestaron estar dispuestas a la encuesta. Por lo tanto, la distribución por sectores y tipo de empresa fue aleatoria. En general, las empresas demandan mano de obra poco calificada; a través de agencias de empleo o buscan recomendaciones de conocidos, y los medios más usados para buscar quien les suministre este personal son: Correo electrónico y el teléfono.

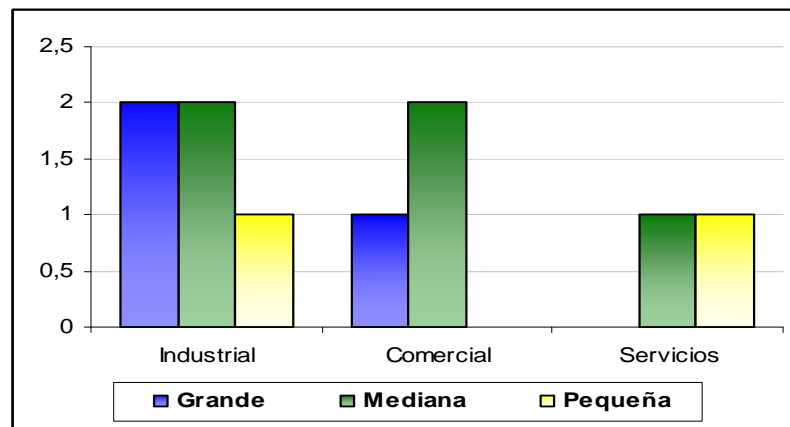
En la siguiente gráfica, se aprecia la distribución porcentual por sectores a las que pertenecen las empresas encuestadas:

Gráfico 10. Distribución porcentual de empresas encuestadas por sectores



En el gráfico 11, se observa la distribución de las empresas encuestadas por tipo (Industrial, Comercial, y de Servicios) en cada sector a la que pertenecen.

Gráfico 11. Distribución de empresas encuestadas por tipo (Grande, mediana, pequeña)



En el cuestionario realizado a las diez empresas encuestadas, se pudo obtener las siguientes características para cubrir sus necesidades con mano de obra poco calificada. (Ver recolección de la información en la tabla 3).

▪ ***¿La empresa ha tenido convenio con alguna agencia temporal o cooperativa?:***

○ El 90% de las empresas encuestadas (Industriales, comerciales y de servicios), tiene convenio con alguna agencia de empleo. El 10% restante, prefiere la contratación directa de personal, sin intermediarios.

▪ ***¿Qué tipo de servicio le han ofrecido a la empresa?:***

○ Las agencias temporales administran la nómina en el 60% de las empresas, principalmente en los sectores industria y comercio.
○ Las empresas del sector industrial (grandes, medianas y pequeñas) prefieren que las agencias temporales desarrollen todo el proceso de selección de personal, desde el reclutamiento hasta su administración.
○ Una ausencia encontrada en las encuestas es que tan solo el 10% de las empresas encuestadas la agencia temporal a la que pertenece le ha ofrecido servicios en salud ocupacional.

▪ ***¿Cuál ha sido el medio por el cual se contacta a la agencia de empleo para el suministro de mano de obra?:***

○ El 100% de las empresas usan el teléfono; seguido de un 40% a través de Internet. Ninguna usa otro medio. Es claro que estos medios son factores clave para el éxito de las agencias de empleo en el mercado, si se presta un buen servicio al cliente telefónico; y se ofrece una página Web en la cual el cliente pueda satisfacer su necesidad.

▪ ***La empresa prefiere la agencia de empleo actual por:***

○ El 60% de las empresas encuestadas, prefiere la agencia por dos características que las diferencian del resto: Precio y servicio.

▪ ***¿Alguna agencia de empleo ha ofrecido la disponibilidad las 24 horas, para ofrecer mano de obra en caso de una urgencia suscitada en las empresas?:***

○ El 100% de las empresas, respondió que ninguna agencia de empleo les ha ofrecido dicha disponibilidad, incluso, en casos de urgencia para conseguir mano de obra, la respuesta no es tan inmediata. Este es un factor diferenciador que pretende la presente propuesta. Ofrecer disponibilidad las 24 horas, para atender

aquellas situaciones urgentes en la cual se necesite mano de obra poco calificada para atender la demanda.

▪ ***¿Cuál es la calificación que hacen las empresas por el servicio prestado de las agencias de empleo?:***

- Del 90% que tienen convenio con agencias de empleo, el 70% responde que el servicio es bueno, porque en general, han respondido con las expectativas de la empresa con respecto al manejo de los procesos de contratación de personal y administración de nómina. Se refieren a que a las agencias de empleo les falta desarrollar más procesos de seguimiento al personal, a fin de que le ayuden a la empresa a evaluar el desempeño del personal empleado.
- El restante 20% dice que es excelente, porque cumplen con todos los requerimientos exigidos por las empresas.

▪ ***El mecanismo que utiliza actualmente la empresa para obtener ayuda inmediata de mano de obra poco calificada es:***

- El 100% de las empresas acude al directorio telefónico, como mecanismo de respuesta ante una situación urgente presentada.
- El 90% busca apoyo a través de recomendaciones de conocidos.
- El 40% prefiere buscar por Internet, y el 10% hace proceso de selección.

▪ ***¿La empresa contactaría una agencia de empleo que tuviera disponibilidad las 24 horas para suministrarle mano de obra poco calificada en casos de urgencia?:***

- El 100% de las empresas respondió que lo haría, a través de dos mecanismos: Una Línea Amiga; disponible las 24 horas, y página Web de la agencia de empleo. En general, los comentarios acertaron a que si existiese ese servicio, las empresas evitarían pérdidas por procesos internos detenidos a la espera de la consecución de mano de obra.

Tabla 3. Información para identificar la tendencia de las empresas para cubrir trabajos con mano de obra poco calificada

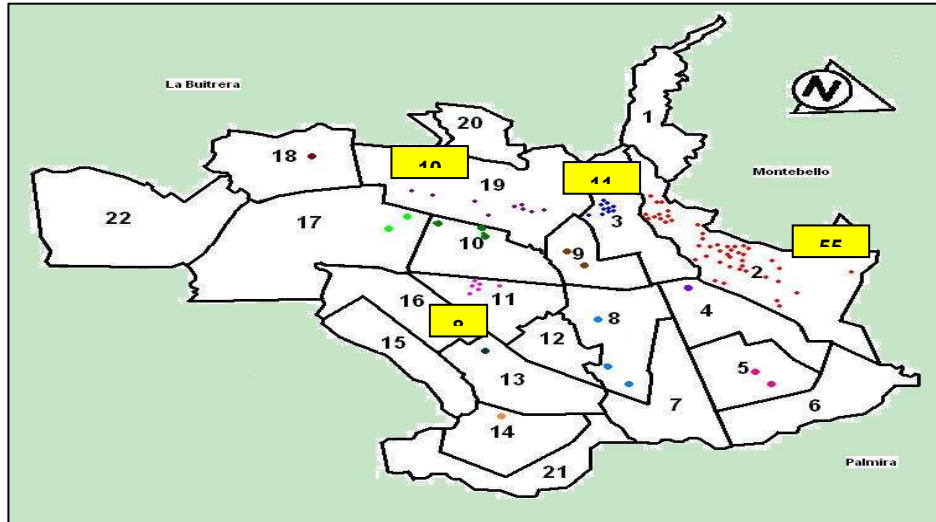
CUESTIONARIO		Industrial			Comercial			Servicios		
		Grande	Mediana	Pequeña	Grande	Mediana	Pequeña	Grande	Mediana	Pequeña
<i>¿La empresa ha tenido convenio con agencias de empleo temporales para el suministro de mano de obra poco calificada en los dos últimos años?</i>	SI									
	NO	No conoce una agencia de empleo que oferte mano de obra poco calificada								
		Los costos son altos								
		La empresa prefiere contratar mano de obra directamente								1
	Otro									
<i>Tipo de servicios que le han ofrecido a la empresa</i>	Reclutamiento de personal	2	2	1		2			1	
	Selección de personal	2	2	1		2			1	
	Capacitación de personal	2	2	1		2			1	
	Contratación de personal	2	2	1	1	2			1	
	Manejo de nómina	2	1	1	1	1				
	Programas de Salud Ocupacional	1								
	Otro									
<i>Medio por el cual contacta a la agencia de empleo para que le suministre mano de obra</i>	Página Web	1		1	1	1				
	Teléfono	2	2	1	1	2			1	
	Otro									
<i>La empresa prefiere el convenio con la agencia de empleo actual por:</i>	Precio	1		1	1	2			1	
	Servicio	2	2	1					1	
	Conveniencia									
	Única en el mercado									
	Es la mejor posicionada en el mercado									
	Cercana a la empresa									
	Otro									
<i>¿Alguna agencia de empleo ha ofrecido mano de obra disponible las 24 horas, para atender urgencias presentadas en la empresa?</i>	SI									
	NO	2	2	1	1	2			1	
<i>Calificación del servicio prestado por las agencias temporales en la empresa</i>	Servicio Excelente			1		1				
	Servicio Bueno	2	2		1	1			1	
	Servicio Deficiente									
<i>Mecanismo que utiliza la empresa para solicitar ayuda INMEDIATA de mano de obra poco calificada</i>	Busca por Internet	1	2		1	1				
	Busca en el directorio telefónico	2	2	1	1	2			1	
	Pide referencia de conocidos	1	2	1	1	2			1	
	Hace el proceso de selección de personal	1								
	Otro									
<i>¿La empresa contactaría una agencia de empleo que le ofreciera mano de obra poco calificada disponible las 24 horas?</i>	SI	Página Web de la agencia de empleo	2	2	1	1	2		1	1
		Línea Amiga de atención inmediata	2	2	1	1	2		1	1
		Otro								
	NO									

2.6. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Según consultas realizadas en las páginas Web: www.paginasamarillas.com; www.ccc.org.co; y www.supersociedades.gov.co, se encontraron 93 empresas dedicadas al suministro de personal temporal en la ciudad de Santiago de Cali. La Ilustración 5, muestra que la mayor concentración de agencias de empleo, se

encuentra ubicada en la Comuna 2 con el 55%, seguida de las Comunas 3 con el 11%; 19 con el 10% y 11 con el 8%.

Ilustración 5. Ubicación geográfica de las agencias de empleo



Las principales agencias de empleo que funcionan en la ciudad son: Acción S.A., Eficacia S.A., Extras S.A., Activos S.A., Listos S.A., P.T.A. Ltda., Proservis Temporales S.A. y SENA regional Valle del Cauca que tiene tres sedes de atención en las comunas 2; 5 y 8. Las demás operan en la Comuna 2, en los barrios: Versalles, San Vicente, Santa Mónica Residencial, y Prados del Norte. Estas empresas llevan más de 20 años en el mercado local y nacional, logrando posicionarse como las mejores en el suministro y administración de personal temporal. Las Cooperativas de Trabajo Asociado, podrían clasificarse como competencia indirecta, debido a que su objeto social es distinto al suministro de personal, sin embargo, dentro del cumplimiento de asociar a las personas ofrecen mano de obra al mercado laboral. En la consulta se encontraron 18 cooperativas ubicadas así: Al Norte el 50%; Sur el 24%; Centro el 24%; y Oriente el 2%.

En la siguiente tabla, se muestran las características generales de las principales agencias de empleo de la ciudad, como se puede observar la empresa mejor posicionada con base en el crecimiento de sus ingresos en la ciudad de Santiago de Cali en el período 2005-2006, fue Listos S.A. con un 31%, seguida de Eficacia S.A. 26%; Acción S.A.; Extras S.A. y Proservis S.A. con el 19% cada una, según informe extractado de la Cámara de Comercio de Cali en el 2007.

Tabla 4. Características generales de las principales agencias de empleo de Santiago de Cali

No.	EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS	ESTRUCTURA	CLIENTES	VENTAS (Miles de \$)		TIEMPO
						2005	2006	
1	ACCION S.A. http://www.accionplus.com	San Vicente - Comuna 2	Suministro de personal para aseo y mantenimiento integral - Limpieza de fachadas - Jardinería - Lavado de muebles - Limpieza de pisos - Aseo Industrial - Servicios de Mercadeo	90 personas	Grupo Carvajal S.A. - Aventis Pharma S.A. - Familia Sancela - Johnson & Johnson S.A. - Tecnoquímicas S.A. - Colombina S.A. - Siemens S.A. - Eveready de Colombia S.A. - Banco Caja Social - Colmedica - Procter & Gamble - Codensa E.S.P. - Ciudadela Comercial Unicentro - Colmena Riesgos - Fundación Social - Cadbury Adams	\$ 10.667.775	\$ 13.183.806	32 años
2	EFICACIA S.A. http://www.eficacia.com.co	Versalles - Comuna 2	Suministro de Personal - Outsourcing en Talento Humano - Selección de Personal - Visita Domiciliaria - Programas de Formación Virtual - Merchandising - Operación Logística	80 personas	--	\$ 9.817.989	\$ 13.268.848	16 años
3	EXTRAS S.A.	Versalles - Comuna 2	Suministro de Personal - Outsourcing en Talento Humano - Selección de Personal - Visita Domiciliaria - Programas de Formación Virtual - Merchandising - Operación Logística	--	--	\$ 4.170.688	\$ 5.157.999	23 años
4	ACTIVOS S.A. www.activos.com.co	San Vicente - Comuna 2	Administración de personal - Visita domiciliaria - investigación de seguridad - Merchandising - Outsourcing de nomina	--	--	\$ 8.200.714	\$ 9.339.233	24 años
5	LISTOS S.A. www.listos.com.co	Santa Monica Residencial - Comuna 2	Reclutamiento - Selección - Contratación - Capacitación - Administración	--	--	\$ 2.372.111	\$ 3.428.334	31 años
6	P.T.A. LTDA.	Versalles - Comuna 2	--	--	--	\$ 2.056.127	\$ 2.370.084	22 años
7	PROSERVIS TEMPORALES S.A. http://www.proservis.com.co	Prados del Norte - Comuna 2	Suministro de personal temporal - Administración de Nómina - Proceso selección de personal - Visita domiciliaria - Outsourcing - Estudios de seguridad	30 personas en planta	Carvajal S.A. - Calzadero - BICO - Telepacífico - Cargraphics S.A. - FESA S.A. - Concetrados S.A. - Productora de Jugos S.A. - Comfamiliar Nariño - CocaCola FEMSA S.A. - Laboratorios Gnefar - Plásticos RIMAX - Avicola Nápoles - Almacafe - ERT - EPSA	\$ 1.666.667	\$ 2.055.556	19 años
8	ADECCO SERVICIOS COLOMBIA S.A. www.adecco.com	Centenario - Comuna 2	--	--	--	\$ 1.227.510	--	9 años
9	SENA http://colombianostrabajando.sena.edu.co/	Sena - Comuna 5	Intermediación Laboral	--	--	--	--	

La competencia es fuerte en el mercado, como se evidencia en las tablas 4 y 5; por la variedad y excelentes servicios que ofrece. Las estructuras de estas empresas son grandes y tienen alcances tanto a nivel local, regional como nacional. Esto conduce a que tengan reconocimiento y preferencia en el mercado laboral. Sin embargo, ninguna ofrece los servicios que hacen parte de la presente propuesta.

Tabla 5. Servicios ofrecidos por la Competencia

SERVICIOS	ACCION S.A.	EFICACIA S.A.	ACTIVOS S.A.	LISTOS S.A.	PROSERVIS S.A.
Reclutamiento de personal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Selección de personal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Contratación de personal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Capacitación de personal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Suministro de personal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Administración de personal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Visita domiciliaria	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
Logística y Merchandising	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	NO
Outsourcing en Mercadeo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	NO
Página Web	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Línea Amiga 24 horas	NO	NO	NO	NO	NO
Gestión de proyectos de intervención social	NO	NO	NO	NO	NO
Mano de Obra preparada en primeros auxilios y atención al cliente	NO	NO	NO	NO	NO
Capacidad de reacción a urgencias	NO	NO	NO	NO	NO

2.6.1. Análisis de precios. Las distintas agencias de empleo que operan en la ciudad, manejan un margen entre el 6% y el 12% de comisión para la administración de nómina a los clientes. Los rangos de precios para otros servicios ofrecidos, tales como: Desarrollo de procesos de selección de personal, capacitaciones, visitas domiciliarias; investigación de mercados, logística de operaciones, asesorías, consultorías, entre otros, dependen del tamaño y ubicación de la empresa solicitante, cantidad de empleados, salarios promedio o son clientes registrados.

3. PLAN DE MARKETING

3.1. ANALISIS DE LA SITUACIÓN

3.1.1. Análisis DOFA.

▪ Oportunidades del Negocio.

- Apalancamiento financiero a través de fondos de emprendimiento, entidades financieras, inversionistas locales o extranjeros.
- Expansión de cobertura del proyecto a mediano plazo dentro de la ciudad.
- Cercanía con los municipios de Yumbo, Jamundí, Candelaria y los corregimientos vecinos, para cubrir el mercado a largo plazo.
- Abundante Mano de Obra ofertante en la ciudad.
- Respuesta de la demanda a los servicios ofrecidos por la bolsa de empleo.
- Lograr alianzas con las Juntas de Acción Comunal, para promocionar la bolsa de empleo en los barrios.
- Generar empleo a personas de estratos 1 y 2.
- Ley 1014 de 2006. Por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento.
- Ley 905 de 2004. Por la cual se promueve el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa Colombiana.
- Ley 50 de 1990 art. 95 y Decreto 3115 de 1997. Por la cual se define la intermediación laboral y las agencias de empleo.
- Poca promoción de la competencia para ofertar dichos oficios a los hogares de la ciudad.
- Ausencia de una Línea Amiga por parte de la competencia para atender las urgencias suscitadas en hogares y empresas que requieran mano de obra para trabajos elementales.
- Interés del gobierno por la gestión de proyectos de intervención social.
- Existencia de amplia mano de obra con experiencia en la ciudad.

▪ Amenazas del Negocio.

- El posicionamiento de la competencia en el mercado local, dificultará el rápido crecimiento del negocio.
- Demora en la consecución del capital semilla.
- Cambios en la legislación colombiana que afecte el normal desarrollo de la bolsa de empleo.

- Asimilación inmediata de la competencia para ofertar los servicios proyectados por la bolsa de empleo.
- La posibilidad de una recesión económica de los Estados Unidos, que afecte probablemente la economía colombiana.
- La gran cantidad de Agencias Temporales que operan en la ciudad.

▪ **Fortalezas del Negocio.**

- Equipo de trabajo con amplia experiencia laboral y profesional.
- Motivación del equipo de trabajo para desarrollar la empresa.
- Equipo de trabajo con habilidades para capacitar mano de obra en servicio al cliente y diversos temas de salud ocupacional.
- Desarrollo de página Web para acceder al e-commerce.
- Consecución de una Línea Amiga a través de la empresa de teléfono EMCATEL, para atender las diferentes solicitudes de mano de obra para realizar trabajos urgentes en hogares y empresas.
- Empresa legalmente constituida con registro mercantil vigente.
- Estructura organizacional adecuada para adaptarse a los cambios del mercado local y global.
- Capacidad para desarrollar planeación estratégica de la organización.
- Mayor accesibilidad a las empresas que hacen parte del programa de Administración DUAL, a fin de lograr cartas de intención y reconocimiento de la bolsa de empleo.
- Capacidad de organización y desarrollo de eventos para penetrar el mercado, a fin de consolidar la imagen corporativa en hogares y el sector empresarial de la ciudad.

▪ **Debilidades del Negocio.**

- Sin Capital Semilla.
- Sin reconocimiento como empresa en el mercado directo.
- Cobertura inicial limitada para atender la demanda, frente a la cobertura ganada por la competencia.
- Crecimiento limitado de la empresa frente a la respuesta potencial de la oferta de mano de obra.
- Imposibilidad de cubrir a clientes fuera de la ciudad durante el primer año.
- Infraestructura pequeña para desarrollar programas de capacitación a un potencial grande de oferta.

3.2. PLAN ESTRATÉGICO

3.2.1. Definición del Mercado Objetivo. Como se anotó en el análisis de la demanda, la ciudad de Santiago de Cali, cuenta con poco más de 566 mil hogares, y 51 mil empresas. Los hogares de estratos socioeconómicos 3, 4, 5, y 6 tienen la capacidad de solventar sus gastos domésticos; según documento “Cali en cifras 2007” de la alcaldía de Santiago de Cali. De la misma manera, se pudo calcular que el 61% de los hogares pertenecen a estos estratos socioeconómicos.

Por lo anterior, se definió como mercado objetivo para la bolsa de empleo 345.807 hogares y 31.389 empresas de estratos 3, 4, 5, y 6. Sin embargo, el mercado objetivo es demasiado grande para la capacidad instalada inicialmente; por lo que se decidió hacer una segmentación hasta lograr un mercado meta de: 3.458 hogares y 314 empresas de los estratos en referencia.

3.2.2. Objetivos y Estrategias.

- **Objetivo 1.** Posicionar para el 2013 en el área metropolitana de Cali, los servicios de la bolsa de empleo.

- **Estrategias 1.**

- Diseñar e implementar el plan de promoción y publicidad, tanto para el sector empresarial como para los hogares de la ciudad, este plan contendrá actividades específicas para cada segmento.
- Alcanzar un 40% de top of mind en la ciudad, con el nombre de la empresa y sus servicios durante la ejecución del plan de marketing.
- Implementar un plan operativo para brindar atención oportuna y adecuada a usuarios y clientes.

- **Objetivo 2.** Incrementar gradualmente el número de clientes tanto empresariales como de hogares.

- **Estrategias 2.**

- Organizar reuniones con representantes de las comunas y los barrios; a fin de dar a conocer los beneficios de la bolsa de empleo para hogares e identificar la ubicación de la oferta.

- Fortalecer la fuerza de ventas y las actividades de promoción.
 - Implementar y desarrollar el telemarketing y la puesta en marcha de una “Línea Amiga” con alcance local o metropolitano.
 - Implementar y desarrollar la página Web que permita el e-commerce con el sector empresarial y la captura de hojas de vida de ofertantes.
 - Diseñar el plan de promociones y descuentos para atraer clientes potenciales.
 - Desarrollar diversos programas de capacitación orientados a la mano de obra contratada.
 - Estructurar el área de gestión de proyectos para la intervención social.
- **Objetivo 3.** Lograr ventas anuales que superen el margen de equilibrio.
- **Estrategias 3.**
 - Constituir e implementar una estructura organizacional acorde a las ventas proyectadas.
 - Organizar, desarrollar y fortalecer el portafolio de servicios dirigido a los dos mercados meta: Empresas y Hogares.
 - Desarrollar buenas prácticas para el control financiero.

3.3. MARKETING MIX

3.3.1. Estrategia de Servicio. Los servicios que tiene previsto ofrecer la bolsa de empleo son:

- Reclutamiento, selección, contratación, capacitación, suministro, y administración de personal,
 - E-commerce interactivo,
 - Línea Amiga 24 horas,
 - Gestión de proyectos de intervención social,
 - Mano de Obra capacitada en seguridad industrial y atención al cliente.
- **Beneficios para el Cliente.**
 - La bolsa de empleo ofrecerá al cliente la posibilidad de realizar todo el proceso de contratación y administración de la mano de obra contratada; reduciéndole costos administrativos por manejo de nómina.
 - La bolsa de empleo ofrecerá al cliente mano de obra con la posibilidad de contratarla por obra o pago al destajo.

- La bolsa de empleo realizará seguimiento al desempeño de la prestación del servicio en los diferentes trabajos.
- Los trabajadores vinculados laboralmente en empresas, estarán capacitados en seguridad industrial y atención al cliente, generándole valor agregado para el cliente.

▪ **Beneficios para la Mano de Obra.**

- La bolsa de empleo ofrecerá diversidad de programas de capacitación en salud ocupacional, servicio al cliente y temas que les ayudarán a potenciar sus habilidades en el desempeño de su labor.
- La bolsa de empleo realizará alianzas con entidades financieras para brindarle acceso a préstamos con mínimos requisitos de aprobación.
- La bolsa de empleo realizará alianzas con entidades comerciales para brindarle beneficios en la compra de electrodomésticos, vestuario, comida.
- La vinculación del personal a la bolsa de empleo no tendrá ningún costo.

3.3.2. Estrategia de Precios. Para lograr los objetivos propuestos, se ofrecerán precios de introducción al mercado, durante la campaña de promoción y mercadeo de la bolsa de empleo en la ciudad, a fin de lograr posicionamiento. Las siguientes son las principales estrategias a seguir:

- Evaluar al término del primer año, la respuesta de la demanda para establecer un precio que sea atractivo para el mercado.
- Evaluar periódicamente los precios de la competencia, para determinar si hay la necesidad de realizar ajustes operacionales en la bolsa de empleo.
- Realizar un seguimiento a los consumidores de los servicios ofrecidos por la bolsa de empleo, para medir el nivel de aceptación de la demanda.

3.3.3. Política de Distribución. La bolsa de empleo no tendrá intermediarios entre sus clientes. El canal de marketing es directo.

- Realizar visitas directas domiciliarias y empresariales.
- Distribuir el portafolio de servicios, material POP, y material publicitario al mayor número posible de negocios y hogares.

3.3.4. Política de Promoción. Se desarrollará una campaña publicitaria emprendedora durante el primer año, a fin de crear “Top of mind” en las empresas y hogares. Algunas de las actividades propuestas son:

- Hacer publicidad a través de: Telemercadeo, Internet, correos electrónicos, anuncios Pull (banners) en páginas Web, volantes, afiches, clasificados en periódicos, distribución de material POP.
- Pagar pautas publicitarias en radio y televisión local.
- Organizar dos eventos de inauguración.
- Definir políticas claras al interior de la organización para ofrecer una excelente atención al cliente, proveedor, empleado y mano de obra.

4. PLAN DE VENTAS

4.1. ESTRATEGIA DE VENTAS

Las ventas significan atender al cliente y lograr que el servicio lo satisfaga completamente. A continuación se determinan las estrategias de ventas:

- Realizar dos eventos inaugurales para presentar la empresa, uno con las Juntas de Acción Comunal principalmente, y otro con empresas de la ciudad, a fin de poder contactar clientes potenciales y darse a conocer en el mercado.
- Comprar las bases de datos de las empresas de la ciudad en Cámara de Comercio de Cali.
- Realizar los seis primeros meses telemarketing en hogares y empresas.
- Instalar la línea telefónica “Contact Center” como estrategia para capturar potenciales clientes y recepcionar solicitudes de mano de obra.
- Diseñar e implementar un plan de publicidad local, durante el primer año de funcionamiento de la bolsa; a través de los distintos medios de comunicación.
- Contratar personal idóneo para el área de mercadeo y ventas.
- Determinar la viabilidad de instalar puntos de ventas para capturar clientes potenciales, por ejemplo, en los barrios, centros comerciales, entre otros.
- Diseñar y ejecutar un programa de capacitación en diversos temas, dirigido a la mano de obra que representará a la bolsa de empleo en los distintos trabajos demandados por los clientes de la ciudad.
- Establecer planes de descuentos y promociones para clientes recurrentes.
- Establecer un plan de bonificaciones y premios para el personal de la bolsa de empleo, a fin de incentivar el trabajo desempeñado durante el año.

4.2. FUERZA DE VENTAS

La fuerza de ventas que se contratará para el normal funcionamiento de la bolsa de empleo es: Dos asesores comerciales con experiencia en ventas directas, y secretaria con funciones compartidas para apoyar el telemarketing. Para el tercer año la meta es ampliar el área de mercadeo, contratando un tercer asesor comercial, y una telemarketerista para que atienda la demanda de solicitudes, a través de la línea telefónica “Contact Center”; realizará planeación de visitas comerciales, entre otras funciones.

4.3. PROYECCIÓN DE VENTAS A CINCO AÑOS

En la siguiente tabla se puede apreciar la proyección de ventas que se hizo a partir de los cálculos realizados para segmentar el mercado meta.

Tabla 6. Proyección de Ventas a cinco años

PROYECCIÓN DE VENTAS (5 AÑOS)					
(Cifras en miles de pesos)					
SERVICIOS HOGARES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Población Estimada Cali	2.177	2.264	2.355	2.449	2.547
Hogares Estimados Cali	567	590	613	638	663
% Hogares Objetivo - estratos 3, 4, 5, y 6	61%	61%	61%	61%	61%
Hogares Objetivo a veinte años	346	360	374	389	405
Hogares Meta por año	9	10	12	16	20
Subtotal Ventas Hogares	\$ 494.396	\$ 599.525	\$ 781.082	\$ 1.059.773	\$ 1.460.367
SERVICIOS EMPRESAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empresas Estimadas Cali	51	52	52	53	53
% Empresas Objetivo - estratos 3, 4, 5, y 6	61%	61%	61%	61%	61%
Empresas Objetivo a veinte años	31	32	32	32	32
Empresas Meta por año	2	2	2	2	2
Subtotal Ventas Empresas	\$ 339.084	\$ 398.535	\$ 503.249	\$ 661.799	\$ 883.899
SERVICIOS CORPORATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Manejo de Nómina	\$ 7.063	\$ 9.961	\$ 14.675	\$ 24.812	\$ 36.821
Proceso de Selección	\$ 4.708	\$ 6.641	\$ 9.783	\$ 16.541	\$ 24.547
Proceso de Seguimiento	\$ 13.733	\$ 19.369	\$ 28.534	\$ 48.245	\$ 71.596
Programas de Capacitación	\$ 17.657	\$ 24.903	\$ 36.687	\$ 62.029	\$ 92.051
Manejo de Publicidad en la Web	\$ 1.962	\$ 2.767	\$ 4.076	\$ 6.892	\$ 10.228
Subtotal Ventas Corporativas	\$ 45.122	\$ 63.640	\$ 93.755	\$ 158.519	\$ 235.243
TOTAL VENTAS PROYECTADAS	\$ 878.602	\$ 1.061.699	\$ 1.378.087	\$ 1.880.091	\$ 2.579.508

El promedio de crecimiento en ventas anuales de la competencia es del 20% entre los años 2005 y 2006 (Según datos relacionados en la Tabla 4 de la página 42); como se puede apreciar en el gráfico 12. La bolsa de empleo estima crecer en promedio un 23,5% anual. (Ver gráfico 13).

Gráfico 12. Crecimiento en Ventas (2005-2006) de las principales agencias de empleo de la ciudad de Santiago de Cali

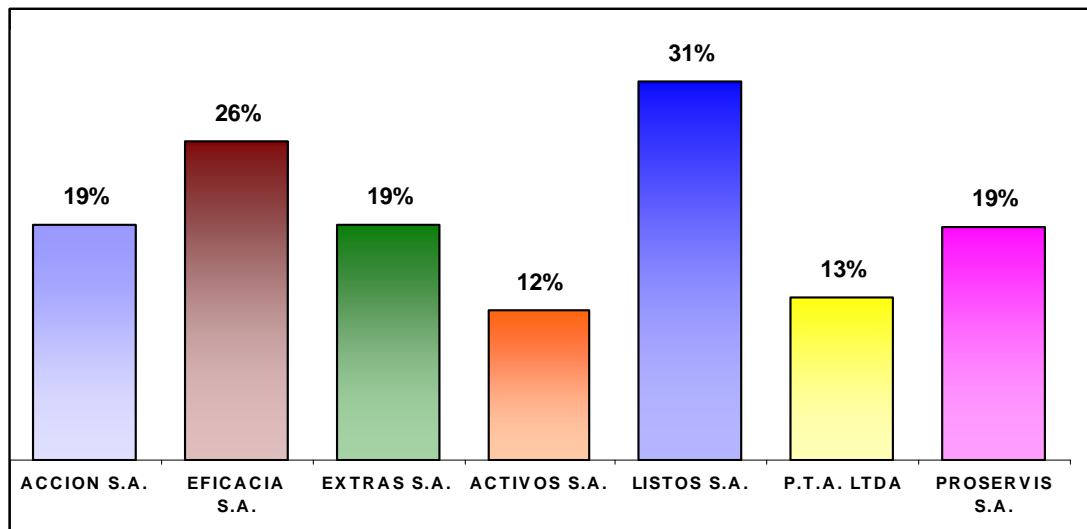
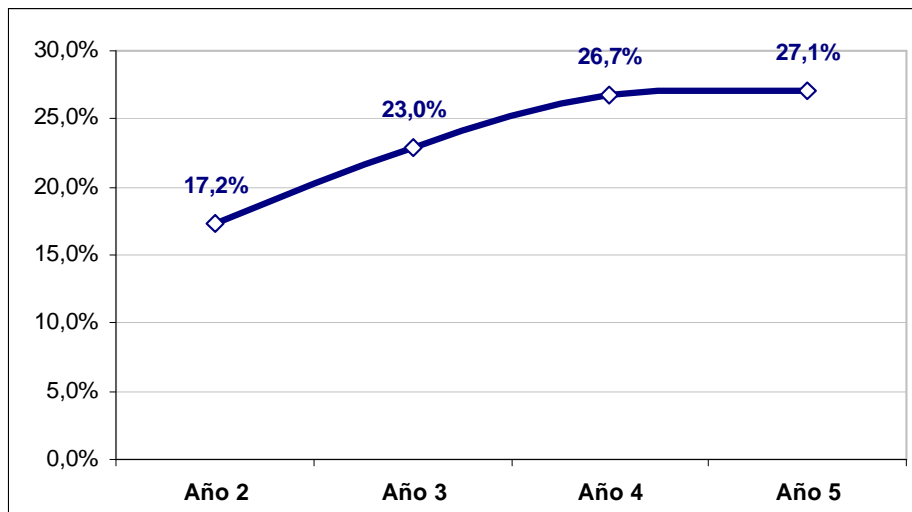


Gráfico 13. Crecimiento de las Ventas en cinco años de la bolsa de empleo

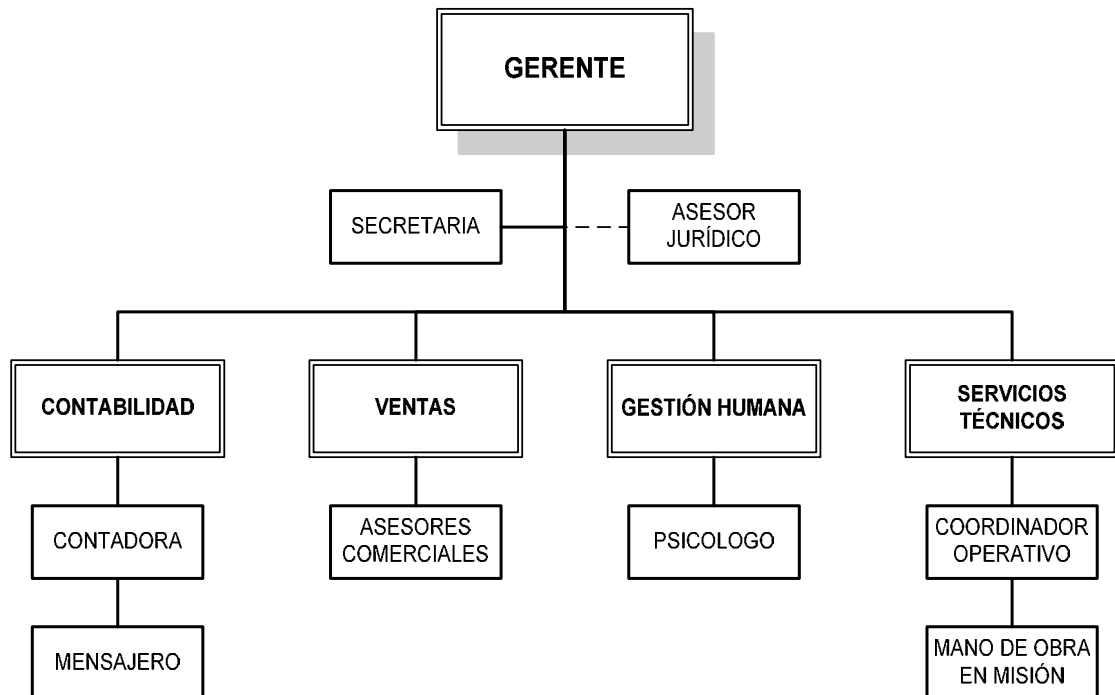


5. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE DIRECCIÓN

5.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La bolsa de empleo tendrá como propósito primordial; servir a la comunidad en general, prestando sus servicios de intermediación laboral, ofertando mano de obra que cubra las necesidades domesticas en los hogares y fortuitas en las empresas. Para ello se ha propuesto la presente estructura organizacional, que permitirá a la empresa ofrecer eficazmente sus servicios.

Ilustración 6. Estructura Organizacional Bolsa de Empleo “Manos Obreras”



La empresa estará inicialmente conformada por 10 empleados. El equipo directivo estará a cargo del Gerente y harán parte: Contador; Psicólogo; Asesor Jurídico y Coordinador Operativo.

Se realizará un estudio minucioso para lograr identificar la ubicación geográfica de la mano de obra en los diferentes barrios de la ciudad, esto con el fin de diseñar la cobertura real y el alcance de los servicios que se ofrecerán a la comunidad en general. La contratación prevista se realizará mediante dos formas:

- Por obra contratada, y se paga al destajo, es decir, al terminar el trabajo.
- Por contrato fijo, en cuyo caso, se negociará con la empresa contratante el porcentaje de ganancia por el suministro de personal.

Aunque la mano de obra no estará directamente relacionada con la nómina de la bolsa de empleo; se le ofrecerá variedad de servicios, tales como: Programas de salud, educación, convenios con almacenes, entidades financieras, y se desarrollará un plan de bienestar tanto para la mano de obra como para su familia.

Todo trabajo que se realice tanto en hogares como en empresas, el personal estará debidamente uniformado y carnetizado, cumpliendo con normas de seguridad industrial e identidad corporativa.

5.2. PRESUPUESTO DE NÓMINA

En la tabla 7, se muestra el plan de nómina para el primer año de operación de la bolsa de empleo, los salarios asignados en cada cargo están acordes con el promedio manejado en el mercado laboral colombiano. El salario mínimo legal y el factor prestacional referidos son valores vigentes del 2008.

Tabla 7. Presupuesto de nómina primer año

PRESUPUESTO DE NOMINA PRIMER AÑO							
(Cifras en miles de pesos)							
	Jornada	Salario Mensual	Factor	Prestaciones	Aux./Bonif./Rodam.	Total Salario Mes	Total Salario Año
ADMINISTRACION							
Gerente	Completo	\$ 1.500	53,77%	\$ 807		\$ 2.307	\$ 27.679
Asesor Jurídico	Prestac/Serv	\$ 500		\$		\$ 500	\$ 6.000
Contador	Completo	\$ 1.100	53,77%	\$ 591		\$ 1.691	\$ 20.298
Psicologo	Completo	\$ 1.100	53,77%	\$ 591		\$ 1.691	\$ 20.298
Asistente Psicología				\$		\$	\$
Secretaria	Completo	\$ 462	53,77%	\$ 248	\$ 55	\$ 765	\$ 9.176
Mensajero aux. de cartera	Completo	\$ 462	53,77%	\$ 248	\$ 150	\$ 860	\$ 10.316
Aseadora	Completo	\$ 462	53,77%	\$ 248	\$ 55	\$ 765	\$ 9.176
SUBTOTAL ADMINISTRACION		\$ 5.585		\$ 2.734	\$ 260	\$ 8.578	\$ 102.941
VENTAS							
Asesor Norte-Oriente	Completo	\$ 462	53,77%	\$ 248	\$ 150	\$ 860	\$ 10.316
Asesor Sur-Oeste	Completo	\$ 462	53,77%	\$ 248	\$ 150	\$ 860	\$ 10.316
Asesor Centro-Oeste						\$	\$
Coordinador Operativo Sur-Oeste	Completo	\$ 1.100	53,77%	\$ 591		\$ 1.691	\$ 20.298
Coordinador Operativo Nor-Oriente						\$	\$
Telemercaderista						\$	\$
SUBTOTAL VENTAS		\$ 2.023		\$ 1.088	\$ 300	\$ 3.411	\$ 40.929
TOTAL NOMINA		\$ 7.608		\$ 3.822	\$ 560	\$ 11.989	\$ 143.870

Tabla 8. Proyección presupuesto de nómina a cinco años

PROYECCIÓN PAGO DE NOMINA											
(Cifras en miles de pesos)											
No.	CARGOS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		Mensual	Anual (más prest, bonif, aux.)	Mensual	Anual (más prest, bonif, aux.)	Mensual	Anual (más prest, bonif, aux.)	Mensual	Anual (más prest, bonif, aux.)	Mensual	Anual (más prest, bonif, aux.)
ADMINISTRACION											
1	Gerente	\$ 1.500	\$ 27.679	\$ 1.590	\$ 29.339	\$ 1.868	\$ 34.474	\$ 2.242	\$ 41.368	\$ 2.802	\$ 51.711
2	Asesor Jurídico	\$ 500	\$ 6.000	\$ 530	\$ 6.360	\$ 623	\$ 7.473	\$ 747	\$ 8.968	\$ 934	\$ 11.210
3	Contador	\$ 1.100	\$ 20.298	\$ 1.166	\$ 21.515	\$ 1.370	\$ 25.281	\$ 1.644	\$ 30.337	\$ 2.055	\$ 37.921
4	Psicologo	\$ 1.100	\$ 20.298	\$ 1.166	\$ 21.515	\$ 1.370	\$ 25.281	\$ 1.644	\$ 30.337	\$ 2.055	\$ 37.921
5	Asistente Psicología	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
6	Secretaria	\$ 462	\$ 9.176	\$ 489	\$ 9.726	\$ 519	\$ 10.310	\$ 550	\$ 10.929	\$ 583	\$ 11.584
7	Mensajero aux. de cartera	\$ 462	\$ 10.316	\$ 489	\$ 10.935	\$ 519	\$ 11.591	\$ 550	\$ 12.286	\$ 583	\$ 13.023
8	Aseadora	\$ 462	\$ 9.176	\$ 489	\$ 9.726	\$ 519	\$ 10.310	\$ 550	\$ 10.929	\$ 583	\$ 11.584
SUBTOTAL ADMINISTRACION		\$ 5.585	\$ 102.941	\$ 5.920	\$ 109.118	\$ 6.787	\$ 124.719	\$ 7.926	\$ 145.153	\$ 9.595	\$ 174.954
VENTAS											
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
1	Asesor Norte-Oriente	\$ 462	\$ 10.316	\$ 489	\$ 10.935	\$ 519	\$ 11.591	\$ 550	\$ 12.286	\$ 583	\$ 13.023
2	Asesor Sur-Oeste	\$ 462	\$ 10.316	\$ 489	\$ 10.935	\$ 519	\$ 11.591	\$ 550	\$ 12.286	\$ 583	\$ 13.023
3	Asesor Centro-Oeste	\$	\$	\$	\$	\$ 519	\$ 12.265	\$ 550	\$ 13.001	\$ 583	\$ 13.781
4	Coordinador Operativo Sur-Oeste	\$ 1.100	\$ 20.298	\$ 1.166	\$ 21.515	\$ 1.370	\$ 25.281	\$ 1.644	\$ 30.337	\$ 2.055	\$ 37.921
5	Coordinador Operativo Nor-Oriente	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
6	Telemarcaderista	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
SUBTOTAL VENTAS		\$ 2.023	\$ 40.929	\$ 2.144	\$ 43.385	\$ 2.926	\$ 60.727	\$ 3.293	\$ 67.910	\$ 3.803	\$ 77.749
TOTAL NÓMINA		\$ 7.608	\$ 143.870	\$ 8.064	\$ 152.503	\$ 9.712	\$ 185.446	\$ 11.219	\$ 213.063	\$ 13.398	\$ 252.703

6. ASPECTOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO

6.1. DEFINICIÓN DEL TIPO DE SOCIEDAD

La bolsa de empleo “MANOS OBRERAS” es una sociedad unipersonal. Según la ley 905 de 2004 (Ver anexo 2) dispuesta por el congreso de la república de Colombia; la empresa está definida como Microempresa, debido a que tiene 10 o menos empleados en nómina y activos inferiores a 500 salarios mínimos legal vigentes.

La empresa está enmarcada dentro del decreto 3115 de 1997 (Ver anexo 2) declarado por el Ministerio del Trabajo y Seguridad Social, por el cual reglamenta el ejercicio de la actividad de intermediación laboral. Se considera a la bolsa, como una agencia de colocación o empleo; privada y lucrativa, que prestará el servicio de intermediación laboral de manera gratuita a la mano de obra ofertante.

6.2. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

La empresa fue registrada el 11 de Febrero de 2008, en la Cámara de Comercio de Cali y la DIAN. (Ver anexo 3).

6.2.1. Establecimiento de Comercio.

- **Razón Social:** MANOS OBRERAS.
- **Objeto Social:** Obtención y suministro de personal.
- **Registro Mercantil:** Números 731051 – 731052

6.3. SEDE SOCIAL Y OPERATIVA

El propósito es lograr ubicar una sede que tenga rápido acceso tanto a empresas, como también a hogares meta. Esta localización geográfica se realizará cuando se tenga situada a la mano de obra con la cual la bolsa operará en el mercado meta definido.

7. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Cuadro 3. Plan de Trabajo para el primer año

ACTIVIDAD	MESES												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<i>Diseño plan de negocio</i>													
<i>Costo</i>	\$ 2.000												
<i>Registro Mercantil</i>													
<i>Costo</i>			\$ 132										
<i>Consecución Inversión</i>													
<i>Costo</i>			\$ 165.552										
<i>Estructuración de la empresa</i>													
<i>Costo</i>	\$ 128.769												
<i>Ejecución plan de marketing</i>													
<i>Costo</i>								\$ 34.651					

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1. PLAN DE INVERSIONES

Tabla 9. Presupuesto de Inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN		
(En miles de pesos)		
GASTOS AMORTIZABLES		
No.	DETALLE	Vr. TOTAL
1	Registro Mercantil	\$ 133
2	Impuestos y varios	\$ 825
3	Asesorías Jurídicas	\$ 1.800
4	Legalizaciones varias	\$ 250
SUBTOTAL GASTOS AMORTIZABLES		\$ 3.008
GASTOS NO AMORTIZABLES		
No.	DETALLE	Vr. TOTAL
1	Obras e instalaciones	\$ 13.000
2	Adquisición Local	\$ 40.000
3	Mobiliario y enseres	\$ 11.463
4	Equipos Informáticos	\$ 10.900
5	Licencias software	\$ 3.200
6	Capital de trabajo	\$ 45.000
7	Marketing y ventas	\$ 34.651
8	Gastos generales de Administración	\$ 4.330
SUBTOTAL GASTOS NO AMORTIZABLES		\$ 162.544
TOTAL PRESUPUESTO DE INVERSIÓN		\$ 165.552

8.2. POLÍTICAS FINANCIERAS INTERNAS

El presente plan de negocio tendrá las siguientes premisas:

- **Ratios de Ventas:**
 - Ratio promedio de venta a nuevos contactos: 20%
 - Ratios de ampliación de servicios puntuales a hogares y empresas: 25%

- **Ratios de Cobro:**
 - Promedio de cobro a clientes empresariales: 45 – 60 días
 - Promedio de cobro a clientes hogares: de contado

- **Intereses de los préstamos:**
 - Promedio de interés anual por financiación: 3.8%

8.3. ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se relacionan las tablas 10, 11 y 12 en las cuales se muestra los resultados previstos durante los cinco primeros años de funcionamiento de la bolsa de empleo, el comportamiento económico y financiero con respecto a la inversión inicial prevista.

Tabla 10. Proyección Estado de Resultados a cinco años

PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS					
(Cifras en miles de pesos)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$ 878.602	\$ 1.061.699	\$ 1.378.087	\$ 1.880.091	\$ 2.579.508
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 723.290	\$ 866.336	\$ 1.115.114	\$ 1.495.129	\$ 2.036.437
UTILIDAD BRUTA	\$ 155.312	\$ 195.363	\$ 262.972	\$ 384.962	\$ 543.072
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 114.421	\$ 121.156	\$ 137.348	\$ 158.409	\$ 188.875
TOTAL GASTOS VENTAS	\$ 50.116	\$ 56.679	\$ 77.033	\$ 90.692	\$ 108.203
EBITT	\$ -9.224	\$ 17.528	\$ 48.591	\$ 135.860	\$ 245.993
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ -11.150	\$ 9.015	\$ 26.963	\$ 77.387	\$ 141.022

Tabla 11. Proyección financiera a cinco años

PROYECCIÓN FINANCIERA A CINCO AÑOS						
(Cifras en miles de pesos)						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Ingresos proyectados	\$ 878.602	\$ 1.061.699	\$ 1.378.087	\$ 1.880.091	\$ 2.579.508	\$ 7.777.988
Gastos de Operación	\$ 889.753	\$ 1.046.097	\$ 1.331.422	\$ 1.746.157	\$ 2.335.441	
Inversiones	\$ 33.110	\$ 33.110	\$ 33.110	\$ 33.110	\$ 33.110	
Total Egresos proyectados	\$ 922.863	\$ 1.079.207	\$ 1.364.532	\$ 1.779.267	\$ 2.368.552	\$ 7.514.422
Flujo de Operación Ponderado	-\$ 44.261	-\$ 17.508	\$ 13.555	\$ 100.824	\$ 210.957	
Flujo de Operación Acumulado	-\$ 44.261	-\$ 61.769	-\$ 48.214	\$ 52.610	\$ 263.566	

Tabla 12. Proyección del ROI a cinco años

ROI - SIMPLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Netos	\$ 878.602	\$ 1.061.699	\$ 1.378.087	\$ 1.880.091	\$ 2.579.508
Egresos Netos	\$ 922.863	\$ 1.079.207	\$ 1.364.532	\$ 1.779.267	\$ 2.368.552
ROI	-4,8%	-3,1%	-1,4%	1,0%	3,5%

8.4. NECESIDADES FINANCIERAS

El presente plan de negocio requiere un plan global de financiación para cubrir:
(Cifras en miles de pesos)

▪ Adquisición de Activos:	\$ 78.563
▪ Financiación del lanzamiento del negocio:	\$ 34.651
▪ Necesidad operativa de fondos (tres primeros meses):	\$ 45.000
▪ Gastos pre-operativos	\$ 3.008
▪ Gastos generales de Administración	\$ 4.330
Necesidad total de fondos	\$ 165.552

9. IMPACTO

9.1. CONTRIBUCIÓN DIRECTA DEL NEGOCIO A LA SOCIEDAD

MANOS OBRERAS es una empresa socialmente responsable, debido a que contará con la participación directa de sus empleados, para generar desarrollo social en la ciudad de Santiago de Cali, estimulando la empleabilidad de la mano de obra poco calificada, y tratando de cumplir o superar las expectativas de los hogares y empresas con la puesta en marcha de la empresa.

La meta de la bolsa de empleo, es lograr una cobertura a mediano plazo del 1% del total de hogares residentes en estratos 3 al 6 de la ciudad, es decir, como se anotó en el plan de mercadeo, atender a 3.458 hogares y 314 empresas. Se estima que al menos el 1% del total de hogares y empresas meta solicitarán al día los servicios de la bolsa de empleo, esto quiere decir, que a diario se asistiría a 35 hogares y 3 empresas en promedio.

En cuanto al porcentaje de generación de empleo de la mano de obra se puede hacer un estimativo, sin embargo; el propósito es hacer una convocatoria en la ciudad de mano de obra para saber cuál es el universo de oferta de la bolsa de empleo y poder determinar de esta manera con qué porcentaje podría trabajar para satisfacer la demanda.

9.2. DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO

Considerando la importancia del probable impacto que generarán los servicios ofrecidos por la bolsa de empleo, se hace sumamente necesario desarrollar programas de capacitación; y bienestar tanto para el personal empleado como para la mano de obra ofertada. Un servicio deficiente en un mercado de uso masivo podría generar deterioro en la imagen corporativa y la desmotivación del personal empleado. El propósito de la bolsa de empleo es capacitar previamente a la mano de obra que ofertará en el mercado, en temas primordiales como: Seguridad Industrial y Atención al Cliente.

9.3. DESARROLLO SOSTENIBLE

Los riesgos existen en toda empresa, por lo tanto la bolsa de empleo debe evitar que se preste un servicio de pésima calidad, abusos de confianza del personal contratado con los clientes tanto en hogares como en empresas, sobrefacturación o cobros no autorizados, en fin toda clase de anomalías que vaya en detrimento de la imagen de la empresa y rechazo de la sociedad. Para ello, el equipo de trabajo desarrollará las siguientes acciones y mecanismos:

- Estructuración de una política de calidad para los servicios ofrecidos.
- Estructuración del manual de procedimientos para ejecutar el servicio.
- Establecer responsabilidades al Coordinador Operativo, a fin de vigilar y hacer seguimiento a los trabajos que está desarrollando la mano de obra en el día.
- Establecer responsabilidades para el personal de servicio al cliente, para controlar y hacer seguimiento a la atención telefónica y virtual del cliente.

10. CONCLUSIONES

Hay un nicho que no ha sido suficientemente explorado por el mercado de las agencias de empleo, los hogares en sus domicilios, quienes a diario tienen cualquier tipo de necesidad. Tampoco existe en el medio, un servicio de apoyo inmediato en aquellas situaciones que se convierten en urgencias tanto en hogares como en empresas. Esta es la razón de ser al crear la empresa, aprovechar estas ausencias de la competencia.

El mayor riesgo que podría afrontar la empresa es la prestación de sus servicios deficientemente, sin ejercer ningún tipo de control para evitar demoras en los trabajos, servicios de mala calidad. Sin embargo, se conformará un equipo de trabajo que vele por el buen funcionamiento en general de la empresa, por atender la oferta y la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

Cali en Cifras 2007 [En línea]. Santiago de Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 2007 [Consultado 14 de enero de 2008]. Disponible en Internet: <http://planeacion.cali.gov.co>.

CÁRDENAS SANTA MARÍA, Patricia. Las Pymes: Vitales para la recuperación del crecimiento económico [En línea]. Bogotá D.C.: Universidad Sergio Arboleda, 2002. [Consultada 3 de noviembre de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.usergioarbleda.edu.co/civilizar>.

Decreto 3115 del 30 de diciembre de 1997 [En línea]. Bogotá D.C.: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2004. [Consultado diciembre 10 de 2007]. Disponible en Internet: www.minproteccionsocial.gov.co.

DELGADO WIESNER, Cecilia. Caracterización de la Microempresa de Punta [En línea]. Bogotá, D.C.: Universidad Externado de Colombia, 2006. [Consultada 2 junio de 2007]. Disponible en Internet: www.microempresas.com.co/portal/observatorio/ResumenejecutivoMICROEMPRESADEPUNTA.pdf

Informe de Evaluación 2006 [En línea]. Santiago de Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 2007. [Consultado 10 de diciembre de 2007]. Disponible en Internet: www.calicomovamos.org

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas colombianas para la presentación de trabajos de investigación. Segunda actualización. Bogota, D.C.: ICONTEC, 2002. NTC 1486.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos. 5 ed. Bogotá: MM editores, 2005. 438 p.

Observatorio Laboral y Ocupacional Colombiano [En línea]. Santiago de Cali: SENA, 2007. [Consultado 15 de enero de 2008]. Disponible en Internet: <http://observatorio.sena.edu.co/>

Servicio Nacional para el Empleo [En línea]. Santiago de Cali: SENA, 2007. [Consultado 4 de enero de 2008]. Disponible en Internet: <http://colombianostrabajando.sena.edu.co/Entrada/inicioBuscoEmpleo.html>

ANEXOS

Anexo A. Instrumentos de Medición

FORMATO DE ENCUESTA PARA MANO DE OBRA					
PROYECTO: CREACIÓN DE UNA BOLSA DE EMPLEO PARA OFERTAR MANO DE OBRA POCO CALIFICADA A HOGARES Y EMPRESAS DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI					
OBJETIVO DE LA ENCUESTA: <i>Obtener información sobre la empleabilidad de la mano de obra poco calificada.</i>					
BARRIO <input type="text"/>	ESTRATO <input type="text" value="0"/>	COMUNA <input type="text" value="0"/>	SEXO <input type="text"/>	OFICIO <input type="text"/>	
NIVEL DE ESCOLARIDAD <input type="text"/>					
1. ¿A qué se dedica actualmente?					
<input type="checkbox"/> 1.1. Estoy empleado:					
Nombre de la Empresa: <input type="text"/>		Cargo: <input type="text"/>		Barrio: <input type="text"/>	
Tiempo de vinculación: <input type="text"/>		Sueldo promedio: <input type="text"/>			
Tipo de contrato:					
<input type="checkbox"/> Fijo		<input type="checkbox"/> Otro. ¿Cuál? <input type="text"/>			
<input type="checkbox"/> Indefinido		<input type="checkbox"/> Contrato con la empresa		<input type="checkbox"/> Contrato por medio de agencia	
Horario de trabajo					
<input type="checkbox"/> Tiempo completo					
<input type="checkbox"/> Medio tiempo					
<input type="checkbox"/> Por horas					
¿Qué jornada ha trabajado?					
<input type="checkbox"/> Diurna					
<input type="checkbox"/> Nocturna					
<input type="checkbox"/> 1.2. Trabajo Independiente:					
¿Qué servicios presta? <input type="text"/>					
¿En qué lugar ejerce su oficio?					
<input type="checkbox"/> En el hogar					
<input type="checkbox"/> Alquiler de casa					
<input type="checkbox"/> Alquiler de Local					
<input type="checkbox"/> Local propio					
<input type="checkbox"/> Sobre la vía pública o mercado o plaza					
<input type="checkbox"/> Ambulante					
¿Cuánto tiempo hace que trabaja como independiente? <input type="text"/>					
¿Cuánto gana en promedio al día? <input type="text"/>					
¿Cómo consigue los trabajos?					
<input type="checkbox"/> Por recomendación de amigos					
<input type="checkbox"/> Por recomendación de trabajos anteriores					
<input type="checkbox"/> Por clasificados. ¿Cuáles? <input type="text"/>					
<input type="checkbox"/> Por agencia de empleo o cooperativa					
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? <input type="text"/>					
<input type="checkbox"/> 1.3. No trabaja					
¿Por qué? <input type="text"/>					
2. ¿Alguna vez ha estado vinculado con una agencia de empleo temporal, cooperativa o empresa asociativa de trabajo?					
<input type="checkbox"/> 2.1. SI					
¿Cuál o cuáles? <input type="text"/>					
¿Cómo califica los servicios prestados por estas empresas?					
<input type="checkbox"/> Excelente		<input type="checkbox"/> Bueno		<input type="checkbox"/> Regular	
<input type="checkbox"/> Deficiente		¿Por qué? <input type="text"/>			
¿Cuáles de los siguientes beneficios ha obtenido al estar vinculado con estas empresas?					
<input type="checkbox"/> Capacitaciones en temas relacionados con su oficio					
<input type="checkbox"/> Capacitaciones de seguridad industrial					
<input type="checkbox"/> Otro tipo de capacitaciones		¿Cuál o cuáles? <input type="text"/>			
<input type="checkbox"/> Acceso con entidades financieras para solicitud de préstamos					
<input type="checkbox"/> Acceso con otras entidades para obtener beneficios para su hogar					
<input type="checkbox"/> Bonificaciones salariales					
<input type="checkbox"/> Otros ¿Cuál o cuáles? <input type="text"/>					
<input type="checkbox"/> Ningun beneficio					
¿Cuál es la forma de pago por su trabajo?					
<input type="checkbox"/> Al terminar el trabajo		<input type="checkbox"/> Quincenalmente		<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Semanalmente		<input type="checkbox"/> Mensualmente			
<input type="checkbox"/> 2.2. NO					
¿Por qué? <input type="text"/>					
3. ¿Alguna vez ha utilizado el internet para ofrecer sus servicios o colocar su hoja de vida?					
<input type="checkbox"/> 3.1. SI					
¿Cuál o cuáles sitios ha visitado en la red? <input type="text"/>					
¿Qué servicios te han prestado estos sitios? <input type="text"/>					
¿Ha conseguido trabajo a través del internet? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> No					
¿Cómo califica el servicio prestado por estos sitios?					
<input type="checkbox"/> Excelente		<input type="checkbox"/> Bueno		<input type="checkbox"/> Regular	
<input type="checkbox"/> Deficiente		¿Por qué? <input type="text"/>			
<input type="checkbox"/> 3.2. NO					
¿Por qué? <input type="text"/>					

FORMATO DE ENCUESTA PARA HOGARES

PROYECTO: CREACIÓN DE UNA BOLSA DE EMPLEO PARA OFERTAR MANO DE OBRA POCO CALIFICADA A HOGARES Y EMPRESAS DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Identificar la tendencia de los hogares de la ciudad para cubrir necesidades domésticas con el suministro de mano de obra poco calificada

BARRIO ESTRATO COMUNA SEXO OCUPACIÓN

1. Marque con una "X", ¿Cuál o cuales de los siguientes servicios ha requerido en su hogar?:

<input type="checkbox"/> Plomero	<input type="checkbox"/> Técnico de mantenimiento de electrodomésticos
<input type="checkbox"/> Cerrajero	<input type="checkbox"/> Señora para aplanchado de ropa
<input type="checkbox"/> Constructor de Interiores	<input type="checkbox"/> Señora para lavado de ropa
<input type="checkbox"/> Técnico electricista	<input type="checkbox"/> Limpia o arregla techos
<input type="checkbox"/> Pintor	<input type="checkbox"/> Limpia vidrios
<input type="checkbox"/> Jardinero	<input type="checkbox"/> Portero
<input type="checkbox"/> Piscinero	<input type="checkbox"/> Técnico en mantenimiento de computadores
<input type="checkbox"/> Auxiliar de enfermería	<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? <input type="text"/>

2. En general, ¿Con qué frecuencia en el hogar se han utilizado estos servicios?

Al menos una vez al mes
 Otro ¿Cuál?

3. En general, ¿Cómo calificaría el servicio que le han prestado las personas que hacen este tipo de trabajos?

Trabajo de excelente calidad
 Trabajo de buena calidad
 Trabajo de regular calidad
 Trabajo de mala calidad

4. ¿A qué fuente o fuentes han recurrido en su hogar para conseguir dichos servicios?

Recomendación de amigos
 Recomendación de vecinos
 Clasificados. ¿Cuáles?
 Directorio Telefónico
 Otro ¿Cuál?

5. ¿Alguna vez en su hogar han utilizado los servicios de una agencia de empleo, para que le suministre mano de obra poco calificada?

SI ¿Cuál o cuáles agencias de empleo?
 En general, ¿Cómo califica el servicio prestado por la agencia de empleo?
 Servicio Oportuno
 Servicio Deficiente
 Otro ¿Cuál?
 ¿Cómo califica el costo de los servicios ofrecidos por estas empresas?
 Precio Alto
 Precio Justo
 Precio Bajo
 NO ¿Por qué?

6. ¿Alguna vez una empresa temporal, bolsa de empleo o cooperativa de trabajo ha contactado su hogar para ofrecer este tipo de servicios?

SI ¿Cuál o cuáles?
 ¿Qué medios han utilizado para contactar su hogar?
 Internet Volantes
 Llamada telefónica Otro ¿Cuál?
 Correo Urbano
 NO

7. En caso de requerir con urgencia mano de obra poco calificada en su hogar ¿Qué mecanismo utilizaría para solicitar ayuda inmediata?

A través de Internet
 A través de llamada telefónica
 Saldría a buscar ayuda en el sector
 Otro ¿Cuál?

FORMATO DE ENCUESTA PARA EMPRESAS

PROYECTO: **CREACIÓN DE UNA BOLSA DE EMPLEO PARA OFERTAR MANO DE OBRA POCO CALIFICADA A HOGARES Y EMPRESAS DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: **Identificar la tendencia de las empresas de la ciudad para cubrir trabajos con mano de obra poco calificada**

EMPRESA BARRIO

TIPO DE EMPRESA

1. Marque con una "X", ¿Cuál o cuales de los siguientes servicios han sido requeridos por la empresa en los dos últimos años?

TIPO DE SERVICIOS	Tipo de Contrato				Frecuencia de Uso				Fuente para conseguir mano de obra				Calidad del trabajo				Precio pagado			
	Por obra contratada	Por horas	Temporal	Otro	A Diario	Semanal	Mensual	Ocasional	Agencia de Empleo	Otras Empresas	Conocidos	Clasificados	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	Barato	Justo	Excesivo	
<input type="checkbox"/> Plomero																				
<input type="checkbox"/> Cerrajero																				
<input type="checkbox"/> Albañil																				
<input type="checkbox"/> Técnico Electricista																				
<input type="checkbox"/> Pintor de Edificios																				
<input type="checkbox"/> Jardinero																				
<input type="checkbox"/> Aseadores																				
<input type="checkbox"/> Meseros																				
<input type="checkbox"/> Mensajero																				
<input type="checkbox"/> Aux. Archivo																				
<input type="checkbox"/> Limpiador de Techo																				
<input type="checkbox"/> Limpiador de Fachada																				
<input type="checkbox"/> Portero																				
<input type="checkbox"/> Técnico Mantenimiento Computadores																				
<input type="checkbox"/> Mercaderistas e impulsadoras																				
<input type="checkbox"/> Aux. Almacén y Bodega																				
<input type="checkbox"/> Conductor de Vehículo																				
<input type="checkbox"/> Fumigador																				
<input type="checkbox"/> Recepcionista																				
<input type="checkbox"/> Vendedores de mostrador																				
<input type="checkbox"/> Carpintero o Ebanista																				
<input type="checkbox"/> Empleado Doméstica																				
<input type="checkbox"/> Aux. de Cafetería																				
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál?																				

2. ¿Ha tenido la empresa en los dos últimos años convenio con agencias de empleo temporales para el suministro de mano de obra poco calificada?

SI ¿Cuál o cuáles agencias de empleo?

¿Qué tipo de servicios le han ofrecido a la empresa?

Reclutamiento de personal Contratación de personal Otro ¿Cuál?
 Selección de personal Manejo de nómina
 Capacitación de personal Programas de Salud Ocupacional

¿Por qué medio contacta a la agencia de empleo para que le suministre mano de obra?

Página Web
 Teléfono
 Otro ¿Cuál?

La empresa prefiere el convenio con la agencia de empleo actual por:

Precio Es la mejor posicionada en el mercado
 Servicio Cercana a la empresa
 Conveniencia Otro ¿Cuál?
 Única en el mercado

¿Alguna agencia de empleo ha ofrecido mano de obra disponible las 24 horas, para atender urgencias presentadas en la empresa?

SI
 ¿Cómo califica el servicio prestado?
 Servicio Excelente ¿Por qué?
 Servicio Bueno ¿Por qué?
 Servicio Deficiente ¿Por qué?

NO

NO ¿Por qué?

No conoce una agencia de empleo que oferte mano de obra poco calificada
 Los costos son altos
 La empresa prefiere contratar mano de obra directamente
 Otro ¿Cuál?

¿Qué mecanismo utiliza la empresa para solicitar ayuda INMEDIATA de mano de obra poco calificada?

Busca por Internet
 Busca en el directorio telefónico
 Pide referencia de conocidos
 Hace el proceso de selección de personal
 Otro ¿Cuál?

¿La empresa contactaría una agencia de empleo que le ofreciera mano de obra poco calificada disponible las 24 horas?

SI
 ¿Qué medio utilizaría para solicitar el servicio?
 Página Web de la agencia de empleo
 Línea Amiga de atención inmediata
 Otro ¿Cuál?

NO ¿Por qué?

Anexo B. Decreto 3115 y Ley 905 de 2004

DECRETO 3115 DE 1997

(Diciembre 30)

Diario Oficial No. 43205 del 31 de diciembre de 1997

MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Por el cual se reglamenta el ejercicio de la actividad de intermediación laboral.

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA,

en ejercicio de sus facultades legales y en especial las conferidas en el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, y

CONSIDERANDO:

Que conforme a lo previsto en el artículo 25 de la Constitución Política de 1991, el trabajo es un derecho que requiere especial protección del Estado;

Que de acuerdo con el Código Sustantivo del Trabajo las disposiciones legales que regulan el trabajo humano son de orden público;

Que según la Ley 50 de 1990, artículos 95 y siguientes, corresponde al Gobierno Nacional expedir los reglamentos que rijan la actividad de intermediación laboral;

Que en virtud del Decreto **2145** de 1992 corresponde a la Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo, proponer y recomendar políticas y normas que rijan la intermediación de empleo;

Que se debe actualizar la normatividad vigente con el fin de regular, coordinar y vigilar la actividad de intermediación de empleo,

DECRETA:

**CAPITULO I.
DEFINICIONES Y GENERALIDADES**

ARTICULO 1o. INTERMEDIACION LABORAL. Es la actividad organizada encaminada a poner en contacto a oferentes y demandantes de mano de obra

dentro del mercado laboral para que mutuamente satisfagan sus necesidades, entendiéndose como oferentes de mano de obra las personas naturales que están en disposición de ofrecer su fuerza de trabajo en un mercado laboral y, como demanda de mano de obra, el requerimiento de las diferentes unidades económicas para que sus vacantes sean ocupadas por personas calificadas para el desempeño de las mismas.

ARTICULO 2o. SUJETOS. Se entiende por Agencia de Colocación o Empleo, las personas naturales o jurídicas que ejercen actividades de intermediación laboral.

ARTICULO 3o. CAMPO DE APLICACION. Las disposiciones contempladas en el presente decreto se aplicarán en el territorio nacional a todas las personas naturales y jurídicas de derecho público y privado, nacionales o extranjeras, sin distinción alguna, que ejerzan la actividad de intermediación laboral.

ARTICULO 4o. CLASES DE AGENCIAS DE COLOCACION O EMPLEO.

1. Privadas:

a) Lucrativas;

b) No lucrativas.

2. Públicas.

1. Agencias privadas de colocación o empleo

a) Agencias privadas lucrativas de colocación o empleo:

Personas naturales o jurídicas que tienen como objetivo la intermediación laboral percibiendo una utilidad, entendiéndose que esta actividad será prestada en forma gratuita para el oferente de la mano de obra (trabajador);

b) Agencias privadas no lucrativas de colocación o empleo:

Personas naturales o jurídicas que tienen como objetivo la intermediación laboral sin percibir utilidades por dicha actividad.

2. Agencias públicas de colocación o empleo

Entidades de derecho público que ejercen gratuitamente la intermediación laboral al servicio de la comunidad.

PARAGRAFO. La intermediación laboral será prestada en forma gratuita por el oferente de mano de obra (trabajador).

CAPITULO II. DE LOS REQUISITOS

ARTICULO 5o. AUTORIZACION PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD DE INTERMEDIACION DE EMPLEO. Para ejercer la actividad de intermediación laboral, se requerirá la autorización expedida mediante resolución motivada, por la Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo.

ARTICULO 6o. DEL PROCESO DE AUTORIZACION. La Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo procederá a expedir la resolución de autorización para ejercer la actividad de intermediación laboral a las personas naturales o jurídicas que cumplan con los siguientes requisitos:

a) Agencias privadas lucrativas

1. Carta de solicitud de autorización.
2. Certificado de existencia y representación legal en el caso de las personas jurídicas y de inscripción ante la Cámara de Comercio como agente comisionista en el caso de las personas naturales, expedidos por la Cámara de Comercio del lugar donde se desarrolla la labor de intermediación.
3. Reglamento interno de funcionamiento.
4. Constitución de una póliza de seguro de cumplimiento de disposiciones legales a favor del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, otorgada por una compañía de seguros legalmente establecida en Colombia, en cuantía no inferior a cien (100) salarios mínimos legales vigentes, con el fin de garantizar el cumplimiento de las disposiciones legales por parte de la Agencia Lucrativa de Colocación o Empleo, relacionadas con dicha actividad, en especial de lo previsto en la Ley 50 de 1990 (artículos 95 y siguientes) y en el presente decreto. La respectiva póliza debe depositarse en la Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo.

La cuantía de esta garantía debe actualizarse anualmente tomando como base las modificaciones al salario mínimo legal vigente;

b) Agencias privadas no lucrativas

1. Carta de solicitud de autorización.
2. Certificado de registro expedido por la Cámara del lugar donde se desarrolla la labor de intermediación.
3. Estatutos y reglamento interno de funcionamiento, conforme al artículo 7o salvo

el literal f) del presente decreto;

c) Agencias públicas

1. Carta de solicitud de autorización en la cual se hará referencia al acto de creación o autorización y a su naturaleza jurídica.

2. La disposición legal o reglamentaria, por la cual se establece como función de la entidad la labor de intermediación laboral.

ARTICULO 7o. DEL REGLAMENTO INTERNO DE FUNCIONAMIENTO. Las agencias que realicen labores de intermediación laboral, salvo las públicas, deberán presentar el reglamento interno de funcionamiento o su equivalente para el ejercicio de la actividad, el cual deberá estar acorde con la ley y las buenas costumbres, y contener como mínimo:

a) El carácter de la entidad o persona que realiza la intermediación de empleo y domicilio de la misma;

b) Condiciones y requisitos para la inscripción de oferentes de mano de obra;

c) Procedimiento de colocación de los oferentes inscritos;

d) Obligaciones y derechos del oferente de mano de obra frente al intermediario de empleo;

e) Requisitos de aceptación de la solicitud de demanda de mano de obra;

f) Valor de la comisión u honorarios que cobra el intermediario al demandante de mano de obra por su intermediación;

g) Derechos y obligaciones que contra el demandante de mano de obra respecto al intermediario y del oferente.

ARTICULO 8o. NEGATIVA DE LA AUTORIZACION. Previo el estudio respectivo de la documentación exigida, la Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo procederá a expedir la correspondiente autorización de funcionamiento. Si se negare la expedición de la misma se informará al peticionario el motivo de la decisión para que proceda a adicionarla, completarla o efectuar las correcciones a que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 11, 12 y 13 del Código Contencioso Administrativo.

CAPITULO III. DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES

ARTICULO 9o. Las agencias privadas lucrativas de colocación o empleo quedan obligadas a:

- a) Actualizar anualmente la cuantía de la garantía, tomando como base las modificaciones al salario mínimo legal vigente;
- b) Renovar anualmente el certificado expedido por la Cámara de Comercio del domicilio de la respectiva agencia, sea persona natural o jurídica;
- c) Presentar trimestralmente los informes estadísticos sobre el movimiento de demandas u ofertas de trabajo y colocaciones dentro de los primeros quince (15) días de los siguientes meses: enero, abril, julio y octubre de cada año.

ARTICULO 10. Las agencias privadas no lucrativas de colocación o empleo quedan obligadas a:

- a) Renovar anualmente el certificado expedido por la Cámara de Comercio del domicilio de la respectiva agencia;
- b) Presentar trimestralmente los informes estadísticos sobre el movimiento de demandas y ofertas de trabajo y colocaciones dentro de los primeros quince (15) días de los siguientes meses: enero, abril, julio y octubre de cada año.

ARTICULO 11. Las entidades de derecho público que ejercen la intermediación laboral quedan obligadas a presentar trimestralmente los informes estadísticos sobre el movimiento de demandas y ofertas de trabajo, colocaciones, etc., dentro de los primeros quince (15) días de los siguientes meses: enero, abril, julio y octubre de cada año.

ARTICULO 12. Las agencias que realicen labores de intermediación de empleo con carácter lucrativo, podrán cobrar al demandante de mano de obra una comisión hasta del 20% sobre el salario básico que el oferente postulado devengará, pero sólo en el caso que éste sea aceptado por el demandante. Este cobro se hará por una sola vez.

ARTICULO 13. Ninguna agencia de colocación o empleo podrá reclutar o colocar oferentes de mano de obra en el extranjero sin previa autorización expedida por la División de Migraciones Laborales del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

ARTICULO 14. Toda reforma del reglamento interno de funcionamiento o su equivalente de las agencias de colocación o empleo de carácter público o privado,

deberá ser comunicada a la Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a su modificación o protocolización; y ésta se pronunciará sobre la legalidad y viabilidad de dicha reforma dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la presentación de la misma.

Así mismo toda reforma estatutaria de las agencias de colocación o empleo, será comunicada al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a su protocolización para los fines de inspección y vigilancia según el caso.

CAPITULO IV. DE LAS SANCIONES

ARTICULO 15. En desarrollo del artículo 97 de la Ley 50 de 1990, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, a través de las Direcciones Regionales, Seccionales y las Oficinas Especiales de Trabajo, ejercerá la vigilancia y control a las agencias de intermediación laboral, tanto públicas como privadas.

ARTICULO 16. Las agencias y entidades, ya sean de carácter público o privado que ejerzan la actividad de intermediación laboran sin la previa autorización otorgada por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, serán sancionadas con una multa equivalente al monto de cinco (5) a cien (100) veces el salario mínimo legal vigente, que le será impuesta por el respectivo funcionario administrativo, sin perjuicio de las demás acciones legales a que haya lugar.

ARTICULO 17. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones del presente decreto por parte de los sujetos aplicables del mismo dará lugar a la imposición de las sanciones establecidas en el artículo 97 de la Ley 50 de 1990, las que serán impuestas por los funcionarios competentes, en ejercicio de las funciones de autoridad policiva que les compete, para todo lo relacionado con vigilancia y control de la intermediación laboral y están facultados para imponer cada vez multas equivalentes de uno (1) a cien (100) veces el salario mínimo mensual más alto vigente, en el momento de la infracción, con destino al Sena.

ARTICULO 18. En ejercicio de la potestad sancionatoria consagrada en el artículo **18** del Decreto 1741 de 1993, la Subdirección Técnica de Servicios y Gestión de Empleo de la Dirección Técnica de Empleo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, sancionará con suspensión o cancelación de la autorización de funcionamiento a las agencias de colocación o empleo de carácter público o privado, cuando haya reincidencia en el incumplimiento de las obligaciones y en la violación de las prohibiciones señaladas en el presente decreto, en especial las previstas en sus artículos **5o**, **6o**, **7o** y **9o**, según la gravedad de la reincidencia.

ARTICULO 19. PROCESO SANCIONATORIO. Se iniciará de oficio por información del funcionario público, por denuncia o por queja presentada por cualquier persona, o como consecuencia de irregularidades observadas en visitas practicadas por los inspectores de trabajo.

ARTICULO 20. TRANSICION. Las personas naturales o jurídicas de derecho público o privado, que ejerzan la actividad de intermediación laboral existentes al momento de entrar en vigencia el presente decreto, deberán acreditar los requisitos exigidos en esta disposición dentro de los dos (2) meses siguientes.

ARTICULO 21. VIGENCIA. El presente decreto rige a partir de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial el Decreto 2676 de 1971.

Publíquese y cúmplase.

Dado en Santa Fe de Bogotá, D. C., a 30 de diciembre de 1997.

ERNESTO SAMPER PIZANO

El Ministro de Trabajo y Seguridad Social,
IVAN MORENO ROJAS.

LEY 905 DE 2004

(Agosto 2)

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1º. El literal b) del artículo 1º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

Artículo 2º. El artículo 2º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 2º. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

Parágrafo. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

CAPITULO II

Marco institucional

Artículo 3º. El artículo 3º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 3º. Créase el Sistema Nacional de Mipymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales.

El Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes estará integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Protección Social, Ministerio de Agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y Finagro, el cual coordinará las actividades y programas que desarrollen las Mipymes.

Este Sistema estará coordinado por el Viceministro de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Comercio Industria y Turismo o quien haga sus veces, estará integrado por:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o el Viceministro o su delegado, lo presidirá.
2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto el Viceministro correspondiente o su delegado.
3. El Ministro de Ministerio de Protección Social o su delegado.
4. El Director General del Sena o su delegado.
5. El Ministro de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial o en su defecto el Viceministro correspondiente o su delegado.
6. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto el Subdirector o su delegado.
7. Tres (3) representantes de las Instituciones de Educación Superior, Universidades (ASCUN), Instituciones Tecnológicas (ACIET) e instituciones Técnicas Profesionales, designados por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
8. El Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas, ACOPI.
9. El Presidente Nacional de la Federación de Comerciantes, Fenalco.
10. El Presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras.
11. Un representante de las organizaciones no gubernamentales dedicadas a la investigación y desarrollo tecnológico de las pequeñas y medianas empresas, designado por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.

12. Un representante de los Consejos Regionales de Pequeña y Mediana Empresa, designado por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces, quien reglamentará tal elección, en todo caso esta debe ser rotativa.

13. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Federación Colombiana de Municipios.

14. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Conferencia Nacional de Gobernadores.

15. Un representante de los bancos que tengan programas de crédito a las Pymes quien será designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

16. Dos (2) representantes de Asociaciones de empresarios.

17. Presidente de Bancoldex o su delegado.

18. Presidente del Fondo Nacional de Garantías o su delegado.

19. Director de Colciencias o su delegado.

Parágrafo 1º. Créase el Consejo Regional de Pequeña y Mediana Empresa, el cual estará conformado así:

1. El Gobernador del departamento o su delegado.

2. Un representante de la Corporación Autónoma Regional.

3. El Director de Planeación Departamental.

4. El Director Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.

5. Un representante de la Asociación Colombiana de Pequeña y Mediana Empresa, ACOPI.

6. Un representante de la Federación de Comerciantes, Fenalco.

7. Un representante de la Cámara de Comercio. En el caso de existir dos o más cámaras de comercio en una misma región dicho representante será elegido entre ellos.

8. Un representante de los alcaldes municipales de cada departamento, el cual será elegido entre ellos mismos.

9. Un representante de las Asociaciones de Pymes de la región.

10. Dos (2) empresarios Pymes de la región designados por el Gobernador y los demás que considere pertinente el Gobernador.

11. Dos (2) representantes de las Asociaciones de Microempresarios.

Parágrafo 2º. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces, reglamentará, dentro de los noventa (90) días siguientes a la sanción de la presente ley, las funciones del Consejo de Mipymes de tal manera que se guarde armonía con las funciones establecidas en la Ley 590 de 2000 a los Consejos Superiores y en especial teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

1. Debe propiciar la investigación de mercados y planes de exportación sectoriales y regionales.

2. Promover la creación de sistemas de financiación y acceso a capitales.

3. La gestión tecnológica y del conocimiento de las Mipymes.
4. Propiciar el acompañamiento y asesoría de las Mipymes.
5. Establecer programas emprendedores y espíritu empresarial regional.
6. Propiciar el desarrollo de programas y recursos de negocios.
7. Podrá recomendar proyectos presentados al Fomipyme, Colciencias y el SENA.
8. Fomentar la conformación de Mipymes.

Parágrafo 3º. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo Superior estará a cargo de la Dirección de Mipymes o quien haga sus veces del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces, cuyas funciones generales son:

1. Las asignadas por los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana empresa y de Microempresa.
2. Enviar un informe detallado, trimestralmente, a los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana empresa y de Microempresa.
3. Realizar seguimiento constante y permanente sobre acciones y programas realizados en cada región nacional.
4. Establecer mecanismos y programas permanentes que acerquen la economía informal y a la formalización para que tengan acceso a todos los factores de producción.
5. Articular a nivel nacional, conjuntamente con las Secretarías Técnicas Regionales, todo lo relacionado con los incentivos a la actividad empresarial.
6. Impulsar la formulación de planes de desarrollo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
7. Establecer programas y promover estrategias de comercialización en el mercado nacional e internacional de productos y servicios.
8. Asesorar y acompañar a l Consejo Superior.
9. Apoyar el desarrollo de diagnóstico y estudio sobre Mipymes en sus aspectos culturales, sociales, empresariales, ambientales y económicos, en coordinación con las secretarías técnicas regionales.
10. Solicitar y coordinar informes periódicos bimensuales a las Secretarías Técnicas Regionales relacionadas con sus actividades y gestiones.
11. Llevar el registro regional de las Mipymes, información esta que será entregada mensualmente por cada una de las Secretarías Técnicas Regionales. Igualmente, tendrá la obligación de suministrar periódicamente esta información al Departamento Nacional de Estadística, DANE.

Parágrafo 4º. Créase las Secretarías Técnicas Regionales de Mipymes, cuya designación estará a cargo de cada Consejo regional, exaltando en tal posición a uno de sus miembros, quien desempeñará el cargo como coordinador ejecutivo, sin remuneración o contraprestación económica alguna, y sus funciones son:

- a) Las asignadas por los Consejos de Pequeña, Mediana y Micro empresas Superiores Nacionales y Regionales;

- b) Enviar un informe detallado bimensual a la Secretaría Técnica Permanente en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces a cerca de las acciones realizadas en cada región;
- c) Realizar seguimiento constante y permanente sobre acciones y programas realizados en la respectiva región;
- d) Establecer mecanismos que acerquen la economía informal y subterránea a la formalización para que tengan acceso a todos los factores de producción;
- e) Articular entre el nivel nacional y regional todo lo relacionado con incentivos a la actividad empresarial;
- f) Promover la participación de los Alcaldes en el Consejo Regional;
- g) Impulsar a la formulación de planes de desarrollo para la Micro, Pequeña y Mediana empresa en la región.
- h) Establecer y promover estrategias de comercialización en el mercado nacional e internacional de productos y servicios regionales , en coordinación con los organismos competentes y con la Secretaría Técnica Permanente del Consejo Superior;
- i) Asesorar y acompañar al Consejo Regional;
- j) Apoyar el desarrollo de diagnóstico y de estudio sobre Mipymes en sus aspectos culturales, sociales, empresariales, ambientales y económicos;
- k) Registrar las Mipymes regionales y enviar tal registro a la Secretaría Técnica Permanente para su registro nacional.

Parágrafo 5º. Cuando el Consejo Superior o Regional lo estime conveniente, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

Artículo 4º. El artículo 4º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 4º. Funciones del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa.

El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, tendrá las siguientes funciones:

- a) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción empresarial de las pequeñas y medianas empresas, Pymes;
- b) Analizar el entorno económico, político y social; su impacto sobre las Pymes y sobre la capacidad de estas para dinamizar la competencia en los mercados de bienes y servicios;
- c) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de programas de promoción de las Pymes, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización y desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales;
- d) Contribuir a la coordinación de los diferentes programas de promoción de las Pymes que se realicen dentro del marco de los planes de desarrollo y las políticas de gobierno;

- e) Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento de la competencia en los mercados;
- f) Propender por la evaluación periódica de las políticas y programas públicos de promoción de las Pymes, mediante indicadores de impacto y proponer los correctivos necesarios;
- g) Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de promoción de las pequeñas y medianas empresas;
- h) Estimular el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector;
- i) Adoptar sus estatutos internos;
- j) Promover la concertación, con alcaldes y gobernadores, de planes integrales de apoyo a la pequeña y mediana empresa;
- k) Realizar reuniones periódicas trimestrales;
- l) Rendir informes trimestrales de las acciones y resultados alcanzados;
- m) Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 de artículo 189 de la Constitución Política, orientadas a la promoción de las pequeñas y medianas empresas en Colombia;
- n) Presentar informe anual de gestión y resultados a las Comisiones Terceras y Cuartas de Senado de la República y Cámara de Representantes;
- o) Establecer y promover estrategias de comercialización nacional e internacional de productos y servicios.

Artículo 5º. El artículo 5º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 5º. Del Consejo Superior de Microempresa. El Consejo Superior de Microempresa, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estará integrado por:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o el Viceministro o su delegado, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto, el Viceministro correspondiente o su delegado.
3. El Ministro de Protección Social o su delegado.
4. El Ministro de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial o en su defecto, el Viceministro correspondiente o su delegado.
5. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto, el Subdirector o su delegado.
6. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
7. Dos (2) representantes de los Microempresarios.

8. Dos (2) representantes de las organizaciones no gubernamentales de apoyo a microempresas, designados por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
9. Un representante de los Consejos Regionales para las micro, pequeñas y Medianas empresas, designado por los mismos consejos.
10. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentra en funcionamiento un plan de desarrollo de las pequeñas, medianas y micro empresas, elegido por la Federación Colombiana de Municipios.
11. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.
12. Un miembro de la Asociación Bancaria de Colombia, designado por esta, de las entidades financieras especializadas en el manejo del microcrédito.
13. El Director Nacional del Sena o su delegado.

Parágrafo 1º. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo Superior de Microempresas estará a cargo de la Dirección de Mipymes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces.

Parágrafo 2º. El consejo Superior de Microempresas, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o particulares vinculados directamente con las medianas, pequeñas y microempresas.

Artículo 6º. El artículo 7º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 7º. Atención a las Mipymes por parte de las entidades estatales. Sin perjuicio de la dirección y diseño de las políticas dirigidas a las Mipymes a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de pequeña y mediana empresa, Consejos regionales, Secretaría Técnica permanente y Secretarías Técnicas Regionales, cuyo objeto institucional no sea específicamente la atención a las Mipymes, el Fondo Nacional de Garantías, el SENA, Colciencias, Bancoldex, Proexport, Finagro, Fondo Agropecuario de garantías, Banco Agrario, las Compañías Promotoras y Corporaciones Financieras y las demás entidades vinculadas al sector, establecerán dependencias especializadas en la atención a estos tipos de empresas y asignarán responsabilidades para garantizar la materialidad de las acciones que se emprendan de conformidad con las disposiciones de la presente ley, en el ámbito de sus respectivas competencias.

Parágrafo. Competerá exclusivamente al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces la Coordinación General de la actividad especializada hacia las Mipymes que desarrollen las entidades de que trata este artículo.

Artículo 7º. El artículo 8º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 8º. Informes sobre acciones y programas. Las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, así como el Fondo Nacional de Garantías, el SENA, Colciencias, Bancoldex, Proexport, Finagro, Fondo Agropecuario de Garantías, Banco Agrario, las Compañías Promotoras y Corporaciones Financieras y las demás entidades vinculadas al sector, informarán semestralmente a la Secretaría Técnica de los consejos sobre la índole de las acciones y programas que adelantarán respecto de las Mipymes, la cuantía de los recursos que aplicarán a la ejecución de dichas acciones, programas y resultados de los mismos.

Artículo 8º. El artículo 9º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 9º. Estudio de políticas y programas dirigidos a las Mipymes en el curso de elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo. El Departamento Nacional de Planeación, en coordinación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estudiará en el curso de la elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo, la inclusión de políticas y programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, elaborará un plan de acción anual que incluya los programas, planes y acciones que deberá desarrollar el Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes.

CAPITULO III

Acceso a mercados de bienes y servicios

Artículo 9º. El artículo 12 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 12. Concurrencia de las Mipymes a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado. Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado, las entidades indicadas en el artículo 2º de la Ley 80 de 1993 o de la ley que la modifique, consultando lo previsto en esa ley y en los convenios y acuerdos internacionales:

1. Desarrollarán programas de aplicación de las normas sobre contratación administrativa y las concordantes de ciencia y tecnología, en lo atinente a preferencia de las ofertas nacionales, desagregación tecnológica y componente nacional en la adquisición pública de bienes y servicios.
2. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquellas demanden.

3. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.

4. Las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal, preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las Mipymes nacionales.

Parágrafo. El incumplimiento de los deberes de que trata el presente artículo por parte de los servidores públicos constituirá causal de mala conducta.

Artículo 10. El artículo 13 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 13. Orientación, seguimiento y evaluación. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, con el apoyo de las redes de subcontratación, orientará, hará seguimiento y evaluará el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 12 de la presente ley, formulará recomendaciones sobre la materia y dará traslado a las autoridades competentes cuando se evidencia el incumplimiento de lo previsto en dicho artículo.

Artículo 11. El artículo 14 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 14. Promoción. Las entidades públicas del orden nacional y regional competentes, los departamentos, municipios y distritos promoverán coordinadamente, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las Mipymes.

Parágrafo. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces expedirá y promoverá una política en materia de ferias y exposiciones.

CAPITULO IV

Desarrollo tecnológico y talento humano

Artículo 12. El artículo 17 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 17. Del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme. Créase el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme, como una cuenta adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de

proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción. Parágrafo. El Fomipyme realizará todas las operaciones de cofinanciación necesarias para el cumplimiento de su objeto.

Artículo 13. El artículo 21 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 21. Dirección del Fomipyme. La dirección y control integral del Fomipyme está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien garantizará el adecuado cumplimiento de sus objetivos. Para estos efectos el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, deberá contratar una auditoría especializada en manejo financiero, de gestión y demás aspectos que se consideren necesarios.

Artículo 14. El artículo 22 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 22. Integración del Consejo Administrador del Fomipyme. El Consejo Administrador del Fomipyme, estará integrado por:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, quien lo presidirá personalmente o por delegación en el Viceministro de Comercio, Industria y Turismo.
2. El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
3. El Presidente de Bancoldex o su delegado.
4. Tres (3) de los integrantes del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, designados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
5. Dos (2) de los integrantes del Consejo Superior de Microempresa, designados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces.
6. Director del SENA o su delegado.
7. El Ministro de Agricultura o su delegado.
8. Director de Colciencias o su delegado.

Artículo 15. El artículo 23 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 23. Funciones del Consejo Administrador del Fomipyme. El Consejo Administrador del Fomipyme tendrá las siguientes funciones:

1. Determinar los criterios de utilización y distribución de los recursos del Fomipyme.
2. Aprobar el presupuesto anual de ingresos y gastos del Fomipyme presentado a su consideración por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como sus modificaciones. Allí se indicarán de forma global los requerimientos presupuestales por concepto de apoyo técnico, auditoría y remuneraciones fiduciarias necesarios para garantizar el manejo integral del Fomipyme y se detallarán los ingresos y gastos de cada una de las subcuentas.

3. Aprobar anualmente los criterios de distribución de los excedentes existentes a 31 de diciembre de cada año, en cada una de las subcuentas del Fomipyme, de conformidad con la ley y con los reglamentos internos.
4. Estudiar los informes sobre el Fomipyme que le sean presentados periódicamente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, y señalar los correctivos que, a su juicio, sean convenientes para su normal funcionamiento.
5. Estudiar los informes presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces y hacer las recomendaciones pertinentes para el adecuado cumplimiento y desarrollo de los objetivos del Fondo.
6. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme organizará fondos de capital de riesgo, y los mecanismos necesarios para su funcionamiento, priorizando proyectos ubicados en las regiones con mayor NBI y/o liderados por población vulnerable como mujeres cabeza de hogar, desplazados por la violencia, comunidades de frontera y reservas campesinas.
7. Aprobar el manual de operaciones del Fomipyme.
8. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme permitirá el acceso de las entidades de microfinanciamiento a los recursos del Fondo en los términos de la presente ley.
9. Promover la regionalización de los recursos del Fomipyme.
10. Las demás que le señale la ley y sus reglamentos.

Artículo 16. El artículo 26 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 26. *Sistemas de información.* A partir de la vigencia de esta ley, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo estimulará y articulará los Sistemas de Información que se constituyan en instrumentos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y en alternativas de identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico, de negocios y progreso integral de las mismas.

Parágrafo. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, diseñará un sistema de información estadística que permita conocer el número de Mipymes, el valor de la producción, el valor agregado, el empleo, la remuneración a los empleados, el consumo intermedio, el consumo de energía, las importaciones y exportaciones por sector económico y por regiones. La actualización de estos datos será anualmente.

Artículo 17. El artículo 31 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 31. *Programas educativos para Mipymes y de creación de empresas.* El Sena, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, considerarán lo dispuesto en la presente ley a efecto de establecer diplomados, programas de educación no formal, programas de

extensión y cátedras especiales para las Mipymes y a promover la iniciativa empresarial.

Parágrafo. *Apoyo del SENA a programas de generación de empleo.* Se fortalecerá el trabajo del SENA con el fin de crear fuentes de empleo a través de programas establecidos, por personal calificado, con los estudiantes que terminen su capacitación, tendientes a organizar y asesorar la creación de nuevas Pequeñas, Medianas y Microempresas acorde con estudios previos de factibilidad de mercados, contribuyendo al desarrollo y crecimiento de las Mipymes. Así mismo las acreditará ante las entidades bancarias y financieras competentes que otorgan microcrédito. Se aclara que esto se hará con recursos de la parafiscalidad.

CAPITULO V

Acceso a mercados financieros

Artículo 18. El artículo 34 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 34. *Préstamos e inversiones destinados a las Mipymes.* Para efecto de lo establecido en el artículo 6º de la Ley 35 de 1993, cuando el Gobierno Nacional verifique que existen fallas del mercado u obstáculos para la democratización del crédito, que afecten a las micro, pequeñas y medianas empresas, en coordinación con la Junta Directiva del Banco de la República determinará de manera temporal la cuantía o proporción mínima de los recursos o líneas de crédito, que, en la forma de préstamos o inversiones, deberán destinar los establecimientos que realicen actividades de otorgamiento de créditos al sector de las Micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 19. El artículo 40 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 40. *Condiciones especiales de crédito a empresas generadoras de empleo.*

El Fondo Nacional de Garantías S. A. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un setenta por ciento (70%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el Gobierno Nacional, el cual se debe llevar a cabo dentro de los seis (6) meses siguientes a la sanción de la presente ley.

Parágrafo. El Gobierno Nacional establecerá condiciones especiales que permitan al Fondo Nacional de Garantías, la venta de los bienes recibidos como dación en pago, con el fin de volverlos líquidos a la mayor brevedad, y así otorgar nuevamente, con esos recursos, garantías a las micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

CAPITULO VI

Creación de empresas

Artículo 20. El artículo 41 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 41. *Destinación de los recursos del artículo 51 de la Ley 550 de 1999.*

También serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 21. El artículo 42 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 42. *Regímenes tributarios especiales.* Los municipios, los distritos y departamentos podrán, con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda, establecer regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de Mipymes. Para tal efecto podrán establecer, entre otras medidas, exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias.

Artículo 22. El artículo 45 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 45. *Líneas de crédito para creadores de empresa.* El Instituto de Fomento Industrial o quien haga sus veces y el Fondo Nacional de Garantías establecerán, durante el primer trimestre de cada año el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 23. *Nuevo. Cámaras de Comercio.* El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, previa concertación con las Cámaras de Comercio, buscará que parte de los recursos que reciben o administran las Cámaras por concepto de prestación de servicios públicos delegados se destine a cubrir parte de la financiación de los programas de desarrollo empresarial que ejecuta y coordina el Ministerio, con el fin de complementar los recursos de Presupuesto General de la Nación.

Artículo 24. *Nuevo.* El artículo 18 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 18. *Estructura del Fomipyme.* El Fomipyme tendrá las siguientes subcuentas:

- a) Subcuenta para las microempresas cuya fuente será los recursos provenientes del Presupuesto Nacional;
- b) Subcuenta para las pequeñas y medianas empresas, cuyas fuentes serán el

Programa Nacional de Productividad y Competitividad y los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.

De igual forma, estas subcuentas se podrán nutrir con aportes o créditos de Organismos Internacionales de Desarrollo, Convenios de Cooperación Internacional, Convenios de Cooperación con los entes territoriales, Transferencias de otras entidades públicas de orden nacional y regional, así como de donaciones, herencias o legados.

Artículo 25. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

El Presidente del honorable Senado de la República,
Germán Vargas Lleras.

El Secretario General del honorable Senado de la República,
Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,
Alonso Acosta Osio.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,
Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL
Publíquese y ejecútese.

Dada en Bogotá, D. C., a 2 de agosto de 2004.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Ministro de Hacienda y Crédito Público,
Alberto Carrasquilla Barrera

Anexo C. Registro Mercantil y Formulario del Registro Único Tributario

33856-PRI

CAMARA DE COMERCIO DE CALI FEB 11 2008 10:54:40 AM

EN JUNIO DE ESTE AÑO SE ELEGIRÁ JUNTA DIRECTIVA Y REVISOR FISCAL DE LA CAMARA DE COMERCIO. LAS INSCRIPCIONES DE CANDIDATOS DEBEN HACERSE EN LA PRIMERA QUINCENA DE MAYO. PARA INFORMACION DETALLADA DIRIGIRSE A LA SEDE PRINCIPAL O COMUNICARSE AL TELEFONO 8861339.

REPUBLICA DE COLOMBIA
CERTIFICADO ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE CALI

CERTIFICA


QUE EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO : MANOS OBRERAS
Y SU PROPIETARIO : OSPINA VIVAS JAIBER FREDY
SE ENCUENTRAN MATRICULADOS EN EL REGISTRO MERCANTIL
BAJO LOS NROS. 731051 Y 731052


CERTIFICA

QUE DICHAS MATRICULAS ESTAN VIGENTES
VALIDO HASTA EL 31 DE MARZO DE 2009
DADO EN CALI A LOS 11 DIAS DEL MES DE FEBRERO DE 2008

LA MATRICULA MERCANTIL DEBE RENOVARSE ANUALMENTE DURANTE LOS (3) PRIMEROS MESES DEL AÑO
PARA FIJAR EN UN LUGAR VISIBLE DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

EL SECRETARIO


LUIS EDUARDO ARELLANO JARAMILLO



DE COMERCIO
DE CALI

9172



Formulario del Registro Único Tributario
Hoja Principal



001



Inscripción 2 Concepto 1

4. Número de formulario 14076953312

(415)7707212489984(8020) 014076953312

5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 94373797-3
6. DV: 3
12. Administración: Cali
14. Buzón electrónico: 5

IDENTIFICACION

24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión 2
25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía 13
26. Número de identificación: 94373797
27. Fecha expedición: 19901228

Lugar de expedición: 28. País: COLOMBIA 169
29. Departamento: Valle del Cauca 76
30. Ciudad/Municipio: Cali 1

31. Primer apellido: OSPINA
32. Segundo apellido: VIVAS
33. Primer nombre: JAIBER
34. Otros nombres: FREDY

35. Razón social: MANOS OBRERAS
37. Sigla:

UBICACION

38. País: COLOMBIA 169
39. Departamento: Valle del Cauca 76
40. Ciudad/Municipio: Cali 1

41. Dirección: Calle 121B-1951-511

42. Correo electrónico:
43. Apartado aéreo:
44. Teléfono 1: 313-130216
45. Teléfono 2:

CLASIFICACION

Actividad económica			Ocupación	
Actividad principal	Actividad secundaria	Otras actividades	51. Código	52. Número establecimientos
46. Código: 7491	47. Fecha inicio actividad: 20080211	48. Código: <input type="text"/> 49. Fecha inicio actividad: <input type="text"/> 50. Código: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Responsabilidades:

53. Código: 1212

12- Ventas régimen simpli

Usuarios aduaneros	Exportadores
54. Código: <input type="text"/>	55. Forma: <input type="checkbox"/> 56. Tipo: <input type="checkbox"/>
	57. Modo: <input type="checkbox"/> 58. CPC: <input type="text"/>

Para uso exclusivo de la DIAN

59. Anulado: SI NO X
60. No. de Folios:
61. Fecha: 20080212

La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada.
Artículo 15 Decreto 2785-2001 de Agosto 25 de 2001.

Firma del solicitante: *Armando Bedoya Norena*
694. Nombre: ARMANDO BEDOYA NORENA
695. Cargo: FUNCIONARIO CC DE CALI

Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.
Firma del funcionario autorizado:
Armando Bedoya Norena
694. Nombre: ARMANDO BEDOYA NORENA
695. Cargo: FUNCIONARIO CC DE CALI