

**“FORMULACIÓN DE UN PORTAL DE NEGOCIOS EN INTERNET PARA  
APOYAR LA AGENDA INTERNA DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD  
DE RISARALDA”**

**ROCIO JAQUELINE CHAVES ERASO  
ELIANA PRADO BRAND**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2007**

**“FORMULACIÓN DE UN PORTAL DE NEGOCIOS EN INTERNET PARA  
APOYAR LA AGENDA INTERNA DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD  
DE RISARALDA”**

**ROCIO JAQUELINE CHAVES ERASO  
ELIANA PRADO BRAND**

Trabajo de grado para obtener el título de Ingeniero Industrial

Director  
**Juan Carlos Castaño Benjumea**  
Ingeniero Industrial  
Magíster

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2007**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Juan Carlos Castaño Benjumea**  
**Director**

---

**Juan Fernando López Rendón**  
**Jurado**

**Pereira, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2007**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme la sabiduría, perseverancia, conocimiento y tiempo para realizar este trabajo y todos aquellos que se presentan en mi diario vivir.

A mi padre por la paciencia y apoyo incondicional brindado a lo largo de este tiempo.

A mi madre por que a pesar de no estar presente en este momento, formo parte fundamental de mi crecimiento como persona y como profesional, por darme valor en los difíciles y sobre todo por haberme dado la vida.

A mis hermanos por la paciencia y apoyo en los difíciles

A compañera de trabajo de grado e incondicional amiga, por el acompañamiento y dedicación para realizar este proyecto.

A mis amigos y todos a aquellas personas que de una o forma me apoyaron incondicionalmente durante todo este tiempo.

**Rocío Jaqueline Chaves Eraso**

A mi madre, que aunque no este conmigo en estos momentos, le agradezco una gran parte de mi formación como persona, darme la vida y sobre todo haber sido una gran mujer.

A mi padre, por toda su experiencia y enseñanzas de vida.

A mi hermano por creer siempre en mí, por el apoyo, la confianza y el cariño.

A mi compañera de trabajo de grado por la paciencia, sus enseñanzas y la compañía como amiga.

A todas las personas (amigos, colaboradores y familiares) por toda la ayuda y compañía prestada para la realización de este trabajo.

**Eliana Prado Brand**

A la universidad por habernos acogido y darnos la oportunidad de prepararnos para ser unas profesionales que se sienten orgullosas de haber pertenecido a la gran familia de la Universidad Tecnológica de Pereira.

A nuestros profesores, catedráticos y maestros, quienes han pasado por el tiempo que hemos estado vinculadas a la universidad, ya que su apoyo y sabiduría encendió en nosotras esa llama del conocimiento y saber.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág</b>
INTRODUCCIÓN.....	15
1. IDENTIFICACIÓN.....	17
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	18
3. DELIMITACIÓN .....	21
3.1 Limitaciones de Espacio o Territorio .....	21
3.2 Limitaciones de Tiempo .....	21
3.3 Limitaciones de Recursos.....	21
4. OBJETIVOS.....	22
4.1 Objetivo General .....	22
4.2 Objetivos Especificos.....	22
5. JUSTIFICACIÓN.....	23
5.1 Antecedentes .....	23
6. MARCO REFERENCIAL .....	25
6.1 Marco Teórico .....	25
6.2 Marco Conceptual.....	25
6.3 Marco legal y Jurídico .....	28
6.3.1 Ley de comercio electrónico .....	28
6.4 Marco Situacional.....	34
7. DISEÑO METODOLÓGICO .....	38
7.1 Tipo de investigación .....	38
7.2 Fases de la investigación .....	38
7.2.1 Términos de Referencia.....	45
7.3 Población y muestra.....	45
7.3.1 Área de influencia .....	45
7.3.2 Población objetivo.....	47
7.3.2.1 Muestra poblacional.....	47
8. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	48
8.1 Objetivos de la Investigación de Mercados.....	48
8.1.1 Objetivo General.....	48

8.1.2	Objetivos Específicos.....	48
8.2	Fuentes para recolectar información.....	48
8.3	Método de recolección de la información.....	50
8.4	Análisis de la Información.....	50
8.4.1	Conclusiones y viabilidad según el estudio de Mercado.....	50
8.4.1.1	Conclusión de viabilidad encontrada en las encuestas realizadas a Relatores de las Apuestas Productivas .....	51
8.4.1.2	Conclusión de viabilidad encontrada en las encuestas realizadas a Exportadores y Posibles Exportadores del Departamento de Risaralda.....	58
9.	ESTUDIO DE DEMANDA Y OFERTA.....	78
9.1	Estudio de la Demanda.....	78
9.1.1	Componentes de la Demanda .....	78
9.1.2	Segmento del mercado.....	78
9.1.3	Población demandante del servicio .....	79
9.1.4	Justificación de la población demandante del servicio.....	79
9.1.5	Perfil del Consumidor.....	81
9.1.6	Mercado potencial y beneficios del servicio.....	82
9.2	Estudio de la Oferta .....	86
9.2.1	Capacidad de oferta.....	86
10.	FACTORES Y COMPONENTES DEL PROYECTO.....	87
10.1	Estudio de Localización.....	87
10.2	Estudio de Tamaño.....	87
10.3	Infraestructura del Servicio.....	88
10.4	Características y componentes del servicio.....	94
10.5	Estructura Organizacional.....	99
10.6	Estudio de Comercialización.....	100
11.	ESTUDIO DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	102
11.1	Estudio de Inversión .....	102
11.1.1	Inversiones Fijas.....	102
11.1.2	Inversiones Diferidas.....	104
11.2	Capital de Trabajo.....	104
11.3	Financiación del Proyecto.....	105
11.4	Cronograma de Inversiones.....	105
12.	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS.....	106
12.1	Estimación de Ingresos.....	106
12.1.1	Ingresos indirectos generados por el proyecto en el sector exportador por concepto de aumento en exportaciones realizadas.....	106
12.2	Costos de Operación.....	109
12.2.1	Costo de operación etapa de Desarrollo de Portal.....	109

12.2.2	Costos de operación funcionamiento de Portal para exportadores .....	110
12.3	Ingresos y Costos .....	116
13.	EVALUACIÓN .....	119
14.	CONCLUSIONES .....	121
15.	RECOMENDACIONES .....	122
16.	BIBLIOGRAFIA .....	123
17.	ANEXOS .....	125

## LISTA DE TABLAS

		Pág
<b>Tabla 1</b>	Identificación del Problema y variables	40
<b>Tabla 2</b>	Recolección de la Información y fuentes	50
<b>Tabla 3</b>	Empresas Objeto de ofrecer servicio	79
<b>Tabla 4</b>	Mercado Potencial en área de influencia	82
<b>Tabla 5</b>	Nº de Empresas que exportaron en Risaralda	83
<b>Tabla 6</b>	Nº de empresas cubiertas por el servicio anualmente	84
<b>Tabla 7</b>	Nº Oferta existente en el mercado	86
<b>Tabla 8</b>	Estudio de Proveedores	88
<b>Tabla 9</b>	Descripción de Equipos para funcionamiento	89
<b>Tabla 10</b>	Descripción en equipos seleccionados	93
<b>Tabla 11</b>	Descripción de muebles y enseres	94
<b>Tabla 12</b>	Ventajas comparativas que ofrece el servicio de información para exportadores	96
<b>Tabla 13</b>	Necesidad de personal operativo	98
<b>Tabla 14</b>	Necesidad de personal administrativo	99
<b>Tabla 15</b>	Inversiones fijas	103
<b>Tabla 16</b>	Inversiones Diferidas	104
<b>Tabla 17</b>	Capital de trabajo	104
<b>Tabla 18</b>	Inversiones Totales del proyecto	105
<b>Tabla 19</b>	Calculo de Beneficios por implementación de proyecto	107
<b>Tabla 20</b>	Costos Diseño, Creación e implementación del Portal para exportadores	109
<b>Tabla 21</b>	Mano de obra directa	110
<b>Tabla 22</b>	Costo personal Administrativo	111
<b>Tabla 23</b>	Liquidación Aportes Parafiscales y Prestaciones sociales	112
<b>Tabla 24</b>	Costo servicios y Arrendamiento	113
<b>Tabla 25</b>	Amortización de activos fijos	113
<b>Tabla 26</b>	Total costos operacionales	114
<b>Tabla 27</b>	Costo operación y mantenimiento del servicio proyectado	115
<b>Tabla 28</b>	Flujo de caja para implementar el proyecto	116
<b>Tabla 29</b>	Flujo Neto De Operación	118

## LISTA DE GRÁFICOS

Pág

### **Gráficas Sectores y Asociaciones**

Gráfica 1	Empresas exportadoras dentro del sector/asociación	53
Gráfica 2.	Cantidad de sectores/asociaciones con página Web o portal	54
Gráfica 3	Cantidad de empresas interesadas en vincularse al portal de negocios	55
Gráfica 4	Servicios y funciones que puede prestar un portal	56
Gráfica 5	Atributos generados por un portal en Internet	58

### **Gráficas Posibles Exportadores**

Gráfica 6	Cantidad de empresas con página Web o portal	61
Gráfica 7	Cantidad de empresas interesadas en su propia pagina Web	62
Gráfica 8	Cantidad de empresas interesadas en vincularse al portal de negocios	63
Gráfica 9	Servicios y funciones que puede prestar un portal	65
Gráfica 10	Atributos generados por un portal en Internet	66

### **Gráficas de Exportadores**

Gráfica 11	Cantidad de empresas exportadoras	69
Gráfica 12	Cantidad de empresas con página Web o portal	70
Gráfica 13	Cantidad de empresas interesadas en tener su propia pagina Web	71
Gráfica 14	Cantidad de empresas interesadas en vincularse al portal de negocios	73
Gráfica 15	Servicios y funciones que puede prestar un portal	75
Gráfica 16.	Atributos generados por un portal en Internet	76

**Otras Gráficas**

Gráfica 17	Proyección número de Empresas exportadoras	83
Gráfica 18	Demanda de Empresas exportadoras actuales Vs. Demanda de empresas exportadoras proyectadas	85
Gráfica 19	Beneficio en millones de dólares después de implementado el servicio	108

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág</b>
<b>Figura 1.</b> Área de Influencia del Proyecto.	47
<b>Figura 2.</b> Porcentaje de acceso a Internet en Empresas de Pereira	81
<b>Figura 3.</b> Organigrama del Proyecto	100

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág</b>
<b>Anexo A</b> Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda	126
<b>Anexo B</b> Reglamentación del Banco de Proyectos	130
<b>Anexo C</b> Formato diligenciado y resultados de la encuesta dirigida a los Sectores y/o asociaciones del Departamento de Risaralda.	136
<b>Anexo D</b> Formato diligenciado y resultados de la encuesta dirigida a Exportadores y/o Posibles Exportadores	141
<b>Anexo E</b> Características de la competencia	148
<b>Anexo F</b> Análisis de sensibilidad	150
<b>Anexo G</b> Exportadores registrados en DIAN de Pereira	153

## RESUMEN

Con la apertura de nuevos mercados internacionales Colombia esta, obligado a reestructurar sus estrategias de mercadeo, fortalecer su imagen, hacer uso de nuevas herramientas e instrumentos, que le permitan generar aumentos significativos en la demanda, competitividad e inversiones para lograr el continuo desarrollo de la nación.

El acelerado ritmo de avances tecnológicos, científicos, sociales y las nuevas exigencias del mercado están produciendo cambios radicales dentro de la organización política y económica mundial, repercutiendo de una manera significativa en los negocios Latinoamericanos, por esta razón Colombia actualmente esta en un punto decisivo dentro de su economía, debido al proceso de negociación del tratado de Libre Comercio (TLC), el cual abre una brecha entre consumidores y productores quienes son parte fundamental dentro de la cadena económica, en esta cadena intervienen todos los departamentos que conforman nuestro país, entre estos Risaralda principal objeto de este proyecto, detectando así que el departamento posee sectores como: confecciones, Flores, Calzado, Agroindustria, Metalmecánica, Auto partes, Textiles, Alimentos, Cultura y Turismo, lo que hace a Risaralda una zona industrial y empresarial dentro del eje Cafetero.

Se debe resaltar que Risaralda se encuentra en una ubicación geográfica considerada como estratégica para el tráfico comercial con carácter exportador, además de permitir la comunicación rápida y segura con otras regiones del país de importancia, agro y eco turístico, así como de puntos de desarrollo del orden Nacional.

Tomando como punto de referencia lo anterior y resaltando los atributos de Risaralda este proyecto propone implementar un Portal de Negocios en Internet que apoye la comercialización, promoción y publicidad de los productos y servicios tipo exportación generados en Risaralda, con la misión de aportar en el crecimiento y desarrollo de la economía regional, no queriendo decir que será el generador directo de empleo, crecimiento de PIB regional y aumento de Exportaciones realizadas, sino servirá de apoyo a las variables antes mencionadas. La idea surge como herramienta de soporte para La Agenda Interna de Competitividad y Productividad para Risaralda y sus cadenas productivas, quienes son las directas representantes de la economía regional.

En este proyecto se encuentran especificados elementos fundamentales tales como: recurso humano, tecnológico y financiero, necesarios para desarrollar una idea que implementada adecuadamente por las entidades gubernamentales y privadas, será de gran utilidad para el Departamento de Risaralda.

## ABSTRACT

With the opening of new international markets, Colombia is obligated to restructure its strategies of marketing, strengthen its image, make use of new tools and instruments that generate significant increases on the demand, competence and investments to obtain a continuous development of the nation.

The accelerated rhythm of the technological, scientific and social advances and the new exigencies of the market are producing radical changes inside of the economical and politic organization worldwide, rebounding in a significant way the Latin-American businesses, for this reason Colombia is actually in a decisive point inside its economy because of the process of negotiation of the TLC, which opens a breach between consumers and producers who are a fundamental part inside the economical chain, in this chain all the departments in our country intervene, from these Risaralda as the principal object of this project, detecting that the department posses sectors such as: Confections, Flowers, Footwear, Agro industries, Metal mechanic, Car parts, Textiles, Food, Culture and Tourism, which makes Risaralda an industrial and managerial zone inside the Coffee exo.

It's important to jut out that Risaralda is in a geographical location considered as strategic for the commercial traffic with an exploiting character, besides of allowing the fast and secure communication with other regions of the country of importance, agro and eco touristic, as well as the points of development of national order.

Taking this as a point of reference and jutting out the attributes of Risaralda this project puts forward the implementation of a business portal in the internet that supports the commercialization, promotion and advertising of the products and type exportation services generated in Risaralda, with the mission of contributing in the growth and development of the regional economy, not saying that it will be the direct generator of employment or of growth of the regional PIB or the growth of realized exportations, but it will help as support to the intern Agenda of competitiveness and productivity for Risaralda and its productive chains, which are the direct representatives of the regional economies.

In this project fundamental elements are specified such as: human, technological and financial recourses, which are necessary to develop an idea that implemented correctly by the government and privet entities, would be of great utility for the Department of Risaralda.

## INTRODUCCIÓN

Para apoyar al sector productivo la gobernación de Risaralda desarrollo la Agenda Interna de Competitividad y Productividad, que a través de proyectos busca fortalecer cada sector y hacer de este departamento una región llamativa, competitiva y en continuo crecimiento a nivel nacional e internacional.

La agenda Interna identifico y selecciono apuestas productivas orientadas a diferentes sectores económicos considerados como estratégicos, definiéndose las siguientes apuestas:

Apuestas productivas Tradicionales:

- Textil-Confecciones
- Alimentos
- Turismo
- Calzado.
- Metalmecánica
- Transporte
- Comercio

Apuestas Productivas No Tradicionales:

- Forestales
- Mercados Verdes
- Flores y Follajes
- Salud
- Software.

Y como Apuestas Productivas Transversales:

- Educación
- Servicios y Logística
- Ciencia y tecnología
- Infraestructura<sup>1</sup>

Teniendo en cuenta lo anterior y tomando como base las apuestas productivas, estudiantes y docentes de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, tuvieron la iniciativa de vincularse a este gran proyecto liderado por la Gobernación de Risaralda y otras entidades publicas y privadas, para fortalecer la apuesta productiva de Servicios y Logística; se plantea formular

---

<sup>1</sup> Agenda Interna para la productividad y competitividad en Risaralda. Marzo de 2005. [Citado el 5 de Septiembre de 2006] Disponible en <http://planea.utp.edu.co>

un Portal de Negocios en Internet, que fortalecerá las ventajas competitivas del departamento; para la formulación de este, se consideraron los requerimientos del sector exportador en cuanto a la promoción y publicidad de los productos y servicios exportables, las tendencias tecnológicas y el acelerado ritmo global de las telecomunicaciones entre otras, exigiendo que las empresas se preparen interna y externamente para acceder en el mundo interactivo de la Internet.

## 1. IDENTIFICACIÓN

**Nombre:**

“Formulación de un Portal de Negocios en Internet para apoyar la Agenda Interna de Competitividad y Productividad de Risaralda”

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

Es importante resaltar, que en un mercado tan dinámico como el nuestro donde cada vez es mayor la competencia y el consumidor se ha vuelto más exigente y selectivo, es vital contar con la ayuda de nuevas herramientas para el desarrollo y crecimiento sostenible de las empresas, razón por la cual, se hace necesario contar con nuevos y sofisticados métodos los cuales generaran una cobertura a nivel nacional e internacional, siendo indispensable entonces incursionar en la Internet, como mecanismo de apoyo para dar a conocer las empresas, cautivar nuevos mercados, y generar mayor reconocimiento de los productos y servicios del Departamento de Risaralda

Para destacar la importancia de la Internet; existen datos estadísticos revelados por “La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, el cual emite un informe sobre el estado de la aplicación de tecnologías de Internet, que encontró un incremento del 7.2% en el total de clientes con acceso a este, con respecto al año 2004. Siendo el número de usuarios a junio 30 de 2005 de 4, 548,618 del total de la población<sup>2</sup>”.

La misma entidad acaba de liberar el estudio sobre el consumo de Internet en Colombia, arrojando cifras que muestran el incremento de sistema de comunicación, con datos a diciembre de 2005. El cual, indica un incremento del 23.5% en el total de clientes. Se observa un crecimiento interesante del 74.6% en el acceso dedicado, principalmente influenciado por el cable y el xDSL. El número de usuarios a diciembre 30 de 2005 es de 4, 739,000 asignando un número de usuarios promedio por cliente a cada tipo de conexión, reflejando un crecimiento del 4.2% con respecto a junio 2005 y generando una penetración equivalente del 10.3% de la población. El aumento de la población con acceso a Internet en Colombia da a conocer la importancia de poseer esta herramienta, para agilizar los procesos provocados por las comunicaciones, quienes dan la posibilidad de interactuar en tiempo real entre personas y grupos geográficamente distantes, a la hora de comprar ,vender o comunicarnos.

Dentro de las facilidades que ofrece la Internet se encuentran los portales. Un portal de Internet “es un sitio Web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, compra electrónica, etc. El término portal tiene como significado “puerta grande”, y precisamente su nombre hace referencia a su función u objetivo: “es el punto de partida de un usuario que desea entrar y realizar búsquedas en Web”. Se puede decir que un portal ofrece servicios para la

---

<sup>2</sup> Comisión de Regulación de Telecomunicaciones. Internet en Colombia; Mayo 2006

navegación en la Internet, logrando incrementar la intensidad de tráfico en el mismo.<sup>3</sup> El portal es considerado un intermediario de información que tiene como fuente de ingreso la publicidad de empresas que ahí se anuncian.

Las ventajas comparativas que se pueden mostrar a través de un portal son:

- Recibir y confirmar pedidos
- Iniciar nuevos negocios
- Evaluar el mercado
- Entregar datos adicionales
- Prestar servicios adicionales
- Dar detalles sobre despachos y entregas
- Comunicarse con los clientes
- Seguir las ofertas de los competidores
- Prepararse para negociar
- Soporte técnico en línea
- Ofrecer cotizaciones

Para tener los resultados mencionados anteriormente, la Internet y los portales son piezas fundamentales que automatizan procesos comerciales, buscando centros de negocios entre empresas con miras hacia el desarrollo y mantenimiento de un campo virtual, preestablecido por medio de una base sólida que pueda realizar alianzas de comercio nacional e internacional.

Siendo esta una herramienta que apoya el crecimiento de las empresas, siempre y cuando estas cuenten con una excelente selección de productos y servicios competitivos, que fusionados fortalecen el negocio y lo hacen más rentable en menos tiempo de lo esperado.

Por lo tanto las empresas y empresarios exportadores deben:

- Iniciar un proceso de innovación y adaptación a los cambios del entorno, acompañado de una excelente planeación estratégica.
- Mantener estándares de calidad que le permitan prestar servicios oportunos.
- Identificar fortalezas y debilidades.

Tomando como referencia lo anterior, se percibe que el Departamento de Risaralda aun no posee un medio virtual que promocione los productos y servicios generados por las pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de la

---

<sup>3</sup> Romano González, José Mariano. Diseño de Páginas Web. Iniciación y Referencia; Madrid; 2001

región, el cual fortalezca las ventajas comparativas y posicione a Risaralda en un comercio virtual nacional e internacional.

De lo anterior, se plantea la siguiente pregunta, ¿El Departamento de Risaralda requiere un portal de negocios en Internet, para promocionar en los mercados nacionales e internacionales los productos y servicios tipo exportación, generados por la pequeñas, medianas y grandes empresas y sirva de soporte a la Agenda Interna de competitividad para Risaralda?

### **3. DELIMITACIÓN**

El tipo de limitaciones que se presentan son de Espacio, tiempo y recursos, con el fin de tener parámetros y componentes claros para el desarrollo del proyecto.

#### **3.1 LIMITACIONES DE ESPACIO O TERRITORIO**

El proyecto de investigación se realizara en el Departamento de Risaralda.

#### **3.2 LIMITACIONES DE TIEMPO**

La investigación y formulación del proyecto se desarrolla entre los meses de febrero del año 2006 hasta el mes de Junio del año 2007.

#### **3.3 LIMITACIONES DE RECURSOS**

Las limitaciones que presenta el proyecto son en su gran mayoría de índole económica.

Otra limitación es la falta de información con respecto a datos históricos relacionados con la oferta y demanda de productos y servicios tipo exportación generados en el Departamento de Risaralda.

En cuanto a la información requerida de entidades gubernamentales y privadas, esta a sido escasa y en ocasiones imposible de acceder a ella.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la viabilidad de un portal de negocios en Internet que apoye el desarrollo de las empresas y empresarios exportadores del Departamento de Risaralda y soporte la Agenda Interna de Competitividad.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la viabilidad de la creación de un Portal de Negocios en Internet para exportadores de Risaralda.
- Establecer los elementos principales para el funcionamiento del portal.
- Formular el proyecto a través de la Metodología General Ajustada con el fin de servir de apoyo a la Agenda Interna de Risaralda.

## **5. JUSTIFICACIÓN**

Colombia se encuentra en un momento donde, se están realizando varios cambios en la estructura económica y política de comercio exterior, provocada especialmente por el TLC y otros acuerdos comerciales, que traen implicaciones para el país, por esta y otras razones, el gobierno se esta fortaleciendo para afrontar cambios, resultado de las diversas negociaciones comerciales.

Para darle cara a estos cambios se están implementando estrategias que apoyan el crecimiento de cada Departamento, con el compromiso de mejorar la productividad y la competitividad de cada uno.

Una estrategia para mejorar la productividad y competitividad de cada departamento, es la implementación de proyectos generados por las Agendas Internas de competitividad. Para nuestro caso en especial, Risaralda busca fortalecer ciertos sectores productivos considerados como estratégicos, surgiendo así la idea de plantear un proyecto que apoye principalmente el sector exportador de la región, a través de un Portal de Negocios en Internet, en el cual se promocionen los productos y servicios tipo exportación generados por los productores departamentales.

### **5.1 ANTECEDENTES**

El Gobierno Colombiano ha venido desarrollando mecanismos para la apertura de nuevos mercados nacionales y extranjeros, siendo los productos y servicios existentes en cada departamento, el principal objetivo para la generación de estrategias, con el fin de mejorar la infraestructura y bienestar social de la comunidad, estas se encuentran escritas en el Plan de Desarrollo y la Agenda Interna de Productividad y Competitividad de cada departamento, siendo estas herramientas de apoyo en los procesos de internacionalización de las economías; aquí se hallan los perfiles de los proyectos que se deberían ejecutar en los próximos años para alcanzar mejores niveles de productividad en el territorio y las empresas que lo conforman. Sin lugar a dudas los mecanismos descritos por el gobierno Colombiano han llevado al Departamento de Risaralda y a los entes gubernamentales y privados, a diseñar proyectos concretos y viables, que fortalezcan las apuestas productivas identificadas y determinadas como estratégicas dentro de la Agenda Interna de productividad y competitividad y así lograr la consolidación de la economía regional.

Una vez identificados los sectores económicos para el desarrollo de la Agenda Interna, se dividieron los mismos en tres apuestas productivas que serán fortalecidas a través de proyectos acordes con la necesidad de cada sector.

Las apuestas son:

Apuestas productivas tradicionales

Apuestas Productivas no tradicionales

Apuestas Productivas Transversales

## 6. MARCO REFERENCIAL

Dentro del marco referencial se encuentran identificados el marco teórico, conceptual, legal y situacional, con el fin de generar mayor soporte y herramientas para el desarrollo del proyecto, por lo tanto cada uno de estos tiene su propia temática y componentes.

### 6.1 MARCO TEÓRICO

Para plantear el proyecto se debe tener como apoyo la Agenda Interna de Competitividad y Productividad de Risaralda

Por lo tanto se debe tener en cuenta:

**Artículo 1º.** Adoptase el Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda **“REVOLUCION PUBLICA CON RESULTADOS”** para el período 2004 – 2007. En el eje productivo el programa 17. Fomento al desarrollo económico, subprograma 17.2 Fomento Empresarial. Como instrumento de planificación y bajo los principios de concurrencia, Coordinación y subsidiaridad. En el **anexo A** se encontraran los artículos de los cuales depende la formulación directa del proyecto.

### 6.2 MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual es un herramienta que permite una mejor comprensión de la terminología y los conceptos propios del proyecto, este con el fin que el lector se sienta familiarizado con la terminología utilizada y los significados desconocidos, dentro del contenido del proyecto, a continuación se encuentra los términos mas representativos:

**Ancho de Banda:** La cantidad de datos que es posible enviar a través de una conexión antes de que la portadora se sature. Se suele medir en Bits por segundo (bps). Un módem rápido es capaz de transmitir 30 mil bits por segundo antes de saturarse.

**Base de datos:** Conjunto de ficheros dedicados a guardar información relacionada entre si, con referencias entre ellos de manera que se complementen con el principio de no publicidad de datos. Dependiendo de cómo se vinculen dan lugar a B. D. jerarquías, relacionales, etc. Un caso especial de estas son los documentales, que como su nombre indica, están diseñadas para almacenar volúmenes grandes de documentos, lo que genera una problemática distinta por los sistemas de búsqueda.

**Byte:** Octeto es español. Es la unidad mínima de información y esta compuesta por ocho bits.

**Calidad:** Es la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes o ciudadanos a los cuales sirve, en su Mercado Objetivo, de acuerdo a su Misión Específica para la cual fue creada.

**Ciclo de vida:** Fases por las cuales debe pasar un sistema

**Comercio electrónico:** El uso de la tecnología de Internet para gestionar o ampliar las transacciones y las relaciones empresariales.

**Comercio Electrónico B2B:** Abreviatura comercial de la expresión anglosajona business to business: comercio electrónico entre empresas.

Algunas de las ventajas que aporta el **B2B** para los compradores son:

- Posibilidad de recibir mayor número de ofertas.
- Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.
- Abaratamiento del proceso: menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión.

**Competitividad:** Es la característica de una organización cualquiera de lograr su misión, en forma más exitosa que otras organizaciones competidoras. Se basa en la capacidad de tener: calidad, productividad, imagen y servicio.

**Conexión xDSL:** Tipo de conexión utilizada para enviar y recibir datos.

**Dominio dns (Servidor de nombres de dominio):** Es el alquiler de un nombre en la red, mediante el cual los usuarios identifican de manera única en la red a un determinado sitio Web.

**Empresa:** Grupo social dedicado a satisfacer necesidades de la comunidad con la producción de bienes y servicios.

**Empresario:** Persona que asume la responsabilidad y el riesgo implícito de un negocio con la intención de obtener beneficios. Normalmente, el empresario decide qué se produce, adquiere las instalaciones necesarias para realizarlo, y reúne la fuerza de trabajo, el capital, y los materiales necesarios para dicha producción. Si el negocio tiene éxito, el empresario obtiene beneficios; si fracasa, el empresario asume las pérdidas.

**Exportar:** Intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas.

**Hosting:** Es el alquiler por parte de un tercero de elementos como: Cuota de disco (Espacio de disco duro para la ubicación de páginas y otros.)

**Interfase:** Es un punto de una vía de comunicación que permite el intercambio de información entre dos dispositivos o sistemas y para el que se han especificado sus características físicas, eléctricas y el tipo de señales a intercambiar, así como su significado.

**Internet:** Es la interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red.

**Motor de búsqueda:** Una aplicación de software o un servicio que se utiliza para buscar archivos en una intranet o en la Web. Generalmente se tiene acceso con exploradores como Microsoft Internet Explorer.

**Portal:** Es un sitio Web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios.

**Productividad:** Es la capacidad de producir más satisfactores (sean bienes o servicios) con menos recursos. Esto redundará en un costo bajo que permite precios más bajos (importante para las organizaciones mercantiles) o presupuestos menores (importante para organizaciones de Gobierno o de Servicio Social).

**Producto:** Es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad.

**Promoción:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

**Proyecto:** Conjunto de escritos, cálculos y dibujos que se hacen para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar un trabajo.

**Servicio:** Es la capacidad de tratar a sus clientes o ciudadanos atendidos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización.

**Sistema de información:** Se debe considerar un sistema de computación e información como un conjunto de componentes físicos (hardware), lógicos (software), de comunicación (bien redes de cualquier tipo o Internet) y medios humanos (Lo que ahora llama humananware), todo ello unido permite el tratamiento de la información.

**Sistema:** Conjunto de componentes que interactúan entre si para lograr un objetivo.

**Sitio Web:** Es un conjunto de páginas Web, típicamente comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

**Software:** Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.

**Tecnología de información:** Aquellas herramientas y métodos empleados para recabar, retener, manipular o distribuir información.

**Usuario:** Es aquella persona que posee un acceso a Internet por algún medio.

### **6.3 MARCO LEGAL Y JURÍDICO**

Debido al incremento en el uso de sistemas virtuales, los gobiernos han desarrollado especificaciones legales, que tienen como objetivo salvaguardar los elementos que se llevan a cabo dentro del comercio electrónico, tales como, el intercambio de datos, servicios y toda clase de instrumentos que se puedan comercializar a través de red.

A continuación se presentan las leyes y los artículos principales, que rigen la legislación Mundial y colombiana con respecto al intercambio de datos por medio de la red virtual.

**6.3.1 Ley De Comercio Electrónico<sup>4</sup>. Extracto Ley 527 del 18 de agosto de 1999.** Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.

**Artículo 1°.** Ámbito de aplicación. La presente ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensaje de datos, salvo en los siguientes casos:

---

<sup>4</sup> Ley de comercio electrónico [Citado el 15 de Septiembre de 2006] Disponible en <http://www.sice.oas.org/e-comm/legislation/col2.asp>

En las obligaciones contraídas por el Estado colombiano en virtud de Convenios o Tratados internacionales.

En las advertencias escritas que por disposición legal deban ir necesariamente empresas en cierto tipo de productos en razón al riesgo que implica su comercialización, uso o consumo.

**Artículo 2°.** Definiciones. Para los efectos de la presente ley se entenderá por:

**a) Mensaje de Datos.** La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax.

**b) Comercio electrónico.** Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.

**c) Firma Digital.** Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y que, utilizando un procedimiento matemático conocido, vinculado a la clave del iniciador y al texto del mensaje, permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente con la clave del iniciador y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transacción.

**d) Entidad de certificación.** Es aquella persona que, autoriza conforme a la presente ley, esta facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos, así de cumplir otras funciones relativas a las comunicaciones basadas en las firmas digitales.

**e) Intercambio Electrónico de Datos (EDI).** La transmisión electrónica de datos de una computadora a otra, que está estructurada bajo normas técnicas convenidas al efecto.

**f) Sistema de Información.** Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma mensajes de datos.

La presente ley tiene diferentes objetivos como preservar la confidencialidad de los datos por parte de la organización, autorización de uso de las centrales de datos por parte del usuario y autorización para ser consultados por la ley en el momento que ella requiera.

Determina también parámetros de la relación que tendrán los demandantes de bienes o servicios que consulten la página y compren. En esta los oferentes deben garantizar las características especificadas, la calidad y garantía del bien o servicio, condiciones del flete y embalaje. Esta medida de amparo para la organización como para el consumidor final.

Llegado el caso que la empresa finalice labores, esta debe comunicarlo a la superintendencia de industria y comercio donde se inscribió para ejercer su función y así esta autorizara el cierre.

Los registros de certificados expedidos por una entidad de certificación deben ser conservados por el término exigido por la ley que regule el acto o negocio jurídico en particular.

### **Origen de la Ley 527 de 1999<sup>5</sup>.**

La Ley 527 de agosto de 1999, en sus primeras dos partes, siguió los lineamientos del proyecto de Ley sobre comercio electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Desarrollo del Derecho Mercantil Internacional –CNUDMI. Siguiendo, la Ley 527 consagró el reconocimiento jurídico de los mensajes de datos de contenido comercial, que es su principal aporte al comercio electrónico en Colombia.

En su tercera parte, la Ley 527 introdujo un elemento que no figura en la Ley Modelo de las Naciones Unidas. Se trata del mecanismo de certificación de firmas digitales, llevada a cabo por entidades especializadas, creadas bajo autorizaciones Estatales y supervisadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

### **Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.**

Con esta prescripción, la Ley comentada puso, en efecto, pilar fundamental para el comercio electrónico en el país. La Ley 527 es explícita al ordenar que los mensajes de datos sean admitidos como medio de prueba y se les conceda la

---

<sup>5</sup> CHICA, Rodríguez Juan Pablo; GARCIA, Mejía, Fabio Andrés. Viabilidad de un Sistema de Información para mipymes en Internet. Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira 2005

fuerza probatoria otorgada a los documentos del Código de Procedimiento civil. La Ley 527 inclusive se refirió a la aplicación de esta disposición frente a algunos requisitos legales usuales para los documentos de índole comercial (La constancia escrita, la presencia de firma, la presentación y conservación del documento original, el archivo y conservación de tales documentos).

### **Certificación de firmas digitales.**

Después de su formidable espaldarazo conceptual al comercio electrónico (primeros 13 artículos) la porción más extensa de la Ley 527 está dedicada a legitimar en Colombia un aparato tecnológico teórico, el cual supuestamente otorgaría condiciones materiales de integridad, confiabilidad y seguridad a los mensajes electrónicos que conlleven operaciones y transacciones comerciales, cuando no hay contacto directo o físico entre las partes.

El planteamiento es teórico, puesto que no existe experiencia internacional suficiente a este respecto. Muchos expertos lo consideran inviable. En Colombia naturalmente, no hay precedente alguno que sustente la adopción de ese, o de otro mecanismo.

En este aspecto la ley 527 se sitúa en el contexto de un módulo cibernético, en el cual se realizan compromisos y operaciones comerciales entre personas cuyo único contacto tiene lugar a través de una red telemática (Internet). En ese mundo el entre las partes se configura exclusivamente a través de datos, y se presenta entonces el riesgo de que una de las partes desconozca el mensaje que la otra dice haber recibido, o descalifique la integridad de su contenido. Se supone entonces que, si se crearon unas formidables “entidades de certificación” en las cuales las dos partes se registran y se “firma digitalmente” cada mensaje, debidamente autenticado por una de tales entidades se eliminarían todos los riesgos mencionados.

La Ley 527 no habla sobre el tiempo y costo que tendrá para el país implementar el aparato tecnológico que está legalizado. Tampoco explica por qué Colombia requiere legalizar ese modelo teórico, y no otro. No indica si otros mecanismos para asegurar la confiabilidad de los intercambios de mensajes comerciales por vía electrónica quedan permitidos o prohibidos, o pendientes de aprobación en el país.

### **Demanda de la Ley 527 de 1999.**

Debido a su énfasis en la certificación de firmas, la Ley 527 fue demandada por Notarios Públicos, por considerar que las poderosas “entidades de certificación” invadirían sus funciones. La Corte Constitucional, en sentencia C622 de Junio de

2000 declaro exequible la ley 527 con la cual que dan en firme todas sus disposiciones.

### **Reglamentación de la Ley 527 de 1999.**

El decreto Reglamentario No.1747 del 11 Septiembre de 2000 es otro episodio del fenómeno comentado: sus 27 artículos están dedicados a definir las condiciones que deben cumplir quienes aspiren a certificar firmas digitales de los colombianos. Tales condiciones son complejas y exigentes, como lo es, por ejemplo, estar en capacidad de “cubrir todos los perjuicios contractuales y extra contractuales de los subscriptores y terceros de buena fe exenta de culpa derivada de errores y omisiones , o de actos de mala fe de los administradores, representantes legales o empleados de la certificadora en el desarrollo de actividades para los cuales solicita autorización o cuenta con autorización...por una cuantía asegurada por evento igual o superior a 7500 salarios mínimos mensuales legales....”

### **Entidades Gubernamentales para la legalización de servicios electrónicos y proyectos de inversión en Colombia**

Tomando como base el aspecto legal del comercio electrónico, se debe tener en cuenta, que los servicios prestados a través de la red en Colombia se rigen por:

#### **Art. 91 de la Ley 633 de 2000 <sup>6</sup>**

Todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiera o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.

Teniendo en cuenta que las bases o bancos de datos son creaciones protegidas en el ámbito mundial y por supuesto en Colombia, como creaciones amparadas por el Derecho de Autor en los mismos términos de las compilaciones, es claro que la base de datos que ha implementado y diseñado Dominio .CO como Registrador de nombres de Dominio para Colombia, cuenta con las prerrogativas que esta disciplina ofrece al titular de derechos patrimoniales.

#### **Banco de Proyectos de Inversión**

El Gobierno Nacional a través del Departamento Nacional de Planeación creo una división de trabajo denominada: Banco de Proyectos de Inversión, que se encarga

---

<sup>6</sup> Artículo 31 Ley 633 de 2000 [Citado el 15 de septiembre de 2006] Disponible <http://www.nic@uniandes.edu.co>.

de recibir y evaluar proyectos que contribuyan al desarrollo y crecimiento de la infraestructura tecnológica y física de los Departamentos, estos proyectos son diligenciados bajo los lineamientos de la Metodología General Ajustada, que fue elaborada teniendo en cuenta:

**El Artículo 334 de la Constitución Política de Colombia, que plantea:**

“La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano.

El Estado, de manera especial intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo a los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y competitividad y el desarrollo armónico de las regiones”

**Artículo 339:** “Habrá un Plan Nacional de Desarrollo conformado por una parte general y un plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional. En la parte general se señalarán los propósitos y objetivos nacionales de largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal a mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que serán adoptadas por el gobierno. El plan de inversiones públicas contendrá los presupuestos plurianuales de los principales programas y proyectos de inversión pública nacional y la especificación de los recursos financieros requeridos para su ejecución.

Las entidades territoriales elaborarán y adoptarán de manera concertada entre ellas y el gobierno nacional, planes de desarrollo, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de las funciones que les hayan sido asignadas por la Constitución y la ley. Los planes de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones de mediano y corto plazo.”

La continuación de los lineamientos por los cuales se rigen los Proyectos de Inversión planteados ante el Departamento Nacional de Planeación, se encuentran en el **Anexo B**.

#### 6.4 MARCO SITUACIONAL

Debido al auge de los medios de comunicación, la Internet, se ha convertido en un elemento imprescindible en la toma de decisiones, negociaciones y mejoramiento continuo de la imagen corporativa de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Las tecnologías de información se han ido implementando en toda clase de empresas, desde la más pequeña hasta la que posee mayores recursos económicos y tecnológicos como una estrategia de negocios.

Para cualquier tipo de empresa el incursionar en la Internet trae beneficios, pero también retos que afrontar. Lo más importante es primero identificarlos para estar consientes de lo que significa utilizar tecnologías de información y ver la manera como estas se juntan con la estrategia del negocio.

A continuación se mencionan las principales ventajas que se puede obtener al utilizar tecnologías de información:

- Rapidez en los procesos de negociación
- Aumento de Publicidad
- Infraestructura tecnológica
- Recibir y confirmar pedidos
- Iniciar nuevos negocios
- Evaluar el mercado
- Entregar datos adicionales
- Prestar servicios adicionales
- Dar detalles sobre despachos y entregas
- Comunicarse con los clientes
- Seguir las ofertas de los competidores
- Prepararse para negociar
- Desarrollar estudios de mercado
- Posesionar la marca y el logo de la empresa
- Reconocimiento de los productos y servicios ofrecidos

El auge de las telecomunicaciones ha producido una transformación tecnológica en la información y las comunicaciones, ocasionando un gran impacto en todos los sectores de la economía y la sociedad.

**El Comercio Electrónico Estado y Tendencias**<sup>7</sup>. El comercio electrónico representa una oportunidad para automatizar completamente los procesos básicos de un negocio. Los límites de las empresas desaparecen, se está más cerca del cliente con información completa sobre los productos, aumenta la capacidad

---

<sup>7</sup> Comercio electrónico: estado y tendencias. [Citado el 20 de Septiembre de 2006] Disponible en <http://www.aece.org/info/documento/estudio.htm>.

competitiva global y permite que esta herramienta sea utilizada por las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Existen muchas definiciones de Comercio Electrónico, y seguimos principalmente la de EITO 2000; que define el comercio electrónico como “El uso de la tecnología de Internet para gestionar o ampliar las transacciones y las relaciones empresariales, tanto en la parte de suministros (back-office: relaciones con los proveedores), en los procesos internos, o en la parte del consumidor (Front-office: relaciones con los clientes)”. El Comercio Electrónico entre empresas, (B2B) ha sido el tipo de comercio preponderante en los últimos 30 años, es el que mayores transacciones comerciales ha logrado en Europa.

En España aunque está muy atrás del resto de países de la Unión Europea, está cobrando un gran interés y se comienza a aplicar todos los acuerdos de la Comisión Europea que benefician el desarrollo del comercio electrónico. Se empieza a implantar la tarifa plana de Internet y se incrementa el uso de este en los centros educativos, aminorando una de las principales barreras que se encuentran en el país para su desarrollo. Aunque el número de ínter nautas aún es pequeño, es solo de 3, 942,000 millones, lo que representa una penetración de Internet del 11.3% de la población mayor de 14 años. Al analizar las ventas de las empresas que venden online, el porcentaje que corresponde a este nuevo sistema es como máximo el 10% y los productos que más venden son por orden: software, libros, hardware, seguidos por la música, videos y viajes. Comienza a aparecer el sector de la ropa ganándole a los coches y a los productos eléctricos. Los estudios coinciden en que los productos que más son comprados por los españoles son los de alto contenido de información. El ciberconsumidor considera que para comprar más requiere tener más confianza en la red, mientras que el empresario considera que las limitantes que encuentra son los hábitos del consumidor, no encontrar el canal adecuado, falta de cultura empresarial y falta de conocimiento tecnológico.

Consideramos como potenciadores del comercio electrónico en España y en el resto de países que pertenecen a la Unión Europea, todos los aspectos aprobados en la iniciativa: “eEUROPE – UNA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN PARA TODOS”, los cuales son incrementar una serie de nuevas estrategias políticas que disminuyan el costo para utilizar Internet, acelerar la implantación del comercio electrónico, etc., las cuales favorecerán la sociedad consumidora y productora española. Para garantizar más transparencia, el proveedor debe ofrecer al usuario su nombre, su domicilio, su dirección de correo electrónico, su inscripción, si existiere, en el registro mercantil y si es un profesional su número del colegio profesional en el que está inscrito.

Se espera que el porcentaje de ínter nautas en otros países europeos aumente y así el comercio electrónico sea un medio aprovechado por consumidores y proveedores de productos y servicios en línea. Entre los países que generan el

mayor número de usuarios futuros se encuentran EE.UU., Canadá, Suecia, Holanda, Finlandia, Suiza, Australia, Alemania y Reino Unido. En Asia se encuentran: Hong Kong, Japón y Singapur. En Latinoamérica se encuentran: Brasil, México, Argentina, Colombia y Chile. La tendencia de compras por los latinoamericanos para el año 2005 es comprar PC's, pasajes aéreos, productos alimenticios, libros y ropa.

Casi dos terceras partes de empresarios Europeos creen que el comercio electrónico intensificará la competencia facilitándoles la entrada en nuevos mercados geográficos, nuevos productos y nuevas fuentes de ingresos (Andersen Consulting, 1999). Los principales ejecutivos de América Latina, consideran el comercio electrónico como el instrumento ideal para potenciar el crecimiento económico de la región y aseguran que esa herramienta disminuirá la distancia entre los mercados. Otros estudios indican que respecto al consumidor final, en EE.UU. a diferencia del resto del mundo, le preocupa más el tiempo de entrega del producto, el precio y el servicio al cliente, que la seguridad, el costo de acceso a Internet y de servicio de teléfono las cuales son barreras para el europeo. Existen empresarios Europeos que dicen carecer de las habilidades y la cultura para afrontar con éxito el reto del comercio electrónico, a otros en el aspecto técnico les preocupa la seguridad y la privacidad.

Por tal razón, el comercio electrónico entre otras favorece: a la expansión a nuevos mercados geográficos, ayuda a lanzar nuevos productos y servicios, fortalece las ventajas competitivas de las empresas, ayuda a afianzar la fidelidad y la relación comercial con los clientes y el logro de nuevos, siendo más importante lo primero, reduce costos, incrementa la productividad y la eficiencia, diferencia el producto, permite cambios estructurales haciendo a la organización más ágil y dinámica. A pesar de todas las bondades y beneficios que genera el comercio electrónico, surgen dificultades como: la falta de cultura empresarial, la escasez de recursos económicos y tecnológicos y de personal calificado, los altos costos de acceso a Internet y servicio telefónico, la desconfianza en la red, la falta de planeación estratégica entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior y las ventajas del comercio electrónico, en Colombia, se pueden encontrar sitios Web, que ofrecen servicios de publicidad para las empresas, a estos sitios acceden un sin número de empresas y personas que desean ofertar y demandar bienes y servicios de toda clase. Se puede encontrar dentro de la Web una amplia lista de opciones enfocada, en diferentes servicios, entre las más reconocidas se encuentra:

[www.Publicar.com](http://www.Publicar.com) o Páginas amarillas: Sitio web que oferta toda clase de productos y servicios.

[www.Derrámate.com](http://www.Derrámate.com) o mercado libre. Sitio web que comercializa la compra y venta de bienes y servicios.

[www.laguiahotelera.com](http://www.laguiahotelera.com): Sitio web especializado en ofrecer servicios de alojamiento y recreación de lugares turísticos.

Uno de los mas especializados quien posee una Portal mas elaborado con mayor especificación y soporte técnico es Proexport Colombia con [www.Proexport.com.co](http://www.Proexport.com.co) : Portal especialista en hacer promoción comercial de las exportaciones no tradicionales colombianas y Brindar apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales, en sus actividades de mercadeo internacional.

Un Sitio web que tiene la característica especial de ofertar productos tipo exportación es [www.Colombiapyme.biz](http://www.Colombiapyme.biz) , sin embargo no se encuentra apoyado por una organización especial.

Los sitios Web antes mencionados publicitan diferentes productos y servicios para todo tipo de clientes y con diferente razón y estrato social.

El proyecto planteado a través de este trabajo pretende ofrecer un servicio especializado para el sector exportador de Risaralda, donde uno de sus objetivos primordiales sea conformar una plataforma sólida que permita a los exportadores ofertar la gama de productos que tengan potencial exportador y a su vez apoye la Agenda Interna de productividad y competitividad de Risaralda, fortaleciendo las oportunidades comerciales que tienen la empresas regionales y el Departamento, a través de un medio de internacionalización, el cual permitirá llegar de manera conjunta a terceros mercados.

## **7. DISEÑO METODOLÓGICO**

En este capítulo se tendrán en cuenta los componentes básicos que anteceden el proyecto, para esto primero se identificó el tipo de investigación que se llevaría a cabo. Uno de los elementos para el desarrollo metodológico es la Investigación de Mercado, definida dentro de unos parámetros de población y necesidades de la misma. Otra herramienta que facilitara el diligenciamiento del proyecto será la Metodología General Ajustada, la cual permite identificar y formular las necesidades de la población y dar respuesta a la identificación y solución del problema.

Por otra parte, dentro del diseño metodológico se debe tener claro que el principal objetivo de plantear este proyecto es fortalecer las ventajas comparativas que posee el Departamento de Risaralda, a través de un sistema de información con base tecnológica que promueva los productos y servicios tipo exportación que pueden ser comercializados.

Las especificaciones para la ejecución del proyecto se encuentran sujetas a las reglas del Banco de proyectos, dirigido por el Departamento de Planeación Nacional y la Gobernación de Risaralda, de tal manera que el servicio que se pretende ofrecer a los empresarios exportadores, debe ser respuesta al problema planteado en la MGA instrumento que permitió diseñar el mismo.

### **7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para llevar a cabo este trabajo se utilizó el tipo de investigación exploratoria, teniendo en cuenta que esta clase de investigación es apropiada en las etapas iniciales del proceso de la toma de decisiones. Usualmente, esta investigación está diseñada para obtener un análisis preliminar de la situación con un mínimo de costo y tiempo. El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para ser sensible a lo inesperado y descubrir otros puntos de vista no identificados previamente. Se emplean enfoques amplios y versátiles. Estos incluyen las fuentes secundarias de información, observación, encuestas entre otros.

### **7.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la investigación se tiene en cuenta una herramienta que facilita el desarrollo de las fases del proyecto, esta es:

La Metodología General Ajustada (M.G.A.)<sup>8</sup> que busca guiar al usuario en la realización de estudios de Preinversión para tomar decisiones. Esta consta de cinco módulos que se distribuyen de la siguiente forma:

- Modulo no. 1 Identificación

En este modulo se hace un análisis de causas y efectos para determinar el problema o necesidad. El proyecto surge como respuesta a una “idea” que busca ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar oportunidades de negocio, que por lo general corresponde a un problema de terceros. A continuación se presenta el análisis de causas y efectos que se tuvieron en cuenta para la formulación del proyecto.

---

<sup>8</sup> M.G.A. Manual del Usuario. Colombia, Departamento Nacional de Planeación, 2004

**Tabla 1.** Identificación del problema y variables

<b>Identificación del Problema o Necesidad:</b>	
<p>Existen en el Departamento de Risaralda sitios Web que promocionan e identifican las empresas con sus productos y servicios, sin embargo, no se ha identificado en el comercio electrónico regional un medio con base tecnológica, en Internet, lo suficientemente eficaz y atractivo, que promueva los productos y servicios exportables, generados por las pequeñas, medianas y grandes empresas con carácter exportador.</p>	
<b>Efectos directos:</b>	<b>Causa directas:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desaprovechamiento de la infraestructura tecnológica del Área Metropolitana.</li> <li>-Disminución de la competitividad de Risaralda a nivel nacional e Internacional.</li> <li>-Poca promoción de los productos y servicios exportables encontrados en Risaralda.</li> <li>-Disminución en las exportaciones realizadas por Risaralda a nivel nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Poca inversión en infraestructura (tecnológica, recurso humano, capacitada instalada de producción e instalación, etc.) empresarial.</li> <li>-Poca planeación estratégica de corto, mediano y largo plazo por parte de las empresas, que da como resultado innovación de productos, procesos y servicios.</li> <li>-Ausencia de un medio de información consolidado en Internet para la promoción de productos y servicios exportables.</li> <li>-Poco conocimiento por las empresas de las normas y procedimientos legales para exportar.</li> </ul>
<b>Efectos indirectos:</b>	<b>Causas indirectas:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Disminución del desarrollo económico de la región.</li> <li>-Poca participación comercial del departamento a nivel nacional e internacional en las exportaciones.</li> <li>-Disminución en los ingresos departamentales generados por las exportaciones.</li> <li>-Aumento en la tasa de desempleo regional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Poco desarrollo de proyectos de infraestructura tecnológica.</li> <li>-Poco énfasis en la adquisición de conocimientos y nuevas técnicas que mejoren los procesos por parte de los empresarios.</li> <li>-Poca cultura de mejoramiento continuo por parte de los empresarios regionales para promover y generar nuevos productos y servicios.</li> <li>-Poca comunicación entre empresarios y entes gubernamentales y privados que prestan apoyo y asesoramiento en procesos de exportación.</li> </ul>

- Modulo no. 2 Preparación

Este modulo de la Metodología General Ajustada, será desarrollado teniendo en cuenta la descripción de los lineamientos de carácter económico, tales como:

- ✓ Mano de obra directa
- ✓ Mano de obra indirecta
- ✓ Maquinaria y equipo
- ✓ Gastos de administración
- ✓ Otros gasto, etc.

Los factores mencionados anteriormente permitirán conocer la magnitud de la inversión, los costos y los beneficios del proyecto.

En el proyecto, el desarrollo de este modulo se encuentra en los capítulos 10 y 11.

- Modulo no. 3 Evaluación
  - 3.1 Evaluación por alternativa
  - 3.2 Decisión

En este modulo se evalúa según los costos de inversión, los beneficios, la rentabilidad esperada a largo plazo, entre otros, permitiendo conocer cual es el valor presente, valor futuro, el flujo de dinero necesario durante los periodos de tiempo en cual se desarrollara el proyecto. La descripción de estos factores se encuentran descritos en el capítulo 11.

- Modulo no. 4 Programación

Las inversiones anteriormente mencionadas; en este modulo, serán objeto de planeación, desarrollándose las actividades pertinentes para sustentar el proyecto durante los periodos de tiempo determinados, verificando las metas y porcentajes de cumplimiento de cada proceso, por el cual debe pasar. Este modulo evidencia el porcentaje de dinero y tiempo necesario para la ejecución del mismo.

- Modulo no. 5 Ficha EBI

En la ficha EBI se encuentra, las variables fundamentales analizadas en los módulos anteriores, esto con el fin de proporcionar al evaluador una descripción clara y precisa de los elementos básicos del proyecto.

Para cumplir con los requerimientos de los módulos encontrados en la MGA, es necesario desarrollar dentro del proyecto, las siguientes fases:

**Primera Fase:** Identificación de análisis de causas y efectos que determinan el problema o necesidad para la formulación y creación de un Portal de Negocios en Internet, el cual brindara respuestas prácticas en el sector empresarial, referentes a la promoción de productos y servicios tipo Exportación.

**Segunda Fase:** Realización de un análisis del medio a través de una investigación de mercados, que determinara si la población identificada (Exportadores, posibles exportadores y representantes de las principales asociaciones relatoras de la Agenda Interna de Competitividad y productividad de Risaralda) acepta la apertura de un Portal de Negocios en Internet para la promoción de productos y servicios exportables.

**Tercera Fase:** Identificación de los componentes necesarios para la creación del portal, donde se tendrán en cuenta especificaciones técnicas que describen en forma clara y precisa las necesidades tecnológicas, humanas, legales y financieras que son necesarias para el desarrollo del proyecto.

**Cuarta Fase:** Análisis y Evaluación de la viabilidad financiera del proyecto.

### Cronograma de Actividades

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
<b>Primera Etapa Identificación</b>																														
Análisis de causa y efectos																														
Análisis de situación actual y esperada																														
Identificación y descripción del total de la población																														
Identificación y descripción de la población Objetivo																														

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
<b>Segunda Etapa Análisis Exploratorio</b>																															
Visitas y encuestas a sectores productivos																															
Análisis y procesamiento de encuestas																															
<b>Tercera Etapa</b>																															
Recolección de especificaciones técnicas																															
<b>Cuarta Etapa</b>																															
Evaluación de Viabilidad Financiera																															
Informe final																															

**7.2.1 Términos De Referencia.** Para desarrollar el proyecto se tuvieron en cuenta los siguientes puntos:

- Recopilación de información y documentación para formular el proyecto
  - Descripción del área de influencia
  - Identificación de la Población Objetivo
- Investigación de Mercados
  - Recolección de la información
  - Análisis de la información
  - Identificación de la viabilidad del proyecto
- Estudio de oferta y demanda
- Factores y componentes del proyecto
  - Infraestructura requerida para la prestación del servicio
  - Descripción del servicio
  - Aspectos legales y administrativos.
- Estudio de Inversión y financiamiento
  - Inversión del proyecto
  - Financiación del proyecto
- Presupuesto de ingresos y costos
  - Estimación de beneficios generados por el proyecto
  - Costos de producción
- Evaluación
- Conclusiones
- Recomendaciones

### **7.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Una vez identificado el problema o necesidad se determino que la población directamente implicada se encuentra ubicada en el Departamento de Risaralda, resaltando que los beneficiados son los exportadores pertenecientes a los diferentes sectores productivos y económicos de la región.

**7.3.1 Área De Influencia.** Se determino como área de influencia el Departamento de Risaralda, ya que en este se pretende implementar el proyecto, sus principales características son:

Se divide en 14 municipios o cabeceras municipales, 26 corregimientos y 666 veredas (Risaralda, características geográficas 2005).

Se sitúa en la región centro occidental de Colombia junto con Caldas, Quindío, Antioquia, Valle del Cauca. Caracterizada por la diversidad de sus paisajes,

riquezas naturales, alta densidad poblacional, riquezas culturales y étnicas. Ocupa el sexto lugar a nivel nacional en la producción de café, constituyéndose en el principal renglón de la economía del departamento, su entorno regional, se ha caracterizado tradicionalmente por el desarrollo de una economía de mercado basada en el monocultivo de exportación, cuyos precios internacionales inestables provocan grandes fluctuaciones cíclicas en el ingreso y en el empleo.

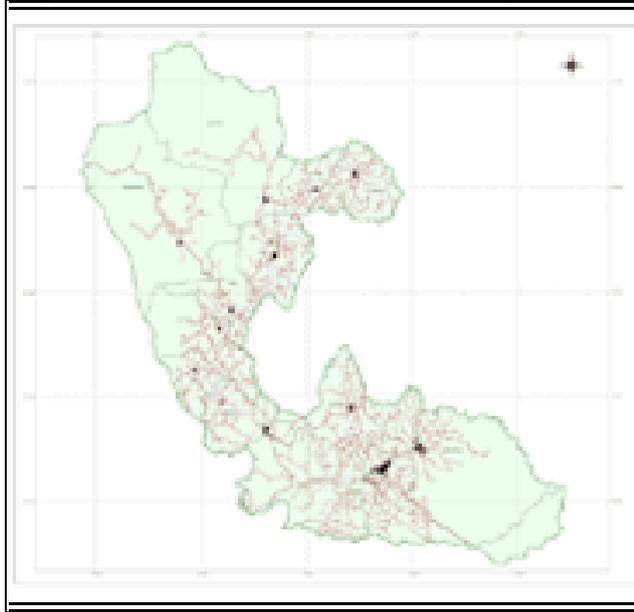
La mayoría de la población departamental habita en el Área Metropolitana Centro Occidente, conformada por Pereira, Dosquebradas y La Virginia. Algunas características generales de la población son:

▪ Número de habitantes:	1.025.539 personas
▪ Número de habitantes de género femenino:	520.929 personas
▪ Número de habitantes de género masculino:	504.610 personas
▪ Población Infantil:	406.040 personas
▪ Tercera Edad:	142.088 personas
▪ Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI):	23.60%
▪ Producto Interno Bruto (PIB) Regional:	4.80%
▪ Producto Interno Bruto (PIB) Per cápita Regional:	\$5.006.147
▪ Tasa de Desempleo Regional:	13.26%

La economía de Risaralda se ha diversificado debido a la reactivación de la construcción, el crecimiento y apertura de empresas manufactureras, comerciales, y grandes superficies. Se cuenta con todos los pisos térmicos, variedad de climas y paisajes, lo cual brinda al departamento una amplia gama de recursos turísticos; sin embargo éstos se deben saber aprovechar y gestionar.

Como atractivos turísticos se destacan el parque natural Ucumari, los parques nacionales naturales de Los Nevados y Tatamá, la reserva natural Río Guarato, las aguas termales de Santa Rosa de Cabal, la reserva forestal La Nona, la ruta del ferrocarril y el sendero natural educativo Palo Santo; son también importantes el zoológico de Matecaña, el bosque de Don Manuel, el jardín botánico Alejandro Humboldt, en el municipio de Marsella, y numerosos eventos culturales.

**Figura 1. Área de influencia del proyecto**



**7.3.2 Población Objetivo.** De acuerdo a datos suministrados por La División de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) sede Pereira, la población objetivo de este proyecto son los aproximadamente 355 empresarios con característica exportadora y prestadora de servicios, los cuales son la base para la investigación de mercados.

**7.3.2.1 Muestra Poblacional.** Para el desarrollo de la investigación de mercados se tuvieron en cuenta como base las 355 empresas que exportaron mas de tres millones de pesos, según datos desde el 2001 hasta el 2005, de los diferentes sectores productivos de Risaralda, registradas en la DIAN; de estas empresas se encuestaron 35, bajo el criterio de muestreo por conveniencia, que consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador.

## 8. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para realizar este estudio se deben tener en cuenta fuentes de tipo primario, tales como encuestas dirigidas a: sectores y asociaciones del departamento, exportadores y posibles exportadores y fuentes secundarias, tales como: documentos suministrados por los diferentes entes gubernamentales.

### 8.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

**8.1.1 Objetivo General.** Determinar el nivel de aceptación que tiene el Portal de negocios por las empresas exportadoras de Risaralda, asociaciones y futuros exportadores para la promoción de productos y servicios exportables.

#### 8.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer cualitativa y cuantitativamente las necesidades de uso de un sistema de información.
- Conocer los atributos y beneficios que proporciona un portal de negocios en Internet.

### 8.2 FUENTES PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN

La información para la formulación del proyecto se soporta en fuentes primarias y secundarias como: encuestas, capacitaciones, documentos de apoyo, entre otros.

**Fuentes Primarias de Información:** Asesoría y acompañamiento, a lo largo del desarrollo del proyecto, por los ingenieros Juan Carlos Castaño Benjumea y Cesar Augusto Zapata Urquijo, Docentes de la Universidad Tecnológica de Pereira; Facultad de Ingeniería Industrial.

Datos suministrados por la DIAN de Pereira, relacionado con base de datos histórico de Exportadores registrados en esta entidad.

Visita a Oscar González Valencia Director de la Corporación Centro de Investigaciones de Risaralda – CIR-. Febrero de 2006.

Visita y encuesta a relatores de las apuestas productivas encontradas en la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad de Risaralda, de Agosto a Septiembre de 2006.

**Fuentes Secundarias de Información:** Reuniones introductorias para la formulación de proyectos que contribuyen al mejoramiento de la Agenda Interna

para la Productividad y Competitividad de Risaralda. Pereira, septiembre, octubre y noviembre de 2005.

Capacitación en manejo de la Metodología General Ajustada (M.G.A.). Duración: 24 horas. Pereira, 12 a 14 de diciembre de 2005.

Curso de Diseño de Páginas Web. Universidad Tecnológica de Pereira. Duración 20 horas. Pereira 20 de Junio a 20 de Julio de 2006.

Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad de Risaralda.

Cuentas Económicas de Risaralda -1999-2003- Estudio realizado por la Corporación Centro de Investigaciones Socioeconómicas de Risaralda –CIR-.

Estructura productiva y de comercio exterior del Departamento de Risaralda.

Informe de Coyuntura Económica Regional Departamento de Risaralda. Primer semestre de 2005.

Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda “**REVOLUCION PUBLICA CON RESULTADOS**” para el período 2004 – 2007.

Uso de Internet en Empresas colombianas. Estudio realizado por Comisión de Regulación de Telecomunicaciones –CRT- Colombia.

Debido a la poca información que se obtuvo de los diferentes sectores productivos y gubernamentales, identificados como estratégicos y dada la ausencia de datos históricos y estadísticos de oferta y demanda de servicios exportables, el análisis de la información se dificultó. Por lo tanto se recurre a la proyección del comportamiento del mercado con base en supuestos, utilizando tasas de crecimiento según el impacto que se espera causar con la implementación del proyecto y a las metas propuestas. Esto se hace dadas las características del proyecto.

### 8.3 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

**Tabla 2.** Recolección de la información y fuentes

<i>Objetivo General</i>	<i>Necesidades de Información</i>	<i>Fuentes de Información</i>	<i>Tipo de Investigación</i>	<i>Técnica a usar</i>
Determinar la viabilidad del proyecto	Conocer la aceptación de los sectores productivos del Portal de Negocios	Relatores de Apuestas productivas	Cuantitativa	Encuesta
Conocer la aceptación del proyecto	Ubicar los posibles clientes del proyecto.	Exportadores	Cuantitativa	Encuesta
Conocer el No. De empresas de cada uno de los sectores productivos de Risaralda	No. De empresas conocidas por los sectores productivos	Relatores de Apuestas Productivas  Cámaras de Comercio Dosquebradas y Pereira Proexport DIAN	Cuantitativa  Cuantitativa	Encuesta  Análisis de Información secundaria

### 8.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En el análisis de la información se utilizaron herramientas de apoyo para una mejor comprensión de los resultados obtenidos, en los procesos de consecución de información; que ayudan a desarrollar el proyecto.

- Tabulaciones.
- Tablas y gráficos estadísticos.
- Lectura y comprensión de documentos.

Para el análisis de datos se empleó el programa software: Excel

#### 8.4.1 Conclusiones Y Viabilidad Según El Estudio De Mercado

**8.4.1.1 Conclusión de viabilidad encontrada en las encuestas realizadas a Relatores de las Apuestas Productivas.** La investigación de Mercados desarrollada a través de la encuesta dirigida a los diferentes relatores de las apuestas productivas, contenidas en la Agenda Interna de Competitividad de Risaralda, presento el siguiente comportamiento:

Teniendo en cuenta que los sectores y/o asociaciones con sus respectivos relatores encuestado(s) fueron los siguientes:

**Sector(es) y/o Asociaciones**

- ASOFACAR  
Director: Hernando Alzate Alzate
  
- SOFTWARE  
Gerente: Marco Antonio Carvajal
  
- FEDEPANELA  
Directora: Lucelly Silva Cevallos
  
- ALIANZA COCIENDO FUTURO  
Administrativa: Elizabeth Rubio
  
- ANDI
  
- CENPAPEL  
Gerente: Jairo Torres Sánchez
  
- Dirección de Desarrollo Turístico  
Directora: Victoria Eugenia Carrasquilla

Los aspectos mas relevantes de la encuesta se encuentran a continuación, los componentes y el comportamiento de los demás resultados se localizan en el **Anexo C**, el análisis se hace como soporte de la investigación de mercados, que hace parte del proyecto, también para observar como se encuentran los sectores/asociaciones, esto como mecanismo para determinar la viabilidad del proyecto:

A continuación se presentan los aspectos más representativos de la encuesta, con sus respectivos resultados:

**Pregunta:** ¿Hay empresas exportadoras dentro del sector/asociación?

Los Sector(es) o Asociación(es) que poseen empresas exportadoras son:

Asofacar

Software

Fedepanela

Cociendo Futuro

ANDI

Cenpapel

Dirección de Desarrollo Turístico

Generando resultados tales como:

Para la opción del **SI**: De los 7 sectores o Asociaciones encuestados, los 7 poseen empresas exportadoras vinculadas, lo que genera en porcentaje del 100% ya que corresponde al total de la población encuestada.

Para la opción de **No**: Se presento que los sectores/asociaciones tenia empresas exportadoras vinculadas, lo que representa en esta opción un total de ninguna respuesta para esta opción que equivale en cantidad a cero y en porcentaje también a 0%.

Para la opción de **NS/NR**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0%.

**Grafica 1.** Empresas exportadoras dentro del sector/asociación



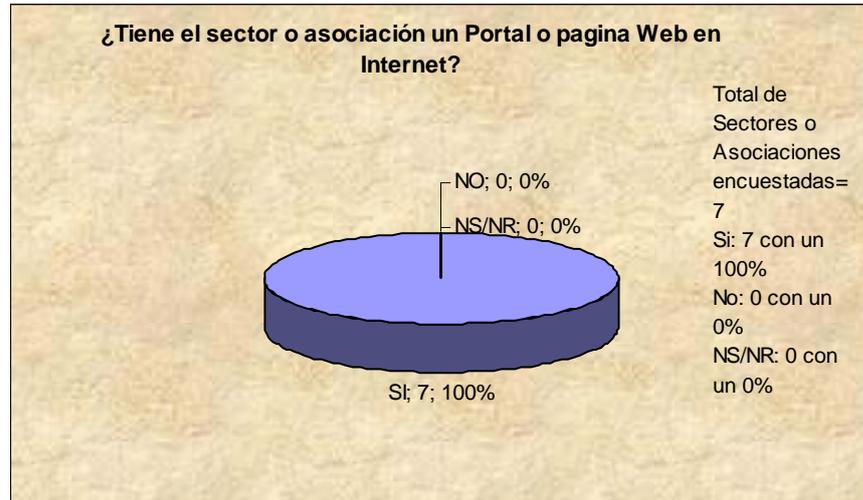
**Pregunta: ¿Tiene el Sector/Asociación un Portal o Pagina Web en Internet?**

Para la opción del **SI**: De los 7 sectores o Asociaciones encuestados, los 7 poseen página web o están vinculados a un Portal, lo que genera en porcentaje el 100 ya que corresponde al total de la población encuestada.

Para la opción de **No**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.

Para la opción de **NS/NR**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.

**Grafica 2.** Cantidad de sectores/asociaciones con página Web o portal



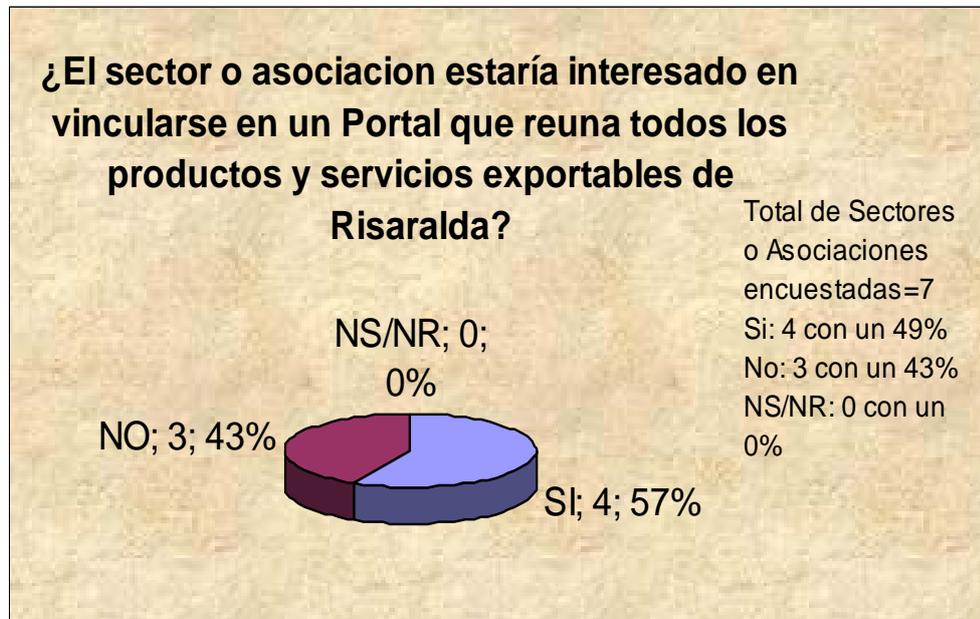
**Pregunta: ¿El Sector /Asociación estaría interesado en vincularse a un Portal que reúna todos los productos y servicios exportables de Risaralda?**

Para la opción del **SI**: Se encuentra que Fedepanela, Alianza Cociendo Futuro, Cenpapel y la Dirección de Desarrollo Turístico, están interesados en vincularse a un Portal que reúna todos los productos y servicios exportables que corresponde en cantidad a cuatro y en porcentaje el 49.

Para la opción de **No**: Se presentó que los sectores/asociaciones que no están interesados en vincularse a un Portal que reúna todos los productos y servicios exportables son: ASOFACAR, Software y ANDI que en cantidad son tres y en porcentaje el 43, ya que estos poseen una plataforma tecnológica propia y bastante reconocida.

Para la opción de **NS/NR**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.

**Grafica 3.** Cantidad de empresas interesadas en vincularse al portal de negocios



Los resultados evidencian que los sectores/asociaciones están interesados en vincularse a un Portal de Negocios en Internet que reúna todos los productos y servicios exportables de Risaralda, puesto que de los siete sectores/asociaciones encuestados, cuatro (4) que corresponden a un 57% afirmaron que si estarían interesados en vincularse a un Portal de negocios en Internet, este resultado genera aceptación entre los sectores/asociaciones, lo cual apoya el desarrollo del proyecto.

**Pregunta: ¿Qué servicios o funciones le gustaría que prestara El Portal?**

En esta pregunta se presentaron 10 atributos de selección múltiple, a continuación se muestran los atributos que se tuvieron en cuenta para la evaluación de los servicios y funciones que le gustaría al encuestado que prestara el Portal:

- Compra y Venta de bienes y servicios
- Publicidad
- Servicio al Cliente
- Iniciar nuevos negocios
- Evaluar el mercado
- Entregar datos adicionales

Prestar servicios adicionales  
 Dar detalles sobre despachos y entregas  
 Comunicarse con los clientes  
 Seguir la oferta de los competidores

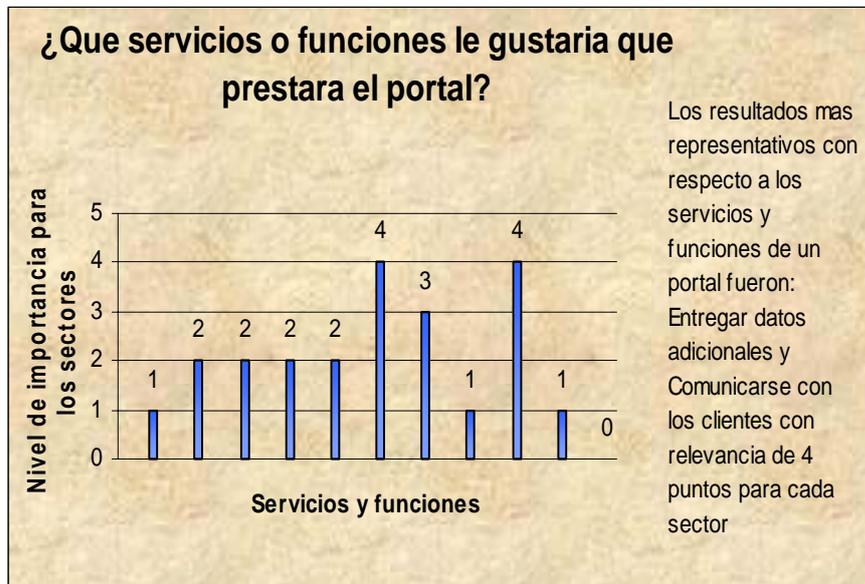
Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del atributo con más puntaje al de menor puntaje.

En Primer lugar con cuatro consideraciones de los encuestados, donde se incurre en que el atributo principal en cuanto a servicios y funciones que debe prestar un portal se encuentra: Entregar datos adicionales y Comunicarse con los clientes.  
 En segundo lugar se encuentra con tres consideraciones: Prestar servicios adicionales.

En tercer lugar con dos consideraciones se encuentran: Publicidad, Servicio al cliente, Iniciar nuevos negocios, Evaluar el mercado.

En cuarto lugar con una consideración se encuentra: Compra y venta de bienes y servicios, Dar detalles sobre despachos y entregas y Seguir las ofertas de los competidores.

**Grafica 4.** Servicios y funciones que puede prestar un portal



En esta parte y según lo evidencian los resultados las características que poseen mayor relevancia son: La entrega de datos adicionales y Comunicarse con los clientes, seguida de la característica Prestar servicios adicionales, con Publicidad, Servicio al cliente, Iniciar nuevos negocios y Evaluar el mercado. Estos resultados son importantes ya que son puntos claves para la conformación de un portal.

**Pregunta: Considera que un Portal en Internet genera:**

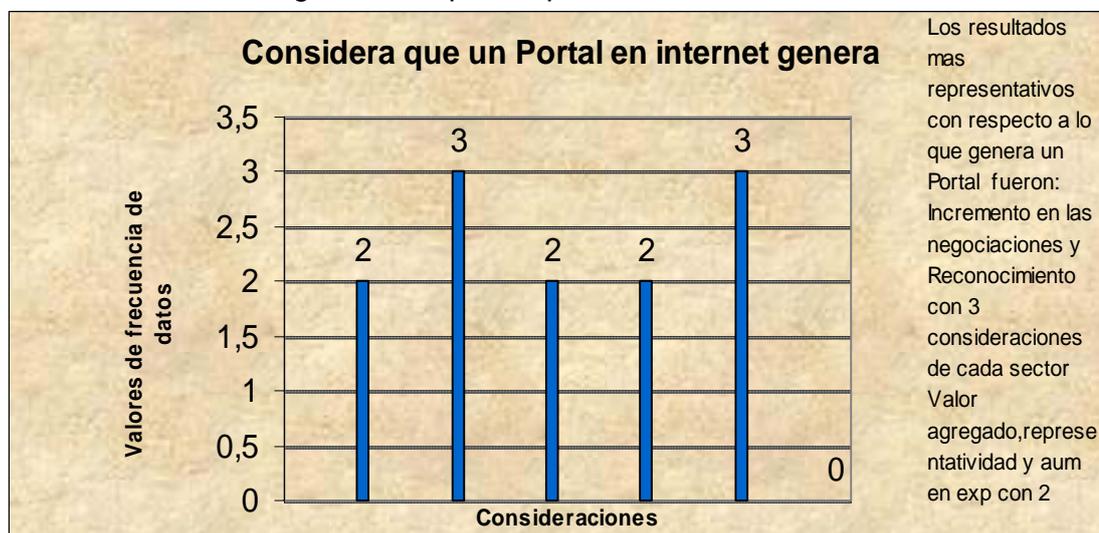
En esta pregunta se presentaron 5 atributos de selección múltiple, a continuación se muestran los atributos que se tuvieron en cuenta para la evaluación de que le puede generar un portal:

Valor agregado al sector o asociación  
Incremento en las negociaciones  
Mayor representatividad en el mercado internacional  
Aumento en las exportaciones  
Reconocimiento

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del atributo con más puntaje al de menor puntaje.

En Primer lugar con tres consideraciones de los encuestados, donde se incurre en que el atributo principal es: Incremento en las negociaciones y Reconocimiento  
En segundo lugar se encuentra con dos consideraciones: Valor agregado al sector o asociación, Mayor representatividad en el mercado internacional, Aumento en las exportaciones.

**Grafica 5.** Atributos generados por un portal en Internet



Los atributos más sobresalientes que genera un Portal en Internet, según los resultados fueron: Incremento en las negociaciones y reconocimiento seguida por Valor agregado al sector o asociación, Mayor representatividad en el mercado internacional y Aumento en las exportaciones lo que genera una gran expectativa en cuanto a los beneficios que trae un Portal y son de gran importancia para la formulación del Portal de Negocios en Internet para el sector exportador que se propone.

**8.4.1.2 Conclusión de viabilidad encontrada en las encuestas realizadas a Exportadores y Posibles Exportadores del Departamento de Risaralda.** La investigación de Mercados desarrollada a través de la encuesta dirigida a exportadores y posibles exportadores del Departamento de Risaralda, presento el siguiente comportamiento:

Teniendo en cuenta que el total de encuestados fue de: 35 empresas

Esta fase se divide en dos evaluaciones:

### Primera Evaluación

Encuestas Realizadas a Posibles Exportadores del Departamento de Risaralda.

Los posibles exportadores encuestados con su respectiva empresa y nombre se presentan a continuación:

- LAGUNA 100% Colombiana  
Representante: Carlos Andrés Laguna
- SEDACOL  
Representante: Adriana González
- BONNAVITA  
Representante: Andrea Castaño Losada
- MUEBLES SAN SEBASTIAN  
Representante: Jhon Fredy Cabal
- SOYACTIVA EU  
Representante: valentina Restrepo Londoño
- MAXTICAFE  
Representante: Mario Giraldo
- TROPICAL CHIPS COMPANY LTDA  
Representante: Raúl Herrera Molina
- ALQUIMIA  
Representante: Martha Ospina Benfumea
- LINEAS CONSTRUCCIONES LTDA  
Representante: Alejandro Ortegón
- VINOS NEC  
Representante: Rubén Cano González
- IMPACARTF  
Representante: Carlos Alberto Botero
- EUROTORTA  
Representante: Diana Carolina Valencia
- BON MARCHE  
Representante: Andrés Mejía Ángel
- GL INGENIEROS LTDA  
Representante: Sandra Milena Buitrago López

- INDUSTRIA DEPORTIVAS CAMPEON  
Representante: Andrés Camilo Páez
- MULTIACEROS  
Representante: Fidel Dávila Carmona

Los aspectos mas relevantes de la encuesta se encuentran a continuación, los componentes de la encuesta y el comportamiento de los demás resultados se localizan en el **Anexo D**, la presentación de los resultados y de la encuesta se hacen como soporte de la investigación de mercados, que hace parte del proyecto, también para observar los diferentes puntos de vista de los encuestados, que en este caso son los posibles exportadores, así como mecanismo para determinar la viabilidad del proyecto que es la parte principal y el objetivo de la investigación de mercados.

Se considera de vital importancia el punto de vista de los posibles exportadores ya que estos en un futuro serán clientes potenciales del portal de negocios en Internet.

El total de Posibles Exportadores encuestados fue de diez y seis (16)

**Pregunta: Su empresa esta vinculada a un Portal o tiene Pagina Web en Internet**

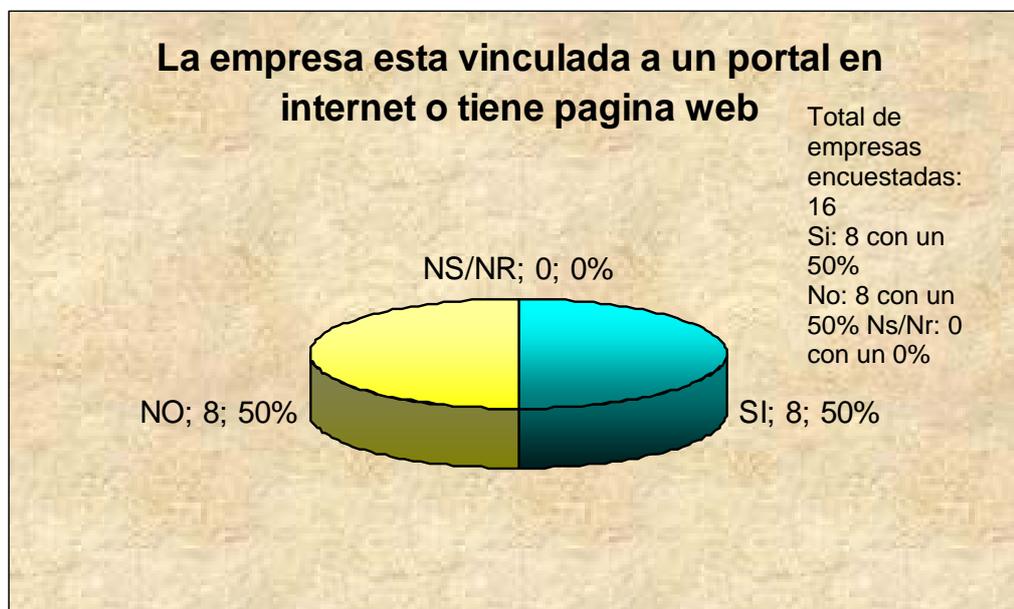
En esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 16 encuestados correspondientes a las diferentes empresas, 8 tienen Pagina Web que equivale a un 50%.

Para la opción de **No**: De las 16 empresas consultadas 8 no poseen Pagina Web que corresponde al otro 50%

Para la opción de **NS/NR**: De las 16 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 6.** Cantidad de empresas con página Web o portal



Los resultados obtenidos muestran una tendencia pareja entre las empresas que poseen y no poseen pagina Web, lo que correspondiente a un 50% para cada una de las opciones, lo que genera un mayor reto tecnológico para incorporar a las empresas que no tienen pagina Web y apoyar a las que si poseen.

**Pregunta: Su empresa estaría interesada en tener su propia página Web**

En esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

En esta parte se aclara que el servicio sería opcional como parte de un servicio posterior que se brinde puesto en marcha el Portal de Negocios, se aclara que esta salvedad se hizo al realizar la encuesta a los diferentes representantes de cada empresa del sector productivo de Risaralda.

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 16 encuestados correspondientes a las diferentes empresas por no tener su propia pagina Web, considera necesario la creación de una, por lo tanto esta respuesta corresponde a las 8 empresas que en la pregunta anterior señalaron que no tenían pagina Web, esto equivale a un 100%

Para la opción de **No**: De las 16 empresas consultadas, por tener su propia pagina Web 8 de estas, no consideran necesario crear otra pagina Web, por lo tanto esto corresponde al 0%.

Para la opción de **NS/NR**: De las 16 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 7.** Cantidad de empresas interesadas en su propia pagina Web



De los 16 Posibles exportadores, 8 de ellos que equivale a un 50% del total de los resultados, aceptan la opción de crear su pagina Web lo que representa para el Portal de negocios una opción para generar un servicio adicional para los clientes, en el momento en el cual este funcionando, el resto de los encuestados que corresponden a 8 empresas no ven la necesidad de crear su pagina Web ya que poseen una.

**Pregunta: La empresa estaría interesada en vincularse en un Portal de Negocios que reúna todos los productos y servicios exportables que posee**

Los resultados de esta pregunta representan un punto esencial y primordial para determinar la viabilidad del proyecto y su grado de aceptación, esta pregunta tuvo el siguiente comportamiento:

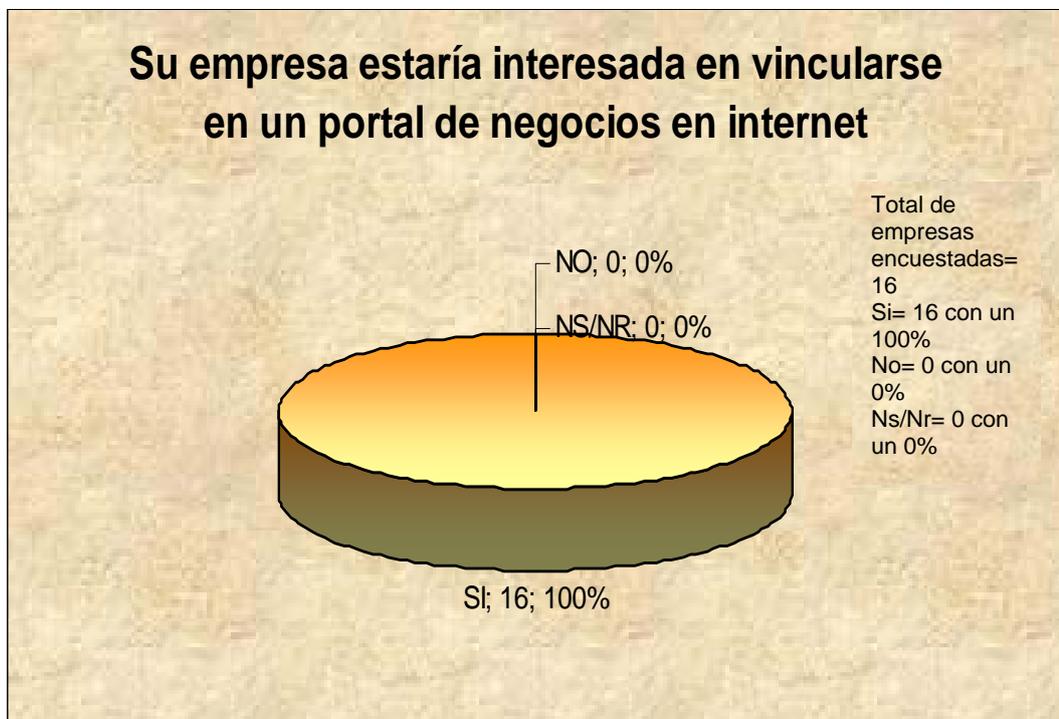
Aclarando que en esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 16 encuestados correspondientes a las diferentes empresas del sector productivo de Risaralda, están interesados en vincularse a un Portal que reúna todos los productos y servicios exportables, correspondiendo esto a un 100%.

Para la opción de **No**: De las 16 empresas consultadas, ninguna manifestó su desacuerdo en no vincularse en el portal de negocios en Internet, lo que corresponde a un 0%

Para la opción de **NS/NR**: De las 16 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción, lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 8.** Cantidad de empresas interesadas en vincularse al portal de negocios



Los resultados evidencian que para los representantes de cada empresa del sector productivo de Risaralda está interesada en vincularse a un Portal de Negocios en Internet que reúna todos los productos y servicios exportables de Risaralda, puesto que de las 16 empresas encuestadas que corresponden a un 100% todas afirman que si estarían interesados en vincularse a un Portal de negocios en Internet, este resultado genera un alto grado de aceptación entre las empresas posibles exportadoras.

En cuanto al proyecto este resultado genera grandes expectativas en cuanto al apoyo y la viabilidad, para el desarrollo del proyecto.

### **Pregunta: Qué servicios o funciones le gustaría que prestara El Portal**

En esta pregunta se presentaron 11 atributos de selección múltiple, a continuación se muestran los atributos que se tuvieron en cuenta para la evaluación de los servicios y funciones que le gustaría al encuestado que prestara el Portal:

- Compra y Venta de bienes y servicios
- Publicidad
- Servicio al Cliente
- Iniciar nuevos negocios
- Evaluar el mercado
- Entregar datos adicionales
- Prestar servicios adicionales
- Dar detalles sobre despachos y entregas
- Comunicarse con los clientes
- Seguir la oferta de los competidores
- Prepararse para negociar

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del atributo con más puntaje al de menor puntaje. En Primer lugar con 14 consideraciones de los encuestados, donde se incurre en que los atributos principales en cuanto a servicios y funciones que debe prestar un portal se encuentran: Publicidad, Iniciar nuevos negocios y Comunicarse con los clientes

En segundo lugar se encuentra con 13 consideraciones, se encuentran: Compra y Venta de bienes y servicios y Prepararse para negociar.

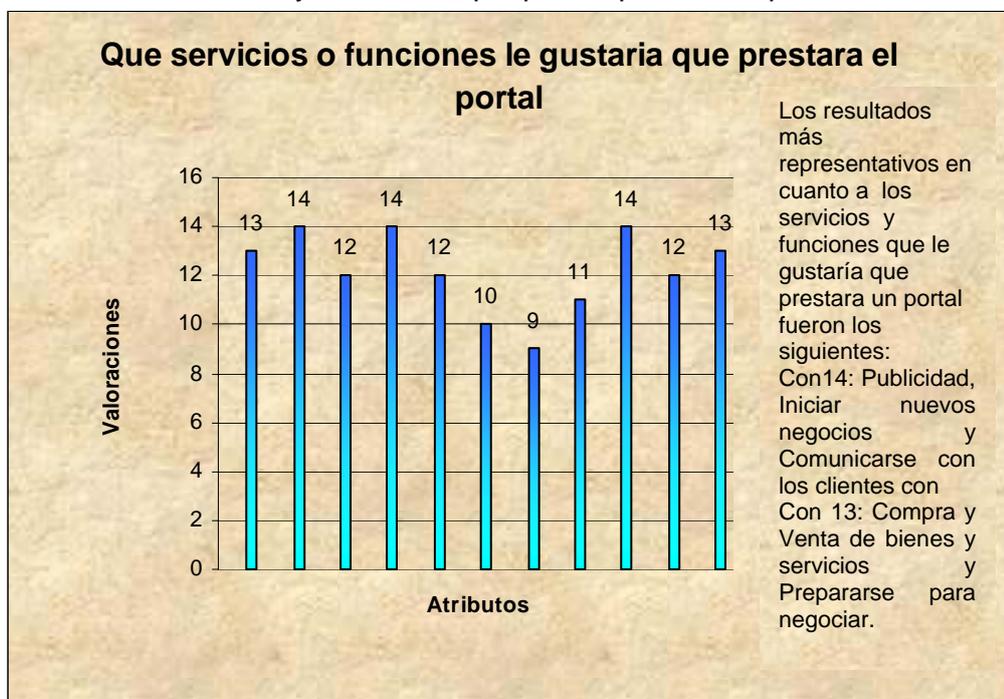
En tercer lugar con 12 consideraciones se encuentran: Servicio al Cliente, Evaluar el mercado, Seguir la oferta de los competidores.

En cuarto lugar con 10 consideraciones se encuentra: Entregar datos adicionales

En quinto lugar con 11 consideraciones se encuentra: Dar detalles sobre despachos y entregas.

En sexto lugar con 9 consideraciones se encuentra: Prestar servicios adicionales

**Grafica 9.** Servicios y funciones que puede prestar un portal



En esta parte y según lo evidencian los resultados las características que poseen mayor relevancia son: Publicidad, Iniciar nuevos negocios, Comunicarse con los clientes, Compra y venta de bienes y servicios y Prepararse para negociar. Estos resultados son importantes ya que son elementos claves y esenciales para la conformación del portal de negocios.

**Pregunta: Considera que un Portal en Internet genera:**

En esta pregunta se presentaron 9 atributos de selección múltiple, a continuación se muestran los atributos que se tuvieron en cuenta para la evaluación de lo que puede generar un portal:

- Valor agregado a su empresa
- Incremento en las negaciones
- Mayor representatividad en el mercado nacional e internacional
- Aumento en las exportaciones
- Reconocimiento
- Rapidez en los procesos de negociación
- Reducción de costos
- Publicidad para el negocio

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del atributo con más puntaje al de menor puntaje.

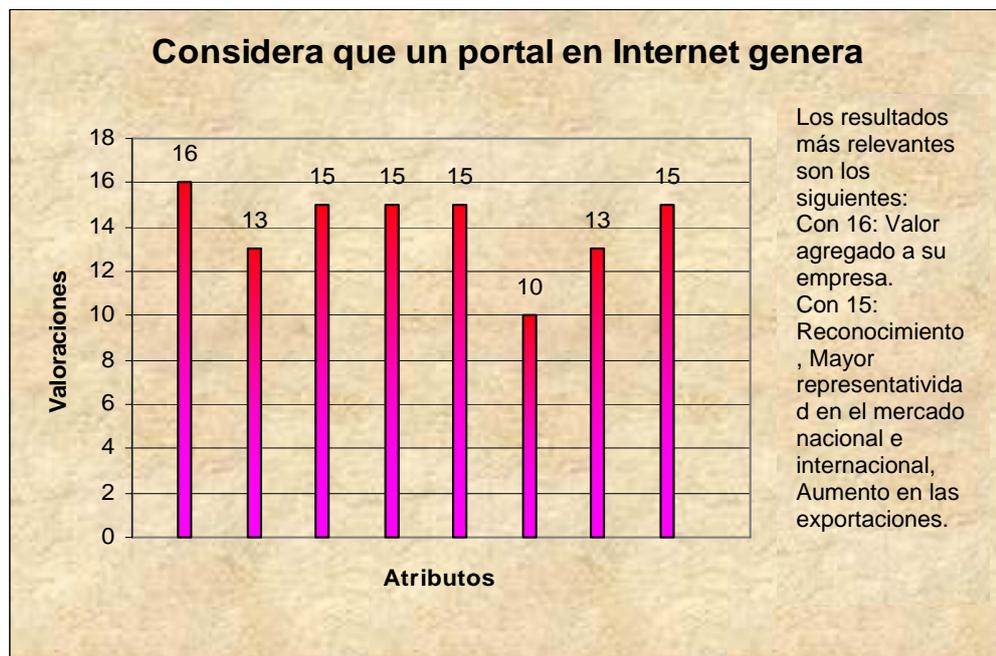
En Primer lugar con 16 consideraciones de los encuestados, donde se incurre en que el atributo principal es: Valor agregado a su empresa.

En segundo lugar se encuentra con 15 consideraciones: Reconocimiento, Mayor representatividad en el mercado nacional e internacional, Aumento en las exportaciones.

En tercer lugar con 13 consideraciones se encuentran: Incremento en las negociaciones, Reducción de costos.

En cuarto lugar con 10 consideraciones se encuentra: Rapidez en los procesos de negociación.

**Grafica 10.** Atributos generados por un portal en Internet



Los atributos más sobresalientes que genera un Portal en Internet, según los resultados fueron: Valor agregado a su empresa, Reconocimiento, Mayor representatividad en el mercado nacional e internacional, Aumento en las exportaciones e Incremento en las negociaciones, Reducción de costos.

Lo que genera una gran expectativa en cuanto a los beneficios y aceptación que trae un Portal para los posibles exportadores del Departamento de Risaralda.

## **Segunda Evaluación**

Encuestas Realizadas a Exportadores del Departamento de Risaralda.

Los exportadores encuestados con su respectiva empresa y nombre se presentan a continuación:

- OLIGOELEMENTOS  
Representante: Ana Maria Hincapié Echeverry
  
- MODUPLAST  
Representante: José Carlos Santacoloma
  
- INVERSIONES AGROGUADUA S.A  
Representante: Lina Maria Rozo Herrera
  
- GRAFICAS BUDA LTDA  
Representante: Martha Cecilia Restrepo
  
- ESTROCOL  
Representante: Oscar Fernando Escobar
  
- CALZADO SHOPPER  
Representante: Jaime Quintero
  
- INDUSTRIAS SALGARI EU  
Representante: Lina Maria Giraldo Ocampo
  
- CAFÉ MARISCAL  
Representante: Felipe Zapata
  
- FINCA EL ENCANTO  
Representante: Juan Sebastián Valencia
  
- ECOTERMALES SAN VICENTE  
Representante: Leidy Galván
  
- MADERA Y MUEBLES  
Representante: Miguel Guevara

- VIDRIERA OTUN LTDA  
Representante: Diana Patricia Ramírez
- SEDHIL  
Representante: Jorge Orozco
- PRECOL SA  
Representante: Carolina
- INTEGRANDO  
Representante: Luís Montero
- ASC ELECTRONICA  
Representante: Mery Martínez Pérez
- TALLER CREATIVO INDARA  
Representante: Jairo Ramírez Osorio
- FREEDOMTER LTDA  
Representante: Jhon Alejandro Aranzazo
- INDUREPUESTOS  
Representante: Octavio Cardona

Los aspectos mas relevantes de la encuesta se encuentran a continuación, los componentes de la encuesta y el comportamiento de los demás resultados se localizan en el **Anexo D**, la presentación de los resultados y de la encuesta se hacen como soporte de la investigación de mercados, que hace parte del proyecto, también para observar los diferentes puntos de vista de los encuestados, que en este caso son los exportadores del Departamento de Risaralda , así como mecanismo para determinar la viabilidad del proyecto que es la parte principal y el objetivo de la investigación de mercados.

El total de Exportadores encuestados fue de diez y nueve (19)

Los componentes de la encuesta, con sus respectivos resultados, se encuentran a continuación:

**Pregunta: Actualmente se encuentra exportado**

Esta pregunta con el fin de corroborar la información acerca de si los encuestados son exportadores actualmente:

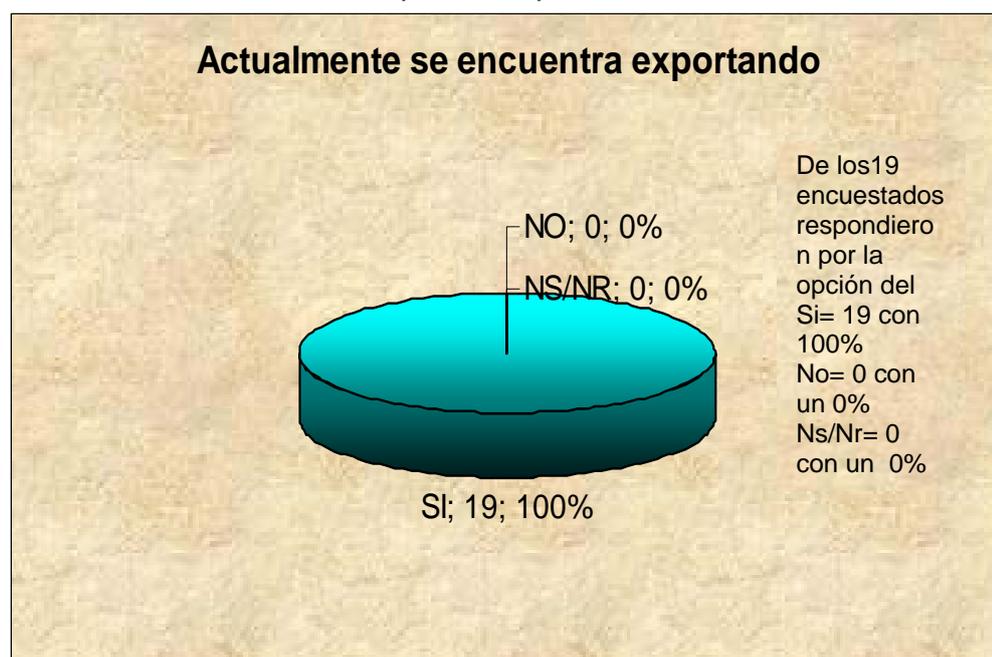
Aclarando que en esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 19 encuestados correspondientes a las diferentes empresas del sector productivo de Risaralda, estas se encuentran exportando, por lo tanto este resultado corresponde al 100%.

Para la opción de **No**: De las 19 empresas consultadas, ninguna manifestó no estar exportando en el momento de realizada la encuesta, lo que corresponde a un 0%.

Para la opción de **NS/NR**: De las 19 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción, lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 11.** Cantidad de empresas exportadoras



Lo que representa para el estudio una buena base ya que hay un porcentaje alto de empresas exportando dentro de las 36 empresas encuestadas, ya que 19 son exportadoras.

**Pregunta: Su empresa esta vinculada a un Portal o tiene Pagina Web en Internet**

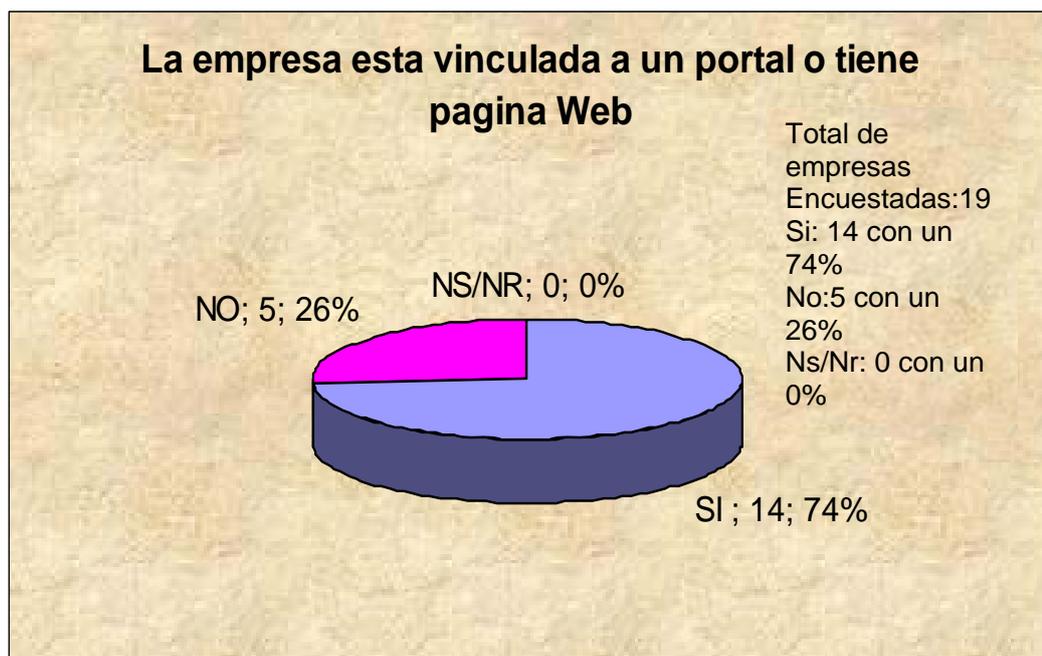
En esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 19 encuestados correspondientes a las diferentes empresas, 14 tienen Pagina Web que equivale a un 74%.

Para la opción de **No**: De las 19 empresas consultadas 5 no poseen Pagina Web que corresponde al 26%.

Para la opción de **NS/NR**: De las 16 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 12.** Cantidad de empresas con página Web o portal



Los resultados obtenidos muestran una tendencia positiva de las empresas que poseen Pagina Web, lo que corresponde a un 74%, lo que genera una importancia en el avance tecnológico para incorporar a las empresas que no tienen pagina Web y apoyar a las que si poseen.

**Pregunta: Su empresa estaría interesada en tener su propia página Web**

En esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

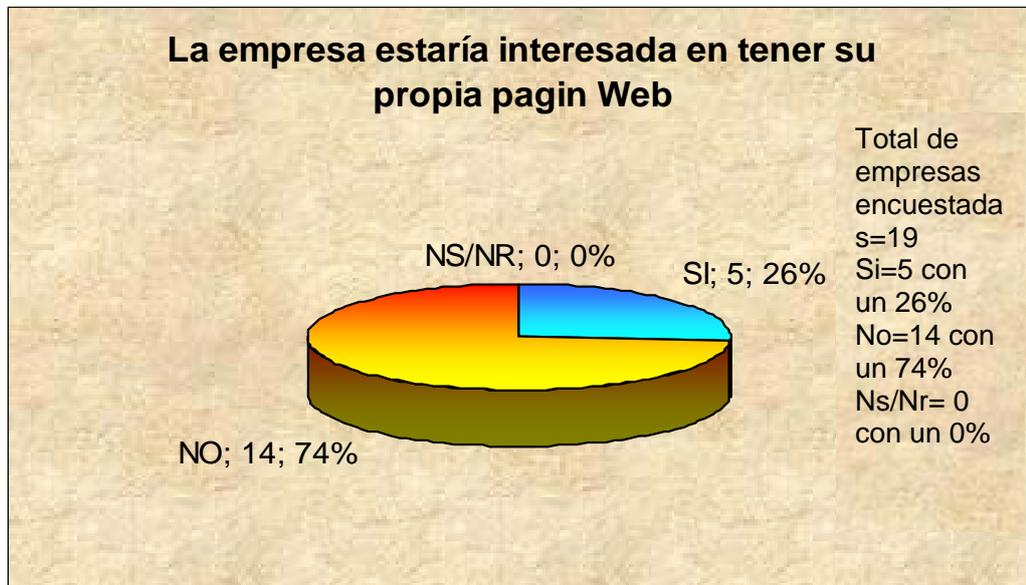
En esta parte se aclara que el servicio sería opcional como parte de un servicio posterior que se brinde puesto en marcha el Portal de Negocios, se aclara también que esta salvedad se hizo al realizar la encuesta a los diferentes representantes de cada empresa del sector productivo de Risaralda.

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 16 encuestados correspondientes a las diferentes empresas por no tener su propia pagina Web, considera necesario la creación de una, por lo tanto esta respuesta corresponde a las 5 empresas que en la pregunta anterior señalaron que no tenían pagina Web, esto equivale a un 100%

Para la opción de **No**: De las 16 empresas consultadas, por tener su propia página Web 14 de estas, no consideran necesario crear otra pagina Web, por lo tanto esto corresponde al 74%.

Para la opción de **NS/NR**: De las 16 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 13.** Cantidad de empresas interesadas en tener su propia pagina Web



De los 16 Posibles exportadores, 5 de ellos que equivale a un 26% del total de los resultados, aceptan la opción de crear su pagina Web lo que representa para el Portal de negocios una opción para generar un servicio adicional para los clientes, en el momento en el cual este funcionando, el resto de los encuestados que corresponden a 14 empresas no ven la necesidad de crear su pagina Web ya que poseen una con un 74%.

**Pregunta: La empresa estaría interesada en vincularse en un Portal de Negocios que reúna todos los productos y servicios exportables que posee**

Los resultados de esta pregunta representan un punto esencial y primordial para determinar la viabilidad del proyecto y su grado de aceptación, esta pregunta tuvo el siguiente comportamiento:

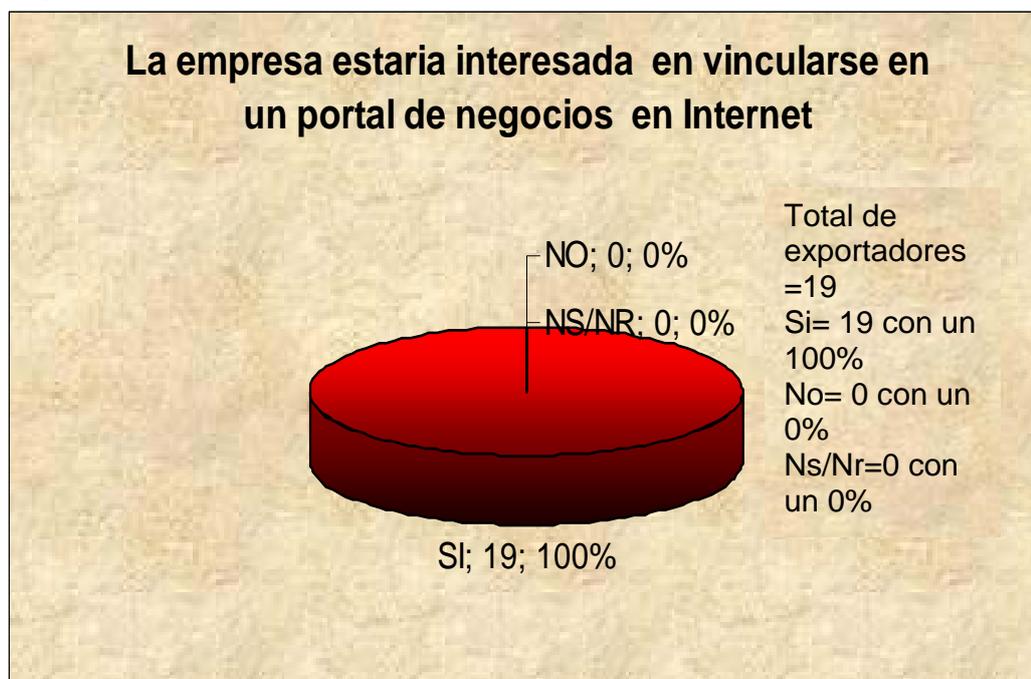
Aclarando que en esta parte se dan tres opciones: SI, NO, NS/NR

Para la opción del **SI**: Se encuentra que de los 19 encuestados correspondientes a las diferentes empresas del sector productivo de Risaralda, están interesados en vincularse a un Portal que reúna todos los productos y servicios exportables, correspondiendo esto a un 100%.

Para la opción de **No**: De las 19 empresas consultadas, ninguna manifestó su desacuerdo en no vincularse en el portal de negocios en Internet, lo que corresponde a un 0%

Para la opción de **NS/NR**: De las 19 empresas encuestadas, ninguna incurrió en esta opción, lo que corresponde a un 0%.

**Grafica 14.** Cantidad de empresas interesadas en vincularse al portal de negocios



Los resultados evidencian que para los representantes de cada empresa del sector productivo de Risaralda éstas están interesadas en vincularse a un Portal de Negocios en Internet que reúna todos los productos y servicios exportables de Risaralda, puesto que de las 19 empresas encuestadas que corresponde a un 100% todas afirman que si estarían interesados en vincularse a un Portal de negocios en Internet, este resultado genera un alto grado de aceptación entre las empresas exportadoras.

En cuanto al proyecto este resultado genera grandes expectativas en cuanto al apoyo y la viabilidad, para el desarrollo del proyecto.

**Pregunta: Qué servicios o funciones le gustaría que prestara El Portal**

En esta pregunta se presentaron 11 atributos de selección múltiple, a continuación se muestran los atributos que se tuvieron en cuenta para la evaluación de los servicios y funciones que le gustaría al encuestado que prestara el Portal:

- Compra y Venta de bienes y servicios
- Publicidad
- Servicio al Cliente
- Iniciar nuevos negocios
- Evaluar el mercado

Entregar datos adicionales  
Prestar servicios adicionales  
Dar detalles sobre despachos y entregas  
Comunicarse con los clientes  
Seguir la oferta de los competidores  
Prepararse para negociar

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del atributo con más puntaje al de menor puntaje.

En Primer lugar con 18 consideraciones de los encuestados, donde se incurre en que los atributos principales en cuanto a servicios y funciones que debe prestar un portal se encuentra: Publicidad

En segundo lugar se encuentra con 17 consideraciones, se encuentran: Comunicarse con los clientes

En tercer lugar con 16 consideraciones se encuentran: Compra y venta de Bienes y servicios e iniciar nuevos negocios.

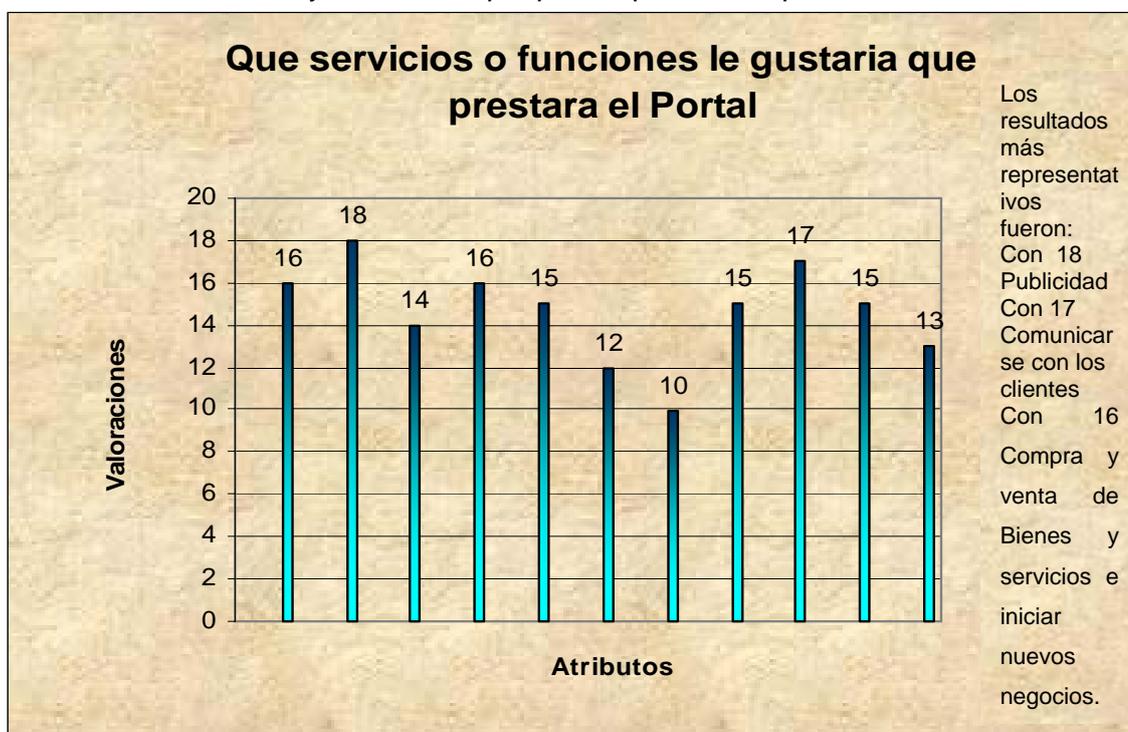
En cuarto lugar con 15 consideraciones se encuentra: Evaluar el mercado, Dar detalles sobre despachos y entregas, Seguir la oferta de los competidores

En quinto lugar con 14 consideraciones se encuentra: Servicio al Cliente

En sexto lugar con 13 consideraciones se encuentra: Prepararse para negociar  
En séptimo lugar con 12 consideraciones se encuentra: Entregar datos adicionales

En Octavo lugar con 10 consideraciones se encuentra: Prestar servicios adicionales.

**Grafica 15.** Servicios y funciones que puede prestar un portal



En esta parte y según lo evidencian los resultados las características que poseen mayor relevancia son: Publicidad, Iniciar nuevos negocios, Comunicarse con los clientes, Compra y venta de bienes y servicios. Estos resultados son importantes ya que son elementos claves y esenciales para la conformación y desarrollo del portal de negocios.

**Pregunta: Considera que un Portal en Internet genera:**

En esta pregunta se presentaron 9 atributos de selección múltiple, a continuación se muestran los atributos que se tuvieron en cuenta para la evaluación de lo que puede generar un portal:

- Valor agregado a su empresa
- Incremento en las negociaciones
- Mayor representatividad en el mercado nacional e internacional
- Aumento en las exportaciones
- Reconocimiento
- Rapidez en los procesos de negociación
- Reducción de costos

## Publicidad para el negocio

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del atributo con más puntaje al de menor puntaje.

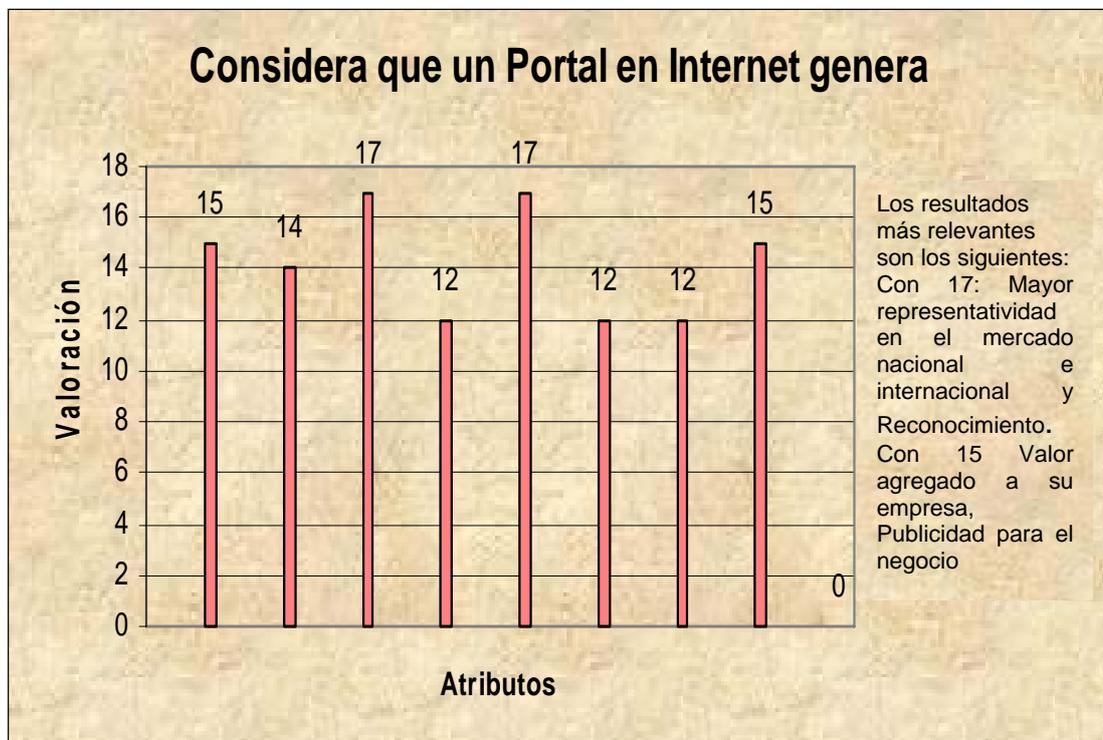
En Primer lugar con 17 consideraciones de los encuestados, donde se incurre en que el atributo principal es: Mayor representatividad en el mercado nacional e internacional y Reconocimiento.

En segundo lugar se encuentra con 15 consideraciones: Valor agregado a su empresa, Publicidad para el negocio

En tercer lugar con 14 consideraciones se encuentra: Incremento en las negociaciones

En cuarto lugar con 12 consideraciones se encuentra: Aumento en las exportaciones, Rapidez en los procesos de negociación, Reducción de costos

**Grafica 16.** Atributos generados por un portal en Internet



Los atributos más sobresalientes que genera un Portal en Internet, según los resultados fueron: Valor agregado a su empresa, Reconocimiento, Mayor representatividad en el mercado nacional e internacional, Aumento en las exportaciones.

Lo que genera una gran expectativa en cuanto a los beneficios, importancia y aceptación que trae un Portal para los exportadores del Departamento de Risaralda

## 9. ESTUDIO DE DEMANDA Y OFERTA

Después de identificar la población objetivo del proyecto y delimitar la viabilidad y los atributos que debe tener un Portal en Internet, a través de la Investigación de Mercados, es pertinente hacer un análisis de la demanda y la oferta, esto con el fin de establecer y describir los componentes y las ventajas que genera el Portal de Negocios para los demandantes, que en este caso son las empresas exportadoras de los diferentes sectores productivos de Risaralda. Así como la identificación de la oferta que existe en el mercado y la oferta de servicios representada por el portal.

### 9.1 ESTUDIO DE LA DEMANDA

En este estudio se analizarán factores correspondientes a la demanda, teniendo en cuenta que esta, se encuentra constituida por el sector exportador de Risaralda.

**9.1.1 Componentes De La Demanda.** Las características que se tienen en cuenta son las requeridas por las diferentes apuestas productivas, en especial la de sus principales componentes: las empresas, con productos y servicios tipo exportación. Donde se tiene en cuenta aspectos como:

- Deseo permanente por ser competitivas, vigentes, con recursos tecnológicos y humanos que signifiquen diferencias favorables frente a los competidores directos e indirectos.
- Están en la búsqueda de aumentar su productividad, calidad, reducción de costos, aumentar utilidades, portafolio de productos o servicios, cobertura de mercado.

**9.1.2 Segmento Del Mercado.** Después de analizar las fuentes de información, suministradas por la Cámara de Comercio de Dosquebradas, Cámara de Comercio de Pereira, Proexport y DIAN, el área de influencia del proyecto cuenta con las siguientes empresas inscritas y activas que se listan en la tabla 5.

**Tabla 3.** Empresas objeto de ofrecer servicio.

<b>Empresas del Sector</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Textiles	13	8%
flores	2	1%
Calzado	4	3%
Plásticos	4	3%
Eléctricos	5	3%
Madera	6	4%
Alimentos	8	5%
Metalmecánica	10	6%
Otras	105	67%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Se observa que el mercado objetivo esta distribuido en los diferentes sectores.

**9.1.3 Población Demandante Del Servicio.** La demanda del servicio, esta constituida por las pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de la región que requieren del servicio electrónico y publicidad a través de un Portal de Negocios en Internet.

**9.1.4 Justificación De La Población Demandante Del Servicio.** Todas las empresas de los sectores productivos identificados como estratégicos en La Agenda de Competitividad y Productividad de Risaralda, entre las que se encuentran los sectores Alimentos, Calzado, Flores y Follajes, Forestales Mercados Verdes, Metalmecánica, Software y Textil-Confecciones, entre otros, son los potenciales clientes para el centro de información virtual, que propone suministrar el servicios de comercio electrónico y publicidad.

De acuerdo a un estudio realizado por Comisión de Regulación de telecomunicaciones en Colombia denominado "**Medición de factores multiplicadores para el calculo de usuarios**"<sup>9</sup> de Internet, se encontró que en las siguientes ciudades del país como: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Manizales y Pereira, acceden al servicio de Internet y el uso de

---

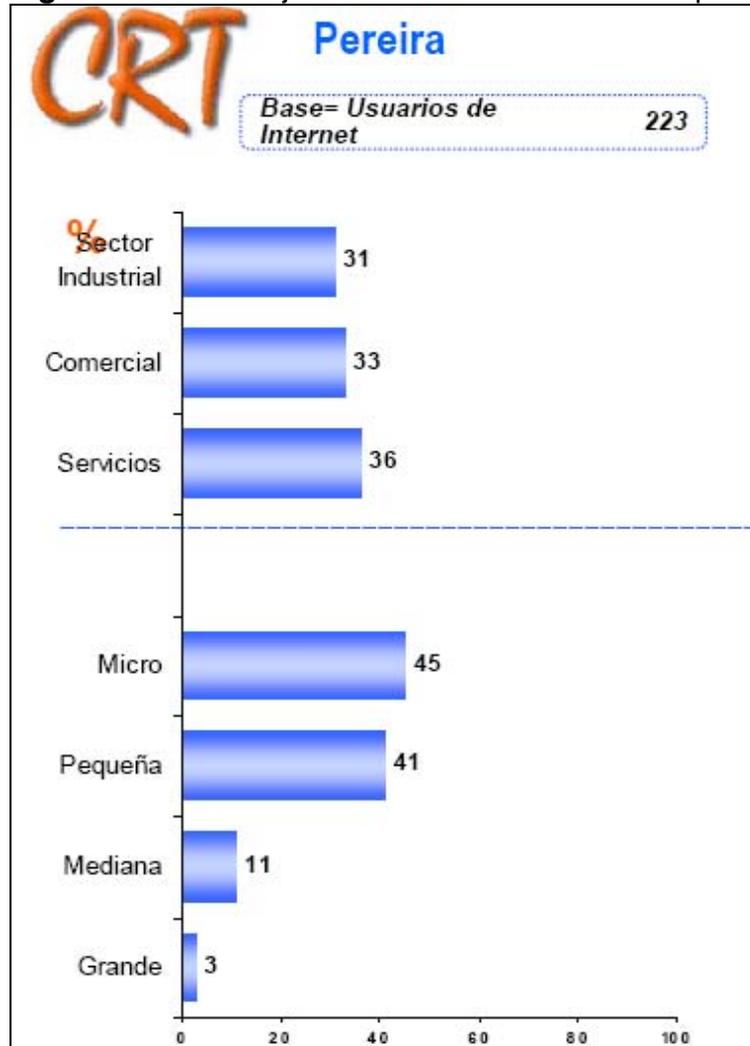
<sup>9</sup> Citado el 20 de septiembre de 2006. Disponible en <http://www.crt.gov.co>

este es bastante alto, la mitad de las personas utiliza el servicio con alguna frecuencia ( 54.2%).En Bogotá (60%), Cali (55%) y Barranquilla (52%) se ubica el mayor porcentaje de usuarios de Internet. El 28.6% de los usuarios se conecta a Internet desde el hogar. El 26.1% en cafés Internet y el 20.1% en la empresa.

El universo utilizado para este estudio, fue de 3821 empresas, las cuales corresponden al sector industrial, comercial y servicios, dando como resultado que: el servicio de Internet es utilizado en un (77%). El más alto consumo de Internet se presenta en empresas ubicadas en Medellín (87%) y Bogotá (83%). El uso de este servicio es alto en empresas de todos los tamaños: grandes (98%), medianas (95%) y pequeñas (90%). En micros es menor el consumo de este servicio (70%).

De las empresas consultadas 223 pertenecen a Pereira, identificando que los sectores como la micro, pequeña, mediana y grandes empresas utilizan la Internet para distintas funciones. La siguiente figura muestra la incursión de la Internet en las empresas de la región de acuerdo a la base de datos tomada en cuenta.

**Figura 2.** Porcentaje de acceso a Internet en empresas de Pereira.



\*Fuente: Centro Nacional de Consultoria.com. Estudio realizado por –CRT

**9.1.5 Perfil Del Consumidor.** Los usuarios del sistema de información planteado se clasifican en dos grupos, aquellos que ofertan productos y servicios tipo exportación y quienes los demandan. No se tiene en cuenta características de sexo, edad o estrato social, sin embargo es necesario que ambos tipos de consumidores tengan facilidad de acceso a un computador y al ciberespacio, que estén o sean capacitados en consulta de páginas Web y diligenciamiento de formularios electrónicos.

**9.1.6 Mercado Potencial Y Beneficios Del Servicio.** Se analiza la demanda del servicio de información tecnológica, de acuerdo al impacto que persigue el proyecto, el cual es vincular las empresas exportadoras, de las apuestas productivas identificadas como estratégicas en la Agenda Interna de productividad y competitividad para Risaralda, y así de alguna manera aumentar la participación económica del Departamento en las exportaciones realizadas.

Existen diversos factores que motivan a los posibles clientes a incursionar en un medio de información como este, principalmente la necesidad de los productores de bienes y servicios de aumentar: reconocimiento en el mercado, sus negociaciones y las exportaciones generadas por cada uno. En la tabla 4, se muestra cual sería el mercado al cual se dirigiría el servicio de información tecnológica.

**Tabla 4.** Mercado potencial en área de influencia.

<b>Mercado Objetivo</b>	<b>Segmento y No de empresas</b>	
Área de influencia del proyecto: Risaralda	Textiles	13
	flores	2
	Calzado	4
	Plásticos	4
	Eléctricos	5
	Madera	6
	Alimentos	8
	Metalmecánica	10
	Otras	105
	<b>Total</b>	<b>157*</b>
<b>Mercado Potencial</b>	<b>Segmento</b>	
Totalidad de Exportadores, hoteles y clínicas estéticas de Risaralda	El mercado potencial de Risaralda esta constituido por 355 empresas registradas en DIAN de Pereira con característica exportadora	

\*Datos suministrados por la DIAN de Pereira (2001-2005)

Además de atender el mercado antes mencionado se espera ofrecer el servicio, a un mercado generado en años posteriores, el cual se identifico analizando datos de acuerdo a información de empresas que registraron exportaciones a través de

DIAN Pereira. La tabla siguiente muestra la cantidad de empresas que exportaron desde el año 2001 hasta 2005:

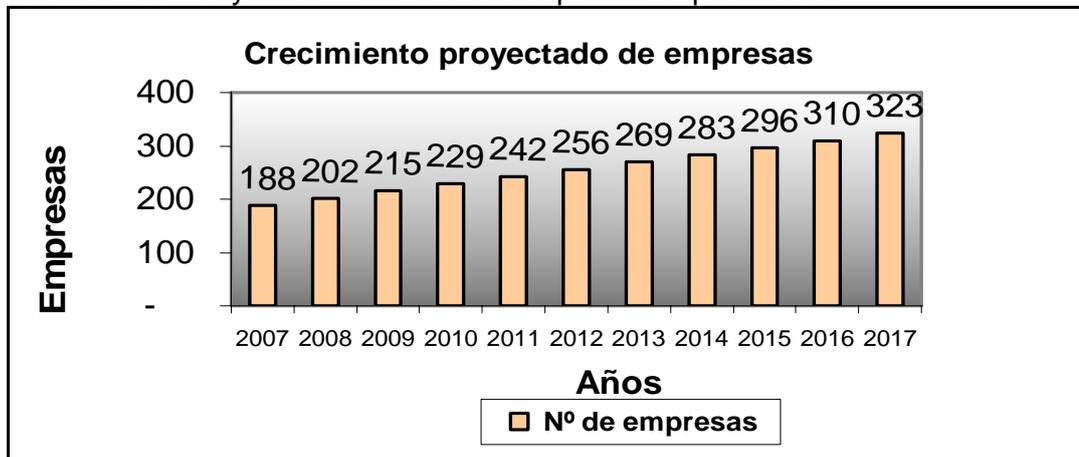
**Tabla 5.** Numero de empresas que exportaron en Risaralda

Año	Nº Empresas
2001	108
2002	120
2003	130
2004	157
2005	157
<b>Incremento de empresas que exportaran anualmente</b>	<b>10 anual</b>

\*Fuente: Datos otorgados por DIAN Pereira

Teniendo en cuenta esta información se cree que en promedio 10 empresas anualmente empezaran actividades exportadoras, aunque esta no es una cifra exacta por falta de información. Realizando un análisis a los datos anteriores, se proyectaron las cifras antes mencionadas al año 2017 y se espera que en años posteriores el incremento de empresas exportadoras continúe igual, y el número de estas aumente como se muestra en el siguiente grafico:

**Grafico 17.** Proyección número de empresas exportadoras



\*Cálculos realizados por las autoras del proyecto, con el método de regresión lineal, tomando como base empresas registradas en DIAN Pereira

El número de empresas mostrado en el grafico 17 es una proyección esperada, a través del método de los mínimos cuadrados. Sin embargo no podemos afirmar que este será el número indicado, pues el incremento de empresas exportadoras depende también de otros factores, pero si podemos decir que el servicio a ofrecer intentara cubrir este numero.

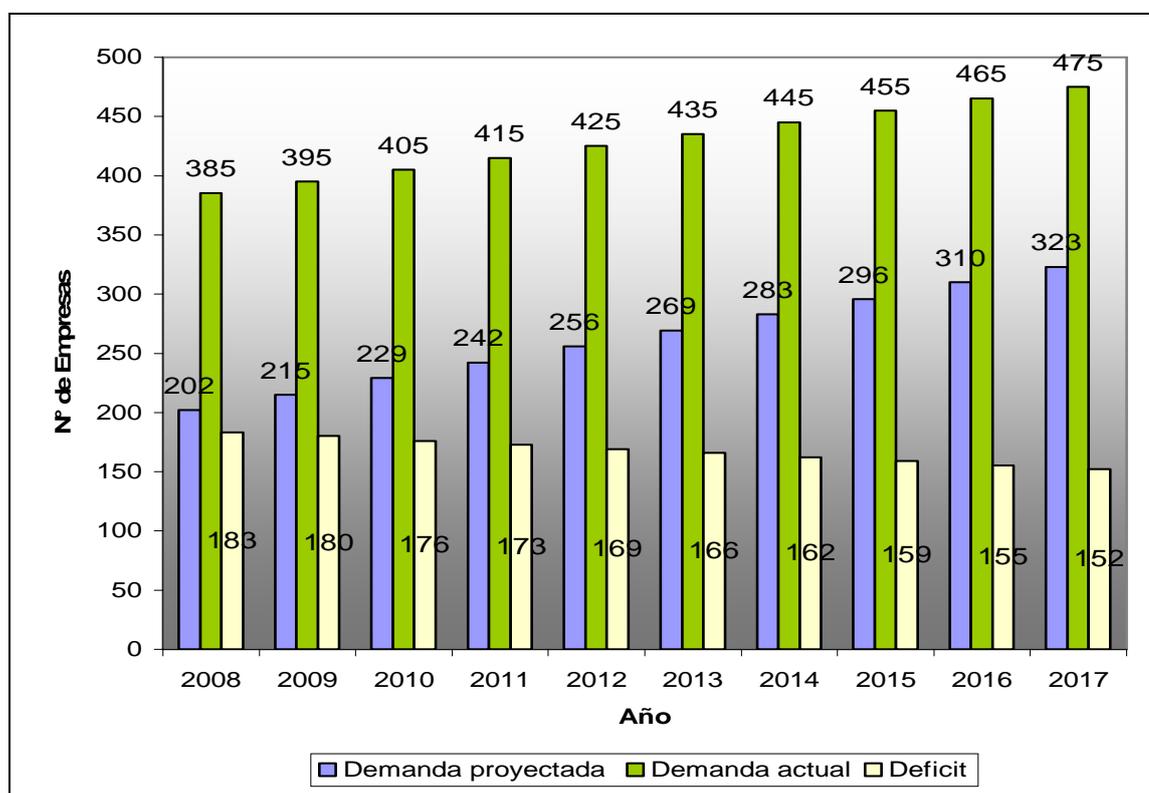
**Análisis de Impacto esperado.** Al analizar la información se espera que el número de empresas a las cuales el portal de negocios preste su servicio sea como se evidencia en la tabla 6.

**Tabla 6.** Numero de empresas cubiertas por el servicio anualmente

<b>Años</b>	<b>Aumento anual de cubrimiento de empresas</b>
<b>2006</b>	175
<b>2007</b>	188
<b>2008</b>	202
<b>2009</b>	215
<b>2010</b>	229
<b>2011</b>	242
<b>2012</b>	256
<b>2013</b>	269
<b>2014</b>	283
<b>2015</b>	296
<b>2016</b>	310
<b>2017</b>	323

Analizando el crecimiento potencial de empresas exportadoras y el cubrimiento por año que pretende hacer el servicio tecnológico, se puede decir que la demanda de empresas por el servicio es directamente proporcional al aumento de empresas exportadoras. En el siguiente grafico se muestra como puede ser el cubrimiento del servicio con respecto al incremento de empresas, estableciendo cual seria el déficit dejado por el aumento anual, tanto de empresas exportadoras, como del cubrimiento del servicio.

**Grafico 18.** Demanda de empresas exportadoras actuales Vs. Demanda de empresas exportadoras proyectadas



\*Cálculos realizados por las autoras del proyecto, con el método de regresión lineal, tomando como base empresas registradas en DIAN Pereira.

La demanda actual es aquella que corresponde a las empresas exportadoras proporcionadas por las entidades DIAN, PROEXPORT y Cámaras de Comercio de Dosquebradas y Pereira. La demanda proyectada se encontró, utilizando el método de los mínimos cuadrados.

Los cálculos realizados son estimaciones que pueden variar con el tiempo y no únicamente dependen del número de empresas o del cubrimiento anual esperado por el servicio.

## 9.2 ESTUDIO DE LA OFERTA

Para realizar el estudio de la oferta, se debe tener en cuenta los sitios Web más representativos conocidos en el medio virtual, los cuales se caracterizan por ofrecer un servicio similar al Portal de negocios planteado en este proyecto, estos sitios tienen como objetivo proveer y desarrollar recursos informáticos en la red para varias empresas en un mismo sector económico y según las necesidades del usuario. A continuación se presentan los sitios Web más conocidos en el mercado electrónico a los cuales las empresas pueden acceder.

**Tabla 7.** Oferta existente en el mercado

Sitio Web	Mercado Objetivo
<a href="http://www.Colombiapyme.biz">www.Colombiapyme.biz</a>	Oferta productos exportables
<a href="http://www.Deremate.com">www.Deremate.com</a>	Compra y venta de bienes y servicios
<a href="http://www.laguiahotelera.com">www.laguiahotelera.com</a>	Oferta y promoción de hoteles, vehículos y lo relacionado con el turismo
<a href="http://www.Proexport.com.co">www.Proexport.com.co</a>	Guías y manuales de exportación para productos no tradicionales
<a href="http://www.productosdecolombia.com">www.productosdecolombia.com</a>	Ofertan productos tipo exportación y ofrecen otra clase de servicios
<a href="http://www.Publicar.com">www.Publicar.com</a>	Directorio de empresas

Una descripción mas detallada de estos sitios web puede encontrarse el **Anexo E**.

**9.2.1 Capacidad De Oferta.** El sistema de medición de la capacidad de oferta esta dado por las características del servidor y específicamente hay tres a tener en cuenta:

- Velocidad de transferencia de la información.
- Velocidad de procesamiento de datos
- Capacidad de almacenamiento de la cual podemos encontrar más información en el **Anexo F**.

Se considera como la mas critica e importante, la capacidad de almacenamiento de datos e imágenes en el disco duro; ya que en las otras dos se utiliza tecnología de punta existente y presentan variables externas no controlables que alteran estas velocidades.

## 10. FACTORES Y COMPONENTES DEL PROYECTO

### 10.1 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN

En esta parte se identificara la ubicación destinada para ofrecer el servicio teniendo en cuenta factores como:

**Macro Localización.** El lugar geográfico elegido donde tendrá el centro de operaciones el servicio tecnológico es Pereira, capital del Departamento de Risaralda, ya que aquí se encuentran concentrados las entidades gubernamentales y privadas que permiten el desarrollo del proyecto.

**Micro localización.** El sitio tentativo para ubicar el servicio tecnológico es una oficina en el Edificio de la Cámara de Comercio, ubicado en la calle 23 con carrera 8ª de la ciudad de Pereira, la elección de este sitio es por tener una ubicación estratégica.

La oficina será un lugar pequeño, entre 40 y 60 m<sup>2</sup>.

### 10.2 ESTUDIO DE TAMAÑO

La dimensión que tiene el proyecto se encuentra sujeto a diferentes variables, las cuales determinan el uso del área para el montaje, capacidad de los equipos, generación del servicio, recurso financiero y humano.

**Tamaño y Tecnología.** El proyecto, en el momento de hacer uso de equipos requeridos y en especial, el servidor con sus respectivas especificaciones esta en la capacidad de dar cobertura a las empresas que se afilien durante la vida útil del proyecto.

Es indiferente al proyecto cambiar su área si se diera un incremento de subscriptores a este, pero si seria necesario incrementar el talento humano para ofrecer el servicio y así dar un mejor cubrimiento.

**Tamaño y Recurso Económico.** Las características de los equipos y mano de obra que se emplean para esta clase de proyectos se encuentran ligadas a la calidad del servicio y a la cobertura del mismo, por otra parte, los recursos económicos con los cuales se prestara el servicio provienen de entidades publicas y privadas.

### 10.3 INFRAESTRUCTURA DEL SERVICIO

En esta parte se realizaran las descripciones de los equipos y herramientas necesarias para ofrecer el servicio, con el fin de garantizar una calidad confiable y óptima.

**Identificación de proveedores.** Las variables a tener en cuenta para la selección de proveedores de los insumos se tuvieron en cuenta evaluando el KNOW HOW, respaldo, la marca ofrecida entre otros.

Calidad: Excelente = E, Buena= B, Regular= R  
 Forma de pago: Contado= C, Crédito= Cr, Financiado= F  
 Disponibilidad: Permanente=P, Pedidos=P

**Tabla 8.** Estudio de proveedores

Insumo	DETALLE DE EVALUACIÓN							
	Marca	Local	Nal	Inter/nal	Acceso	Calidad	Precio	Pago
<b>Servidor</b>	Dell		x		P	E	11.450.000	C
<b>Computador</b>	Dell		x		P	E	4.650.000	C
	Intel Dual Core 3000	x			P	B	2.500.000	C
<b>Impresoras</b>	Dell		x		P	E	610.000	C
	Lexmart	x	x		P	B	450.000	C
<b>Estabilizador</b>	Magon	x	x		P	B	50.000	C
	Esbar	x	x		P	B	60.000	C
<b>Cámara Digital</b>	Sony	x			P	E	550.000	C
	Panasonic	x			P	E	800.000	C
<b>Fax</b>	Cannon	x			P	B	350.000	C
	Panasonic	x			P	E	400.000	C
<b>Teléfonos</b>	General	x			P	E	150.000	C
	Panasonic	x			P	E	110.000	C
<b>Switch</b>	Dlitt	x			P	B	400.000	C
<b>UPS</b>	APC Smart 1000 va			x	P	B	2.300.000	C
	APC Smart 3000 va			x	P	B	4.000.000	C
	APC Smart 5000 va			x	P	B	9.800.000	C
<b>Navegador</b>	EPM	x			P	E	300.000 mes	C

**Descripción de la materia prima.** Para prestar el servicio se necesitan equipos con la siguiente descripción y cantidad, los cuales hacen posible que este funcione en optimas condiciones.

**Tabla 9.** Descripción de equipos para funcionamiento

Maquina	Descripción	Cantidad
Cámara Digital	<b>Panasonic. PLU 614920:</b> Camara fotografica 6,0 megapixeles. Memoria Interna de 14 MB, mega O.I.S.	2
Computador (Servidor) Dell	<b>PowerEdge 1430SC Basico:</b> <b>Sistema Base:</b> Dual Core Intel® Xeon® 5140; 4MB Cache, 2.33GHz, 1333MHZ FSB (143D23L); <b>Procesador Adicional:</b> Dual Core Intel® Xeon® 5110; 4MB Cache, 1.6GHz, 1066MHZ FSB (2PD16); <b>Sistema Operativo:</b> Red Hat Enterprise Linux ES 4, 3YR Red Hat Network Subscription (RH4ES3); <b>Memoria:</b> 2.0 GB DDR2 ECC 667MHz, 2 DIMMs of 1GB (2G2D6S); <b>Controlador de Disco Duro:</b> PERC 5/i, Internal Raid Adapter (PERC5I); <b>Configuración de Discos Duros:</b> Onboard SATA Controller supports 1-2 Hard Drives - No RAID (MSTNR); <b>Disco Duro:</b> 160GB, 7.2K SATA II HDD (160S272); <b>Segundo Disco Duro:</b> 80GB 7.2K SATA II HDD (80S2A72); <b>Tercer Disco Duro:</b> 80GB 7.2K SATA II HDD (80S2A72); <b>Unidad de Respaldo en Cinta (TBU):</b> PV100T 20/40GB, TR40, INT (TR40I); <b>Cintas para Respaldo:</b> TAPE MEDIA IDE TR40, 20/40G 1PK (TR401PA); <b>Software de Respaldo en Cinta:</b> Yosemite Backup Enhanced Pro Suite" para Servidores Windows y Red Hat (YBENH); <b>Dispositivo Óptico:</b> 48X CD-RW/DVD ROM Drive (CDRWDVD); <b>Unidad de Floppy:</b> 1.44 Floppy Drive (FD); <b>Monitor:</b> Dell 17 Inch Analog Flat Panel (17LCD); <b>Modem:</b> 56K Internal Modem for PowerEdge and PowerEdgeSC (INMODM); <b>Tarjeta de Red:</b> Intel® PRO 1000PT Single Port Server Adapter, Gigabit NIC, Cu, PCI-e x (1000PS); <b>Mouse:</b> Optical Two-Button Mouse, USB, Black (USBOPT); <b>Teclado:</b> KEYBOARD, USB, BLACK, SPANISH (USBKLAT); <b>Documentación:</b> Electronic Documentation and OpenManage CD Kit (EDOCS); <b>Garantía y CompleteCare:</b> 4 años de garantía en	2

	partes y mano de obra con servicio en sitio o a domicilio (C4OS)	
Computador Dell	<p><b>Optiplex 740 Minitower Recommended;</b>  <b>Sistema Base:</b> AMD® ATHLON® X2 4200+ (2.20GHz, 512KBx2) (7T222LV); <b>Sistema Operativo:</b> Windows Vista™ Business Original, with media, Ing (VB3E) / Esp (VB3S); <b>Idioma del Sistema:</b> Idioma del sistema (Español); <b>Memoria:</b> 2GB DDR2 Non-ECC SDRAM,667MHz, (2 DIMM) (2G2N62); <b>Disco Duro:</b> Disco Duro de 250GB SATA, 7200 RPM con Data Burst Cache™ (250S); <b>Segundo Disco Duro:</b> Disco Duro de 80GB SATA, 10K RPM con Data Burst Cache™ (80S10A); <b>Monitor:</b> Dell 19" UltraSharp™ Flat Panel - Adjustable Stand - VGA/DVI (1908FP); <b>Tarjeta de Video:</b> 256MB PCIe x16 ATI Radeon X1300 Pro, Adaptador VGA Doble, Doble Monitor (256VGAF) <b>Recomendación Dell;</b> <b>Dispositivo Óptico:</b> 48X CDRW/DVD y 48X CD, SATA, Roxio Creator Dell Edition,Digital Media (CDCOM) [Sumar \$22.771] <b>Recomendación Dell;</b> <b>Bocinas:</b> Bocinas Internas Dell (INTSPK); <b>Modem:</b> Modem Dell V.92 PCI Data/Fax, sin controlador, perfil alto (V92F); <b>Segunda Tarjeta de Red:</b> Tarjeta de Red PCIE 10/100/1000 Perfil Alto; <b>Tarjeta Decoder:</b> Adaptador de Puerto Serial PS2 perfil alto (SERIALF); <b>Unidad de Floppy:</b> 1.44MB 3.5 Inch Floppy Drive (FD); <b>Mouse:</b> Mouse Óptico USB Dell Premium de 2 botones (USBPREM); <b>Teclado:</b> Teclado USB Dell Multimedia, Color Negro, Español (USBMS); <b>Software Adicional:</b> McAfee SecurityCenter 2007 con VirusScan, Firewall, Spyware Removal, 24- meses Ing (MCF2YEV) / Esp (MCF2YSV); <b>Documentación:</b> El CD de Recursos contiene diganosticos y drivers para las Dell Optiplex (RCD); <b>Adicionales:</b> Sistema de Archivos NTFS para todos los sistemas operativos [NTFS]; <b>Opciones de Soporte Técnico Gold:</b> Soporte Técnico GOLD - 5 años (LGTS5YR); <b>Microsoft Office Software:</b> Microsoft® Office Edición Básica 2007 - Word, Excel + Outlook Ing (BAS07LE) / Esp (BAS07LS); <b>Garantía y CompleteCare:</b> 5 años de garantía en partes y mano de obra con servicio en sitio o a domicilio (C5OS); <b>Opciones de Instalación:</b> Instalación Básica a</p>	4

	Domicilio (2 a 5 computadores – precio unitario) (LABAS2)	
Computador Portátil Dell	<p><b>Latitude D830:</b>  <b>Sistema Base:</b> Procesador Intel® Core™ 2 Duo (1.80GHz) 2M L2 Cache, 800Mhz Dual Core (D83T71L); <b>Sistema Operativo:</b> Windows® XP Professional Original SP2, con media Ing (XPPRO2) / Esp (XPPRO2S); <b>Idioma del Sistema:</b> Idioma del sistema (Español); <b>Resolución de Pantalla:</b> Pantalla Amplia de 15.4" con resolución WUXGA LCD (15WUX); <b>Teclado:</b> Internal Keyboard in Spanish (SPN); Memoria: 1.0GB DDR2-667MHZ, 2 DIMM (1G2D6); <b>Conectividad Inalámbrica:</b> Tarjeta Inalámbrica Intel® 3945 (802.11a/g) (IPW3945); <b>Disco Duro:</b> 80GB SATA HD, 9.5MM, 7200RPM (80D72); <b>Tarjeta de Video:</b> Gráficos Intel® Media Accelerator X3100 (GMA); Opción: Standard Touchpad (TPAD); <b>Dispositivo Óptico:</b> 24X CD-RW/DVD w/ Cyberlink PowerDVD®#153; for Windows XP (24CMBXP); <b>2da Bahía Óptica:</b> D-Bay plus 24X CD-RW/DVD w/ Cyberlink PowerDVD™ (DBCMB0); <b>Unidad de Floppy:</b> Drive para Disco Floppy (FD); <b>Bluetooth:</b> Inalámbrico Dell® 360 (BT360) para Windows XP (BT360XP); <b>Garantía y CompleteCare:</b> 3 años de garantía más protección CompleteCare contra caídas y derrames de líquido (C3CC); <b>Adaptador de Corriente AC:</b> Dell Slim 65W Auto/Air/AC Adapter; <b>Adaptador de Corriente Adicional:</b> Adaptador de Corriente Adicional de 90W (90AC2); <b>Documentación:</b> CD de Documentación (RCD); <b>Batería Primaria:</b> Batería Primaria de 9 Celdas (9C); <b>Maletín:</b> Mochila Corporativa (PACK), <b>Software:</b> Microsoft® Office Edición Small Business 2007 - Basic + PowerPoint, Publisher Ing (SBE07LE) / Esp (SBE07LS); <b>Software Adicional:</b> McAfee SecurityCenter 2007 con VirusScan, Firewall, Spyware Removal, 24- meses Ing (MCF2YEV) / Esp (MCF2YSV); <b>Accesorios para su Notebook:</b> Teclado Negro USB Multimedia Dell en Español (USBMMKS); <b>Mouse:</b> Optico Negro Dell USB de 2 botones (DUSBK); <b>Soluciones de Replicación de Puertos:</b> Replicador de Puertos Avanzado, D/Port (DPORT);</p>	1

	<b>Opciones de Soporte Avanzado:</b> Soporte Técnico Gold - 5 años (LGTS5YR).	
Concentrador	Trend Net UHB 8 Conexiones	1
Conmutador o Switch	DLTT 12 puertos	1
Fax	Panasonic	1
Impresora	<b>Dell:</b> <b>Sistema Base:</b> Impresora Fotográfica Todo-en-Uno, 946 de Dell (946LA); <b>Cable:</b> USB para impresoras Dell - 10 pies negro (USBPRBP); <b>Cartucho Adicional de Tinta a Color:</b> Dell 946 Cartucho Color de Alta Capacidad (THYC946); <b>Cartucho Adicional de Tinta Negra:</b> Dell 946 Cartucho Negro de Alta Capacidad (THYB946); <b>Color de Cubierta:</b> Dell 946 Cartucho Fotográfico (TPHT946); <b>Garantía y CompleteCare:</b> Garantía de 3 Años - Servicio de Intercambio (LAE3YR)	3
Planta Eléctrica	Yamaha	1
Teléfonos	General Electric. Inalámbrico	2
UPS LTC	<b>APC Smart-UPS RT 5000VA:</b> <b>Tipo de dispositivo:</b> UPS – externa; <b>Tipo de compartimiento de batería:</b> Módulo de inserción; <b>Características Dimensionales:</b> Anchura: 43cm, Profundidad: 66 cm, Altura: 13 cm, Peso: 55 kg; <b>Dispositivo de Alimentación:</b> Tecnología UPS en línea, Voltaje de entrada: 220, 230, 240V, margen de entrada de voltaje CA: de 160 a 280, Frecuencia Requerida: 50/60 Hz, Conectores de entrada: conexión alámbrica, Voltaje de salida: CA 220/230/240 V ± 5% ( 50/60 Hz ), <b>Batería:</b> Tecnología: Ácido de plomo, Duración (hasta): 5.5 min con carga completa, Tiempo de recarga: 3 hora(s)	1
Navegador	Telefónica de Pereira	1

**Justificación de los proveedores.** Debido a la clase de proyecto que se realiza la materia prima es costosa, tecnología desarrollada y delicada. Los equipos requeridos en su mayoría son distribuidos por sus fabricantes los cuales tienen representantes directos e indirectos a través de cadenas comercializadoras en el área de cobertura del proyecto y el resto del país.

Después de hacer una descripción de los proveedores y una calificación de la calidad de los equipos y las diferentes marcas se procede a determinar la infraestructura propia del proyecto.

**Equipos y otros elementos para el funcionamiento del Portal de Negocios.** Para el funcionamiento del centro de operaciones donde se prestara el servicio tecnológico se hace necesario tener los elementos mencionados en la tabla 10.

**Tabla 10.** Descripción del equipo seleccionado

<b>Maquina</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Servidor Computador Dell	<b>PowerEdge 1430SC Basico.</b> Ver Tabla 9 Descripciones de Equipo para Funcionamiento.	2
Computador Dell	<b>Optiplex 740 Minitower Recommended:</b> Ver Tabla 9. Descripciones de Equipo para Funcionamiento.	4
Computador Portátil Dell	<b>Latitude D830:</b> Ver Tabla 9. Descripciones de Equipo para Funcionamiento.	1
Impresora	Dell	3
Cámara Digital	Panasonic. PLU 614920. Camara fotografica 6,0 megapixeles. Memoria Interna de 14 MB, mega O.I.S.	2
Fax	Panasonic	1
Teléfonos	General Electric. Inalámbrico	4
UPS LTC	<b>APC Smart-UPS RT 5000VA:</b> Ver Tabla 9. Descripciones de Equipo para Funcionamiento.	1
Conmutador o Switch	DLTT 12 puertos	1
Grapadora	Trabajo pesado 100 hojas	1
Grapadora	Trabajo 40 hojas	2
Perforadora	2 Huecos	2
Bisturí	K009B	3
USB	MP3 de1 GIGA	7
Papelería	Otros utensilios	ND

**Tecnologías de software y programas.** Para que el sistema operativo del proyecto tenga una tecnología y unos programas adecuados que garanticen su buen funcionamiento, cuenta con:

- Servidor: Con Sistema Operativo (Linux o Unix), Red Hat, Apache Server, Antivirus (Avast – VGA), Firewall – Zona Alarm.
- Programas: Photoshop, Flash, Dreamweaver, Corel, Ilustrador

Para ver más información y descripción de los equipos estas se encuentran en la tabla 9.

**Muebles y enseres propios del proyecto.** El equipo de oficina para que el servicio prestado a los usuarios y el personal trabaje se requiere de los elementos descritos en la tabla 11.

**Tabla 11.** Descripción de muebles y enseres

Programa	Descripción	Cantidad
Escritorio	Ardeca modulo EF	7
Archivadores	INNAL 3 cajones	3
Sillas	ejecutiva con brazo móvil	7
Sillas	sala de espera	8

#### **10.4 CARACTERÍSTICAS Y COMPONENTES DEL SERVICIO**

Aquí se identificara y describirán las formas y condiciones con las cuales se prestará el servicio a los clientes.

**Identificación del Servicio.** Este proyecto tiene como fin ofrecer un servicio tecnológico, no tangible, que se encuentre relacionado con las telecomunicaciones, administración empresarial, mercadeo y publicidad para los sectores productivos, relacionando los productos y servicios tipo exportación identificados como estratégicos en la Agenda Interna de Risaralda.

**Descripción del Servicio.** El “Portal de Negocios para exportadores del Departamento de Risaralda” es un servicio que se quiere desarrollar y brindar con todas las especificaciones y características para vincularse al mundo de la Internet, teniendo en cuenta la calidad de la información, la rapidez, eficiencia y la importancia que tienen los clientes, siendo estos, los del sector exportador quienes recibirán beneficios, en cuanto a la promoción de productos y servicios.

**Características del Servicio.** El servicio que se ofrece a las empresas exportadoras de Risaralda, se identifica como un Portal de negocios en Internet

que muestre y a su vez promocióne los productos y servicios exportables de la región. Este portal de negocios se encontrara en los principales motores de búsqueda mundiales, en el se pretende ubicar a los exportadores de la región con sus productos y servicios, cada empresa tendrá como particularidad especial su propia pagina Web a la que accederá desde su centro de operación para así modificar, agregar o eliminar datos, quedando actualizada en todo el sistema. Además el portal ofrecerá al público y clientes que consulten los diferentes sitios Web encontrados en este, libertad y facilidad de elegir la empresa o empresas que mas le satisfaga sus necesidades y expectativas.

**Facilidad de acceso al servicio.** Una empresa exportadora o cliente que busque ingresar a este servicio deberá en principio tener su propio sitio Web, de no ser así el cliente tendrá la opción de crear uno con ayuda de personal autorizado por los diseñadores del Portal. El situar una empresa de servicios o empresa de productos dentro del portal no tendrá costo alguno durante la vigencia del proyecto ya que este es de carácter social y se pretende este apoyado por entidades gubernamentales y privadas.

**Prestación del servicio.** El servicio prestado al ser intangible, no presenta deterioro, pero si des actualización en equipos y programas, bajo los cuales se hace uso de información; el mantenimiento y actualizaciones oportunas de aplicaciones garantiza el correcto funcionamiento del portal para los usuarios. La actualización de los sitios Web depende del mantenimiento y la actualización de los equipos e información de cada uno de los empresarios inscritos en el Portal.

**Ventajas competitivas del servicio.** El sistema de información cuenta con ventajas competitiva tales como:

- Es tecnología colombiana hecha en el eje cafetero por personas de la región.
- Es una plataforma bilingüe (español/ingles), permitiendo que las empresas con sitio Web aparezcan en otros idiomas, sin ser necesario que por otro idioma se deba hacer y pagar por un portal o sitio Web nuevo.
- Actualización permanente y gratuita de los avances y desarrollos hechos a la tecnología.
- El sistema de información a través de la Internet tiene mayor cobertura geográfica que ayuda a promocionar y vender en otras plazas.
- Publicidad permanente.
- La inscripción al sistema de información es gratuito para exportadores y apoyado por entes gubernamentales y privados de Risaralda.

## Ventajas comparativas del servicio.

**Tabla 12.** Ventajas comparativas que ofrece el servicio de información para exportadores

<b>Servicio por otros Portales</b>	<b>Servicio ofrecido por el Portal a exportadores de Risaralda</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Inscripción de Empresas de todo tipo y diferentes actividades comerciales.</li><li>• Servicio ofrecido a varias empresas del país.</li><li>• Promoción y publicidad de todo lo que posee Colombia, con un espacio reducido para algunos departamentos (turismo, gente, productos)</li><li>• Servicio comercial con ánimo de lucro.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inscripción únicamente de empresas exportadoras.</li><li>• Servicio único para empresas de Risaralda.</li><li>• Promoción y publicidad de los productos y servicios exportables, exclusivos de Risaralda.</li><li>• Servicio comercial sin ánimo de lucro.</li></ul>

**Materias primas que conforman el servicio.** Los insumos o materia prima que conforman el sistema de información son lenguajes de programación (php, JavaScript), servidor Web, editor Web y base de datos (MySQL). Conexión en Internet y equipos de cómputo tales como computadores, procesadores, estabilizadores de energía.

**Productos complementarios.** Los productos complementarios que hacen posible al usuario utilizar el sistema de informaciones son: Un computador con módem o tarjeta de red, conexión a Internet a través de línea telefónica o banda ancha y un navegador de Internet (Explorer, Netscape, Mozilla, y Firefox).

**Especificaciones del Servicio a Ofrecer.** Las especificaciones del servicio se encuentran sujetas a las reglas de normalización internacional, para que se proyecte con facilidad hacia otros lugares, con calidad, y asequible a diferentes tipos de consumidores, lo que garantiza una excelente compatibilidad para la comunicación entre usuarios y programas.

El sistema de información se soportará en el avance actual de las telecomunicaciones y los desarrollos de la comunidad mundial del software libre.

Los empresarios exportadores que se afilien al sistema de información recibirán un espacio en el portal de negocios, como se ha mencionado, aquellos que no posean páginas Web deberán crear una preferiblemente en dos idiomas inglés y español.

### **Requerimientos funcionales mínimos del servicio “Portal de negocios para exportadores”**

- **Funcionalidad esperada del portal:** Entre las principales funcionalidades se definen las siguientes: Sistema de administración de contenidos: este permite registrar datos de la sección de información general; misión, visión, objetivo, grupos (clases de grupos, como me inscribo al grupo, como se crea un grupo, empresas y empresarios vinculados), información imprescindible, preguntas frecuentes, boletín electrónico, enlace en nuestro sitio, y demás información que en el futuro se pueda adicionar, este módulo permitirá publicar contenidos de interés general en la red o para un grupo en específico.

Nota 1: El portal es totalmente dinámico y debe permitir la creación y administración de un número no limitado de categorías y subcategorías.

Nota 2: Contiene fotografías y documentos de interés general.

**Módulos contenidos en el Portal para exportadores:** Noticias, artículos, enlaces para cada empresa afiliada, ranking de usuarios, Directorio, estadísticas, boletín electrónico, módulo de preguntas y respuestas frecuentes

- **Ubicador de usuarios mapa interactivo:** Presenta los datos de los usuarios con su ubicación.
- **Buscador:** Incluye un motor de búsqueda que permite acceder a información pública y a la información del grupo específico.
- **Funcionalidad registrada en la zona de usuario:** Esta interfase permite la consulta y modificación de información suministrada por el usuario, revisión y envío de mensajes y otros.
- **Roles de usuario:** Los roles definidos son usuario, visitante, usuario registrado, usuario de institución vinculada.
- **Ayuda:** Contiene un módulo de ayuda en línea que le permite al usuario una consulta ágil sobre el manejo del portal y sus funcionalidades.

- **Modularidad del portal:** Modular y escalable de tal forma que al hacer actualizaciones no impacten radicalmente o generen reprogramación o migración de datos.

Después de hacer todas las especificaciones del servicio a ofrecer, se tienen en cuenta otros factores como: Talento humano y la estructura organizacional, propia para el funcionamiento del servicio tecnológico.

**Estudio de la Mano de obra del proyecto:** Se toma en cuenta el recurso humano como un elemento esencial en el desarrollo del proyecto, ya que de este depende en gran medida la excelente prestación del servicio.

**Personal necesario para la operación:** El personal operativo encargado debe poseer el conocimiento adecuado para desarrollar el sistema de información.

**Tabla 13.** Necesidad de personal operativo.

Cargo	Profesión	Actividad	Cantidad
Director del proyecto	Ingeniero en sistemas	Coordinar, dirección de proyecto de Portal de Internet y sistema basado en Web	1
Programador de aplicación Web	Ingeniero o técnico en sistemas	Desarrollo de ampliación bajo tecnologías Web	2
Diseñador Web	Diseñador Grafico	Diseño de Portal de Internet	1
Asistente de Diseño	Diseñador grafico o Ingeniero de Sistemas	Colaborar en el diseño y desarrollo del Portal	1

El personal antes mencionado es quien se encargara de la parte de diseño, desarrollo y puesta en marcha del sistema durante un año mientras el proyecto toma posición y aceptación en el medio, luego los mismos se encargaran de preparar, instruir y capacitar a otras personas para que se encarguen del manejo y posteriores decisiones.

**Personal necesario para la administración:** Una vez diseñado y creado el sistema de información es necesario tener a disposición personal capacitado, quien se encuentre a cargo del desarrollo y continuidad del proyecto.

**Tabla 14.** Necesidad de personal administrativo.

<b>Cargo</b>	<b>Profesión</b>	<b>Actividad</b>
Coordinador	Ingeniero Industrial	Comercialización del servicio y Coordinación de la parte administrativa
Secretaria	Bachiller o técnico en secretariado	Colaboración a Director y subdirector

### **10.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

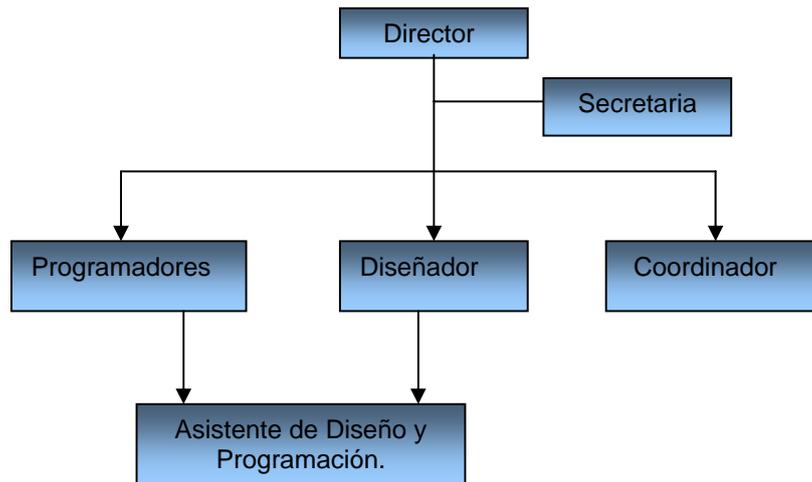
- **Creación, diseño y puesta en marcha del sistema de información virtual**

Es una sociedad de economía mixta liderada por La Gobernación de Risaralda y apoyado por agentes privados, a quienes se les propone un proyecto el cual desea aumentar el reconocimiento de las empresas exportadoras del Departamento y propuesto con el compromiso de impulsar y hacer promoción a pequeños, medianos y grandes empresarios con misión exportadora. El proyecto se constituirá como una entidad sin ánimo de lucro y trabajará con base a los planes de desarrollo.

- ❖ **MISIÓN.** Ser un sistema de información apoyado en herramientas tecnológicas, que brinde un servicio especializado con calidad, eficiencia, rapidez y seguridad, el cual contribuya al reconocimiento de las empresas exportadoras en la promoción y publicidad de los productos y servicios del Departamento de Risaralda.
- ❖ **VISIÓN:** Ser en el 2012 una sistema de información regional reconocido en la red nacional e internacional por la promoción de productos y servicios exportables de Risaralda. Comprometidos con la prestación de servicios de alta calidad en el mercado.

❖ **ORGANIGRAMA:**

**Figura 3.** Organigrama del Proyecto



### 10.6 ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN

Todo proyecto nuevo que tenga productos o servicios para ofrecer al mercado, esta sujeto a determinar si el consumidor requiere este servicio como necesidad ya sea un empresario o un grupo de ellos.

El proyecto conoce su utilidad con base a las respuestas obtenidas del estudio cuantitativo referente, pero esta no es garantía que los usuarios y consumidores busquen el servicio. Por esta razón el proyecto tiene una estrategia para que el servicio sea conocido y adquirido por los empresarios exportadores.

#### Alternativas de penetración al mercado objetivo

- Vinculación al sistema de información gratuito.
- Durante la vida útil del proyecto las empresas vinculadas tendrán el servicio gratuito.
- Alianzas con agremiaciones sectoriales como: DIAN, Gobernación de Risaralda, Proexport, Cámaras de Comercio de Pereira y Dosquebradas.
- Envío de publicad a empresarios exportadores haciendo énfasis de la prestación del servicio.
- Material publicitario pertinente.

**Costo estimado de Lanzamiento, publicidad y promoción previa del servicio del servicio a ofrecer**

Afiches y material publicitario para las diferentes entidades:	\$ 2.500.000
Envío de material publicitario a empresarios:	\$ 3.000.000
Presentación y lanzamiento oficial del servicio a Entidades Gubernamentales, privadas y empresarios exportadores:	\$ 14.500.000
Costo total estimado de promoción, lanzamiento y publicidad Para el primer año de funcionamiento:	\$ 20.000.000

## 11. ESTUDIO DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Luego de conocer los aspectos de mercadeo, técnicos, administrativos y legales con los que cuenta el servicio, se debe cuantificar los recursos económicos con los cuales se pone en marcha el proyecto. Para ello se tiene en cuenta los periodos de ejecución del mismo:

- **Preoperativo:** En esta fase se realizan los estudios y las acciones previas tales como: la constitución legal, las adecuaciones locativas, compra de activos fijos, el montaje de los equipos, el recurso humano adecuado todo esto para fortalecer el funcionamiento del proyecto (sistema de información) y brindar en condiciones óptimas el servicio.  
Se toma como fase preoperativa el tiempo que dure la creación y diseño del sistema de información para empresarios exportadores.
- **Operativo o de funcionamiento:** Fase del proyecto donde se pone en marcha y se da inicio la prestación del servicio a los usuarios.

### 11.1 ESTUDIO DE INVERSIÓN

El proyecto requiere de diversas inversiones para llevarse a cabo, las cuales se encuentran clasificadas en inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

**11.1.1 Inversiones Fijas.** Estas inversiones comprenden la adecuación de infraestructura, adquisición de equipos y accesorios de oficina, durante el periodo preoperativo a la etapa de ejecución del proyecto.

**Tabla 15.** Inversiones fijas

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Obras Físicas</b>			
Adecuación de Oficina			1.500.000
<b>Total Obras Físicas</b>			<b>1.500.000</b>
<b>Maquinaria, Equipos y Herramientas</b>			
Computador Servidor Dell PowerEdge 1430SC Básico	2	11.450.000	22.900.000
Comutador Dell Optiplex 740 Minitower Recommended	4	4.650.000	18.600.000
Portátil Dell Latitude D830	1	6.600.000	6.600.000
Impresora Dell	3	610.000	1.830.000
Cámara Digital Fotográfica Panasonic	2	800.000	1.600.000
Fax Panasonic	1	450.000	450.000
Teléfonos	4	145.000	580.000
UPS 5000 VA	1	9.800.000	9.800.000
USB MP3 de 1 GIGA	7	200.000	1.400.000
<b>Total Maquinaria Equipos Y Herramientas</b>			<b>63.760.000</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			
Grapadora trabajo pesado 100 hojas	1	50.000	50.000
Grapadora 40 hojas	5	25.000	125.000
Perforadora 2 huecos	5	25.000	125.000
Escritorio Ardeca Modulo EF	7	280.000	1.960.000
Archivador INNAL 3 cajones	3	180.000	540.000
Sillas con brazos móvil	7	100.000	700.000
Sillas de espera	8	60.000	480.000
Cafetera 12 tasas Oster	1	60.000	60.000
Vaso juego 8 vaso	1	40.000	40.000
Vajilla	1	80.000	80.000
Otros enseres	1	200.000	200.000
<b>Total Muebles y Enseres</b>			<b>4.360.000</b>
<b>Total Inversiones Fijas</b>			<b>69.620.000</b>

\*Fuente: Cotización empresas nacionales. Cámara de Comercio, Pereira, Almacén Éxito, Carrefour, Makro, Dell Colombia. Dosquebradas. Risaralda.

**11.1.2 Inversiones Diferidas.** Este tipo de inversiones se asocian a gastos hechos por anticipado (antes de la fase operativa del proyecto) como por ejemplo estudios previos, montaje, publicidad previa, imprevistos, entre otros. En la tabla 16 se muestran las inversiones diferidas del proyecto.

**Tabla 16.** Inversiones diferidas

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
<b>Estudios Previos</b>			
Estudio de Viabilidad del Proyecto	1	20.000.000	20.000.000
<b>Total Estudios Previos</b>			<b>20.000.000</b>
<b>Instalaciones</b>			
Instalaciones de Alarma	1	350.000	350.000
Instalación de Internet	1	300.000	300.000
<b>Total Instalaciones</b>			<b>650.000</b>
<b>Otras Inversiones Diferidas</b>			
Lanzamiento, publicidad y promoción previa del Portal	1	20.000.000	20.000.000
<b>Total Otras Inversiones Diferidas</b>			<b>20.000.000</b>
<b>Total Inversiones</b>			<b>40.650.000</b>
Imprevistos (7% Anteriores Inversiones)			2.845.500
<b>Total inversiones diferidas</b>			<b>43.495.500</b>

\*Los datos que se encuentran en la tabla anterior corresponden a valores mensuales

Fuente: Cotizaciones proveedores

## 11.2 CAPITAL DE TRABAJO

Este tiene como objetivo garantizar el funcionamiento del servicio.

Para desarrollar el servicio el capital de trabajo estimado para el primer mes de operación del servicio se muestra en la tabla 17.

**Tabla 17.** Capital de trabajo

Concepto	Valor Total
Mano de Obra Directa	11.145.023
Personal Administrativo	7.867.075
Servicios Públicos	300.000
Arriendo	900.000
Mensualidad Alarma	350.000
Mensualidad Internet	300.000
<b>Total Efectivo</b>	<b>20.862.098</b>
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>20.862.098</b>

La sumatoria de las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo corresponde a las inversiones totales del proyecto, durante el periodo de un mes, como se muestra en la tabla 18.

**Tabla 18.** Inversiones totales del proyecto

<b>Inversión Total del Proyecto</b>	
Inversiones Fijas	69.620.000
Inversiones Diferidas	44.715.000
Capital de trabajo	20.862.098
<b>Inversiones Totales del Proyecto</b>	<b>135.197.098</b>

### 11.3 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

Los recursos financieros para implementar este proyecto, con todas las especificaciones y acciones necesarias, que den cumplimiento a los requerimientos, se encuentran sujetos a las decisiones tomadas por El Departamento Nacional de Planeación, quien a través del Banco de proyectos determinara que entidades deberán hacer los aportes necesarios para la ejecución de este; sin embargo se puede tener en cuenta una financiación potencial por parte de entidades tales como:

Gobernación de Risaralda:	20%.
Departamento Nacional de Planeación:	50%
Sector Privado y Cámara de Comercio:	13%
Alcaldía Municipal de Pereira:	5%
Alcaldía Municipal de Dosquebradas	2%
Total aportes de Capital	100%

Las entidades mencionadas anteriormente serán quienes den cumplimiento y ejecución al proyecto planteado y vigilarán las acciones realizadas durante su vida útil.

### 11.4 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Para implementar el proyecto, las inversiones que se deberán realizar deben estar sujetas a las actividades propuestas a través de este y deberán ejecutarse por la respectiva entidad en el transcurso del año 2007.

## 12. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

El cumplimiento de lo planteado no genera beneficios directos para el proyecto en sí, por que el servicio ofrecido no representa costo para los usuarios beneficiados, en este caso el directo favorecido es el exportador, quien ofrece el producto o servicio a la comunidad nacional o internacional y adquiere un servicio de promoción gratuito en Internet, lo cual puede ayudar a mejorar las ofertas de negocio, y por ende generar mayores ventas.

Para el Departamento de Risaralda la implementación de este proyecto, le genera mayor reconocimiento al sector exportador a mediano y largo plazo, tanto en el mercado nacional como internacional, permitiendo así que junto con otras variables de tipo económico, tales como nuevas negociaciones para la apertura de nuevos mercados por el gobierno nacional y regional, permitirán aumentar el porcentaje de exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales generados en el departamento de Risaralda.

### 12.1 ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Como el proyecto es formulado bajo carácter social, el servicio prestado a la comunidad exportadora de Risaralda no estará a la venta, ni generara ingresos directos para el mismo. El proyecto esta concebido como soporte para la Agenda Interna de competitividad y productividad para Risaralda, en el aspecto de productos y servicios tipo exportación, para lo cual se pueden cuantificar los beneficios en razón a los ingresos percibidos por exportaciones realizadas, evaluando de esta forma el impacto para lo que el proyecto ha sido diseñado.

**12.1.1 Ingresos Indirectos Generados Por El Proyecto En El Sector Exportador Por Concepto De Aumento En Exportaciones Realizadas.** Las cifras están dadas en millones de dólares (US\$ FOB), los datos suministrados para realizar proyecciones de exportaciones fueron suministrados por la Corporación Centro de Investigaciones Socioeconómicas de Risaralda -CIR- y Dane. En los datos mencionados a continuación únicamente se incluyen los valores dados por exportaciones diferentes a café. Se espera que el comportamiento de incremento en exportaciones se de linealmente, sin embargo se debe tener en cuenta aspectos de tipo político y económico que afectan la economía del país y por ende al Departamento de Risaralda, los cuales pueden provocar cambios en las exportaciones, que se realicen desde los diferentes sectores productivos.

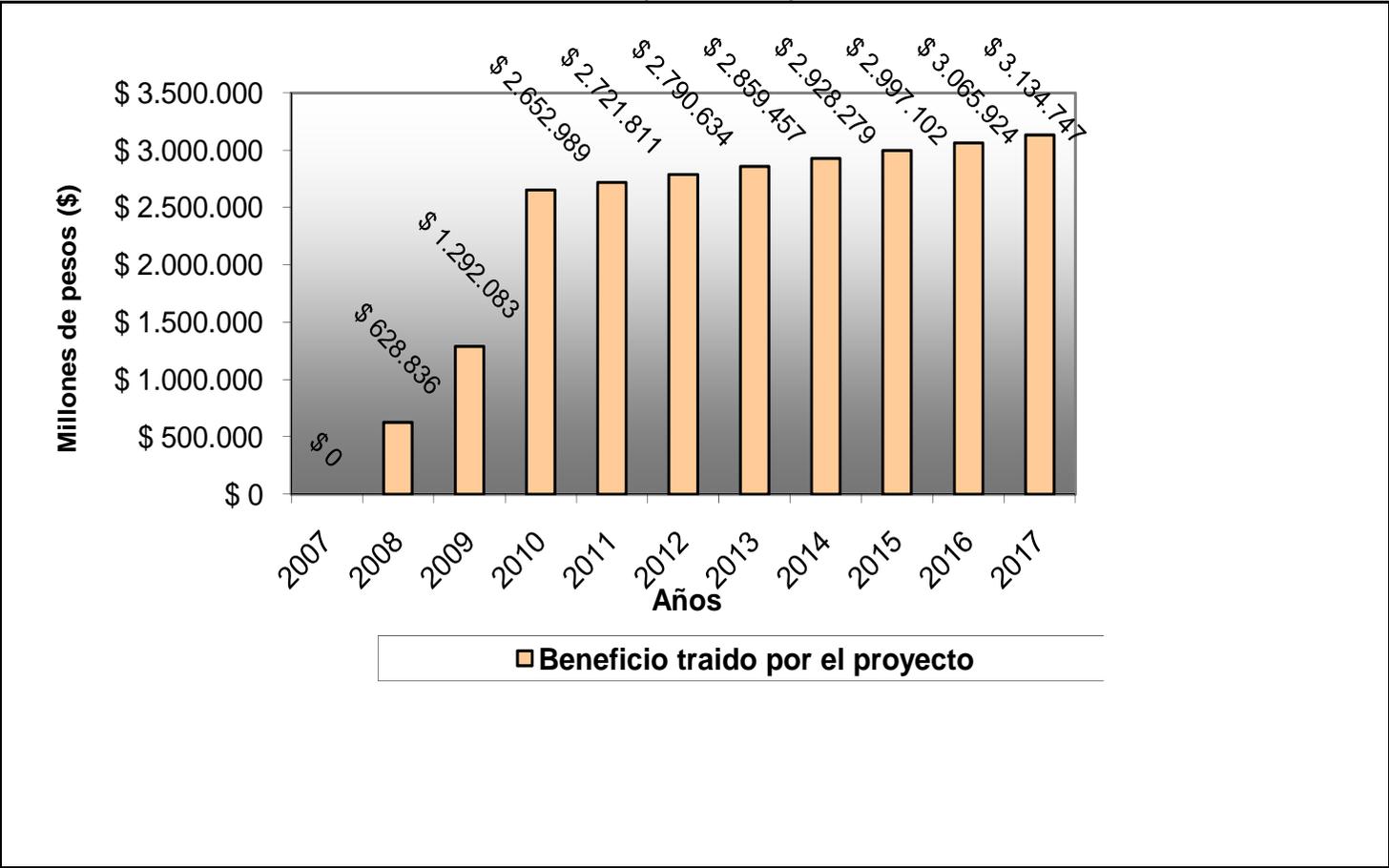
**Tabla 19.** Calculo de beneficios por implementación de proyecto

<b>Años Posteriores</b>	<b>Exportaciones realizadas sin implementar proyecto</b>	<b>Incremento %</b>	<b>Exportaciones realizadas implementando proyecto</b>	<b>Beneficio traído por el proyecto</b>	<b>beneficio en millones de pesos</b>
2007	\$ 122.326.037	0,0%	\$ 122.326.037	\$ 0	\$ 0
2008	\$ 125.767.168	0,5%	\$ 126.396.004	\$ 628.836	\$ 1.289.113.472
2009	\$ 129.208.300	1,0%	\$ 130.500.383	\$ 1.292.083	\$ 2.648.770.150
2010	\$ 132.649.432	2,0%	\$ 135.302.421	\$ 2.652.989	\$ 5.438.626.712
2011	\$ 136.090.564	2,0%	\$ 138.812.375	\$ 2.721.811	\$ 5.579.713.124
2012	\$ 139.531.696	2,0%	\$ 142.322.330	\$ 2.790.634	\$ 5.720.799.536
2013	\$ 142.972.828	2,0%	\$ 145.832.285	\$ 2.859.457	\$ 5.861.885.948
2014	\$ 146.413.960	2,0%	\$ 149.342.239	\$ 2.928.279	\$ 6.002.972.360
2015	\$ 149.855.092	2,0%	\$ 152.852.194	\$ 2.997.102	\$ 6.144.058.772
2016	\$ 153.296.224	2,0%	\$ 156.362.148	\$ 3.065.924	\$ 6.285.145.184
2017	\$ 156.737.356	2,0%	\$ 159.872.103	\$ 3.134.747	\$ 6.426.231.596

\*Los datos presentados anteriormente son cálculos realizados por las investigadoras del proyecto, se encuentran en millones de dólares US \$ FOB, la tasa de cambio utilizada fue de 2050, utilizando un factor de riesgo de \$100, esta cifra corresponde al 10 de 2007. (Tasa de compra: 2150)

Fuente: Datos proporcionados por CIR. Proyecciones realizadas por las proponentes del proyecto

**Grafico 19.** Beneficio en millones de dólares después de implementado el servicio



\*Cálculos realizados por las investigadoras del proyecto

El implementar el proyecto puede traer para Risaralda beneficios con respecto a las exportaciones y por ende como consecuencia cambiarían otros factores tales como: el nivel de inversiones extranjeras, disminución en la tasa de desempleo entre otros; por lo tanto el implementar el proyecto, no quiere decir que automáticamente los factores antes mencionados aumentarían o disminuirían dependiendo del caso, ya que estos obedecen a otros factores políticos - económicos regionales y nacionales.

## 12.2 COSTOS DE OPERACIÓN

Se consideran costos de operación para la implementación del proyecto durante un periodo de 5 años o más periodo propuesto para la realización del mismo.

En este aspecto se debe tener en cuenta los costos generados por desarrollo del portal por personal capacitado y los costos generados por la operación y mantenimiento luego del desarrollo del Portal.

**12.2.1 Costo De Operación Etapa De Desarrollo De Portal.** De acuerdo a averiguaciones realizadas el valor de desarrollo del Portal varía dependiendo el Hosting donde se encontrara la plataforma de información, por tal motivo la elección recomendada utilizar el servicio prestado por la Universidad Tecnológica de Pereira, ya que aquí se encuentra el personal y equipo calificado con experiencia para el desarrollo de portales y sobre todo, donde el centro de operaciones del servicio de Hospedaje en la Web. Sin embargo existen otras entidades quienes por menor costo de operación realizarían este servicio.

En la tabla 20 se muestra el costo de desarrollo de Portal en las diferentes etapas.

**Tabla 20.** Costos diseño, creación e implementación del Portal para exportadores

Descripción	Crear Media	Universidad Tecnológica de Pereira
Diseño de imagen Corporativa	6.000.000	12.000.000
Registro de marca	6.000.000	14.000.000
Diseño y desarrollo de Portal Web	26.000.000	152.000.000
Hospedaje de Portal Web	6.000.000	40.000.000
Posicionamiento en Web	4.000.000	14.000.000
Acompañamiento y Cierre	8.200.000	9.000.000
<b>Total</b>	<b>56.200.000</b>	<b>241.000.000</b>

### 12.2.2 Costos De Operación para el funcionamiento Del Portal de Negocios.

Para iniciar con el periodo operativo del servicio, se deben calcular los costos operacionales y tener en cuenta la mano de obra, costos organizacionales, costos de materia prima y otros materiales involucrados en el proceso.

**Recurso Humano:** Para cuantificar el costo total del recurso humano se debe tener en cuenta el costo de mano de obra directa y el costo de personal administrativo.

**Mano de obra directa:**

**Tabla 21.** Mano de obra directa

Cargo	Profesión	# SMMLV	Factor Prestacional	Salario básico	Salario Real
Programador (2)	Ingeniero en sistemas	4,5	51,16%	1.951.650	5.900306
Diseñador	Ingeniero de Sistemas o Diseñador Gráfico	4,5	51,16%	1.951.650	2.950.153
Asistente	Ingeniero o técnico en sistemas	3,5	51,16%	1.517.950	2.294.564
<b>Total Mano de obra directa</b>					<b>11.145.023</b>

\*Cálculos realizados por las investigadoras del proyecto

**Personal administrativo:** Estos costos se calculan teniendo en cuenta el personal definido en el capítulo 10.

**Tabla 22.** Costo personal administrativo

<b>Cargo</b>	<b>Profesión</b>	<b># SMMLV</b>	<b>Factor Prestacional</b>	<b>Salario Básico</b>	<b>Salario Real</b>
Director	Ingeniero de Sistemas	5	51,16%	2.168.500	3.277.948
Coordinador	Ingeniero Industrial	4,5	51,16%	1.951.650	2.950.153
Secretaria	Bachiller o técnico en secretariado	2,5	60,35%	1.084.250	1.638.974
<b>Total Costo personal administrativo</b>					<b>7.867.075</b>

\*Cálculos realizados por las investigadoras del proyecto

En los costos deben contemplarse además de los salarios, lo que corresponde a prestaciones sociales que incluye: cesantías, primas, vacaciones y todas las que por ley concierna.

**Tabla 23.** Liquidación aportes parafiscales y prestaciones sociales

FACTORES		Numero de Salarios Mínimos Mensuales Vigentes								
		1	1,5	2	2,5	3	3,5	4	4,5	5
<b>Salario Base</b>	433.700	433.700	650.550	867.400	1.084.250	1.301.100	1.517.950	1.734.800	1.951.650	2.168.500
<b>Auxilio de transporte</b>	50.800	50.800	50.800	50.800						
<b>Provisión prima</b>	8,33%	40.359	58.422	76.486	90.318	108.382	126.445	144.509	162.572	180.636
<b>Provisión Cesantía</b>	8,33%	40.359	58.422	76.486	90.318	108.382	126.445	144.509	162.572	180.636
<b>Intereses de cesantía</b>	1,00%	4.845	7.014	9.182	10.843	13.011	15.180	17.348	19.517	21.685
<b>Vacaciones</b>	4,17%	18.085	27.128	36.171	45.213	54.256	63.299	72.341	81.384	90.426
<b>Salud</b>	8%	34.696	52.044	69.392	86.740	104.088	121.436	138.784	156.132	173.480
<b>Pensión</b>	11,81%	51.220	76.830	102.440	128.050	153.660	179.270	204.880	230.490	256.100
<b>ARP</b>	0,522%	2.264	3.396	4.528	5.660	6.792	7.924	9.056	10.188	11.320
<b>Parafiscales</b>	9%	39.033	58.550	78.066	97.583	117.099	136.616	156.132	175.649	195.165
<b>Salario Real</b>		<b>715.361</b>	<b>1.043.156</b>	<b>1.370.950</b>	<b>1.638.974</b>	<b>1.966.769</b>	<b>2.294.564</b>	<b>2.622.358</b>	<b>2.950.153</b>	<b>3.277.948</b>
<b>Factor Prestacional %</b>		<b>1,649437</b>	<b>1,6034981</b>	<b>1,580528554</b>	<b>1,51162</b>	<b>1,51162</b>	<b>1,51162</b>	<b>1,51162</b>	<b>1,51162</b>	<b>1,51162</b>

\*Cálculos realizados por las investigadoras del proyecto

**Servicios y Arrendamiento:** En esta parte se encuentra descrito todo lo relacionado con el consumo de servicios públicos (agua, aseo y energía), teléfono y arrendamiento.

**Tabla 24.** Costo servicios y arrendamiento

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
*Servicios Públicos	300.000	3600000
Arriendo	900.000	10800000
<b>Total Servicios</b>	<b>1.200.000</b>	<b>14400000</b>
*Energía, agua y Teléfono		

\*Cálculos realizados por las investigadoras del proyecto

**Depreciación:** Se estableció mediante el método de línea recta y será igual para todos los años. En la tabla N° 25 se muestra la depreciación para cada activo fijo que posee el servicio.

**Tabla 25.** Amortización de activos fijos

Vida Útil del proyecto	0	1	2	3	4	5
Depreciación						
Maquinaria y Equipos	63.760.000	12.752.000	12.752.000	12.752.000	12.752.000	12.752.000
Muebles y Enseres	4.360.000	872.000	872.000	872.000	872.000	872.000
<b>Total Depreciación</b>	<b>68.120.000</b>	<b>13.624.000</b>	<b>13.624.000</b>	<b>13.624.000</b>	<b>13.624.000</b>	<b>13.624.000</b>

\*Cálculos realizados por las investigadoras del proyecto

**Imprevistos:** Se incluye esta partida adicional con la intención de poder cubrir cualquier situación que pueda presentarse. El valor es el 20% de los costos totales. En la tabla N° 26, se puede observar de manera resumida el total de los costos de operación en la etapa preoperativa.

**Tabla 26.** Total costos operacionales

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Recurso Humano + Prestaciones	19.012.098	228.145.179
Mantenimiento	1.200.000	14.400.000
Servicios y Arriendo	1.200.000	14.400.000
Servicios de Alarma	350.000	4.200.000
Servicio de Internet	300.000	3600000
Depreciación	1135333	13624000
<b>Total Costos Parciales</b>	<b>23.197.432</b>	<b>278.369.179</b>
Diseño y desarrollo de Portal	20.083.333	241.000.000
<b>Total Costos</b>	<b>43.280.765</b>	<b>519.369.179</b>
Imprevistos 20%	8656153	103873836
<b>Total Costos operacionales</b>	<b>51.936.918</b>	<b>623.243.014</b>

\*Valores en pesos constantes del año 2007,  
Cálculos realizados por los autores del proyecto

**Costos operacionales etapa operativa:** Los costos mencionados en la tabla 27 son los correspondientes a la etapa operativa después que el servicio inicie.

**Tabla 27.** Costo operación y mantenimiento del servicio proyectado

Concepto	1Año	2Año	3Año	4Año	5Año	6Año	7Año	8Año	9Año	10 Año
Recurso Humano + Prestaciones	228.145.179	238.411.712	249.140.239	260.351.550	272.067.369	284.310.401	297.104.369	324.445.398	339.045.441	354.302.486
Mantenimiento	14.400.000	15.048.000	15.725.160	16.432.792	17.172.268	17.945.020	18.752.546	20.478.249	21.399.770	22.362.760
Servicios y Arriendo	14.400.000	15.048.000	15.725.160	16.432.792	17.172.268	17.945.020	18.752.546	20.478.249	21.399.770	22.362.760
Servicios de Alarma	4.200.000	4.389.000	4.586.505	4.792.898	5.008.578	5.233.964	5.469.493	5.972.823	6.241.600	6.522.472
Servicio de Internet	3.600.000	3.762.000	3.931.290	4.108.198	4.293.067	4.486.255	4.688.136	5.119.562	5.349.943	5.590.690
Depreciación	13.624.000	14.237.080	14.877.749	15.547.247	16.246.873					
<b>Total Costos Parciales</b>	<b>278.369.179</b>	<b>290.895.792</b>	<b>303.986.102</b>	<b>317.665.477</b>	<b>331.960.423</b>	<b>329.920.660</b>	<b>344.767.089</b>	<b>376.494.281</b>	<b>393.436.524</b>	<b>411.141.167</b>
Hospedaje o Alojamiento Portal	40.970.000,0	42.813.650,0	44.740.264,3	46.753.576,1	48.857.487,1	51.056.074,0	53.353.597,3	58.263.462,1	60.885.317,9	63.625.157,2
Dominio	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.001	200.002	200.004	200.005	200.006
<b>Total Costos</b>	<b>319.539.179</b>	<b>333.909.442</b>	<b>348.926.367</b>	<b>364.619.053</b>	<b>381.017.911</b>	<b>381.176.735</b>	<b>398.320.689</b>	<b>434.957.747</b>	<b>454.521.846</b>	<b>474.966.330</b>
Imprevistos 20%	63.907.836	66.781.888	69.785.273	72.923.811	76.203.582	76.235.347	79.664.138	86.991.549	90.904.369	94.993.266
<b>Total Costos operacionales</b>	<b>383.447.014</b>	<b>400.691.330</b>	<b>418.711.640</b>	<b>437.542.864</b>	<b>457.221.493</b>	<b>457.412.082</b>	<b>477.984.827</b>	<b>521.949.296</b>	<b>545.426.216</b>	<b>569.959.596</b>

\*Valores en pesos constantes del año 2007

Calculados estimados por los autores del proyecto

El Hospedaje es el 17% de Diseño y desarrollo del Portal y Dominio es la cuota anual establecida por Universidad de los Andes para prestar servicio de nombre otorgado al Portal.

### 12.3 INGRESOS Y COSTOS

La descripción de los ingresos y los costos permiten visualizar los beneficios y la viabilidad del proyecto, por esta razón a continuación se muestran todos los elementos propios del análisis.

**Flujo Neto de operación.** Las cifras presentadas en las Tabla 28 se encuentran en pesos constantes a 2007, para estimar los beneficios, resultado de la implementación del proyecto, se trabajo con la tasa de cambio para el dólar (US\$) del día 10 de Marzo de 2007 que fue de \$2150. Al realizar el cambio de dólares (US \$) a pesos colombianos, se dispuso un factor de riesgo de 100 pesos de diferencia sobre la tasa de cambio como seguro, utilizando así el valor de \$2050 por dólar, esto con el fin de disminuir, el riesgos futuros existen al variar la tasa de cambio.

Se recuerda que los ingresos estimados no son percibidos por el proyecto, sino por el sector exportador, el cual se encuentra conformado por los diferentes sectores productivos de Risaralda. Los egresos son el resultado de la inversión necesaria para implementar el proyecto.

**Tabla 28.** Flujo de caja para implementar el proyecto

<b>Flujo de Caja</b>	
<b>Inversiones</b>	
Inversiones Fijas	69.620.000
Inversiones Diferidas	44.715.000
Capital de trabajo	264.745.179
Gastos Operacionales	213.000.000
<b>Total</b>	<b>592.080.179</b>

El flujo neto de operación presentado a continuación en la tabla 29 es una representación de lo que se esperaría, si el proyecto fuera implementado y los beneficios percibidos fueran como son planteados en este capítulo, además permite medir los resultados esperados del proyecto.

La tasa Interna de retorno (TIR) se calculo con una tasa de interés del 7,10% efectivo anual, correspondiente al 10 de Marzo de 2007, según la tasa manejada por los depósitos a término fijo (D.T.F.), dado que ésta es la rentabilidad mínima esperada para éste tipo de proyectos.

**Tabla 29.** Flujo neto de operación

ITEM	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Preop.	Operativa									
Beneficios Indirectos	0	1.289.000	2.649.000	5.439.000	5.580.000	5.721.000	5.862.000	6.003.000	6.144.000	6.285.000	6.426.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1.289.000</b>	<b>2.649.000</b>	<b>5.439.000</b>	<b>5.580.000</b>	<b>5.721.000</b>	<b>5.862.000</b>	<b>6.003.000</b>	<b>6.144.000</b>	<b>6.285.000</b>	<b>6.426.000</b>
Inversiones	592.000										
Costos Operación		383.000	401.000	419.000	438.000	457.000	457.000	478.000	499.000	522.000	545.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>592.000</b>	<b>383.000</b>	<b>401.000</b>	<b>419.000</b>	<b>438.000</b>	<b>457.000</b>	<b>457.000</b>	<b>478.000</b>	<b>499.000</b>	<b>522.000</b>	<b>545.000</b>
<b>FLUJO NETO DE OPERACIÓN</b>	<b>- 592.000</b>	<b>906.000</b>	<b>2.248.000</b>	<b>5.020.000</b>	<b>5.142.000</b>	<b>5.264.000</b>	<b>5.404.000</b>	<b>5.525.000</b>	<b>5.645.000</b>	<b>5.763.000</b>	<b>5.881.000</b>
V.P.N (i%= 7,10% E.A.).											
DTF de 10 Marzo de 2007	7,10%										
T.I.R	255%										

\*Valores en miles de pesos constantes del año 2007  
 Calculados estimados por los autores del proyecto

## 13. EVALUACIÓN

La idea de formular un proyecto en el que se involucre el sector exportador de Risaralda, surge después de identificar la debilidad, con respecto a la promoción y publicidad de los productos y servicios exportables, teniendo en cuenta lo anterior, como estrategia se plantea utilizar el comercio electrónico para apoyar y fortalecer el intercambio de bienes y servicios y así incrementar el reconocimiento a nivel nacional e internacional de las empresas del Departamento.

Para la evaluación del proyecto, se tuvieron en cuenta factores que dieron como resultado las siguientes conclusiones:

### **Primer factor**

**Investigación de mercados:** Esta se desarrollo con el objetivo de determinar la viabilidad y aceptación del proyecto dentro del sector productivo y exportador de la Región.

Como resultado de la aplicación de la encuesta realizada, se concluye que:

- *Para los Relatores de las apuestas productivas, determinadas como estratégicas en la Agenda Interna de Competitividad y Productividad de Risaralda:*

Los sectores/asociaciones están interesados en vincularse a un Portal de Negocios en Internet que reúna todos los productos y servicios exportables de Risaralda, puesto que el 57% afirmaron que estarían interesados en vincularse a un Portal de negocios en Internet.

- *Empresas con visión exportadora:*

De acuerdo a la encuesta realizada a las empresas con visión exportadora de Risaralda, el 100% consideran que vincularse a un Portal de Negocios en Internet, donde se reúna todos los productos y servicios exportables, es de vital importancia ya que aumentaría la representatividad de la empresa en los diferentes mercados.

- *Exportadores:*

La encuesta aplicada a los exportadores, permitió conocer que el proyecto tiene un alto grado de aceptación del 100% dentro del gremio exportador, señalando que si lleva a cabo el proyecto de una manera optima y con la prestación de un servicio con calidad, sería un valor agregado de gran importancia para Risaralda y para las empresas beneficiadas por el servicio.

## **Segundo Factor**

Una vez conocida la aceptación y viabilidad del proyecto en el Sector Productivo de Risaralda, se determina que los componentes para brindar un excelente servicio tendrán un costo inicial de: **\$592.000.000**

Generando, para el Departamento de Risaralda, después de implementado el proyecto un beneficio de: **\$906.000.000** (Año 2008), como resultado del incremento de las exportaciones de los productos no tradicionales.

Cabe resaltar, que estos beneficios, no dependen únicamente de la puesta en marcha del Portal de Negocios, sino de otros factores tales como: los acuerdos de integración de Colombia con el comercio mundial, las políticas para incrementar el reconocimiento de los productos nacionales y de la gestión del gobierno por general mayor representatividad del país ante el mundo.

## 14. CONCLUSIONES

Después de analizar los aspectos para implementar un sistema de información que apoye la Agenda Interna de Risaralda, se considera que:

- Es positivo implementar un proyecto de este tipo para Risaralda apoyado por los sectores productivos regionales, ya que tiene gran aceptación por su carácter tecnológico y de apoyo para las empresas exportadoras que conforman los sectores económicos del Departamento.
- Para las empresas del Departamento la implementación, el manejo óptimo de los recursos y el excelente servicio de un Portal de Negocios en Internet apoyado por los entes gubernamentales y privados, generaría mayor valor agregado para las empresas y representatividad en los diferentes mercados.
- La Agenda Interna de Competitividad y Productividad para Risaralda permite formular un proyecto con características tecnológicas, donde se involucra principalmente el sector exportador, el cual tiene como misión principal, apoyar las pequeñas, medianas y grandes empresas que conforman el sector económico del Departamento.
- El implementar un proyecto de este tipo requiere de una activa organización y participación por parte de las entidades gubernamentales y privadas, de tal forma que aquellos quienes participen en la ejecución de este, logren con satisfacción la visión propuesta por el proyecto.
- La formulación del proyecto se realiza para un periodo de cinco años a partir de su implementación, tomando en cuenta lo anterior se debe tener en cuenta, que proyectos de esta clase no producen cambios inmediatos, sino que el periodo de tiempo para que traiga beneficios directos e indirectos, como el aumento de las exportaciones y representatividad de los productos en el mercado, para el departamento de Risaralda va ligado a otros aspectos como son los políticos y económicos que favorecen el desarrollo exitoso de la región.

## 15. RECOMENDACIONES

La formulación de proyectos de carácter social, requiere cuidado tanto en especificaciones como en el planteamiento de objetivos para el desarrollo y ejecución, por tal razón la implementación de este proyecto debe encontrarse a cargo de personas capacitadas.

Aunque las herramientas utilizadas para determinar la aceptación del proyecto arrojan resultados positivos, debe considerarse presentar formalmente la idea a empresarios exportadores y otras entidades gubernamentales y privadas de tal forma que este se encuentre con mayor respaldo.

Para una mejor ejecución del proyecto las entidades gubernamentales y privadas, conjuntamente deberán realizar un estudio de oferta y demanda de productos y servicios exportables, de tal manera que el sector exportador Risaraldense se prepare mejor en el desarrollo de nuevos productos y la prestación de servicios para otros mercados.

Ampliar el cubrimiento del servicio de información a otros sectores diferente al exportador, puede producir cambios que aporten satisfacción a la región, ya que la economía y bienestar de la sociedad, no dependen únicamente de un sector en específico, sino de la alianza estratégica de los sectores productivos del Departamento.

Consolidar una plataforma de información tecnológica que reúna los productos y servicios generados en el eje cafetero (Norte del valle, Quindío, Caldas y Risaralda), fortalecería la economía de los departamentos y generaría cambios significativos.

## 16. BIBLIOGRAFIA

- AGENDA INTERNA DE COLOMBIA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Visión Risaralda 2017. Acceso a Internet [www.risaralda.gov.co](http://www.risaralda.gov.co) . Pereira, 2005.
- PLAN DE DESARROLLO GENERAL DE LA GOBERNACIÓN DE RISARALDA “Gobernación con Resultados”. Pereira, 2004.
- Biblioteca de consulta Encarta 2005.
- BERNAL T, Cesar Augusto – Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Editorial Prentice Hall.
- BAÑERES, Juan Palacio, 1999. PERL, Paginas Web Interactivas. España. Editorial Ra –Ma.
- DANE. 2005. Informe de coyuntura Regional. Departamento de Risaralda. Pereira. Banca de la Republica- Bogota.
- GONZÁLEZ Romano, José Mariano y CORDERO VALLE Juan Manuel. 2001. Diseño de páginas Web: Iniciación y referencia. Patrick J. Lynch. España, MC Graw-Hill Interamericana de España, S. A. U.
- GONZÁLES Valencia, Oscar, 2005, Cuentas Económicas de Risaralda-1990- 2003. CIR. Pereira
- HILL Rubio, Javier; Tejedor Cebel, Jorge A. 2001. Creación de Sitios Web con PHP4. Madrid. Editorial MC Graw-Hill
- LYNCH, Patrick J; Horton, Sara. 2000. Principios de diseño básicos para la creación de sitios web. México, Editorial Gustavo Gili.
- REILLY, Douglas J. 2002. Diseños de aplicaciones con Microsoft ASP.Net. España. MC Graw-Hill Interamericana de España, S. A. U.
- **Páginas Web:**
- WEBSITE del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Acceso a internet [www.mincomex.gov.co](http://www.mincomex.gov.co).
- WEBSITE de la Gobernación de Risaralda. Acceso a internet [www.risaralda.gov.co](http://www.risaralda.gov.co).

- WEBSITE del Departamento Nacional de Planeación. Acceso a internet [www.dnp.gov.co](http://www.dnp.gov.co).
- WEBSITE Delta Asesores. Acceso a internet [www.deltaasesores.com](http://www.deltaasesores.com)
- WEBSITE Universidad de los Andes. Acceso a internet [www.uniandes.com](http://www.uniandes.com).
- WEBSITE Comisión de Regulación de Telecomunicaciones –C.R.T–. Acceso a Internet [www.crt.gov.co](http://www.crt.gov.co)
- WEBSITE Departamento Nacional de Estadística. Acceso a Internet [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

# **ANEXOS**

## **Anexo A**

Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda “**REVOLUCIÓN PÚBLICA CON RESULTADOS**” Periodo 2004-2007

**Artículo 1º.** Adoptase el Plan de Desarrollo del Departamento de Risaralda “**REVOLUCION PÚBLICA CON RESULTADOS**” para el período 2004 – 2007.

### **Artículo 2º. Compromiso Colectivo**

El fortalecimiento del núcleo familiar, la transformación cultural y el desarrollo de un gobierno social en contacto permanente con la comunidad, nos permitirá como departamento liderar una revolución cuantitativa y cualitativa en materia de indicadores sociales. Para lograrlo desarrollaremos un ambicioso programa de nutrición y seguridad alimentaria dirigido a las familias y niños más pobres para reducir significativamente los índices de desnutrición. Dotaremos al departamento de una red de salud pública que opere con calidad, oportunidad y eficacia. En materia educativa fomentaremos la formación en valores desde la familia y la escuela e implementaremos un novedoso programa de Educación Dual que brinde a los estudiantes mayores habilidades en artes y oficios facilitando su acceso al trabajo.

Lideraremos una Agenda común departamental en materia de empleo orientada a reducir los niveles de desocupación en Risaralda por debajo del promedio nacional, a través de programas de reentrenamiento laboral, promoción de los emprendimientos juveniles, inversión pública de impacto, apoyo a la pequeña y mediana empresa, reactivación de la economía agropecuaria y exportadora y el desarrollo conjunto de un Plan regional de turismo fundado en nuestra riqueza ambiental y paisajística. La sostenibilidad de estos logros estará soportada en una política de seguridad que le devolverá la tranquilidad, transitabilidad y gobernabilidad en el territorio.

Recuperaremos la credibilidad y autoridad del estado a través de un gobierno departamental comprometido con el bienestar ciudadano, la interlocución directa con las comunidades y sus representantes, el progreso de los municipios y la eficiencia fiscal y administrativa.

### **Artículo 3º. Políticas Rectoras**

- Cambio de Actitud
- La transformación cultural de los risaraldenses es elemento fundamental para el cambio ciudadano en lo colectivo y en lo individual.
- Prosperidad Colectiva
- Una Administración al servicio de la comunidad y del interés colectivo para mejorar la calidad de vida de todos los risaraldenses.

- Respeto a la Comunidad
- Respeto y reconocimiento de las distintas formas de organización social y rendición de cuentas a la comunidad.
- Alianzas Estratégicas
- Cooperación intersectorial que permita el desarrollo de las prioridades gubernamentales.
- Gobierno Responsable
- La honestidad, la lealtad, las ganas y el conocimiento para hacer las cosas serán los principios rectores del desempeño del equipo de gobierno.

### **Artículo 7º: Eje Productivo**

El índice de desempleo que presenta el país en general y el departamento en particular, es uno de los principales factores que contribuyen al deterioro social y por consiguiente a la inseguridad. Es por ello que atacar este flagelo es una de las prioridades de este gobierno. El sector productivo y económico del departamento se define en función de las actividades realizadas por los entes públicos, privados y académicos que se orientan a la producción de bienes y servicios y que aportan a la conformación del producto interno del departamento, considerando sus competencias, interrelaciones y aportes en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

Entre las actividades de mayor representación se encuentran los cultivos de cítricos, caña panelera, piña, plátano, caña de azúcar, café, cebolla y la producción de animales vivos. En cuanto a la dinámica industrial se tiene la producción de material de transporte, papel y cartón, alimentos, confecciones, textiles y bebidas. El comercio y el turismo son unos de los renglones económicos promisorios del departamento.

La actividad productiva y económica se soporta en el sistema regional de innovación conformado por el consejo departamental de ciencia y tecnología, los gremios, consejo asesor regional de comercio exterior, cadenas productivas, centros de desarrollo tecnológico, centros de desarrollo productivo, incubadoras de empresas de base tecnológica y abierta, redes de innovación y aprendizaje, redes de universidades, red regional de normalización, certificación y metrología y la mesa departamental de educación para la articulación de la educación media con el fin de incrementar la competitividad y la calidad de vida de la población, esperando alcanzar el crecimiento del sector productivo e insertándolo al mercado mundial.

### **Programa 17: Fomento al Desarrollo Económico**

El desempleo en el departamento hay que atacarlo con políticas innovadoras y en unión con los empresarios, gremios y otras instituciones públicas. A través del Fondo de Empleo Social se quiere apoyar a los pequeños y micro

empresarios con el acceso a créditos, acompañado de desarrollo empresarial como capacitación y asistencia técnica.

Se propone elevar el nivel de competitividad de los diferentes agentes económicos e instituciones de apoyo públicas, privadas y la academia, con el fin de construir colectivamente estrategias que generen entornos favorables al desarrollo productivo y propicien condiciones que permitan el acceso a oportunidades de empleo a la población. El apoyo a la creación, fortalecimiento y consolidación de las fami, micro y pequeñas empresas, será una línea de acción prioritaria, mediante la inducción hacia un pensamiento estratégico de todos los actores, que les permita redireccionar sus negocios y organizaciones hacia la rentabilidad económica y social.

Conservando uno de los principios del programa de gobierno sobre la participación colectiva, las cadenas productivas tendrán especial tratamiento, encontrando solución a sus problemas de comercialización de bienes y servicios producidos, con el acompañamiento de expertos para el aprendizaje del marketing como herramienta para la expansión y desarrollo de los mercados. La Gobernación conjuntamente con el SENA y el Comité de Cafeteros identificaron 16 cadenas productivas para su conformación, fortalecimiento, reactivación o consolidación, labor que se continuará liderando en un trabajo conjunto con los gremios y la academia.

Se proyecta la consolidación de un sistema regional de innovación, que impulse las diferentes redes de desarrollo tecnológico, vinculando a la universidad con el aparato productivo en pro de la competitividad del talento humano y de la efectividad de las diferentes organizaciones.

Es importante dar a conocer el departamento y sus atractivos mediante la realización de misiones comerciales (muestras turísticas) en diferentes ciudades del país, asistencia a ferias y eventos de carácter regional, nacional e internacional, elaboración de material promocional y realización de campañas publicitarias. Como un impulso para el sector se dará apoyo a la realización de estudios de mercado, diseño de productos y paquetes turísticos; para ello se buscará además realizar acciones conjuntas con los otros dos departamentos del eje cafetero para seguir posicionando la región a nivel nacional e internacional

Se hace necesario fortalecer las empresas del sector minero mediante la prestación de asesoría técnica, administrativa y gerencial, fomentando la asociatividad y la cultura de la economía familiar y solidaria. Como uno de los logros principales del desarrollo de la minería se destaca la producción orfebre del municipio de Quinchía, el cual se apoyará con la consolidación de la cadena productiva de la orfebrería en el departamento.

Se va a liderar la operatividad de los escenarios de concertación del sector público, privados, academia, como instrumentos de planificación para la competitividad de los sistemas económicos con el propósito de trabajar conjuntamente con los gremios, la academia y otros entes públicos en el propósito de tener en el departamento empresas más competitivas que puedan enfrentar con éxito el reto que se viene en el corto plazo: Tratado de Libre Comercio y ALCA.

## **Subprograma 17.2. Fomento Empresarial**

### **Líneas de Intervención:**

- Cadenas productivas
- Apoyar la creación, fortalecimiento y consolidación de las micros, pequeñas y medianas empresas
- Conformación de tiendas escolares para el suministro a bajos precios de uniformes, útiles y materiales para fomentar el empleo
- Apoyo al Plan exportador, Consejo asesor regional de comercio exterior de Risaralda - CARCE
- Apoyo a la realización de estudios de mercado con visión prospectiva, análisis económico y de competitividad
- Asistencia a ferias y eventos de carácter local, regional y nacional.
- Red departamental de metrología y certificación
- Consolidación de procesos tecnológicos que apoyen los sectores productivos
- Apoyo para la concreción estratégica de las ideas empresariales de base tecnológica.
- Sistema regional de innovación.

## **Anexo B**

### **Reglamentación del Banco de Proyectos**

#### **Decreto 111 de 1.996.**

**Artículo 8:** “El Plan Operativo Anual de Inversiones señalará los proyectos de inversión clasificados por sectores, órganos y programas.

Este plan guardará concordancia con el Plan Nacional de Inversiones. El Departamento Nacional de Planeación preparará un informe regional y departamental del presupuesto inversión para discusión en las comisiones económicas de Senado y Cámara de Representantes.”

**Artículo 9:** “BANCO NACIONAL DE PROGRAMAS Y PROYECTOS. Es un conjunto de actividades seleccionadas como viables, previamente evaluadas social, técnica, económicamente y registradas sistematizadas en el Departamento Nacional de Planeación.

En el plazo de un año y a partir de la vigencia de la presente ley, el Departamento nacional de Planeación conjuntamente con el Fondo Nacional de Proyectos para el Desarrollo deberán reglamentar el funcionamiento del Banco Nacional de Programas y Proyectos.

Los proyectos de inversión para el apoyo regional autorizados por la ley formarán parte del Banco Nacional de Programas y Proyectos.”

**Artículo 68:** “No se podrá ejecutar ningún programa o proyecto que haga parte del Presupuesto General de la Nación hasta tanto no se encuentren evaluados por el órgano competente y registrados en el Banco de Programas y Proyectos”.

#### **7.3.2 Decreto 841 de 1990 Reglamentación de la Ley 38 de 1989.**

**Artículo 2:** “Proyecto de inversión. Se entiende por proyecto de inversión el conjunto de acciones que requiere la utilización de recursos, para satisfacer una necesidad identificada, por los cuales compita con otro proyecto. Los proyectos de inversión pueden ser de cinco clases:

- a. Proyectos que generen beneficios directos o indirectos bajo la forma de bienes o servicios;
- b. Proyectos que cumplen una función de recuperación de la capacidad generadora de beneficios directos, tales como actividades de alfabetización, capacitación, nutrición, erradicación de enfermedades, vacunación, de atención a la mujer, a la niñez o a la tercera edad;

- c. Proyectos que no generan beneficios directos ni indirectos, pero permiten identificar futuros proyectos. Estos son los estudios básicos o de investigación;
- d. Proyectos que cumplen una función crediticia, por oposición a financiación o transferencias directas, que tienen como finalidad financiar proyectos de los tipos contemplados en los literales a), b) y c) de este artículo, en el transcurso del año de ejecución. Para estos proyectos se aprueban montos globales y corresponderá al organismo o entidad ejecutora definir los proyectos que se habrán de financiar así.
- e. Excepcionalmente se podrán registrar como proyectos de inversión las partidas destinadas al pago de garantías otorgadas por la Nación, en relación con créditos concedidos a terceros, que se hayan hecho efectivas, siempre y cuando dichos créditos se hayan perfeccionado con anterioridad a Diciembre 31 de 1.991.

**Artículo 5:** “Manual de Operación y Metodologías. El Departamento Nacional de Planeación elaborará un Manual de Operación y Metodologías del Banco de Proyectos de Inversión Nacional en el cual se incluirán, sin excepción, todas las metodologías y pasos que se deben seguir, así como las definiciones necesarias para la evaluación de proyectos de inversión para su calificación de viabilidad técnica, económica y social, y para el seguimiento correspondiente una vez sean incorporados al Decreto de Liquidación del Presupuesto General de la Nación, cuando esto suceda.

Esto se hará de forma que permita a todos los organismos y entidades, así como a los consultores que se contraten, realizar la evaluación de los proyectos de inversión que hayan de ser incluidos en el Banco de Proyectos de Inversión Nacional.

El Manual de Operación y Metodologías deben contener una definición precisa de todos los conceptos que se utilicen en él, o, excepcionalmente, cuando se considere más sencillo y práctico, dichos conceptos deberán estar definidos en forma precisa en textos específicos referenciados”.

**Artículo 7:** “Conceptos de Evaluación. Todos los proyectos de inversión que vayan a ser registrados en el Banco de Proyectos de Inversión Nacional serán evaluados, entre otros, en los siguientes aspectos:

- a. Evaluación técnica - Establece la viabilidad técnica de ejecutar un proyecto y el tipo de obras o de infraestructura física y de personal que se requiere para hacerlo.
- b. Evaluación económica - Valora los costos y beneficios atribuibles a un proyecto con el fin de orientar la conveniencia de su ejecución, tanto independientemente como en relación con otros proyectos de inversión que se estén considerando.

- c. Evaluación social - Corrige los valores utilizados en la evaluación económica e incorpora otros nuevos, con el fin de determinar los costos o beneficios que representa la ejecución de un proyecto para el conjunto de la economía en general. Será aplicable en los casos en los cuales el Manual de Operación y Metodologías del banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional lo disponga, en la forma que allí quede establecida”.

**Artículo 22:** “Ficha EBI. De cada proyecto de inversión remitido al Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional, el remitente elaborará una ficha esquemática en la cual se sintetizarán lo principales datos de dicho proyecto. Esta ficha se denominará de Estadísticas Básicas de Inversión, EBI, e incluirá la información básica necesaria para identificar los principales aspectos inherentes al proyecto en cuestión”.

**Artículo 26:** “Grados de Evaluación. El manual distinguirá diferentes grados de evaluación según la necesidad que busque cubrir el proyecto y el valor de la inversión, clasificando dichos grados según correspondan al estado de preinversión o al estado de inversión o ejecución propiamente dicha del proyecto.

Con el fin de poder ser incorporados en el Plan Operativo Anual de Inversiones en estado de inversión, todo proyecto debe tener un grado de evaluación que estudie alternativas y analice costos y beneficios comparados”.

**Artículo 28:** “Registro de Proyectos de Preinversión. Los proyectos de inversión que sean registrados en estado de preinversión serán registrados en el Banco de Proyectos de Inversión Nacional por la misma autoridad a la cual en un futuro corresponda hacerlo una vez se defina el proyecto, cuando dicha autoridad considere conveniente realizar dicho estudio y su formulación se ajuste a las metodologías que con tal fin establece el Manual de Operaciones y metodologías del banco de Proyectos. El registro de estudios será motivado”.

**Artículo 32:** “Evaluación de Resultados. Constituye evaluación de resultados, en la forma en que queda establecido en el artículo 77 de la Ley 38 de 1989 y en el artículo 63 del Decreto 3077 del mismo año, la evaluación continua que el Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional hace de los proyectos de inversión que cuenten con financiación total o parcial del Presupuesto General de la Nación, sin excepción, así como de los proyectos de inversión de personas ajenas a dicho presupuesto a los cuales el CONFIS haya ordenado hacerles seguimiento, en ejercicio de las facultades establecidas en el literal c) artículo 3 del decreto 411 de 1.990, supervisando entre otras las siguientes:

- a. El cumplimiento eficaz de las metas financieras y, entre estas, la eficiencia de los proyectos de inversión que se financien a través del Presupuesto general de la Nación. Este trámite va desde la inclusión de los recursos en el Decreto de Liquidación del Presupuesto General de la

Nación, hasta el momento de la cancelación efectiva de las obligaciones que tenga una entidad con terceros en relación con un proyecto específico.

- b. El cumplimiento eficaz de las metas físicas programadas, permitiendo detectar y corregir fallas en la formulación y ejecución técnica de los proyectos.
- c. La inclusión diligente de las partidas presupuestales de funcionamiento una vez entre en operación el proyecto, de forma tal que éste cumpla los objetivos para los cuales fue previsto”.

**Artículo 34:** “Metodologías de seguimiento. El Departamento Nacional de Planeación establecerá dentro del Manual de Operación y Metodologías del Banco de Proyectos de Inversión Nacional las metodologías que se deban implantar para el seguimiento de los proyectos así como la oportunidad para remitir la información que con tal fin requiera”.

#### **Ley 152 de 1.994:**

**Artículo 3:** “Principios generales. Los principios generales que rigen las actuaciones de las autoridades nacionales, regionales y territoriales, en materia de planeación son:...

n. Conformación de planes de desarrollo. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 339 de la Constitución Nacional, los planes de desarrollo de los niveles nacional y territorial estarán conformado por una parte general de carácter estratégico y por un plan de inversiones de carácter operativo. Para efectos de la elaboración de los planes de inversión y con el propósito de garantizar coherencia y complementariedad en su elaboración, la nación y las entidades territoriales deberán mantener actualizados bancos de programas y de proyectos. ...”

**Artículo 4:** “Conformación del Plan Nacional de Desarrollo. De conformidad con lo dispuesto por el artículo 339 de la Constitución Política, el Plan Nacional de Desarrollo estará conformado por un parte general y un plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional.”

**Artículo 5:** “Contenido de la parte general del plan. La parte general del plan contendrá lo siguiente:

- a. Los objetivos nacionales y sectoriales de la acción estatal a mediano y largo plazo según resulte del diagnóstico general de la economía y de sus principales sectores y grupos sociales”.

**Artículo 6:** “Contenido del Plan de Inversiones. El plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional incluirá principalmente:

- b. La descripción de los principales programas y subprogramas, con indicación de sus objetivos y metas nacionales, regionales y sectoriales y los proyectos prioritarios de inversión....”

**Artículo 27:** “El Banco de programas y Proyectos de Inversión Nacional es un instrumento para la planeación que registra los programas y proyectos viables técnica, ambiental y socio económicamente, susceptibles de financiación con recursos del presupuesto general de la Nación.

Los Ministerios, Departamentos Administrativos, la Contraloría, la Fiscalía y las entidades del orden nacional deberán preparar y evaluar los programas que vayan a ser ejecutados, en desarrollo de los lineamientos del Plan y para el cumplimiento de los planes de acción.

El Departamento Nacional de Planeación conceptuará sobre tales programas de Inversión y los registrará en el Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional. El Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional se articulará con la Unidad de Gestión de proyectos contemplada en el artículo 58 de la ley 70 de 1993”.

**Artículo 31:** “Contenido de los planes de desarrollo de las entidades territoriales. Los planes de desarrollo de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones a mediano y corto plazo, en los términos y condiciones que de manera general reglamenten las Asambleas Departamentales y los Concejos Distritales y Municipales o las autoridades administrativas que hicieren sus veces, siguiendo los criterios de formulación establecidos en la presente Ley”.

**Artículo 49:** “Apoyo Técnico y Administrativo. Para los efectos de los procesos de planeación de que trata la presente ley, asignase las siguientes responsabilidades de apoyo técnico y administrativo:

1. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, de acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación y los organismos departamentales y municipales, establecerá un sistema de información que permita elaborar diagnósticos y realizar labores de seguimiento, evaluación y control de los planes de desarrollo por parte de las entidades nacionales y territoriales de planeación.
2. El Departamento Nacional de Planeación, organizará y pondrá en funcionamiento un sistema de evaluación posterior del Plan Nacional de Desarrollo y de los planes de las entidades territoriales, que será coordinado, dirigido y orientado por le mismo Departamento.
3. Las entidades territoriales, a través de sus organismos de Planeación, organizarán y pondrán en funcionamiento bancos de programas y proyectos y sistemas de información para la planeación. El Departamento Nacional de Planeación organizará las metodologías, criterios y procedimientos que permitan integrar estos sistemas para la

planeación y una Red Nacional de Bancos de Programas y Proyectos, de acuerdo con lo que se disponga en el reglamento.

4. Los departamentos, distritos y municipios con 100.000 o más habitantes cumplirán lo establecido en el numeral anterior en un plazo máximo de dieciocho meses y los demás municipios, en un plazo máximo de tres años, contados a partir de la vigencia de la presente Ley, para lo cual los departamentos prestarán el apoyo necesario.
5. Los programas y proyectos que se presenten con base en el respectivo banco de proyectos tendrán prioridad para acceder al sistema de cofinanciación y a los demás programas a ser ejecutados en los niveles territoriales, de conformidad con los reglamentos del Gobierno Nacional y de las autoridades competentes”.

## ANEXO C

**Formato de la encuesta diligenciada, dirigida a los directores y representantes de los diferentes sectores y asociaciones del Departamento de Risaralda**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

La presente encuesta es de carácter académico y tiene como objetivo conocer diferentes aspectos de los sectores productivos de Risaralda para la formulación de un proyecto que fortalezca la Agenda Interna.

Encuesta N \_\_\_\_\_  
 Encuestador Jairo Torres Sanchez  
 Sector o Asociación Cempapel  
 Dirección Unifibre calle 94 ud5-70 Centro papalero fernando cruz  
 Fecha 22 de Septiembre de 2006

- 1) ¿Cuál(es) son las actividades que desarrolla el Sector/ Asociación?  
 actividades de servicio al sector papalero, capa, asist tecnica I y D, informacion y certificacion + otras actividades que contribuyan a la solucion de problemas de aguas residuales domesticas (municipales) servicios social Desarrollo de program.
- 2) ¿Cuántas empresas están vinculadas al Sector/ Asociación?  
 22 empresas + 2 fo sector
- 3) ¿Hay empresas exportadoras dentro del Sector/ Asociación?  
 Si   
 No   
 Cual(es) Papeles Nal, colpapel, cartones y papeles dienden mercado externo y Cajival (Parlago)
- 4) ¿Que productos exportables son los mas representativos?  
 papel absorbentes (ficho)  
 3 tipos de papeles Absorbentes, ficho imprenta y escritura empaque (consumo interno)
- 5) ¿Se están o se han desarrollado proyectos de exportaciones?  
 Si   
 No   
 Cual(es) Venden papel que producen
- 6) ¿Conoce acerca de la Agenda Interna de Risaralda?  
 Si   
 No   
 Cual(es) \_\_\_\_\_

7) ¿El sector/ asociación esta vinculada(o) en algún proyecto de la Agenda interna de Risaralda?

Si   
No

Cual(es) Producción MP industria reforestación e industrialización pulpa no se hace explotación racional del producto.

8) ¿Tiene el sector/ asociación un Portal o Pagina Web en Internet?

Si   
No

Cual(es) nenpapel.org.co Si la usan y la usan utilizar

9) ¿El sector/ asociación estaría interesado en vincularse en un Portal que reúna todos los productos y servicios exportables de Risaralda?

Si   
No

Porque comenzar a exportar servicios tecnológicos capacitación para ind papeleria mexicana

Si la respuesta es Si pase a la pregunta 10 de lo contrario se da por terminada la encuesta

10) ¿Que servicios o funciones le gustaría que prestara el Portal?

- Compra y Venta de Bienes y Servicios
- Publicidad
- Servicio al Cliente
- Iniciar nuevos negocios
- Evaluar el mercado
- Entregar datos adicionales
- Prestar servicios adicionales
- Dar detalles sobre despachos y entregas
- Comunicarse con los clientes
- Seguir las ofertas de los competidores
- Otros

Cual(es) \_\_\_\_\_

11) ¿Considera que un Portal en Internet genera:

- Valor agregado para el sector o asociación
- Incremento en las negociaciones
- Mayor representatividad en el mercado internacional
- Aumento en las exportaciones
- Reconocimiento
- Otros

Cual(es) \_\_\_\_\_

Gracias por su atención

**Otros resultados del análisis de la investigación de mercados dirigida a los sectores y asociaciones del Departamento de Risaralda:**

**Pregunta: ¿Se están o se han desarrollado proyectos de exportacion(es)?**

Para la opción del **SI**: Se encuentra que solo CENPAPEL esta desarrollando proyectos exportables lo que genera el 14%.

Para la opción de **No**: Se presento que los sectores/asociaciones que no están desarrollando proyectos exportables son en cantidad 4 y en porcentaje 57

Para la opción de **NS/NR**: De los sectores/asociaciones encuestados, 2 que corresponden a Software y la Dirección de Desarrollo Turístico incurrieron en esta opción lo que corresponde en porcentaje al 29.



**Pregunta: ¿Conoce acerca de la Agenda Interna de Risaralda?**

Para la opción del **SI**: De los 7 sectores o Asociaciones encuestados, los 7 conocen la Agenda Interna de Risaralda, lo que genera en porcentaje el 100 ya que corresponde al total de la población encuestada.

Para la opción de **No**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.

Para la opción de **NS/NR**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.



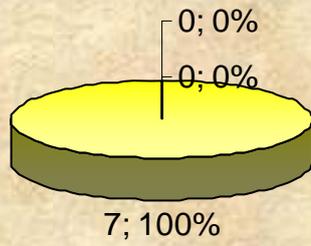
**Pregunta: ¿El Sector/Asociación esta vinculada(o) en algún proyecto de la Agenda Interna de Risaralda?**

Para la opción del **SI**: De los 7 sectores o Asociaciones encuestados, los 7 están vinculados a un proyecto de la agenda interna de Risaralda, lo que genera en porcentaje el 100 ya que corresponde al total de la población encuestada.

Para la opción de **No**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.

Para la opción de **NS/NR**: De los sectores/asociaciones encuestadas ninguna incurrió en esta opción lo que genera, cero en cantidad dentro de los encuestados y en porcentaje 0.

**¿El sector/asociación esta vinculada(o) en  
algun proyecto de la agenda Interna?**



Total de Sectores o  
Asociaciones  
encuestadas=7  
Si: 7 con un 100%  
No: 0 con un 0%  
NS/NR: 0 con un 0%

## **ANEXO D**

### **Formato de encuesta diligenciada, dirigida a Posibles Exportadores y Exportadores del Departamento de Risaralda**

Teniendo como base esta encuesta, se hace la salvedad: que para los posibles exportadores se anulo la pregunta 1 y 3 y se formulo la pregunta 3 de la siguiente manera: ¿Hacia que destinos desea exportar?



### ENCUESTA DIRIGIDA A EXPORTADORES

La presente encuesta es de carácter académico de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para fortalecer la Agenda Interna de Competitividad de Risaralda; Estrategia a implementar por la Gobernación del Departamento. Por medio de la cual se pretende conocer la opinión de exportadores, de productos y servicios, empresas hoteleras, centros médicos y estéticos de Risaralda interesados en pertenecer a un portal de negocios.

Encuestado: Felipe Zapata Encuesta N° \_\_\_\_\_  
 Empresa: Cafe Mariscal  
 Sector: Agrindustria - Cafe Asociación: \_\_\_\_\_  
 Dirección: Av 30 agosto # 87-88 Teléfono: 3376668 Fecha 2 feb/07

1) ¿Actualmente se encuentra o (esta) exportando?

Si  No

2) ¿Hacia que destinos esta exportando?

Sur América	<input checked="" type="checkbox"/>	Asia	<input checked="" type="checkbox"/>
Centro América	<input type="checkbox"/>	África	<input type="checkbox"/>
Norte América	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Europa	<input type="checkbox"/>	Cual(es) _____	

3) ¿Actualmente cuanto se encuentra exportando? (En miles de dólares)

Entre 0 y 50	<input type="checkbox"/>	Entre 81 y 90	<input type="checkbox"/>
Entre 51 y 60	<input type="checkbox"/>	Entre 91 y 100	<input type="checkbox"/>
Entre 61 y 70	<input type="checkbox"/>	Mas de 100	<input checked="" type="checkbox"/>
Entre 71 y 80	<input type="checkbox"/>		

4) ¿Su empresa esta vinculada a un Portal o tiene Pagina Web en Internet?

Si  No  Cual(es) w<sup>3</sup>.cafemariscal.com.co

5) ¿Su empresa estaría interesada en tener su propia página Web?

Si  No

6) ¿La empresa estaría interesada en vincularse en un Portal de Negocios que reúna todos los productos y servicios exportables que posee?

Si  No  Porque Portal especializado

Si la respuesta es Si pase a la pregunta 7 de lo contrario se da por terminada la encuesta

7) ¿Que servicios o funciones le gustaría que prestara el Portal?

Compra y Venta de Bienes y Servicios	<input type="checkbox"/>	Prestar servicios adicionales	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>	Dar detalles sobre despachos y entrega	<input type="checkbox"/>
Servicio al Cliente	<input type="checkbox"/>	Comunicarse con los clientes	<input type="checkbox"/>
Iniciar nuevos negocios	<input checked="" type="checkbox"/>	Seguir las ofertas de los competidores	<input type="checkbox"/>
Evaluar el mercado	<input type="checkbox"/>	Prepararse para negociar	<input type="checkbox"/>
Entregar datos adicionales	<input type="checkbox"/>		

8) ¿Considera que un Portal en Internet genera:

Valor agregado a su empresa	<input type="checkbox"/>	Rapidez en los procesos de negociación	<input type="checkbox"/>
Incremento en las negociaciones	<input type="checkbox"/>	Reducción de costos	<input checked="" type="checkbox"/>
Mayor representatividad en el mercado internacional y nacional	<input checked="" type="checkbox"/>	Publicidad para el negocio	<input checked="" type="checkbox"/>
Aumento en las exportaciones	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Reconocimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Cual(es) _____	

**Otros resultados del análisis de la investigación de mercados dirigida a Posibles Exportadores y Exportadores del Departamento de Risaralda:**

**Posibles Exportadores**

**Pregunta: ¿Hacia que destinos desea exportar?**

Las opciones que en esta pregunta se dan son las siguientes:

Sur América, Centro América, Norte América, Europa, Asia y África

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendiente, es decir del destino con más puntaje al de menor puntaje.

En Primer lugar con nueve consideraciones de los encuestados, se encuentra Centro América

En segundo lugar se encuentra con ocho consideraciones de los encuestados, se encuentra que el destino más llamativo para exportar es Norte América.

En tercer lugar con siete consideraciones se encuentra Sur América

En cuarto lugar con tres consideraciones de los encuestados, se encuentra Europa

En quinto lugar con una consideración se encuentra Asia.

Y en sexto lugar con ninguna consideración por parte de los encuestados se encuentra África.



Según los resultados obtenidos para determinar el destino de preferencia para hacer exportaciones de los posibles y potenciales exportadores de Risaralda se encontró una preferencia por América, evidenciándose a través del número de consideraciones que se tuvo por Centro América, Norte América y Sur América, lo que hace al continente fuerte en el intercambio de bienes y servicios.

### Exportadores

#### Pregunta: Hacia que destinos esta exportando

Las opciones que en esta pregunta se dan son las siguientes:

Sur América, Centro América, Norte América, Europa, Asia y África

Los resultados más relevantes se encuentran a continuación de forma descendente, es decir del destino con más puntaje al de menor puntaje.

En Primer lugar con 12 consideraciones de los encuestados, se encuentra Norte América

En segundo lugar se encuentra con 9 consideraciones de los encuestados: Sur América y Norte América.

En tercer lugar con siete consideraciones se encuentra: Europa

En cuarto lugar con 2 consideraciones de los encuestados se encuentra Asia

En quinto lugar con ninguna consideración se encuentra África.



Según los resultados obtenidos para determinar el destino de preferencia para las exportaciones dentro de las empresas encuestadas de Risaralda se encontró una preferencia por América, evidenciándose a través del número de consideraciones que se tuvo por Centro América, Norte América y Sur América, lo que hace al continente fuerte en el intercambio de bienes y servicios.

**Pregunta: Actualmente cuanto se encuentra exportando**  
(En miles de dólares)

Las opciones y los resultados para cada uno de los valores se presentan a continuación:

Entre 0 y 50: Siete de las empresas consultadas esta exportando este monto  
Entre 51 y 60: Tres se encuentra exportando este monto

Entre 61 y 70: Ninguna esta exportando este monto  
 Entre 71 y 80: Una esta exportando este monto  
 Entre 81 y 90: Ninguna esta exportando este monto  
 Entre 91 y 100: Una esta exportando este monto  
 Más de 100: Dos están exportando este monto



El resto de empresas encuestas que no aparecen en el grafico no contestaron esta pregunta por razones de privacidad propia de la empresa. Estos resultados evidencian que las empresas exportadoras consultadas en su mayoría son pymes o están iniciando su proceso de exportación.

## ANEXO E

### CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA

WEB SITE	DESCRIPCIÓN	SECTORES	COSTO DE INSCRIPCIÓN	USUARIOS	IDIOMA	SERVICIOS ADICIONALES	UBICACION
<a href="http://www.Colombiapyme.biz">www.Colombiapyme.biz</a> :	Portal de negocios electrónicos que posibilita y potencializa la presencia comercial en internet a los industriales colombianos mipymes	Galería y arte Artesanías Alimentos y bebidas Agroindustria Teleinformática Vestuario Muebles Cuero Libros y música	Posee valor comercial de inscripción	Aprox. 32 empresas	Español-Ingles	Publicidad	<b>Oficina principal:</b> Ibagué - Colombia
<a href="http://www.productosdecolombia.com">http://www.productosdecolombia.com</a>	(C.I) Es una empresa comercializadora, dedicada a localizar la demanda y promocionar productos colombianos, en alianza con productores asociados.	Alimentos, Artesanías, Construcción, Cuero, Confecciones Y Textiles, Decoración, Flores, Joyería y Bisutería, Madera, Metales Y Ferretería, Belleza Y Salud	Gratuito, los servicios adicionales prestados tienen valor adicional	ND	Español-Ingles	Marketing de productos-servicio para proveedores Proveedores independientes (empresas colombianas y extranjeras) Publicación de ofertas y demandas Servicio de comercio exterior (exportación e importación) Otros servicios, tales como banners de publicidad	<b>Oficina principal –</b> Barranquilla,  <b>Sucursal:</b> Bogotá D.C
<a href="http://www.mercadolibre.com">http://www.mercadolibre.com</a> y/o <a href="http://www.deremate.com">http://www.deremate.com</a>	Mercado online más grande de Latinoamérica donde millones de personas se encuentran para comprar y vender sus artículos cada día.	Se puede encontrar de todo: desde ropa para niños, ¡hasta el último modelo en computadoras!	Inscripción gratuita	ND	Español – Ingles y otros	Publicidad, oferta y demanda de bienes y servicios	Mercado libre Colombia S.A y otros en 27 países desde estos 13 latinoamericanos
<a href="http://www.paginasamarillas.com">http://www.paginasamarillas.com</a> y/o <a href="http://www.publicar.com">http://www.publicar.com</a>	<b>Publicar</b> es la principal y más antigua empresa privada latinoamericana editora de directorios telefónicos. Presente, a	Todos los sectores que comercialicen productos, bienes y servicios, para exportación, importación y venta de cualquier clase de	Inscripción gratuita, adicional para acceder a otros servicios	ND	Español-Ingles	Publicidad, oferta de bienes y servicios, para usuarios colombianos servicio de comunicación grafica, empaque, exportadores,	<b>BOGOTÁ, D. C</b> <b>Presente</b> en 16 países del mundo

	través de diferentes filiales en países como: Brasil, Costa Rica, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua Y Panamá.	empresa, sea grande, mediana, o pequeña.	debe pagar dinero			tecnología, salud, logística, alimentos y bebidas, Guía hotelera, educativa entre otros catálogos y directorios.	
<a href="http://www.Proexport.com.co">www.Proexport.com.co</a>	Organización encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales, el turismo internacional y la Inversión Extranjera en Colombia	Sectores comerciales de la economía Colombia con carácter exportador e importador, guías de país, estadísticas de exportación, productos potenciales, base de datos de importaciones del mundo, información de logística de transporte, Programa expopyme, proyectos especiales de exportación, entre otros		ND	Español-Ingles	Directorio exportador e importador, estudios de mercados para productos y servicios.	Varias sucursales en Colombia con oficinas representadas en otras partes del mundo

## ANEXO F

### ANALISIS DE SENSIBILIDAD

- **CAPACIDAD DEL DISCO DURO PARA ALMACENAMIENTO DE USUARIOS Y DATOS**

DISCO DURO (GB)	SISTEMA OPERATIVO (GB)	COPIA DE SEGURIDAD Y REPORTES (GB)	DISPONIBILIDAD DE EJECUCIÓN (GB)	(*MB) POR USUARIO	USUARIOS QUE PUEDEN UTILIZAR EL SISTEMA
80	20	1	59	20	2.950
320	20	2	298	30	9.933
*1000	40	4	956	50	19.120

Cálculos realizados por los autores de proyecto

\*1 TERABYTE = 1000GB

1 GB = 1000 MB

Por políticas de transferencia de datos dispuesta por los realizadores de portal de negocios se define que cada usuario exportador inscrito en el servicio tendrá un espacio para datos e información propia.

- **DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA PARA MANEJO Y ATENCION DEL SISTEMA**

Se ha dispuesto que un diseñador y dos programador se encontraran a cargo de establecer la información de los usuarios de cada web site y el tiempo que será utilizado para organizar a cada demandante dentro del portal de negocios. Se tiene preestablecido que el tiempo que se demora una persona en realizar la programación y diseño para incorporar las paginas web de cada empresa es de un día:

Usuarios	Total personal necesario
157	1
355	2
475	3

\*Cálculos realizados por los autores de proyecto

- **COSTO POR MANTENIMIENTO DE USUARIO**

Para tener en ejecución el portal de negocios planteado durante un año, se conoce que el valor es de \$ **383.000.000** moneda constante, identificándose que el costo por usuario es de:

Costo Total	Cantidad de usuarios	Costos por usuario (pesos)		
		Anual	Mensual	Diario
383.000.000	157	2.439.490	203.291	6.776
	355	1.078.873	89.906	2.997
	475	806.316	67.193	2.240

\*Cálculos realizados por los autores de proyecto

- **USUARIOS Vs. UTILIDAD**

Usuarios	Utilidades generadas por exportaciones	Evaluación de panorama de utilidades del proyecto
40	255	<b>ZONA CRITICA</b>
80	510	
120	766	
160	1021	
200	1276	
<b>202</b>	<b>1289</b>	<b>ZONA OPTIMA</b>
240	1531	<b>ZONA FAVORABLE</b>
280	1787	
320	2042	
360	2297	
400	2552	
440	2808	
480	3063	
520	3318	
560	3573	
600	3829	
640	4084	
680	4339	

Para este análisis se tuvieron en cuenta el valor de las exportaciones generadas por productos no tradicionales desde 1991 hasta el año 2005, con base en estas se realizó una proyección, aplicando el método de mínimos cuadrados, que presenta como resultado futuras exportaciones en años posteriores, estas servirán de soporte para determinar el nivel óptimo de

numero de usuarios con respecto a la utilidad, señalando que si el portal de negocios abriera sus puertas al publico , este tendría que aceptar como mínimo 202 usuarios para recuperar la inversión de la etapa preoperativa y los costos resultado de la operación del servicio durante el primer año.

## **CONCLUSIÓN**

Teniendo en cuenta las características de los equipos, personal utilizado y costo de mantenimiento del portal de negocios planteado en el proyecto se define que:

- Un disco duro de 320 Gbytes tenga una capacidad de almacenamiento de 9.933 usuarios.
- Un diseñador y dos programadores pueden satisfacer la demanda de 355 usuarios.
- El costo por usuario para una población de 355 será de \$1.078.873 en el primer año operativo.

En las tablas anteriores se pueden observar diferentes panoramas referentes a las capacidades de los equipos, la mano de obra el costo que tiene sostener un usuario en el portal de negocios.

## ANEXO G

### Lista de Exportadores, registrados en la DIAN Pereira.

BOLIVAR VELEZ GUSTAVO DE JESUS
HERNANDEZ MARIN JORGE
BUITRAGO LOPEZ JORGE ENRIQUE
ROJAS HERNANDEZ JAHIR ENRIQUE
DE LA PAVA PALACIO GUSTAVO
VALENCIA HENAO JOSE ADALID
RESTREPO LONDOÑO DAVID MAURICIO
HERNANDEZ AGUIRRE LUIS MIGUEL
GIRALDO CASTAÑO JOSE HUMBERTO
GONZALEZ SALAZAR JAIRO
MONTOYA RINCON DARIO ARNOLDO DE JESUS
HERRERA TRUJILLO JOSE HERNAN
MARTINEZ LOZANO RICARDO
GABER VILLA JOSE MARCELO
SALINAS GIRALDO CARLOS ANDRES
PORRAS AMAYA CARLOS ANDRES
ARANGO OSPINA ALDELY
MORA CASTAÑO RICARDO
MONTOYA MARIN FABIAN ALONSO
SEPULVEDA MARIN JUAN FELIPE
GIRALDO RAMIREZ JOSE OSCAR
RUEDA VELASQUEZ JORGE
GRISALES PELAEZ JAIME
CARDONA TORRES JULIO CESAR
GONZALEZ DREWS JAIME EDUARDO
BURITICA GOMEZ JOSE ALCIDES
MEJIA CAMPUZANO MARIO
HURTADO MEJIA DIEGO LEON
QUINCHIA ROJAS ORLANDO
QUICENO TRIANA ALEJANDRO
TOBON PUERTA LUIS FERNANDO
ARANGO OSPINA ALDELY
ROSETO REYES WILSON COLON
CHARRIA GARCIA ORLANDO
OSSA DAZA JHON JAIRO
VILLARREAL ECHEVERRI GUILLERMO
SANCHEZ SERNA PEDRONEL
CASTAÑO CASTRO WILLIAM
MEJIA GUTIERREZ EDGAR
MONTOYA RAMIREZ DIEGO
BELTRAN URIBE JAIME
VALLEJO BARRIENTOS JOSE ORLANDO
LASSO CAÑAS ABELARDO

SIERRA BARBERY ALEX ALBERTO
BENJUMEA MONTES JULIO CESAR
DELGADO RIAÑOS JOSE ANTONIO
VELEZ VELEZ MARTIN ALONSO
ARANGO CUARTAS RAFAEL EDUARDO
NARANJO ARISTIZABAL JOSE MANUEL
RODRIGUEZ GOMEZ JULIO CESAR
LOPEZ GUTIERREZ HUGO ANTONIO
PINO LONDOÑO GUILLERMO
BOLAÑOS MOSQUERA LEON ANGEL
NOREÑA GRAJALES GUSTAVO
QUINTERO GONZALEZ DIEGO ANTONIO
RAMIREZ DE VERGER AGUDELO ALEJANDRO
PATIÑO URIBE FRANCISCO LUIS
CABALLERO GONZALEZ JOSE HERNAN
PARRA LUZ MARY
GALEANO RIOS FRANCIJA ELENA
GALEANO RIOS LUZ ADRIANA
ESCOBAR CORTES LUCELLY
BERMUDEZ DE BORRERO LILIA
SALCEDO ZAMBRANO GLORIA
URIBE DE JARAMILLO MARIA CARMENZA
POSADA LONGAS NORALBA
LADINO DE GARCIA MARIA MAGALI
TORO RINCON FAISURY
GRILLO DE ARANGO TERESITA
GIRALDO DE GONZALEZ MARIA HELENA
GOMEZ PARRA LUZ MARY
GALVIS CARDONA MARIA MARLENY
POTES ALVAREZ ADRIANA
JARAMILLO GARCIA ALBA LIGIA
BERMUDEZ RAMIREZ LIBIA
GONZALEZ GIRALDO SOFIA
BENJUMEA MONTES CLAUDIA MARCELA
OCAMPO ARBOLEDA LUCERO
BERNAL VALLEJO ANA MARIA
ZULUAGA LOPEZ CLAUDIA MARIA
GUZMAN BEDOYA PAOLA ANDREA
MONA QUINTERO ANGELA MARIA
RINCON VARGAS KARLA TATIANA
HOYOS SERNA LILIANA PAOLA
RODRIGUEZ MARTINEZ LUZ ENITH
OCAMPO CARDONA MARIA TERESA
TORRES VILLAMIL FLOR ANGELA
TRUJILLO RAMIREZ SUSSETTE
CIFUENTES LUGO LILIANA PATRICIA
ARISTIZABAL GALLO MARINO
VILLEGAS SERNA NICOLAS RAMON

ESTRADA MESA JAIME ALBERTO
RIOS LOPEZ MANUEL ALEJANDRO
GONZALEZ GARCIA GERMAN ANDRES
OSORIO SERNA JORGE IVAN
LOBO GUERRERO SANZ ANDRES
QUINTERO CRIOLLO JAIME
CORREA HERRERA WILLIAM
INVERSIONES ARBELAEZ VASQUEZ S. EN C. S.
VILLEGAS Y CIA. S.C.S.
PRODEX S.A.
INDUSTRIA DE CABLES Y PARTES LTDA
AUTOMAZDA LTDA.
C.I. INDUSTRIAS TAUFIK S.A.
MAQUINPLAST LTDA
COMBA Y COMPAÑIA LIMITADA
EXPORTADORA DE CONFECCIONES EXPOCON LTDA
GOMEZ VALLEJO HNOS Y CIA LTDA
G&L IINGENIEROS LTDA
INDUSTRIAS BUENOS AIRES LIMITADA
INVERSIONES IGNACIO VALENCIA SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE
ROPA DEPORTIVA FAHER S H
INDUSTRIAS FALCON LIMITADA C.I.
G Y B LIMITADA
SOC.INTECOL COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LTDA
ASC ELECTRONICA S A
ALUMINIOS DE COLOMBIA LTDA C. I
PULGARIN Y GONZALEZ LTDA
ETICOLOR S.A
INDUSTRIA DE PARTES PARA AUTOMOTORES LTDA
TRC LTDA
MARCAS TRADING LTDA
EXPOASHKAIRA Y CIA LTDA
C.I. COLFRUT E.U.
ARQUETIPO LIMITADA
NAVA LTDA
TARJECOL S.A.
COMERCIALIZADORA TAURO LTDA
FABRICA DE CALZADO DELTA CIA LTDA
VIDRIERA OTUN LTDA
C.I. INDUSTRIA PARA LA CONFECCION Y EXPORTACION LTDA. C.I. CONFEXPORT LTDA
MARGY MUÑOZ SANCHEZ Y CIA S. EN C.C.
FLEXCO S.A.
CONSA LTDA
DECORARCO LTDA
C I PEKY E.U.
LA ESTRELLA S.A.
C. I COPRUCOL LTDA.
COMPAÑIA MANUFACTURERA S.A.

INDUSTRIAS SUR E.U
FUNDACION NACIONAL PARA EL DESARROLLO EDUCATIVO SOCIAL CULTURAL DE LA FAMILIA Y
C.I. DISEÑOS Y SISTEMAS LTDA.
MAURO FERRINI LTDA
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL PRODUCTOS BASICOS IMPORT Y EXPORT S.A.
RENOVAMOTOR S.A.
DISTRIMUNDIAL LIMITADA
COMPAÑIA NUEVO MILENIO LIMITADA
ASC ELECTRONICA
DISPAGRAN LIMITADA
CARLOS A. RUIZ URIBE & CIA. S. EN C.S.
AGROPECUARIA ORGANICA TATAMA LTDA
JUGOZA S.A
UNIVERSAL GEOAGUAS LIMITADA
TECNOLOGIA EQUIPOS Y SUMINISTROS LTDA TES LTDA.
TOPLINE LIMITADA
INDELPA LIMITADA
INDUREPUESTOS
IMPORTADORA DE JUEGOS LIMITADA -IMPORJUEGOS-
STUDIO 4 LTDA
PRECOL SA
PRODUCTORA NACIONAL DE ALIMENTOS PRONAL S.A.
LEMORA LTDA
ACENTO LTDA
COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO MULTIPLICADORA DE SERVICIOS
ENERGIA Y TELECOMUNICACIONES LTDA
COMERCIALIZADORA SANTANDER S.A.
FERNANDI E.U.
M.L.K. INGENIERIA & CIA. LTDA.
ZERLINA INTERNACIONAL LTDA
AEROEXPRESO DEL PACIFICO S.A
GRANANDINA DE OCCIDENTE LTDA
ALIMENTOS PRECOCIDOS DE COLOMBIA PRECOL S.A.
CONFECCIONES PENELOPE LIMITADA
CEMPAC S.A.
CULTURA CIBERNETICA LTDA
INTEGRANDO
LANDMON LTDA
SEDHIL
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL C.I. COLVITUR LTDA
COMESTIBLES INTEGRALES S. A.
TEJIDOS PEREIRA DUE. EMPRESA UNIPERSONAL
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL C.I. PHOENIX LTDA
C.I. ENELAGRO E.U.
INDUSTRIAS METALICAS DE COLOMBIA INMECOL LTDA
AVICORVI S.A.
OLIGOELEMENTOS SAN VICENTE S.A.

PEGANTES DEL EJE CAFETERO Y CIA LIMITADA
LA INTEGRIDAD S. A.
LCO C.I. LTDA
ASOCIACION PARA EL DESARROLLO SOCIAL CULTURAL Y AMBIENTAL CONSTRUYENDO FUTURO
CREANDO LIMITADA
ANDINA DE DISTRIBUCIONES LTDA
HIGH CLASS COLOMBIAN COFFEE S.A.
ZONA MEDICA E.U.
COMERCIALIZADORA VICAL LIMITADA
COLOMBIA TRADING LTDA C.I
CRISALLTEX S.A.
CONVIALES LTDA
ANDES TRADING LIMITADA
C.I. CULTURA ARTESANAL DE RISARALDA PARA COLOMBIA Y EL MUNDO E.U.
AD ELECTRONICS S.A.
C.I.G. BOTERO & CIA. S.C.A.
MADERA Y MUEBLES
COMEXCOL TRADING CO. C.I LTDA
CREACIONES J.A. EMPRESA UNIPERSONAL
COMERCIALIZADORA EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE COLOMBIA LTDA
TECNOTALLERES LIMITADA
GOLD CELL LTDA.
C.I. LATIN PRODUCTS TRADING E.U.
EDUKATE LTDA
C.I NEW HORIZON EXPORT LTDA C.I NEHOEXPORT LTDA
CONVERSIONES INDUSTRIALES RAYSAN LIMITADA COINRA LTDA
C.I. EJEXPORT LTDA
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL CARVAJAL Y TORRES COMPAIA LIMITADA
MUNDO LIGHT S.A.
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL NISSI IMPORT EXPORT SOCIEDAD ANONIMA FAMILIAR
AUTOGAS LIMITADA
C.I. COLOMBIANEX LIMITADA
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL TABEXPO LIMITADA
UNION TEMPORAL IMPOINTER LTDA-SUMILEC LTDA
MEDITEX LTDA
INDUSTRIAS SALGARI EU
LA TROJA E.U
INTERAMERICANA DE REPRESENTACIONES DE COLOMBIA S.A.
IMPORTADORA MUNDIAL LIMITADA
PREVENCAR S.A.
COOPERATIVA DE CAPACITACION TECNOLOGICA Y PRODUCCION DE MATERIAL DIDACTICO
C.I. G & M FARM PRODUCE SOCIEDAD ANONIMA
C.I. COLPAR S.A.
C.I. EXPORCOL LIMITADA
SEMTELCO EMPESA UNIPERSONAL

CAFÉ MARISCAL
HELICONIAN S.A. C.I.
REG DOGS E.U.
C.I. EUROANDINA E. U.
RIOS C.I. E.U.
CI TROPICAL COLORS S.A.
C.I. DISTRIBUCIONES CARDONA E.U.
C.I. DE LAS AMERICAS E.U.
ARTESANARTES E.U.
MODALDIA Y CIA S.C.A
HELICONIAN FLOWERS S.A. C.I.
ABACO TRADE S.A
XELTRON COLOMBIA LTDA
C.I. ZOS LINKS MARKETING S.A.
GRES EXPORT COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL LIMITADA
COMERCIALIZADORA MAALG E.U
TERESITA EXPORTADORES DE CAFE S. A
TROPIEXPORT LTDA.
MAXIS SISTEMAS E.U.
FREEDOMTER LTDA
LOPEZ CASTAÑO BUJES DE PEREIRA S.A.
GRAFICAS OLIMPICA S.A
DISTRIBUCIONES E INSTALACIONES LIMITADA
FRUTALES LAS LAJAS S.A.
COMERCIALIZADORA ANTRAM LIMITADA
EXCO COLOMBIANA S.A.
EXTRUSIONES TECNICAS LTDA
VIDRIERA DE CALDAS LIMITADA
TEXTILES OMNES S.A. EN REESTRUCTURACION
COATS CADENA S.A.
CARTONES Y PAPELES DEL RISARALDA LTDA
GUILLERMO PULGARIN S S.A
INDUSTRIAS SALGARI E.U.
INDUSTRIA COLOMBIANA DE CONFECCIONES S.A
INVERSIONES AGROGUADUA S.A
LA MACARENA S.A.
INGENIO RISARALDA S.A
INDUSTRIAS ELECTROMECHANICAS - MAGNETRON S.A
AMERICANA DE CURTIDOS LTDA Y CIA S.C.A
ORQUIDEAS EVA LTDA.
INDUSTRIAS ZENNER S.A
PROCIENFICA DE OCCIDENTE LTDA
NORMARH LIMITADA
INVERSIONES EL CARMEN S. C. A.
AYCO LTDA.
TECNODIESEL LIMITADA
INDUSTRIAS MC LAREN Y CIA LTDA EN REESTRUCTURACION
MUEBLES MARULANDA LTDA

PASTELERIA LUCERNA S.A.
INDUSTRIAL DE REPUESTOS LTDA INDUREPUESTOS
IMAAS LTDA
INDUSTRIAS GOL LTDA
INTEGRANDO LTDA
ELECTROMECHANICAS ROSDAN LTDA EN REESTRUCTURACION
TEJIDOS DE OCCIDENTE S.A
COMPAÑIA EDITORIAL ELECTRONICA CEKIT S A EN LIQUIDACION
INDUSTRIAS PRODICOL LTDA
TECNOLOGIA Y COMUNICACION VALTRONIK S.A.
JIL EXPORT & IMPORT S.H.
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL OPERADORA MERCANTIL S.A.
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL LTDA
C.I BLACK MARKET HOFFA E.U
ANTARTICA DISEÑO DE INTERIORES S.A
DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA NEPTUNO S.A.
JANSMER E.U.
CUEROS Y MAS LIMITADA
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL MOTORA S.A
REFRIGERAR G & P LTDA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL
EDITORIA NESMUR LTDA
INGEBYTE LIMITADA
LATINAS CHICK LTDA
SOCIEDAD DUQUE ORDOÑEZ LTDA
GRUPO COMERCIAL C & C LIMITADA
SISTEMAS OPTIMOS TROPICALES S.A
ORGANIZACION EMPRESARIAL ALIANZA Y PROYECTOS LTDA
LOS PISAMOS TRONCAL DEL CAFE LTDA
INDUSTRIA DE CALZADO MILCHENS LTDA
C.I PRODUCTOS AGRICOLAS LA MANUELA E.U
PEGAS 1A LTDA
TEJAS DE COLOMBIA C.I LTDA.
COMERCIALIZADORA MAXI ASEO EL LEON LIMITADA
TALLER CREATIVO INDARA
INGENIERIA DEL TRANSPORTE S.A
GEO COMPANY S.A.
PROCESO Y COLOR S.A
INDUSTRIAS DEPORTIVAS CAMPEON S.A
C.I. KARMET S.A.
INVERSIONES FRAJHON LTDA C.I
C.I. TRIJOTAS S.A.
POLEN EMPRESA UNIPERSONAL
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL GUADUA Y BAMBU EJE CAFETERO LTDA
AU CONSULTORES LIMITADA
FREEDOMTEX LTDA
MODUPLAST
CICOM SISTEMAS S.L

GES COMPAÑIA LIMITADA
CONSULTORES COMUNICACIONES Y SERVICIOS LTDA.
CESAR IVAN VALLEJO LONDOÑO EMPRESA UNIPERSONAL
SOROX E. U.
HOTEL SUITE AMERICANO LTDA
MULTITIENDA DE LAS TELECOMUNICACIONES LIMITADA
N.P. SHOES E.U.
MACEVA LIMITADA
LONG DISTANCE COMMUNICATE LIMITADA
BIORGANIC PRODUCTS C.I. LTDA
DISTRIBUCIONES Y REPRESENTACIONES MARTINEZ E HIJOS LTDA
LUDOSCA OPERACIONES Y MANTENIMIENTO & CIA LTDA
IMPORTACIONES T.L.C. LTDA
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL ELEXION LIMITADA
VISTA PREVIA LIMITADA
ARTEVIVO COLOMBIA E.U.
SERVICIOS INTEGRALES PEREIRA LIMITADA
C.I. NEDEXCOL E.U.
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA NACIONAL DE CALZADO LTDA
JPS. C.I. LTDA.
MEGACERAMICAS DE PEREIRA LTDA
ASESORES INMOBILIARIOS INTERNACIONALES LTDA
ARTE & ESTYLOS SOCIEDAD LIMITADA
MOTOPLAS S.A.
CALZADO SHOPPER
DKZA LTDA
VISION PERFECTA LABORATORIO LTDA
SOCIEDAD COMERCIAL GANADERA S.A. PEREIRA
FUNDACION MISIONARTE
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CAFE COMBIA ESPECIAL ZONA DE COMBIA
INVERSIONES RIO NILO S.A.
ABC.CO S.A.
GRES- TILE S.A. COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL
LA CASA DEL SINTETICO LTDA
OLIGOELEMENTOS
ESTROCOL
GRAFICAS BUDA LTDA
BISACC E.U.