

**ANGLE BUSINESS NETWORK.
CONGREGANDO EMPRENDEDORES, INVERSIONISTAS Y MENTORES.**

DANGHELY ALEJANDRA ÁLVAREZ ALARCÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
PREGRADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
BOGOTÁ
2018

**ANGLE BUSINESS NETWORK.
CONGREGANDO EMPRENDEDORES, INVERSIONISTAS Y MENTORES.**

DANGHELY ALEJANDRA ÁLVAREZ ALARCÓN

Asesor de Tesis:

LUIS ERNESTO PARDO RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
PREGRADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ
BOGOTÁ

2018

*“No nos hace falta valor para emprender ciertas cosas porque sean difíciles,
sino que son difíciles porque nos falta valor para emprenderlas”*

Lucio Anneo Séneca

A:

Mi madre, por ser una mujer fuerte, quien me ha enseñado a luchar por lo que quiero, ha sido mi apoyo incondicional en cada paso y es el pilar fundamental de todo lo que soy.

Mi hermana mayor, por ser un ejemplo de mujer, siempre aconsejándome con cariño y guiándome desde la rectitud.

Diego, por su interés en la realización de mis metas, resaltando lo valioso en mí, por su apoyo, paciencia y amor.

Mis maestros y en especial a mi asesor de tesis, por su tiempo, su comprensión, por alentarme a creer en mis capacidades, enseñarme la importancia de la disciplina y mostrarme que una buena calidad humana siempre será lo más importante.

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT.....	1
RESUMEN.....	1
CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	2
INTENCIÓN DEL PROYECTO.....	2
OBJETIVOS.....	2
METODOLOGÍA.....	3
CAPÍTULO 2: EL NEGOCIO.....	4
2.1 FUNDAMENTACIÓN.....	4
2.1.1 Emprendimiento.....	4
2.1.2 Emprendedor.....	6
2.2 FILOSOFÍA ESTRATÉGICA.....	7
2.2.1 Logo.....	7
2.2.2 Nombre de la idea.....	10
2.2.3 Misión.....	10
2.2.4 Visión.....	10
2.2.5 Objetivos.....	10
2.2.6 Valores corporativos.....	11
2.2.7 Competencias.....	12
2.2.8 Postura ética en el ámbito empresarial.....	13
2.2.9 Formación humanista de la universidad.....	14
2.3 RECURSOS HUMANOS.....	15
2.4 ORGANIGRAMA DE ANGLE.....	17
2.5 EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO.....	17
CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO.....	27
3.1 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	27
3.1.1 Consolidación de alianzas.....	27
3.1.2 Presentación del proyecto a los clientes.....	29
3.2 DESCRIPCIÓN PRODUCTO O SERVICIO.....	30
3.2.1 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.....	32
3.2.2 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.....	32
3.2.3 Recursos financieros.....	33
3.3 FINANCIACIÓN.....	34
3.4 INFRAESTRUCTURA.....	35
3.5 RECURSOS TÉCNICOS.....	35
CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO.....	37
4.1 POBLACIÓN OBJETIVO.....	37
4.1.1 Segmentación del público.....	37
4.1.2 Cliente.....	38
4.2 COMPETENCIA.....	39
4.2.1 Productos o servicios similares en el mercado.....	39
4.2.2 Plus o ventaja competitiva.....	42
4.2.3 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.....	43
4.3 PROVEEDORES.....	44
CAPÍTULO 5: MARCO LEGAL.....	45

5.1 MARCO LEGAL VIGENTE.....	46
5.1.1 Creación de empresa.....	46
5.1.2 Datos personales	51
5.1.3 Tecnologías de la información y la comunicación	52
5.1.4 Propiedad intelectual y derechos de autor	53
5.1.5 Trámites importantes para la protección del software	54
CAPÍTULO 6: ANALISIS DE RIESGOS	54
6.1 ANALISIS DE RIESGOS.....	55
6.1.1 Riesgos financieros:.....	55
6.1.2 Riesgos legales	57
6.1.3 Riesgos operativos	60
CAPÍTULO 7: PLAN FINANCIERO.....	63
7.1 INVERSION MÍNIMA REQUERIDA.....	63
7.2 TIEMPO ESTABLECIDO PARA LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN. ...	65
7.3 GASTOS	65
7.4 FLUJO DE CAJA.....	66
7.5 ESTADO DE RESULTADOS	67
CAPÍTULO 8: TRABAJO DE CAMPO	68
8.1 RAE (RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO).....	68
8.1.2 Síntesis resumen analítico especializado	68
8.2 ENTREVISTAS	70
8.2.1 Resultados entrevistas	70
CONCLUSIONES.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
Anexo I: Organigrama Angle	77
Anexo II: Glosario breve de perfiles en plataforma.....	78
Anexo III: Formulario del registro único empresarial y social RUES	79
Anexo IV: Formulario adicional de registros con otras entidades.	81
Anexo V: Formulario del Registro Único Tributario (RUT)	82
Anexo VI: RAE: Resumen Analítico Especializado	83
Anexo VII: Entrevistas.....	93

ABSTRACT

The present work exposes an entrepreneurship idea called Angle, which is based on an interactive platform or mobile application (APP); which seeks to congregate entrepreneurs, investors and mentors in the same scene. Hence, this APP facilitates the interaction between users to expose their business ideas and to promote the entrepreneurship culture.

For the production of this research there were investigated and described generalities and specificities of the business idea, the needs to develop the mentioned idea, the corresponding legal frame, the possible risks and the financial plan. It was proposed in order to take this idea from paper to reality. This document is organized in eight chapters, differentiated by topics and fed by twenty-two subtitles according to the subject matter in question.

RESUMEN

El presente trabajo propone una idea de emprendimiento llamada Angle, la cual se basa en una plataforma interactiva o aplicación móvil la cual busca congregar emprendedores, inversionistas y mentores en un mismo escenario. Con el fin de facilitar la interacción entre los usuarios, exponer sus ideas de negocio y fomentar la cultura del emprendimiento.

Para la elaboración de este trabajo se investigaron y describieron generalidades y especificidades de la idea de negocio, las necesidades para desarrollar dicha idea, el marco jurídico correspondiente, los posibles riesgos y un plan financiero que permita llevar esta idea del papel a la realidad. Este documento se desarrolla en ocho capítulos de contenido, diferenciados por temas y alimentados por veintidós subtítulos acordes a la temática en cuestión.

CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

INTENCIÓN DEL PROYECTO.

La intención de este proyecto es diseñar una plataforma digital interactiva, comercialmente llamada ANGLE que congregue emprendedores, inversionistas y mentores (usuarios). El propósito es facilitar a los emprendedores la presentación de sus ideas de negocio de manera directa y asertiva frente a inversionistas, mentores y otros emprendedores del medio nacional e internacional. A partir de esto se pretende disminuir el coste de transacción que divide la idea de su ejecución, mientras se desarrolla de forma significativa el conocimiento y la experiencia que los usuarios poseen en el campo del emprendimiento, además de compartir experiencias de crecimiento y realización a nivel profesional, dentro y fuera de la plataforma.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de emprendimiento fundamentada en una plataforma digital interactiva (software) para facilitar a los emprendedores, la presentación de sus ideas de negocio de manera directa y asertiva con inversionistas, mentores y otros emprendedores del medio nacional e internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la idea de negocio.
- Analizar las normas y requisitos legales para la creación y gestión de aplicaciones móviles.
- Proyectar los recursos necesarios para la constitución y ejecución de la idea de negocio planteada.

METODOLOGÍA

Este documento presenta una revisión documental bajo un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo, que tiene como finalidad diseñar una propuesta de emprendimiento, utilizando como fuentes artículos, leyes, formularios, revistas, información de portales oficiales, libros y tesis de grado, disponibles en línea. Además, se utilizaron instrumentos de recolección de información como RAES (Resumen analítico Especializado) y Entrevistas. Con el fin de tener una aproximación a los conceptos prácticos de un emprendimiento, los retos de un emprendedor, los requerimientos que demanda iniciar una empresa en el país además de desarrollar ítems puntuales y claves para la estructuración de una idea de negocio viable.

Esta investigación está planteada y desarrollada pensando en los emprendedores colombianos y del resto del mundo, así como en los inversionista y mentores que creen en las ideas y su poder y son piezas claves para el exitoso desarrollo del emprendimiento en el país. Este documento da una guía de como iniciar una idea de negocio, facilitando a sus lectores herramientas y contenidos propios del ejercicio del emprendimiento.

La presente investigación se desarrolla en siete secciones: la primera contiene una breve presentación del trabajo realizado; la segunda hace referencia a la base estratégica de la idea de negocio a plantear; en la tercera se encuentra un estudio técnico de Angle; dentro de la cuarta sección se ubica el estudio de mercado correspondiente; la quinta expone el marco legal vigente compatible con el negocio, en la sexta se realiza un análisis de riesgos tanto legales como financieros y operativos; finalmente en la séptima sección se plantea el plan financiero pertinente y cerrando este trabajo escrito se encuentran las conclusiones y anexos que complementan la información contenida en el desarrollo de este documento.

CAPÍTULO 2: EL NEGOCIO

El realizar la estructura inicial de una idea de negocio no es algo del todo sencillo, pero es beneficioso para aclarar ciertos asuntos en la mente del emprendedor. Por ejemplo, ¿en qué consiste su emprendimiento?, ¿cuál es su valor? simbólico y/o tangible y sienta una base que ha de ser útil para el desarrollo, tanto personal como de su proyecto, bien sea en el presente o en un futuro.

En este capítulo se pretende abarcar dicha estructura con la mayor claridad y coherencia posible. Se expondrá lo que significa Angle como empresa, sus cualidades y lo que se busca aportar mediante la idea de negocio a la sociedad. Este capítulo explora más a fondo su emprendimiento y delimita lo que Angle tiene para ofrecer.

2.1 FUNDAMENTACIÓN

Con miras al desarrollo ideal de este proyecto se deben tener en cuenta ciertos conceptos básicos. Entre los conceptos a tratar se encuentran el emprendimiento y el emprendedor, los cuales se desarrollarán a continuación.

2.1.1 Emprendimiento

Para realizar una conceptualización de emprendimiento se debe empezar con la Real Academia Española. La cual define en su diccionario al emprendimiento como “acción y efecto de emprender (acometer una obra) (...) cualidad de emprendedor” (RAE, 2018). El emprendimiento además tiene su raíz del latín *in* 'en' y *prendere* 'coger' surge. El concepto también comprende el acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, en especial si encierran dificultad o peligro.

Es válido y enriquecedor que para los investigadores el emprendimiento pueda ser definido de variadas maneras. “El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir

adelante de manera novedosa y con ideas renovadas”. (Jaramillo, L., 2008, p. 1). Esta definición toma un enfoque en el cual la acción de emprender es vista una capacidad, otorgando una posición al emprendimiento como una solución de dificultades para la humanidad, además de la evolución del ámbito social.

Por otro lado, Marulanda, Correa y Mejía definen en su investigación para la Revista: Escuela de Administración de Negocios de la universidad EAN. “El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar.” (Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L., 2009, p. 2). Tratando al emprendimiento desde un plano deductivo, en el cual este ha de contribuir al desarrollo económico a través de peldaños (los seres humanos) que soportan dicho crecimiento.

También se define “como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad.” (Riveros, J., 2013, p.5). Se analiza un plano empresarial que ha de tener repercusiones en la vida de quienes están inmersos en el ejercicio de emprender. Intuyendo un mejoramiento tanto personal como económico.

El emprendimiento es un ejercicio que se convierte en una dinámica social, económica, política y cultural. Esta dinámica impacta a la sociedad de distintas maneras. Se crean oportunidades múltiples para las personas, donde se incrementan los beneficios económicos, no solo de forma individual sino también al nivel estatal, que contribuyen a la realización de proyectos de toda índole. Las políticas establecidas extienden su cobertura al ritmo que el emprendimiento lo hace y se crea una cultura emprendedora, que potencia ideas y posiciona negocios emergentes a nivel regional. Todo lo que el emprendimiento abarca tiende a evolucionar.

2.1.2 Emprendedor

Relacionado con el emprendimiento está el emprendedor, ambos conceptos están ligados y uno crece con el otro. La RAE define al emprendedor como un sujeto “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.” (RAE, 2017). Este como un concepto con un gran alcance permea otras construcciones de la definición de emprendedor.

Entonces se dice que “el emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas.” (Formichella, M., 2004, p. 6). Se expone al emprendedor como un ser polivalente que ha de tener ciertas aptitudes para poder triunfar. Esto podría ser complejo para un emprendedor y más aún si hasta ahora está en el inicio de su papel de líder.

Así mismo se encuentra De Miguel citando a Gerber (1996) el cual sostiene que “el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades. Caos en armonía.” (De Miguel. A., 2013, p. 6). Aquí se caracteriza al emprendedor como si de un aventurero se tratara. Al presentar una mente brillante dentro de una espiral de caos que en un momento ha de encontrar un punto neutro, que le permita al emprendedor pulir sus aptitudes y avanzar.

Además, se define al emprendedor como “aquel que mediante un proceso, y teniendo en cuenta los factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimiento, experiencia, formación, entre otros) y exógenos (las mutaciones del entorno), lleva a cabo un proyecto, bien sea económico, social, político, ambiental, etcétera.” (Herrera, C. & Montoya, L., 2013, p. 11). Aquí ya se toma en cuenta que el emprendedor también es un sujeto en la sociedad como cualquier otro, enfrascado en ciertas dinámicas las cuales han de ser decisorias para él y sus proyectos.

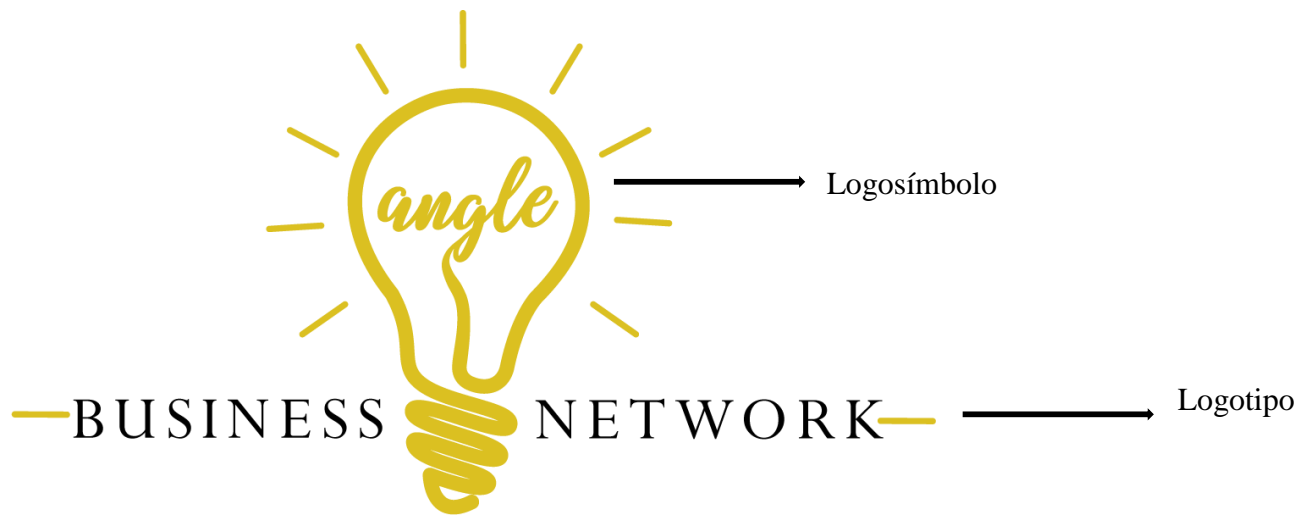
El emprendedor es un sujeto con una idea y con la capacidad de obtener los recursos necesarios para hacerla funcionar y ser productiva, el emprendedor está en constante trabajo para mejorar su emprendimiento, siendo responsable, perseverante y disciplinado, siempre fijando metas tanto laborales como personales. Un emprendedor inspira a través de lo que dice, pero también de lo que hace, al ser siempre propositivo, autodidacta y resistente.

2.2 FILOSOFÍA ESTRATÉGICA

2.2.1 Logo



El logo de ANGLE BUSINESS NETWORK, expresa sofisticación y espontaneidad. La imagen está inspirada en el símbolo universal de las ideas, el foco o bombilla. Es un logo con un diseño sencillo que tiene un balance atractivo entre lo estructurado y lo espontáneo que posee el mundo de los negocios, sus colores son clásicos y su contraste denota elegancia y alegría. Para su uso correcto se deben utilizar los elementos que a continuación se muestran.



Las tipografías del logo de ANGLE BUSINESS NETWORK, empleadas para su diseño son: “Belindascript-script // script” (ANGLE), esta fuente es fresca, dinámica, divertida y creativa; “Perpetua // Regular” (BUSINESS NETWORK), fuente de estilo clásico, estructurada, limpia y elegante.

La identidad ANGLE BUSINESS NETWORK, debe ser reproducida de la siguiente forma y con los respectivos colores. El logo de ANGLE BUSINESS NETWORK, contiene dos colores (amarillo y negro), sus porcentajes para versión web (RGB) y para impresos (CYMK) son:

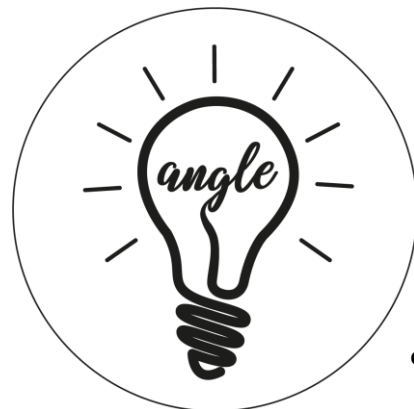
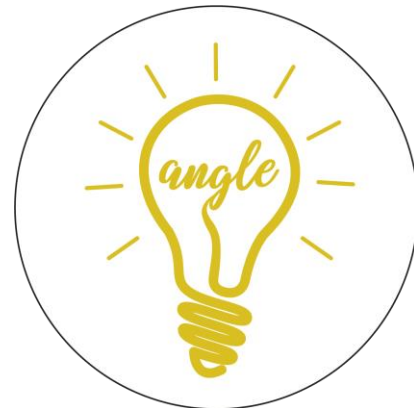


Color: AMARILLO
RGB: 219-192-33
CYMK: 17-18-92-2



Color: NEGRO
RGB: 29-29-27
CYMK: 74-65-63-81

La versión a color del Logo de ANGLE BUSINESS NETWORK será aplicado sobre fondos bien sean blancos o negros y para la aplicación del logo sobre fondos de colores será en blanco, negro, amarillo o combinado como se muestra a continuación:



2.2.2 Nombre de la idea

Nombre de la idea de negocio: ANGLE BUSINESS NETWORK.

Razón Social: ANGLE BUSINESS NETWORK S.A.S.

Nombre comercial: ANGLE.

2.2.3 Misión

Estamos comprometidos con Potenciar las ideas de negocio de los emprendedores, conectándolos con múltiples oportunidades de inversión, conocimiento y experiencia de los mejores inversionistas, mentores y emprendedores, siempre en búsqueda de inspirar a otros desde el éxito

2.2.4 Visión

Ser reconocidos como uno de los principales promotores de emprendimiento en el país, siendo una herramienta que influencia y capacita a sus usuarios además de potenciar las ideas de negocio al atraer la inversión e interés necesario para que estas prosperen.

2.2.5 Objetivos

- Proporcionar canales comunicativos dentro de la plataforma a los emprendedores que les permitan desarrollar su proyecto de emprendimiento en el país.
- Contribuir al fortalecimiento del conocimiento y desarrollo de habilidades y capacidades de los emprendedores colombianos.
- Promover la inversión económica en los proyectos postulados dentro de la plataforma.

2.2.6 Valores corporativos

Los Valores Corporativos de Angle como empresa, son tres:

- Integridad
- Honestidad
- Respeto

Angle es una empresa íntegra, honesta y que promueve el respeto, donde priman los intereses en común de los usuarios. Al actuar siempre coherente entre discurso y acción, en constante búsqueda de la verdad y la justicia además de un trato digno hacia nuestros usuarios y equipo de trabajo.

Se piensa la integridad como la capacidad que ha de tener la empresa para ser consecuente entre lo que estipula y lo que ejecuta. Al proceder recta e intachablemente desde una visión correcta desde el punto de visto moral y ético. Siempre en búsqueda del bienestar colectivo para empleados y clientes desde todas las áreas que componen la organización.

Además, el entender la honestidad como actuar con la verdad, de manera sincera y coherente con los actos. Con la intención de transmitir confianza y hacer del correcto proceder algo implícito que a diario se ejercita en todos los ámbitos.

Como tercer valor principal se encuentra el respeto, el cual se expresa como la actitud considerada que se tiene hacia los demás bien sea cliente o trabajador. Como organización se debe tener una actitud siempre asertiva evitando causar algún daño o perjuicio.

Reconocemos la importancia de estos valores, desde un punto de vista humanista. En búsqueda siempre de un bien colectivo, que aporte a la sociedad. Motivados por contribuir con la generación de una dinámica de trato digno por parte de negocios emergentes a los involucrados.

2.2.7 Competencias

Las competencias de Angle como empresa, son tres:

- Inteligencia colectiva
- Conectividad
- Innovación

En cuestión empresarial, un negocio ha de tener unas competencias las cuales se definen como un “conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (saber estar y querer hacer) que, aplicados en el desempeño de una determinada responsabilidad o aportación profesional, aseguran su buen logro”. (Sagi, L., 2004, p.86). Dicho conjunto es variable según como desee la empresa presentarse frente a un mercado de competencia. El valor agregado en cuestiones éticas y morales que puede ofrecer mediante sus servicios como servidores. Dicho valor es lo que en realidad se vende, porque ANGLE no solo vende el servicio de un software, vende afinidad y desarrollo. Esto se produce al contar con inteligencia colectiva, conectividad e Innovación.

En la inteligencia colectiva como un proceso de apoyo mutuo, existe un trabajo en equipo y una colaboración, así como la asistencia constante, es sencillo solventar dificultades y lograr no solo superar sino aprender de estas, así mismo el sentimiento de alarma o de presión puede ser aliviado al contribuir a una efectividad de servicio más estable.

La conectividad, entendiéndose como un ciclo que no ha de frenar. A pesar de las múltiples situaciones que se pueden presentar la constancia del servicio ha de permanecer intacto. Ofreciendo una permanencia que busca ganar la credibilidad frente a sus clientes, mediante el trabajo arduo que mantenga un servicio idóneo.

La innovación es la capacidad de cambio al buscar siempre lo novedoso. Desde la idea base del negocio se ha de plantear la innovación como una palabra frecuente. Así se investiga y analiza las necesidades, gustos e intereses de los clientes y de qué manera se pueden suplir

estos. Siempre en pro de simplificar además de potenciar capacidades de quienes encuentran en nosotros una oportunidad para llevar a cabo sus proyectos.

2.2.8 Postura ética en el ámbito empresarial

La postura ética dentro de un ámbito empresarial es relevante, ya que mediante esta se transmite una identidad empresarial a los empleados, los cuales logran dimensionar el por qué y para qué de su trabajo dentro de la organización desde una perspectiva humanista que complementa y potencia la producción y operatividad de una empresa.

En búsqueda de promover así “el sentido de responsabilidad por las acciones (...) de honradez y eficacia en el servicio, de mutuo respeto en las relaciones internas de los empleados.” (Hamburger, A., 2006, p. 40). En este caso, tanto el trabajo como las relaciones internas han de ser funcionales para así potenciar la productividad que se reflejará en la satisfacción de las partes externas (clientes)

Así mismo se debe tomar en cuenta las dinámicas “(...) de acatamiento de la verdad y de la justicia, de formulación de compromisos lícitos, de cumplimiento de las leyes y normas que rigen la actividad empresarial y de elaboración de códigos corporativos de conducta, entre otros” (Hamburger, A., 2006, p. 40). Donde la interacción con un marco general a nivel nacional es de suma importancia, no solo para los clientes sino también para la empresa, la cual al tener un comportamiento que se oriente siempre hacia la rectitud del accionar, ha de tener así más probabilidades de mantenerse activa y productiva.

Así se facilita un ambiente productivo, respetuoso de manera interna y externa, donde la ética se ejercita día a día. Desde las relaciones interpersonales y profesionales, bien sea entre los trabajadores, entidades y con los clientes que son la razón de ser de la empresa.

2.2.9 Formación humanista de la universidad.

La idea de negocio está ligada con la visión humanista implementada por la Universidad Santo Tomás haciendo todo lo posible porque Angle dentro de sus funciones y su servicio “responda de manera ética, crítica y creativa a las problemáticas del mundo actual.” (Universidad Santo Tomás, 2015, p. 11). Se empieza por apoyar a los emprendedores para que lleven a cabo sus ideas de negocio. Estos podrán generar oportunidades para más personas y han de potenciar un cambio positivo desde el desarrollo de sus funciones, dándole solución a problemáticas de una manera ética, humana, objetiva y asertiva.

Angle ha de encauzar sus labores a “comprender (visión racional estructurada), hacer (acción transformadora y productora), obrar (acción conforme a valores éticos), comunicar (a través de los distintos lenguajes)” (Universidad Santo Tomás, 2015, p. 12). Mediante distintas iniciativas que integren estas cuatro habilidades, Angle ha de posicionarse como una empresa seria y comprometida con sus clientes, que procura entender una realidad local y global, al realizar esfuerzos que fomenten una mejor calidad de vida en la sociedad, con un actuar de acuerdo con sus valores corporativos y un desarrollo activo de destrezas comunicativas que conecten necesidades con oportunidades.

Los que hacen parte del equipo de Angle, desde directivos hasta empleados deben siempre poseer un “...sentido de corresponsabilidad y compromiso...en la producción de vida buena y digna para todos y todas dado que es partir de allí de donde se desprenden las verdaderas necesidades humanas.” (Universidad Santo Tomás, 2015, p. 10). Si se desarrolla este tipo de dinámicas sanas desde el interior de la organización, así mismo se han de ver reflejadas en el trato con nuestros clientes, socios, proveedores y en general con otros que tengan algún tipo de relación tanto laboral como personal con Angle.

Angle como una empresa generadora de cercanía y relaciones empresariales debe entrar en el grupo de emprendimientos colombianos “... con compromiso social capaces de propiciar el desarrollo de la ciencia y la tecnología como instrumentos que apuntan a la construcción de una sociedad más justa y equitativa” (Universidad Santo Tomás, 2015, p. 13). Brindando

oportunidades y progreso, unificando fuerzas para que Colombia se una mejor sociedad donde se destaquen valores que consoliden una cultura del emprendimiento humanista y consciente, que hace uso de los avances científicos y tecnológicos en pro de los demás y no en su contra.

2.3 RECURSOS HUMANOS

El organigrama de Angle como se presenta en el anexo 1, del presente documento, está conformado por una dirección general, asesores, secretaria y recursos humanos. A su vez contiene 6 direcciones las cuales facilitan el trabajo integral y contribuyen a la eficacia de la empresa. En cuanto a la dirección general, estará ocupada por el creador de Angle y en caso de existir socios, estos podrán estar de acuerdo con una dirección única o proponer una dirección conjunta. El director o directores generales manejarán toda la organización mediante los subdirectores ubicados en cada una de las áreas de la empresa.

Los asesores, legales, económicos y sociales, han de procurar aconsejar y probar al director o directores, cuáles son los pros y los contras de las decisiones destinadas a la empresa. La secretaría será el apoyo operativo principal de la dirección en momentos de la ausencia del director o directores encargados. Recursos humanos ha de ocuparse del desempeño general de los empleados que han sido contratados para los diferentes cargos.

Las 5 direcciones son: dirección de diseño, dirección de desarrollo, dirección de investigación, dirección de relaciones públicas y dirección de finanzas.

La dirección de diseño se encarga de toda la parte estética y funcional de contenidos gráficos, sonoros y audiovisuales dentro del software. La dirección de desarrollo es el pilar principal de Angle ya que este programa, maqueta, fórmula algoritmos, realiza análisis y ejecuta todo lo relacionado a la plataforma. Esta dirección maneja desde el diseño de la plataforma virtual interactiva hasta el desarrollo de esta dependiendo de las necesidades que se identifiquen en los usuarios a medida que estos hagan uso del software. Además, el

soporte técnico está encargado de mantener la operatividad de la plataforma ante cualquier eventualidad, bien sea en la versión para ordenador como en la app.

Dentro de las direcciones sociales se encuentra la dirección de investigación, la cual nutre de información verídica y objetiva a las demás áreas, sus dinámicas de interacción y las cosas que harían que el grupo poblacional ubicado en la plataforma disfrute de una mejor experiencia como usuarios. También esta dirección ha de estudiar temas de interés para el negocio, que fomenten el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos y de los emprendedores que contribuyen así al aumento de la actividad de la plataforma. Mediante estudios en diferentes áreas y clasificados por proyectos, la dirección de investigación nutre a las demás áreas en cuestión de estudios sociales, puesto que es la sociedad y sus dinámicas quienes mantienen a Angle en el mercado.

La dirección de relaciones públicas se encarga de mantener un flujo de comunicación constante de la empresa con sus clientes y con sus propios empleados, a su vez coordina la publicidad que ha de ser pauta en la plataforma y los posibles enlaces con clientes potenciales que pueden necesitar de los servicios de Angle, más allá de la exposición de su empresa mediante un perfil de usuario. Además, esta área se ha de encargar de los canales de comunicación masiva con los cuales los clientes actuales y en potencia han de ser más receptivos frente a los esfuerzos de Angle para llegar a ellos.

La dirección de finanzas ha de ser la que dé manejo a la ruta económica de la empresa. Se cuenta con una unidad de presupuesto, así como tesorería y contabilidad, donde se enfocan de manera correcta las ganancias e inversiones que la empresa realiza, tanto en personal como en sus clientes.

2.4 ORGANIGRAMA DE ANGLE

Para información detallada, respecto al organigrama, véase el Anexo I de este documento.

2.5 EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

A continuación, se definen y especifican los cargos y funciones, competencias y aportes de las diferentes direcciones y cargos.

Tabla 1.

Dirección General	<p>Funciones: El director General debe prever, organizar, mandar, coordinar y controlar las actividades de la organización. Además, debe administrar las relaciones interpersonales, transmitir información y tomar decisiones, distribuir funciones y solventar necesidades de la empresa.</p> <p>Competencias: Debe ser ordenado, propositivo, tener liderazgo, ser práctico y productivo además de poseer conocimientos avanzados y/o titulados en comunicación, administración, contabilidad y negocios internacionales.</p> <p>Aporte: Con su experiencia debe saber encaminar a Angle cómo una empresa en crecimiento, dictando una ruta a seguir dentro de los 5 años próximos, con el fin de hacer de Angle algo rentable y sostenible.</p>
Asesores	<p>Funciones: Los asesores de la dirección general deben ser personas íntegras capaces de participar de manera activa y crítica en las decisiones a tomar por el director,</p>

	<p>con relación a cualquier aspecto que pueda perjudicar o beneficiar a la empresa. Al pensar en el bienestar general de los trabajadores, clientes y el nombre el cual representan.</p> <p>Competencias: Son personas proactivas, diligentes, críticas, honestas y transparentes que poseen experiencia de trabajo certificada de 3 años o más y conocimientos avanzados y/o titulados en áreas como la comunicación, la administración, la contabilidad, el derecho empresarial, privado o ramas de la ingeniería.</p> <p>Aporte: Los asesores deben contribuir al perfecto planteamiento, estudio y desarrollo de los proyectos a realizarse en Angle en cabeza de director general, desde una visión profesional crítica soportada por argumentos verídicos y demostrables, para aportar soluciones a los diferentes inconvenientes que se puedan presentar.</p>
<p>Secretaría general</p>	<p>Funciones: Un secretario general y su equipo deben realizar las funciones relacionadas con el trabajo de oficina como el manejo de documentos, llamadas, visitas, informes, trámites, agenda (diaria, semanal y mensual), comunicación rápida con todas las direcciones de la empresa, conocimientos básicos de las labores de cada dirección, enlace estatal, manejo de herramientas de oficina (equipos y programas informáticos), protocolo institucional y empresarial.</p>

	<p>Competencias: Como principal soporte de la dirección en asuntos de ejecución y funcionamiento de generalidades de la empresa, el secretario general debe ser una persona muy responsable, comprometida con su trabajo, eficaz, práctica, ordenada, que posee experiencia de trabajo certificada de 4 años o más y conocimientos avanzados y/o titulados en áreas como la administración o la comunicación.</p> <p>Aporte: El secretario general ha de encargarse del área administrativa de Angle, con la intención de facilitar la relación entre la dirección general y las otras direcciones de la empresa. Este es el segundo cargo más importante, con un reconocimiento significativo debe mantener el orden, el cual representa oportunidades para todos y cada uno de los empleados y permite brindar un servicio de excelente calidad.</p>
<p>Recursos Humanos</p>	<p>Funciones: El director de la dirección de recursos humanos y el equipo que lo acompaña deben encargarse de las contrataciones de personal y su bienestar dentro de Angle en calidad de empleados. Su labor es evaluar con detenimiento los perfiles de cada aspirante a los distintos cargos, programar entrevistas laborales junto al director del área en cuestión, realizar el control semestral de calidad de labores, encargarse del bienestar corporativo (campañas de salud, de integración, de esparcimiento, orientación personal...), Administrar el personal y los trámites como contratos, nóminas y otros, desarrollar informes de rendimiento y ser el mediador entre</p>

	<p>empleados y superiores.</p> <p>Competencias: El director de recursos humanos debe ser una persona confiable, competitiva, con una comunicación interpersonal impecable, con liderazgo e intuición, que se adapte muy fácil a las situaciones con las personas. Este director posee experiencia de trabajo certificada de 4 años o más y conocimientos avanzados y/o titulados en áreas como relaciones públicas o la comunicación organizacional.</p> <p>Aporte: El director de recursos humanos procurará que la empresa crezca y se posicione mediante la calidad de sus trabajadores, ejerciendo control sobre los niveles de calidad, crecimiento profesional y personal de quienes trabajan en Angle, además de facilitar un ambiente de trabajo idóneo que se refleja en altos niveles de productividad con la intención de hacer de Angle una empresa humana, dinámica y con alto rendimiento en el país.</p>
<p>Dirección de Diseño</p>	<p>Funciones: El director de diseño tiene 2 o más empleados a su cargo, con los cuales debe trabajar de la mano. Con el fin de crear la imagen de Angle frente a los clientes al nivel de la plataforma, haciendo de la experiencia interactiva algo sencillo es su utilización y agradable a la vista. Para esto debe supervisar y liderar la creación de diseños, así como su viabilidad para la ejecución, estar en constante evolución respecto a lo que se debe incluir según los distintos factores que la plataforma entregará al entrar en funcionamiento</p>

	<p>(intereses generales, temáticas por época del año, el rango de edad, días festivos a nivel global, entre otros), y proponer ideas ejecutables que permitan potenciar los sectores menos visitados de la plataforma.</p> <p>Competencias: El director de diseño debe ser una persona creativa, innovadora, confiable, competitiva, con liderazgo y adaptabilidad, que sea capaz de renovar un servicio sin que este pierda identidad, que esté siempre a la vanguardia y sea propositivo. Este director posee experiencia de trabajo certificada de 2 años o más y conocimientos avanzados y/o titulados en áreas como diseño gráfico, ingeniería de sistemas o mecánica, o publicidad que tenga conocimientos avanzados en programación.</p> <p>Aporte: El director de diseño buscará que Angle tenga una acogida por parte de los usuarios debido a su propuesta audiovisual e interactiva innovadora y sencilla, este director deber ser constante en su trabajo para que todo siempre esté en orden y logre cumplir con las metas a plantear mes a mes. Este líder hace que su equipo de trabajo crezca, así como su reconocimiento y aptitudes las cuales los llevan a posicionarse a nivel profesional como un equipo completo y de calidad a nivel nacional e internacional, representación de Angle en ferias, congreso, exposiciones... de diseño virtual.</p>
<p>Dirección de desarrollo</p>	<p>Funciones: La dirección de desarrollo es el área más extensa de Angle. Se puede decir que es la columna vertebral del servicio principal de la empresa. Al ser tan</p>

	<p>robusta puede llegar a necesitar 2 directores de desarrollo quienes estén a cargo de todo el equipo de trabajo.</p> <p>El principal trabajo de un director de desarrollo es captar requerimiento de las demás áreas, para así aplicar cada requerimiento al diseño de la plataforma. Además Esta dirección debe distribuir las siguientes funciones de acuerdo al cargo que cada trabajador desempeña: desarrollar software a la medida, formulación e implementación de algoritmos, captar requerimiento de las demás áreas, desarrollo e implementación de bases de datos, implementación de servidores y mantenimiento de servidores on-cloud, despliegue y monitoreo de aplicaciones en el servidor, Análisis de viabilidad del proyecto propuesto además de la integridad y seguridad de las redes internas sean locales o externas, soporte de pagos, soporte de funcionalidad de la app, soporte de inscripción y cuidado de los servicios corporativos (equipos, cuentas, conexiones, entre otros).</p> <p>Competencias: El director de desarrollo debe ser una persona creativa, innovadora, confiable, competitiva, con liderazgo y adaptabilidad, que sea capaz de renovar un servicio sin que este pierda identidad, que esté siempre a la vanguardia y sea propositivo. Este director posee experiencia de trabajo certificada de 5 años o más y conocimientos avanzados y/o titulados en áreas como, ingeniería de sistemas, telecomunicaciones, de software o afines con conocimientos avanzados y experiencia práctica de manera obligatoria en programación.</p>
--	---

	<p>Aporte: El director de desarrollo buscará que Angle tenga un desempeño eficaz, rápido, sencillo, sin contratiempos que le genere pérdidas a la empresa y/o usuario. Esto lo hará con la idea de ser constante en su trabajo para que todo siempre esté en orden y funcione de la manera correcta, sin dejar de buscar nunca la excelencia. Este líder hace que su equipo de trabajo evolucione, así como su reconocimiento y aptitudes las cuales los deben llevar a posicionarse a nivel profesional como un equipo completo y de calidad a nivel nacional e internacional, en representación de Angle en ferias, congresos, exposiciones... donde siempre serán el actor principal en Angle.</p>
<p>Dirección de Investigación</p>	<p>Funciones: El director de investigación y su equipo deben trabajar en la formulación de proyectos de investigación y su respectivo desarrollo. Dichos proyectos pueden ser de distintas índoles, tanto de temas y planes que la empresa pueda ejecutar para su beneficio y posición frente a la comunidad científica, como para el beneficio de otros en situaciones de necesidad, bien sea comunidades en situación vulnerable, con el fin de mejorar la calidad de vida de la mayor cantidad de personas posible, al entrar en el listado de emprendimientos con un peso filantrópico considerable.</p> <p>Para esto debe supervisar y liderar el planteamiento de proyectos, así como su ejecución, estar en constante evolución respecto a lo que se debe incluir según los distintos factores que rodean a Angle, y proponer ideas</p>

	<p>viables que permitan potenciar la investigación en los sectores menos explorados por este tipo de empresas.</p> <p>Competencias: El director de investigación debe ser una persona proactiva, innovadora, confiable, competitiva, constante, con liderazgo y adaptabilidad, que sea capaz de producir un resultado relevante en cada uno de sus proyectos y sea propositivo. Este director posee experiencia de trabajo certificada de 2 años o más en procesos de investigación y conocimientos avanzados y/o titulados en áreas como comunicación social, economía, trabajo social, psicología, ingenierías, estadística y áreas afines a la investigación.</p> <p>Aporte: El director de investigación buscará que Angle tenga un reconocimiento por su dedicación al campo de investigación y ejecución de estas investigaciones. Posicionándose frente a la comunidad científica y/o filantrópica del país y el continente como uno de los proyectos de emprendimiento que busca crear un impacto significativo desde el inicio de sus operaciones.</p>
	<p>Funciones: El director de relaciones públicas junto a su equipo deberá buscar las oportunidades de posicionamiento y negocio en cuestión de publicidad y eventos que sean convenientes para Angle. Para esto deben diseñar y ofrecer un portafolio de servicios para diferentes empresas, organizaciones, comunidades, etc. en el mercado que sean afines a las políticas de Angle con el fin de recaudar un capital significativo y constante.</p>

<p>Dirección de Relaciones Públicas</p>	<p>Además, se deben encargar del diseño de los materiales publicitarios y/o la adaptación de los que sean producidos externos a la organización y del contenido de los canales de comunicación de la empresa. El director ha de manejar el protocolo para eventos dentro de la empresa y siempre exhibir las mejores cualidades de Angle y de quienes la conforman.</p> <p>Ha de trabajar de la mano con el área de recursos humanos, siendo un soporte para las actividades internas de Angle. Debe mantener al día todos los canales de los que disponga la empresa para posicionar la marca y administrar de manera adecuada los recursos destinados a esto.</p> <p>Competencias: El director de relaciones públicas debe ser una persona creativa, ambiciosa, sagaz, innovadora, confiable, competitiva, con liderazgo y adaptabilidad, que sea capaz de posicionar una marca nueva y generar ingresos de manera efectiva, con una excelente presentación personal y una calidad humana de igual nivel. Posicionándose siempre a la vanguardia al ser propositivo. Este director posee experiencia de trabajo certificada de 2 años o más y conocimientos avanzados y titulados en áreas como comunicación social, relaciones públicas, sociología, estadística o semiología.</p>
--	--

	<p>Aporte: El director de relaciones públicas ha de procurar que Angle cómo marca sea una referencia agradable para el público, bien sean usuarios de plataforma, clientes directos, inversionistas. Mediante estrategias ambiciosas pero íntegras de competencia, que genere beneficios bien sea a corto como a largo plazo. Establecer contactos es clave para una empresa en crecimiento ya que puede presentar oportunidades de expansión significativas y un D.R.P lo sabe.</p>
<p>Dirección de Finanzas</p>	<p>Funciones: El director de finanzas debe administrar y distribuir los recursos con los que cuenta Angle para realizar sus actividades. Realizar balances corporativos de gastos, registro de ingresos, análisis de estados financieros, presupuestos de efectivo, proporcionar a las distintas direcciones los fondos necesarios para los proyectos, entre otras son las funciones que debe llevar a cabo el director de esta área junto a su equipo de trabajo.</p> <p>Competencias: El director de finanzas debe ser una persona confiable, íntegra, competente, responsable, disciplinado y con adaptabilidad, que sea capaz prever y visualizar las necesidades económicas de la empresa, que proponga soluciones rápidas y de prioridad a los temas más relevantes con el fin de siempre beneficiar a Angle. Este director posee experiencia de trabajo certificada de 5 años o más y conocimientos avanzados y titulados en áreas como contabilidad, administración, estadística, matemática financiera y/o afines.</p>

	<p>Aporte: El director de finanzas vela por el rendimiento económico de Angle y beneficia de manera justa a todos los integrantes de la empresa. Diseña planes económicos para el presente y el futuro que faciliten su labor. Tiene presente que no siempre lo justo y lo necesario es lo más aceptado por los demás.</p>
--	---

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO

Tener una visión realista de cómo ha de funcionar el negocio en términos puntuales es crucial. A partir de esta, se pueden establecer estrategias realistas que impulsen y desarrollen asertivamente la idea a ejecutar. Para realizar este ejercicio de manera efectiva se debe plantear un estudio técnico que oriente como se ha de posicionar y desenvolver el proyecto.

En el presente capítulo se desarrollarán temas como el sistema de comercialización y lo que esto implica. Además de la descripción detallada de del producto o servicio. La respectiva financiación, infraestructura requerida y los recursos técnicos necesarios. Esta información brinda un camino a seguir que procura el bienestar de la idea, sus necesidades y sus posibilidades a corto, mediano y largo plazo.

3.1 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

3.1.1 Consolidación de alianzas

Angle ha de buscar alianzas tanto para obtener apoyo como para apoyar. Al buscar amparo en instituciones bien sea privadas o públicas lo que se asegura es el tener la oportunidad de crecer para poder llegar a más usuarios y permitir que la plataforma sea más accesible y que se nutra de manera constante. Se buscarán estas alianzas con las diferentes entidades del gobierno que prestan servicios de asesoría y aceleración como Innpulsa, el SENA, la

cámara de comercio y con entidades privadas como Wayra, Incube, Connect Bogota Region, entre otros debido a la extensión del listado de instituciones dedicadas a hacer crecer emprendimientos.

Además de buscar el rápido desarrollo de Angle también se debe tener en cuenta que lo que sostiene a esta propuesta es el emprendimiento, se buscan también alianzas con universidades nacionales en una primera instancia. En estas instituciones muchas veces los estudiantes tienen ideas que necesitan ser enfocadas y materializadas. La plataforma interactiva podría representar una vía para que dichas ideas logren tener una difusión y así el incremento de oportunidades y probabilidades de éxito.

Si bien se busca obtener usuarios también es de interés de Angle el fomentar el emprendimiento desde los centros de pensamiento, buscando contribuir a la cultura emprendedora del país mediante las instituciones, las alianzas a convenir consistirían en un intercambio, con el ánimo de obtener usuarios y/o clientes en potencia, pero con la disposición de aportar un valor agregado de conocimiento empresarial a las universidades interesadas.

De igual manera sería el proceder en las empresas, las cuales brindan los espacios para poder captar la atención de sus trabajadores. Angle se compromete a impartir una información enfocada a que estos desarrollen sus ideas y logren incursionar en el mundo del emprendimiento y/o innovación dentro de las organizaciones en las cuales laboran.

Por último, las alianzas con personas naturales, con el interés de buscar en ellas una inversión para promover la idea de negocio, y poder llegar a un acuerdo con dichos inversionistas, respecto a sus expectativas al invertir su dinero y tiempo en Angle, si bien buscan un porcentaje de ganancias acorde a lo invertido o buscan una sociedad beneficiosa para ambas partes. Dado cualquiera de los casos, la empresa ha de velar siempre por el interés de sus clientes al aceptar alianzas que beneficien a todas las partes contempladas en la idea de negocio.

3.1.2 Presentación del proyecto a los clientes.

A partir de la constitución de la idea de negocio frente a la cámara de comercio el paso a contemplar es la presentación del proyecto frente a los posibles clientes, tanto inversionistas como usuarios. Para esto se deben contemplar varias estrategias en la difusión del negocio.

La apertura de las redes sociales (facebook, instagram, twitter, youtube) como canales de comunicación de la empresa con sus clientes potenciales es primordial. Así los contenidos que alimenten estas redes deben tener un diseño fresco, divertido, simple y motivador, con el fin de transmitir un mensaje de accesibilidad. Las creaciones de estas redes buscan crear un perfil institucional, el cual se identificará con el tiempo de acuerdo con el alcance y difusión que estas redes tengan.

En el momento en el que el reconocimiento deje de ser nulo, se diseñarán muestras de la navegación y uso correcto de la plataforma, así como la simulación de interacciones que se podrían presentar en Angle, para lograr incorporarlas a la presentación corporativa que debe tener la empresa para las oportunidades de inversión y futuros clientes que se interesen en esta idea. El objetivo de dichas muestras y presentación es transmitir un mensaje limpio, concreto y convincente, que resuelva posibles dudas y capte la atención correcta por parte de los clientes.

Realizar un evento de lanzamiento, ayudaría a posicionar la marca en el plano empresarial emergente de la ciudad. Se busca contar con la asistencia de entidades que sean influyentes en el medio, así como casos de éxito que la mayoría podría reconocer y con emprendedores que creyeron en Angle desde un inicio. Se busca el cubrimiento de medios locales y nacionales, para hacer visible todo el evento y generar opinión que desencadene un interés y por ende clientes.

3.2 DESCRIPCIÓN PRODUCTO O SERVICIO.

Angle es una plataforma digital interactiva que comprende el emprendimiento, la inversión en nuevas ideas de negocio y el desarrollo del conocimiento y experiencia empresarial.

La plataforma a desarrollar ha de tener 3 versiones, una versión diseñada para ordenadores, otra versión portátil diseñada para dispositivos móviles disponible en Play store y la tercera disponible en la AppStore con el mismo contenido de la versión para ordenadores. Esta plataforma ha de contar con un diseño en el cual la interacción de los usuarios será la actividad principal. Los usuarios han de estar clasificados según tres perfiles que serán adoptados acomodándose a sus necesidades, capacidades e interés que los usuarios posean.

Usuarios que buscan exponer su idea de negocio y nutriéndose de manera constante en búsqueda de alcanzar unos niveles de experiencia que han de darles credibilidad frente a quien esté interesado en su idea de negocio. Los emprendedores dentro de esta plataforma deben estar interesados en el intercambio de experiencias con otros usuarios, que busquen una guía en un mentor y/o inversionista para hacer crecer su emprendimiento (ver anexo II).

Se debe aclarar que en el momento en el cual algún tipo de inversión económica se lleve a cabo gracias a la plataforma, esta ha de tomar el 3% de la suma pactada entre las partes. Además, se han de obtener ganancias de la publicidad que ha de ser pautaada en la plataforma. Por último, se tendrá una opción de membresías premium para quienes deseen una adición en su servicio, estas variarán su precio según el tiempo de vigencia.

Servicios: Además de la interacción directa de usuarios en la red, también se tienen opciones adicionales, como la participación de estos mediante contenidos virtuales en común:

- Membresías o Suscripciones
- Foros de discusión en línea donde solo los usuarios han de participar con sus opiniones y reflexivas alrededor de un tema en particular.

- Noticias acerca del medio económico que puedan ser relevantes para el desarrollo de los negocios en la plataforma
- Video-foros y debates virtuales en vivo dirigidos por inversionistas y/o mentores del medio que aborden temas de interés y solventen dudas que sean manifestadas mediante las transmisiones

Para salir de la arena digital, Angle ha de facilitar espacios presenciales de encuentro e interacción como:

Eventos de alto nivel internos, los cuales están diseñados para que el anfitrión sea Angle:

- Eventos con el propósito de integración entre los usuarios, diseñados y planeados de acuerdo con los perfiles de los usuarios que manifiesten su interés de manera anticipada.
- Encuentros de experiencias donde triunfadores que surgieron gracias a Angle y otros medios, comparten su éxito con quienes buscan llegar a ese nivel, con la intención de exponer sus negocios y el camino que tuvieron que recorrer.
- Foros dirigidos por líderes de los negocios a nivel nacional e internacional, que busquen incentivar y fomentar la cultura del emprendimiento, con el fin de hacer de esta una experiencia interactiva y posicionar a ANGLE como una de las principales marcas interesadas en impulsar al país a nivel regional y continental como una potencia de emprendimiento.

Eventos de alto nivel externos donde Angle será el prestador de los servicios de logística de empresas que deseen tener su evento con el sello propio de Angle.

Consultorias las cuales se les brindara a empresas que deseen invertir en sus empleados en la instrucción y formación de sus empleados.

Cabe aclarar que ANGLE, NO se dedicará ni será responsable de:

- Acuerdos de manipulación de dinero entre usuarios dentro de la plataforma.
- Facilitación de información bancaria entre usuarios dentro de la plataforma.
- Negocios al margen de la ley de cualquier tipo.
- Relaciones abusivas de cualquier tipo entre usuarios.
- Cualquier situación riesgosa que se originara dentro de la plataforma y que los usuarios decidieran llevar a un plano presencial.

3.2.1 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

Para Angle la innovación es un ítem clave en el desarrollo de su trabajo. Bien sea desde su operación como plataforma, la cual ha de mantenerse en renovación frecuente, con tal de brindar a sus usuarios la mejor experiencia y calidad en su servicio. Así como en el campo de los usuarios con sus ideas de negocio, al generar más oportunidades de éxito mediante ideas innovadoras que encajen de manera idónea en las necesidades de la sociedad de hoy y más importante aún que a partir de la innovación se logre marcar una pauta para la sociedad futura.

El aporte de Angle en cuestión de innovación radica en que logra transformar un proceso que puede ser frustrante y muchas veces agotador como lo es emprender, mediante una experiencia de cercanía entre emprendedor, inversionista, mentor y otros emprendedores. Además de facilitar un aprendizaje continuo, optimizar recursos y potenciar su probabilidad de éxito, no solo en el país sino en la región e incluso a nivel mundial.

3.2.2 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

Hablar de una solución única es poco realista en el siglo XXI, debido a que para cada necesidad se ofrecen variadas soluciones, bien sea en un plano cotidiano como en uno empresarial. Angle no ha de presentarse como una solución única, ha de presentarse como una herramienta nueva la cual quienes estén interesados han de utilizar de acuerdo con la

necesidad que posean en el momento. Esta idea de negocio depende de sus clientes y se mueve a su ritmo, tal vez no encajaría en la etiqueta “solución única” ya que después de esta vendrían más que desearán complementarla y/o superarla. Se puede definir como un servicio innovador, una hibridación de ideas con el fin de satisfacer una necesidad con distintos matices.

3.2.3 Recursos financieros

Angle como una plataforma interactiva planea obtener sus ingresos mediante pautas publicitarias donde sean empresas las que estén interesados en alquilar espacio en red para publicitar sus productos o servicios. Todo depende de la compatibilidad de su publicidad con la idea de negocio de Angle.

Los usuarios han de aceptar los términos y condiciones de Angle antes de finalizar su registro en la plataforma, donde se determina que, en caso de éxito entre inversionista y emprendedor, la plataforma ha de recibir una comisión de 3% de la transacción por su servicio de conexión.

Si el usuario desea una cuenta donde no encuentre ningún tipo de publicidad deberá hacerse acreedor a una suscripción premium ofrecida por la plataforma. Dicha suscripción tendrá el costo de 1 mes por 30.000 COP (10.42 USD, sujeto a tasa de cambio), 3 meses por 80.000 COP (25.26 USD, sujeto a tasa de cambio), 6 meses por 150.000 COP (45.52 USD, sujeto a tasa de cambio). Además de una aplicación sin publicidad para las cuentas premium, Angle tomará por comisión el 3% de la transacción por conexión.

Además, se contemplan eventos empresariales de alto nivel, los cuales parten de una base de gastos para 100 personas con un estimado de 30.000.000 COP por evento y a convenir dependiendo de la cantidad de personas, y necesidades específicas del cliente. También se han de ofrecer conferencias y charlas, las cuales pueden ser gratuitas o tener un costo base de 30.000 COP por persona dependiendo del tema y los invitados al evento en cuestión. Por último, se cuenta con consultorías y asesorías las cuales consisten en 4 sesiones cada una donde se tratarán temas como: Efectividad de negocios, Tecnología de la información,

Gestión global de riesgos, Marketing digital y Comunicación organizacional. Estas sesiones están dirigidas a grupos empresariales entre 10 y 15 personas y tienen un costo base de 700.000 COP; al superar este número se cobrará un excedente de 55.000 COP por persona.

3.3 FINANCIACIÓN.

La constitución de Angle como una empresa que esté en su nivel operativo requiere en un inicio de una inversión. Esta será utilizada para la adquisición de los elementos necesarios para el desarrollo de la plataforma y para la asignación un salario digno a cada uno de los empleados de la empresa, los cuales están ubicados en 9 áreas de trabajo. Si bien se debe tomar en cuenta que los primeros recursos de un emprendimiento provienen de las tres eses “friends, family and Fools” (amigos, familia y tontos), también se deben tener en cuenta otros recursos.

Tales recursos pueden ser los crowdfunding. Estos abundan en internet y consisten en una red de financiación colectiva donde individuos colaboran con alguna cantidad de dinero para un proyecto, al sumar el dinero que proviene de los benefactores se alcanza una meta en cuestión de recaudo monetario que ha de ser invertida en el proyecto que se ha expuesto. Angle podría promover su idea para que otras personas la consideren valiosa y decidan apoyarla financieramente.

Además, Angle también podría participar en los concursos que facilitan distintas entidades, siempre y cuando se cumplan los requisitos para aplicar al concurso. Estos concursos en su mayoría otorgan bien sea un acompañamiento y/o un apoyo financiero bastante provechoso para negocios emergentes.

En última instancia, las ferias empresariales representarían una ventana para la empresa, dándose a conocer al público que asiste a estas, para captar el interés y vender su idea dentro de un ambiente propicio, al aprovechar oportunidades que puedan surgir en el desarrollo de la feria.

3.4 INFRAESTRUCTURA

Angle como una empresa emergente cuenta con una oficina ubicada en la Carrera 15 # 91-30 en el piso 4, esta oficina ha sido rentada con el fin de contribuir a otra empresa de la capital que se dedica al alquiler de espacios para negocios. La oficina donde funciona Angle cuenta con una capacidad flexible para personal, según la necesidad de espacio para los trabajadores, cuenta con una sala de juntas para 4-10 personas. Está amoblada, tiene una disponibilidad de 24 horas al día y 7 días a la semana, posee internet de alta velocidad y proveedor de contingencia y una planta eléctrica de suplencia total, dispone de implementos tecnológicos básicos de una oficina como impresora, escáner, fotocopiadora, además de soporte administrativo y técnico (repcionista, soporte técnico, auxiliar de aseo y cafetería.)

3.5 RECURSOS TÉCNICOS

Los recursos técnicos necesarios para el funcionamiento de Angle son:

Tabla 2.

Requerimiento	Solución
<ul style="list-style-type: none">● Cableado y Redes Locales, redes wifi.● Redes Cisco o Asterix.● Telefonía IP e Internet.	Se implementarán redes LAN a nivel local para proveer el internet a cualquier punto de acceso, además de tener un acceso completo a todos los elementos del lugar de trabajo. (Impresoras, puntos de accesos, telefonía ip y demás componentes)

<ul style="list-style-type: none"> ● Correos Empresariales. ● Google / Microsoft. 	<p>La implementación de correos corporativos es imperativa, con el fin de tener una mejor colaboración y comunicación más efectiva entre los miembros de la compañía y/o externos. (Gmail u Office 365)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Lenguaje de Programación, motor de bases, metodología de programación ● MERN STACK (Recomendado), MEAN STACK, MEVN STACK. ● Motor de Bases de Datos, MongoDB, Hana Cloud (Solución SAP) 	<p>Lenguaje de Programación (MERN STACK), Lenguaje de programación con base JavaScript el cual permitirá una escalabilidad mucho más estable y duradera.</p> <p>El posible motor de bases de datos sería MongoDB como base de datos no relacional, el tipo de programación será una programación en la cual se utiliza SCRUM el cual se ha de basar en objetivos además de utilizar el paradigma de programación de alta cohesión/ bajo acoplamiento.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Despliegue y tipo de servidores de la App ● Soluciones on_cloud: Azure (Microsoft), AWS (Amazon Web Services) o IBM 	<p>En el despliegue y servidores, se optará por una solución on_cloud (Nube), y no una solución on-premise (Servidor local), ya que el mantenimiento seguridad informática y guardado de los datos corre por cuenta del proveedor de la solución, Al momento de desplegar la App en la solución on_cloud el monitoreo es mucho más sencillo y el mantenimiento de la App es más fácil de realizar.</p>

CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE MERCADO

El identificar con claridad el objetivo de la idea de negocio, facilita el conocer el mercado al cual se dirige, facilitando así las actividades a realizar en pro del producto o servicio a ofrecer. El estudio de mercado en sí configura de manera objetiva el cómo ofrecer las actividades claves del emprendimiento y delimita el problema y la demanda a cubrir para este.

En este capítulo, se tratarán específicamente apartados relacionados con el estudio de mercado como la población objetivo, la competencia y los proveedores. Exponiendo de manera detallada dichas secciones y lo que las conforman de manera estructural. La importancia de un estudio juicioso y objetivo es la clave para probar la capacidad del emprendimiento en cuestión, Angle.

4.1 POBLACIÓN OBJETIVO

4.1.1 Segmentación del público

Angle segmentará a sus usuarios en 3 partes. La primera parte se referirá a emprendedores mayores de edad (+18) que busquen exponer su idea de negocio en la plataforma de acuerdo con criterios de clasificación para su emprendimiento, los cuales son: social, ecológicos, tecnológicos, y tradicionales. Una segunda parte cubrirá a los inversionistas que estén interesados en las ideas que se exponen, estos han de ser mayores de edad y deberán ser clasificados como: personal natural, para individuos independientes o persona jurídica, para empresas ya constituidas que busquen incluir las ideas en sus organizaciones. En la tercera parte estarán los mentores o coaches, quienes deben demostrar que cuentan con experiencia en el área de los negocios y sus conocimientos son útiles para los proyectos expuestos en la plataforma.

4.1.2 Cliente

Primero se debe reconocer al cliente como un sujeto que adquiere los servicios y/o productos de una empresa, al hacer de este la razón principal por la cual un negocio está en constante cambio hacia el mejoramiento de todos sus aspectos.

Así se debe reconocer que “los clientes son aquellas personas hacia los que están dirigidos los esfuerzos de la empresa para lograr satisfacerlos, cumpliendo con sus necesidades.” (Abad, M., Pincay D., 2014, p.19). Además de definirlos también se deben clasificar. Existen 2 tipos claros de Clientes: Clientes internos y Clientes externos.

Los clientes internos son “aquellos que juntan sus esfuerzos trabajando para la organización con la finalidad de entregar al cliente final o externo un producto terminado de excelente calidad, buscando el deleite y fidelidad de los mismos.” (Abad, M., Pincay D., 2014, p.20), refiriéndose entonces a los trabajadores de una empresa, los cuales a pesar de estar dentro de esta también debe considerárseles clientes. A estos la empresa les ofrece su empleo como un servicio, con el cual estas personas han de sentirse a gusto con las implicaciones que este trae, ambiente, remuneración y resultados.

Ahora bien, los clientes externos “Son las personas para quienes van dirigidos los esfuerzos de la organización, queriendo siempre complacerlos y satisfacerlos en sus requerimientos y necesidades cotidianas” (Abad, M., Pincay D., 2014, p.26), a las cuales se les ofrece el servicio o producto final para el cual la empresa ha sido creada. Los clientes externos son quienes ayudan a mantener la economía de la empresa, por lo tanto, los ingresos necesarios para mantener al día todo lo que una empresa activa y productiva demanda.

Angle es una empresa dedicada a atender la necesidad de ofrecerle las ideas de negocio de un grupo de sus clientes llamados emprendedores bien sea con una idea de negocio por desarrollar o con una pequeña empresa en funcionamiento, en una plataforma digital interactiva, a otro grupo de clientes de igual importancia que se denominan inversionistas o mentores, los cuales están interesados en invertir en dichos proyectos y/o en acompañarlos.

Esto con el fin de hacerlos productivos y beneficiosos para todas las partes involucradas, tanto clientes internos como externos, en este caso Angle, emprendedor, inversionista y en dado caso mentor. Creando una red de intereses en común que a la vez sean solventados mediante propuestas que los usuarios proveen mediante la plataforma.

4.2 COMPETENCIA

4.2.1 Productos o servicios similares en el mercado.

Sector público

Desde el sector público, desempeñándose de manera idónea la labor del gobierno nacional y local se encuentran tres entidades que se ha querido resaltar. En primer lugar, se encuentra Innpulsa, en segundo lugar, la Cámara de Comercio de Bogotá y por último, el SENA con su Fondo Emprender.

Innpulsa Colombia

Se define como un programa creado en 2012 por el Banco de desarrollo del estado colombiano, Bancoldex el cual busca “activar el crecimiento empresarial extraordinario jalonado por la innovación en el país” (Corporación Andina de Fomento, 2015, p. 11). Además, promueve el surgimiento de nuevas empresas que representen un alto nivel de crecimiento, y da un apoyo a aquellas que tienen como punto focal la innovación. Para esto Innpulsa “Centra sus actividades en identificar empresarios y empresas innovadoras, con el fin de brindarles apoyo en su tarea de lograr un crecimiento dinámico y sostenible en el tiempo.” (Corporación Andina de Fomento, 2015, p. 11)

Cámara de comercio de Bogotá

La cámara de comercio de Bogotá es una organización enfocada en facilitar los trámites de creación y fortalecimiento de empresas en la ciudad de Bogotá. Para esto ofrecen servicios personales y gratuitos para los interesados, cómo asesorías, clases, conferencias, talleres, entre otros. Además, esta entidad maneja de manera eficiente el papeleo necesario para formalizar empresas en el país.

El servicio de la cámara está presente de manera presencial en las diferentes sedes físicas en la ciudad y también en un escenario virtual en su portal web www.ccb.org.co. En estos espacios se puede encontrar de manera clara y eficaz la información requerida con el fin de agilizar procesos de constitución empresarial, solventar dudas, orientación acerca de las ideas de negocio, entre otras.

Fondo Emprender (SENA)

El Gobierno Nacional creó este fondo de capital semilla. A partir del artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002. El cual dicta normas con el fin de apoyar el empleo además de ampliar la protección social. Este fondo es administrado por el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje). Siempre en la búsqueda del financiamiento de iniciativas de negocio las cuales sean propuestas nuevas emprendedores, bien sean estudiantes o profesionales provenientes de instituciones que sean reconocidas por el estado de acuerdo a las leyes 30 de 1992 y 115 de 1994.

El presupuesto para este fondo lo compone el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje que se encuentra estipulada en el artículo 34 de la Ley 789 de 2002 y de los aportes del presupuesto general de la nación. Además de los recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, de la banca multilateral, de organismos internacionales, de fondos de pensiones y cesantías y de inversión públicos y privados.

Sector privado

Desde el sector privado, con el fin de desempeñar de manera innovadora su labor empresarial la cual busca hacer de Colombia un mejor país para los negocios se encuentran también tres entidades que se ha querido resaltar. En primer lugar, se encuentra Shapr, en segundo lugar, Linked in y finalmente Wayra del grupo Telefónica Colombia.

Shapr

Shapr es una plataforma móvil o APP social, la cual tiene como objetivo principal expandir la red de contactos de sus usuarios alrededor del tema profesional. Desde el 2014 se encuentra disponible en las dos principales tiendas online de aplicaciones (Play Store y App Store) de manera gratuita. Esta aplicación permite a sus usuarios interactuar de acuerdo con sus intereses en común, de eso se encarga un algoritmo de compatibilidad, bastante usado en la mayoría de las apps

Lo que buscan los usuarios en Sharp es un nuevo trabajo, conocer a otros, contratar personas, buscar inversión para su negocio o inspiración para su vida diaria. A diario, se puede deslizar desde 15 a 50 perfiles, esto depende de si es un usuario regular o premium. Además, el perfil propio se puede actualizar según intereses, gustos, estudios, experiencia entre otros.

Linked in

Se define como una comunidad social enfocada en el empleo y los negocios. Desde 2002 esta comunidad ha facilitado la exposición de las aptitudes y competencias de sus usuarios. Estos han decidido compartir su información mediante sus perfiles con los demás usuarios registrados en Linked in.

Allí se puede interactuar con otros usuarios de múltiples maneras, mediante imágenes, artículos, noticias, entre otras opciones que esta herramienta ofrece. En su mayoría los

usuarios la utilizan para mostrar su recorrido profesional y así mismo lograr encontrar ofertas de empleo beneficiosas.

Wayra (Telefónica)

WAYRA es la aceleradora de negocios del Grupo Telefónica. Su labor principal está dirigida a proyectos emergentes e innovadores los cuales ellos consideren tienen un alto potencial económico. Brindándole a los beneficiados diferentes facilidades para hacer que su idea se desarrolle de una manera más rápida, la cual se pueda explotar y así mismo comercializar para generar ingresos significativos para estas iniciativas.

Dichas convocatorias son variadas, se dan ámbitos para competir, pero son en cierta medida flexibles. No se limitan a un grupo de ideas de negocio y se interesan en distintas ramas que puedan tener un alto grado de innovación.

4.2.2 Plus o ventaja competitiva

Los plus o ventajas competitivas de Angle radican en aspectos de los cuales la competencia no ofrece en su servicio pero que para el cliente sería provechoso. La objetividad es uno de ellos, muchas veces su objetivo principal es crear lazos o patrocinar ideas, de las cuales muy pocas son aceptadas y rentables para sus fines. Angle expone sus ideas dándole a todos y cada uno de sus usuarios la posibilidad de encontrar lo que necesitan los emprendedores para que sus ideas de negocio sean exitosas, bien sea mediante un capital económico, como un capital intelectual y/o experimental, a través de los inversores, mentores e incluso usuarios en situaciones similares.

Su reducción de costos de producción es el segundo aspecto. Uno de los principales obstáculos de los emprendedores radica en que comunicar y promocionar su idea de negocio, con el fin de generar interés de los demás. Este suele ser un proceso que requiere un capital económico que será invertido, para así lograr captar aún más capital. El trabajo de Angle radica en reducir el costo de promover las ideas en búsqueda de apoyo, para que

así los emprendedores optimicen sus recursos en el crecimiento de su empresa como tal y no gaste lo poco o mucho que posean en transmitir su mensaje.

En tercer lugar, se encuentra el aprendizaje progresivo, bien sea mediante la información brindada por Angle en su plataforma, mediante foros, charlas y noticias, como en el escenario presencial a través de sus eventos promocionales, cursos, conferencias, entre otros. Este tipo de información contribuye a los 3 perfiles de usuario que Angle posee, al potenciar las aptitudes y destrezas que cada uno tiene para que logren ser aplicadas de modo eficaz en su negocio y en su vida cotidiana.

4.2.3 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio

La comunicación en Angle juega un papel principal que se apoya en la tecnología utilizada para el desarrollo de la plataforma. Angle es una herramienta que ayuda a los usuarios a conectarse y permite un flujo de información de manera horizontal. Los elementos comunicativos van desde el algoritmo de compatibilidad en intereses, facilita la interacción desde algo en común, hasta la manera libre en la que los usuarios se pueden comunicar con otros dentro de un espacio en la red en este caso la plataforma, con la opción de evolucionar esta comunicación virtual en casos de éxito en el plano físico.

Además, en el diseño visual e interactivo de Angle, se busca transmitir mediante su diseño, frescura, seguridad, dinamismo y expectativa a los usuarios. Con el fin de que a partir de su experiencia transmitan la idea de negocio como un voz a voz, haciendo que la comunicación del negocio sea más efectiva, confiable y menos costosa para la empresa.

Angle también ha de facilitar espacios presenciales donde se tendrá una dinámica interactiva en torno al mundo de los negocios, de los cuales puede surgir el sano debate, ideas de investigación, proyectos de responsabilidad social y nuevos negocios, entre otros, que contribuye a la expansión de la red de contactos para los usuarios asistentes.

4.3 PROVEEDORES

Según lo establecido por el Sistema de Seguridad Social cada empleado debe estar afiliado a:

Tabla 3. Proveedores

Entidad Prestadora de Servicio (EPS)	Sujeto a decisión del empleado. Recomendado por Angle: EPS Sanitas, Sanitas internacional.
Administradora de Fondo de Pensiones (A.F.P.)	Sujeto a decisión de cada empleado. Recomendado por Angle: Colpensiones.
Administradora de Riesgos Laborales (ARL)	Liberty Seguros
Caja de Compensación Familiar	Colsubsidio.

Los Servicios requeridos en las oficinas de Angle son:

Tabla 4. Servicios requeridos.

Suministros para oficina	Surtitodo Ltda, distribuidora de productos para oficina.
Mensajería local	Mensajeros asap S.A.S.
Mensajería nacional e internacional	Servientrega, FedEx.
Seguridad	Siete24, seguridad & tecnología.
Servicios generales	Visión, Servicios generales.
Servicios básicos (agua, electricidad, gas, teléfono, internet y televisión)	Acueducto de Bogotá, Codensa, Gas natural, ETB (empresa de telecomunicaciones de Bogotá).

CAPÍTULO 5: MARCO LEGAL

Para lograr establecer el marco legal de una empresa se debe tener en cuenta bajo qué tipo societario ha de ser registrada. En el caso de ANGLE ha de registrarse según razón social como una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas). La cual se define como:

“Un tipo societario el cual se caracteriza por tener una estructura de capital, con una autonomía y tipicidad definida, que se encuentra regulada por normas de carácter dispositivo y permite no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados decidan sobre las pautas bajo las cuales serán gobernadas sus relaciones jurídicas” (Murillo, M., s.f, p. 1).

Además de esto se debe tener en cuenta el proceso legal de constitución de empresas. Desde la cámara de comercio se dictan los pasos a seguir para el establecimiento legal de las ideas de negocio. En primer lugar, se debe revisar si la razón social o nombre de la idea de negocio se encuentra registrada en el portal web del RUES (Registro Único Empresarial y Social) www.rues.org.co/. Si ya se revisó dicho registro se debe proceder al diligenciamiento de 3 formularios que se encuentran en la página oficial de la cámara de comercio o que también están disponibles en físico en las diferentes sedes de esta, las cuales están ubicadas en diferentes puntos de la ciudad. Los formularios por diligenciar son: Formulario del registro único empresarial y social RUES. (Anexo III), Formulario adicional de registros con otras entidades. Localización de usuarios. (Anexo IV), Formulario del Registro Único Tributario (RUT). (Anexo V)

De manera adicional se deben establecer unos Estatutos. Los estatutos se definen como “reglas de operación para una entidad corporativa. Estas leyes asignan responsabilidades a los funcionarios de las empresas, establecen procedimientos para la realización de las reuniones de la junta, y detallan cómo, cuándo y dónde los accionistas votarán sobre la actividad empresarial” (Investor Guide, 2018). Estas reglas deberán ser planteadas y firmadas en señal de compromiso por cada uno de los socios de la empresa a establecer.

Para la cámara de Comercio es primordial que se verifiquen y se establezcan las actividades que la empresa va a desarrollar. Dichas actividades se pueden consultar en la página de la cámara de comercio o bien se encuentran disponibles en las cartillas de información ubicadas en las instalaciones de la C.C. Las actividades para las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS) no tienen ningún tipo de limitante mientras se encuentren estipuladas por la cámara de comercio y no salgan del marco de legalidad nacional.

5.1 MARCO LEGAL VIGENTE

Dentro del ejercicio de emprendimiento y creación de empresa se debe tener en cuenta el marco legal. El conocimiento del marco legal vigente del proyecto que se quiere llevar a cabo permite entender límites propios y ajenos, derechos y deberes. Toda esta información es primordial para el éxito del negocio, facilitando situaciones y salvaguardando los intereses del emprendimiento desde la legalidad.

5.1.1 Creación de empresa

Ley 1014 del 2006, 1429 de 2010, 1780 de 2016 y 590 del 2000

En la Ley 1014 de 2006 se hace referencia al emprendimiento, definiéndolo como

“Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la Sociedad” (Congreso de la República de Colombia, 2006, p. 1)

Si bien lo menciona dicho artículo, el emprendimiento beneficia la economía. Este hace de la acción de emprender algo importante para el desarrollo no solo económico sino social del país.

El estado colombiano ha creado un conjunto de principios normativos para que se promueva la creación de empresa y el emprendimiento. La ley 1014 de 2006 tiene como objeto promover la cultura empresarial. En sus 24 artículos hace mención a las obligaciones que tiene el estado, las funciones de las redes para el emprendimiento, sistema de información y orientación profesional, beneficios y programas de apoyo.

Por esto es obligación del estado garantizar el desarrollo. El artículo 5 de la presente ley hace mención a las entidades e instituciones a las que les compete promover esta cultura empresarial, las cuales conforman la “red nacional para el emprendimiento” (Congreso de la República de Colombia, 2006, p. 3).

Además, dentro de sus funciones, establecidas en el artículo 8, se dictan disposiciones como; “conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas “SISEA empresa”, el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial (...). Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros Invima, sanitarios, entre otros)” (Congreso de la República de Colombia, 2006, p. 4).

También es clave resaltar, las mesas de trabajo mencionadas en el artículo 10. Estas tienen como función la discusión y análisis de todas las entidades que hacen parte de esta red. “las mesas de trabajo son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.” (Congreso de la República de Colombia, 2006, p. 5).

Asimismo la Ley 1014 plantea que los objetivos específicos de la formación para el emprendimiento son “(...) b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia; c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo” (Congreso de la República de Colombia,

2006, p. 6), posicionando a las instituciones educativas como responsables de fomentar la cultura del emprendimiento en la sociedad.

Por otro lado, Ley 1780 del 2016, promueve el emprendimiento juvenil, que tiene como objeto generar oportunidades económicas para los jóvenes, en el artículo 2 de la presente Ley hace referencia la pequeña empresa; “se entiende por pequeña empresa joven la conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con las condiciones definidas en el numeral primero del Artículo 2 de la Ley 1429 de 2010” * (Congreso de la República de Colombia, 2016, p. 1)

* “Pequeñas empresas: Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes” (Congreso de la República de Colombia, 2010, p. 1)

A su vez el estado incentiva a los jóvenes a ser parte del sector productivo del país y muchas veces estos desconocen los beneficios que el estado les ofrece. Como el diseño y promoción de “programas de microcrédito y crédito orientados a empresas del sector rural y urbano, creadas por jóvenes menores de 28 años” (Congreso de la República de Colombia, 2010, p. 2) expuestos en el Artículo 3 de la ley 1429 de 2010.

La eximición en el artículo 3 de la Ley 1780 del 2016 “del pago de la matrícula mercantil y de la renovación del primer año siguiente al inicio de la actividad económica principal” (Congreso de la República de Colombia, 2016, p. 1). Además del “no aporte a las cajas de compensación familiar” (Congreso de la República de Colombia, 2016, p. 2) expuesto en el Artículo 7 de la ley en cuestión.

Además, existe la Ley 590 del 2000 que tiene como objeto dictar disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

“Para todos los efectos, se entiende por empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, en el área rural o urbana. Para la clasificación por tamaño empresarial, entiéndase micro, pequeña, mediana y gran empresa, se podrá utilizar uno o varios de los siguientes criterios: 1. Número de trabajadores totales. (...) 2. Valor de ventas brutas anuales. (...) 3. Valor activos totales” (Congreso de la República de Colombia, 2000, p. 2)

Compuesta por un marco institucional, conformado por

“Consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales, (...) El Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes estará integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Protección Social, Ministerio de Agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y Finagro.” (Congreso de la República de Colombia, 2000, p. 2)

Donde su función es cumplir, fomentar, informar, establecer y apoyar avances.

Ley 1258 de 2008 S.A.S.

La constitución legal de una empresa en Colombia tiene muchos beneficios, desde el apoyo a emprendimiento, hasta leyes que diferencian unas empresas de otras y direccionan su correcta creación. Para el caso de Angle la ley que le compete es la 1258 de 2008 “por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada” (Congreso de la República de Colombia, 2008, p. 1) Establece en sus 46 artículos su debida constitución.

Toda empresa después de constituida crea una persona jurídica. Según el Artículo 2° de esta ley “La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas” (Congreso de la República de Colombia, 2008, p. 1), la naturaleza de cada empresa (sociedad) es diferente y existen varias como; sociedad de responsabilidad limitada Ltda., Sociedades Anónimas S.A., Sociedad Comanditaria (Simple o por Acciones), Sociedad de Acciones Simplificadas S.A.S. y Sociedades Colectivas, cada una regulada por una norma diferente y en común el código de comercio.

La Sociedad por Acciones Simplificadas requiere ciertos documentos e información relevante para su constitución, como nombres de los accionistas de la sociedad, domicilio, razón social, duración de actividades, el capital con el que se cuenta, el tipo de actividades a las cuales se dedicará la sociedad, representante legal, entre otros más específicos establecidos en el art 5 de la ley 1258 de 2008.

Una vez los emprendedores constituyan la empresa deben tener en cuenta las siguientes particularidades de la Sociedad por Acciones Simplificadas. Debe tener al menos un accionista, la responsabilidad de cada accionista corresponde a la suma de sus aportes de las obligaciones sociales. Dichos accionistas tienen la libre decisión de establecer los estatutos propios de la sociedad, si deciden no hacerlo, según el artículo 17 de la ley en cuestión “se entenderá que todas las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio serán ejercidas por la asamblea o el accionista único y que las de administración estarán a cargo del representante legal” (Congreso de la República de Colombia, 2008, p. 4)

Dado el apoyo por parte de la cámara de comercio y la ley 1258 de 2008 para los emprendedores y al observar las facilidades que tienen este tipo de sociedades se considera pertinente establecer a Angle dentro de esta reglamentación, como una sociedad por acciones simplificadas.

5.1.2 Datos personales

Ley 1581 de 2012

El Manejar datos personales para empresas privadas las cuales ofrezcan sus productos o servicios es de suma importancia y cuidado ya que se atiende a una serie de leyes. Entre ellas la ley 1581 de 2012 “por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales” (Congreso de la República de Colombia, 2012, p. 1). Esta pauta dentro de sus 30 artículos su manera de proceder de manera correcta tanto para el titular de los datos como para quienes tratan dicha información.

Según el artículo 2 que se refiere al ámbito de aplicación “Los principios y disposiciones contenidas en la presente ley serán aplicables a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.” (Congreso de la República de Colombia, 2012, p. 1). Este y los demás artículos de la Ley 1581 de 2012 serán aplicados en el territorio nacional, cuando quien esté encargado de dichos datos sea colombiano y si no lo es la legislación colombiana será aplicable de acuerdo con las normas y/o tratados internacionales.

En ciertos casos como las bases de datos o archivos personales o domésticos, que tengan por finalidad la seguridad y defensa nacional, que tengan como fin y contengan información de inteligencia y contrainteligencia, que contengan información periodística y otros contenidos editoriales, las bases de datos y archivos regulados por la Ley 1266 de 2008 y las bases de datos y archivos regulados por la Ley 79 de 1993, la presente ley no será de aplicación. Exceptúan de modo parcial el primer caso, ya que en la medida que se busque suministrar esa información a terceros, el titular debe comunicar una autorización, así los responsables y/o encargados de dicha información registrada en las bases de datos estarán sujetos a esta ley a plenitud.

Cabe aclarar que existen los principios que se aplicaran a la Ley 1581 de 2012 son el principio de legalidad en materia de Tratamiento de datos, de finalidad, de libertad, de veracidad o calidad, de transparencia, de acceso y circulación restringida, de seguridad y de confidencialidad. Además, en los demás artículos de la presente se regula el manejo de datos sensibles como lo son el origen racial, orientación política, prácticas religiosas, estado de salud, entre otro. También se regula el manejo de datos de los niños, niñas y adolescentes, los derechos del titular de los datos, los deberes de quienes hacen el tratamiento de los datos y por último se estipula la prohibición de transferencia de datos a otros países sin consentimiento expreso de los titulares.

5.1.3 Tecnologías de la información y la comunicación

Ley 1341 de 2009

El establecimiento y reconocimiento de una legislación que trate los demás de los derechos son las TIC, espacio electromagnético, la responsabilidad del estado y los entes encargados de manejar asuntos relacionados, es de suma importancia para el país y para las empresas emergentes en el ámbito tecnológico. La ley 1342 del 2009 “por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones” (Congreso de la República de Colombia, 2009, p. 1) marca un camino claro y ajustado a la realidad del país respecto a un plan de desarrollo establecido.

Uno de los aspectos más importantes de esta ley es que “el Estado reconoce el desarrollo de contenidos y aplicaciones como un pilar para la consolidación de la sociedad de información” (Rodríguez, J.,2017, p.63), Se otorga así relevancia a las actividades que muchos emprendedores plantean para sus ideas de negocio. Además de un reconocimiento se realiza también un incentivo a quienes ha querido dedicarse a la creación de contenidos y aplicaciones con o sin fines lucrativos, se aumenta la competencia en el campo tecnológico

e impulsa al país a posicionarse en la región como una autoridad que invierte de manera significativa en este sector.

Además, se reconoce que “el Estado en favor del Principio de Intervención debe velar por la protección de los derechos de los usuarios, promover el desarrollo de aplicaciones y promover la seguridad de la información” (Rodríguez, J.,2017, p.63) enunciando sus responsabilidades con la ciudadanía. El Estado está en la obligación de velar el correcto desarrollo de las aplicaciones, su seguridad y por los usuarios, quienes ayudan a que las aplicaciones tengan una relevancia a nivel nacional.

5.1.4 Propiedad intelectual y derechos de autor

Decisión 351 de 1993

Los artículos que más atañen a Angle cómo software dentro de esta Decisión son los incluidos en el capítulo VIII del documento publicado. Así como el artículo 58 de esta Decisión, el cual especifica que los programas de ordenador “gozan de la protección por el derecho de autor, aun cuando se hayan creado con anterioridad a la fecha de entrada en vigencia de la presente Decisión.” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 1993, p. 14) OMPI.

Dentro del Capítulo VIII, se encuentra el Artículo 23, el cual deja en claridad que para los programas de ordenador aplican los mismos términos de protección utilizados para las obras literarias en cuestión de derechos de autor y además dichos términos tienen un alcance hasta los programas aplicativos. Además, el artículo 25 establece que cualquier reproducción de un programa de ordenador (programas aplicativos) debe tener la autorización del titular de derechos del programa en cuestión. Para concluir, el artículo 26 estipula que el aprovechamiento del programa por varias personas al tiempo debido a redes, estaciones o procedimientos análogos es ilícito sin tener un consentimiento expreso por el titular de derechos.

Ley 565 de 2000

En esta ley de la república se aprueba el tratado de la OMPI, el cual se refiere a la normatividad internacional respecto a la protección eficaz de los derechos de autor. Para Angle los artículos 4 y 11 con los que han de tener más relevancia en el desarrollo de sus actividades. Estos se refieren a la protección de programas de ordenador y obligaciones de las partes. Primero en el artículo 4 Se especifica que los programas de ordenador están protegidos de igual manera que las obras literarias, esto estipulado en el artículo 2 del convenio de Berna. En el artículo 11 se explica que se les proporcionará las herramientas pertinentes a los autores para que sus obras sean protegidas de acuerdo al tratado aprobado, al restringir actos no autorizados o ilegales que atenten contra sus derechos de autor.

5.1.5 Trámites importantes para la protección del software

Existen 3 trámites en Colombia con el fin de proteger el software creado. El primero es el registro de Código ante Dirección Nacional de Derecho de Autor y Software, en segundo lugar, está el registro de acuerdos sobre la titularidad el software y en tercer y último lugar se encuentra el registro de las licencias de uso sobre el programa. las indicaciones para la correcta realización de estos trámites se puede encontrar en el portal web : www.derechodeautor.gov.co

CAPÍTULO 6: ANALISIS DE RIESGOS

Las dificultades y situaciones de alarma no son poco comunes en un emprendimiento bien sea naciente o lleve tiempo en operación. Por eso es importante tener un plan de acción a seguir que facilite el proceder y salvaguarde la idea de negocio. Los riesgos pueden ser bastantes, pero se deben clasificar estratégicamente para entender de donde viene y que se puede y se debe hacer.

En este capítulo de análisis de riesgos se han de contemplar, los tres tipos de riesgos, Los financieros, legales y operativos. Explorando diferentes situaciones, sus implicaciones y la gestión eficaz para solventar dichos riesgos. Es importante pensar en diferentes situaciones para así mismo lograr contrarrestarlas de la mejor manera.

6.1 ANALISIS DE RIESGOS

6.1.1 Riesgos financieros:

Tabla 5. Riesgos Financieros

RIESGO	IMPLICACIONES	GESTIÓN
<p>Falta de liquidez</p>	<p>Al incurrir en pérdidas constantes de capital, se produce la falta de liquidez. Se puede deber a que los egresos e ingresos de la empresa no coincide, generando pérdidas y/o una baja cobertura de gastos esenciales para el funcionamiento correcto de la empresa. Dando como resultado que la empresa esté en riesgo debido a una quiebra económica.</p>	<p>Contar con un respaldo financiero se ve como la solución indicada, dicho respaldo puede ser una línea de crédito con entidades bancarias, fondos de ahorro, cooperativas. Se puede pensar en un crowdfunding en línea con el fin de obtener fondos que logren subsanar los vacíos económicos mientras la empresa empieza a tener una producción estable. Además, se puede buscar apoyo en inversionistas de riesgo, programas y concursos del gobierno para emprendimientos, entre otros.</p>

<p>Endeudamiento</p>	<p>Se presenta cuando no se logra devolver en los tiempos estimados el capital al cual se acudió para evitar una iliquidez en la empresa, bien sea por una productividad baja, pérdidas reiteradas o una distribución ineficaz de los recursos existentes para solventar necesidades entre ellas las deudas presentes.</p>	<p>Para evitar un retraso en el pago de deudas se debe recurrir a medidas que reduzcan gastos secundarios o que se puedan optimizar, bien sea en la mano de obra o instalaciones que produzcan más gastos que ingresos.</p>
<p>Dependencia de ventas</p>	<p>Es peligroso si las ventas de los servicios dependen de pocos clientes, ya que en alguna situación por un defecto en su calidad así sea mínimo significará un deterioro económico para la empresa y el nivel sus servicios.</p>	<p>La diversificación de servicios es pieza fundamental para esto, en búsqueda de no depender de un servicio único que sólo capte la atención de un grupo específico de clientes, el expandir la oferta de servicios se puede lograr una mejor estrategia de obtención de capital.</p> <p>Además de esto se debe mantener una alta calidad en los servicios ofrecidos en todo momento, al satisfacer la demanda y necesidades de los clientes siempre de manera objetiva y oportuna.</p>

6.1.2 Riesgos legales

Tabla 6. Riesgos Legales

RIESGO	IMPLICACIONES	GESTIÓN
Reputación	La reputación de una empresa recae sobre la responsabilidad y el cumplimiento que maneja la empresa frente a sus obligaciones legales y contractuales. Acciones o estrategias incorrectas pueden hacer que la reputación de la empresa sea deficiente y que llegue a incurrir en riesgos legales.	La empresa debe contar con una buena asesoría legal que sea activa y permita siempre tener un rendimiento positivo y constante frente a las obligaciones legales y contractuales de la empresa.
Incumplimiento de contratos	El olvidar que los contratos estipulan varias obligaciones que se deben gestionar, es un error grave para cualquier empresa. El problema recae en si dichas obligaciones no son reconocidas por una de las partes.	Para esto se debe estipular cláusulas de incumplimiento del contrato, donde se aclare el procedimiento a seguir si esto acontece.

<p>Protección legal</p>	<p>Hace referencia a propiedad intelectual de la empresa (marca, información sensible y confidencial, bases de datos, etc), bienes, inversiones y garantías y lo que pueden hacer en contra de estos, bien sea por la falta de una protección legal formal o efectiva.</p>	<p>Elaborar cláusulas específicas en los contratos a realizar, tanto para empleados como clientes que especifiquen las acciones legales a tomar si, se arremete de manera malintencionada contra la empresa en dichos aspectos. Además, se estipulará un acuerdo de confidencialidad en los contratos laborales de los empleados.</p> <p>Para evitar alguno de estos inconvenientes se tendrán todos los trámites de constitución al día, así como las respectivas licencias y documentos legales en orden de acuerdo a la ley colombiana.</p>
<p>Infracción de la ley</p>	<p>Bien sea por desconocimiento o el no contemplar los alcances de la norma, la empresa puede incurrir en alguna infracción que la perjudique o a sus clientes .</p>	<p>Contar con la asesoría legal pertinente antes de tomar alguna decisión de carácter legal en cualquier ámbito que la empresa requiera, con el fin de estar al tanto de las consecuencias de las acciones a realizar.</p>

<p style="text-align: center;">Patentes y marcas comerciales</p>	<p>La posibilidad de que terceros puedan utilizar las marcas o nombres de los clientes para beneficio propio o de otros es un riesgo por contemplar.</p>	<p>Estipular cláusulas en los términos y condiciones de uso de la plataforma donde se haga la salvedad que la empresa no se puede hacer cargo de marcas que aún no estén registradas frente a las cámaras de comercio es primordial, además de hacer claro que este tipo de acciones por parte de usuarios o terceros está prohibido dentro de la plataforma y quien incurra en dichas faltas puede afrontar sanciones legales y/o económicas pertinentes a su falta. La honestidad de la empresa con sus usuarios siempre será un factor contributivo a la transparencia y buen funcionamiento de la dinámicas comunicativas dentro de la comunidad.</p>
---	--	---

6.1.3 Riesgos operativos

Tabla 7. Riesgos operativos

RIESGO	IMPLICACIONES	GESTIÓN
Cambio del interés del público	El interés del público siempre está en constante cambio, de acuerdo a gustos, tendencias, herramientas y su utilidad. La empresa corre el riesgo de no satisfacer lo que el público busca, perdiendo clientes y dejando de avanzar al paso de las necesidades.	La innovación es una constante planteada en el trabajo empresarial a desarrollar, tratando de entregar siempre algo fresco y útil a los usuarios. La empresa operada en su mayoría por jóvenes tiene un valor agregado de creatividad y de cambio constante para mejorar. A futuro se plantea un área de investigación que contribuya directamente al identificar los cambios del mercado y así poder mantener el interés de los clientes en los servicios ofrecidos.

<p>Riesgo operacional</p>	<p>Si bien es una empresa en el área tecnológica y de emprendimiento está operada por un personal que puede cometer errores dentro de un marco normal de trabajo. Un error humano ha de significar un mal funcionamiento en plataforma que puede generar un mal servicio virtual y causar pérdidas para la empresa.</p>	<p>Dar repetidas revisiones antes de realizar actualizaciones, así como hacer pruebas previas y estar atentos a cualquier queja o reclamo que se pueda reportar en las primeras 10 hora después de actualizar el servicio.</p>
<p>Fallo de sistemas</p>	<p>Por el fallo de factores externos (electricidad, internet, proveedores de servicios, etc) o incluso de equipos (pc, routers, cableados, etc) se pueden generar complicaciones que han de afectar el rendimiento de la plataforma.</p>	<p>Realizar revisiones y mantenimiento continuo de equipos y sistemas con el fin de evitar inconvenientes, además tener un plan de contingencia en caso de un suceso inesperado.</p>

<p>Prácticas indebidas</p>	<p>Las relaciones humanas pueden llegar a ser complicadas dentro de un ambiente laboral cercano como el que ofrece la empresa. Allí se pueden generar dinámicas que no se identifican con las que estipula la empresa, tales como intercambio de información bancaria, actos delictivos, mal trato entre usuarios, entre otros.</p>	<p>Estipular de manera estricta un contrato de condiciones de uso antes de lograr ser miembro de la plataforma, donde el usuario expresa su total consentimiento frente a las dinámicas manejadas por la plataforma y se compromete a seguirlas y exonera a la empresa de cualquier acción ilegal que se pueda presentar.</p>
-----------------------------------	---	---

CAPÍTULO 7: PLAN FINANCIERO

Uno de los pilares principales para un emprendimiento es el diseño de un buen plan financiero. A partir de este se identifica con que capital económico se cuenta y que se necesita para poder llevar a cabo la idea de negocio. Por eso el ser objetivo, investigar y delimitar gastos es primordial, ya que así mismo el calcularlos logra establecer o proyectar lo ingresos a percibir.

A continuación, se expondrán ítems claves como la inversión mínima requerida, el tiempo establecido para la recuperación de la inversión, los gastos, el flujo de caja y el estado de resultados, estos enmarcados en el ejercicio del emprendimiento Angle y la intención de llevarlo a un plano de ejecución.

7.1 INVERSION MÍNIMA REQUERIDA

Tabla 8. Inversión en elaboración de plataforma

Inversión plataforma	Valor
Desarrollo web "front end/back end"	20.000.000
Servidores (mensual)	500.000
Prototipo	6.500.000
Licencias (anual)	3.607.000
APP Nativa Android	15.000.000
APP Nativa IOS	25.000.000
APP Nativa Web	15.000.000
Total	85.607.000

El desarrollo del primer producto mínimo viable de la plataforma tiene un tiempo máximo estimado de 6 meses y el desarrollo de un prototipo previo a la plataforma un tiempo estimado de 2 meses.

Tabla 9. Inversión en inicio de operaciones

Inversión inicio de operaciones	Cantidad	Valor
Branding	1	7.000.000
Equipo de cómputo	3	9.000.000
Publicidad Digital	1	8.000.000
Gastos de constitución, marca y derechos de autor	1	2.300.000
Capital de Trabajo	5	11.682.000
Total		37.982.000

Total de inversión inicial

Total	123.589.000
--------------	--------------------

Tabla 10. Plan de inversión

Plan de inversión			
Activos	Monto	Fondos propios	Financiamiento
I Activos Fijos	9.000.000		
Equipo de computo	9.000.000	9.000.000	
II Activos Nominales	87.907.000		
Gastos de constitución, marca y derechos de autor	2.300.000	2.300.000	
Prototipo	6.500.000	6.500.000	
Desarrollo web "front end/back end"	20.000.000		20.000.000
Servidores (mensual)	500.000	500.000	
Licencias (anual)	3.607.000	3.607.000	
APP Nativa Android	15.000.000	15.000.000	
APP Nativa IOS	25.000.000		25.000.000
APP Nativa Web	15.000.000		15.000.000
III Capital de trabajo	26.682.000		
Nómina	8.182.000	8.182.000	
Publicidad Digital	8.000.000	8.000.000	
Oficina	3.500.000	3.500.000	
Branding	7.000.000	7.000.000	
Total	123.589.000	63.589.000	60.000.000

7.2 TIEMPO ESTABLECIDO PARA LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Tabla 11. Presupuesto proyectado de ventas primer año

Concepto	Valor unitario	Cantidad	Ingresos totales
Membresías / Suscripciones	30.000	565	16.950.000
Eventos Empresariales Internos	30.000	1.370	41.100.000
Eventos Empresariales Externos	30.000.000	7	210.000.000
Consultorías / Asesorías	700.000	42	29.400.000
Ingresos totales al año			297.450.000

Tabla 12. Presupuesto proyectado de ventas primeros tres años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Membresías / Suscripciones	16.950.000	54.000.000	115.900.000
Eventos Empresariales Internos	41.100.000	72.000.000	144.000.000
Eventos Empresariales Externos	210.000.000	240.000.000	270.000.000
Consultorías / Asesorías	29.400.000	39.900.000	54.600.000
Total anual	297.450.000	405.900.000	584.500.000

7.3 GASTOS

Tabla 13. Gastos fijos

Gastos fijos	Cantidad	Valor
Servidores	1	500.000
Nómina	4	8.182.000
Oficina	1	3.500.000
Total		12.182.000
Total anual		146.184.000

Si bien está contemplado en el organigrama de Angle Business network un equipo de trabajo robusto, conformado por una gran cantidad de trabajadores, al ser una empresa naciente se deben mantener los costos lo más bajo posible, empleando al momento de inicio de operaciones: un ingeniero, un community manager, un administrador, un secretario. Los honorarios serán pagados a un abogado y un contador o ingeniero industrial dependiendo de los servicios solicitados por la empresa.

Tabla 14. Gastos Variables

Gastos variables	Cantidad	Valor
Publicidad	2	16.000.000
Proveedores	2	105.000.000
Honorarios	6	1.800.000
Total anual		122.800.000

Tabla 15. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Gastos Fijos Totales	146.184.000
Gastos Variables Totales	122.800.000
Ventas Totales	297.450.000
Punto de Equilibrio	28.466.000

7.4 FLUJO DE CAJA

Tabla 16. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Egresos			
Nómina	98.184.000	98.184.000	98.184.000
Honorarios	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Servidores	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Oficina	42.000.000	42.000.000	42.000.000
Publicidad	16.000.000	16.000.000	16.000.000
Pago Proveedores	105.000.000	120.000.000	135.000.000
Total Egresos	268.984.000	283.984.000	298.984.000
Ingresos			
Membresías / Suscripciones	16.950.000	54.000.000	115.900.000
Eventos Empresariales Internos	41.100.000	72.000.000	144.000.000
Eventos Empresariales Externos	210.000.000	240.000.000	270.000.000
Consultorías / Asesorías	29.400.000	39.900.000	54.600.000
Total ingresos	297.450.000	405.900.000	584.500.000
Saldo Neto	28.466.000	121.916.000	285.516.000
Saldo Acumulado	56.932.000	300.764.000	543.096.000

7.5 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 17. Estado de Resultados

Estado de resultados	
Ventas	297.450.000
Costo de ventas	105.000.000
Utilidad bruta	192.450.000
Gastos de operación	64.000.000
Gastos de administración	99.984.000
Gastos financieros	-
Total gastos de operación	163.984.000
Utilidad de operación	28.466.000
Otros ingresos no operativos	-
Otros gastos no operativos	-
Utilidad antes de impuestos	28.466.000
Impuesto sobre la renta	9.393.780
Utilidad neta	19.072.220

*Se aclara que las anteriores tablas fueron realizadas con la asesoría de un Ingeniero Industrial con especialización en Finanzas.

CAPÍTULO 8: TRABAJO DE CAMPO

Investigar los temas que nutren una investigación no solo es beneficioso para la investigación en sí, sino también para el conocimiento y percepción propia del tema que se está manejando. Bien se puede conocer del tema, pero el investigar desde diferentes ángulos nutre los conceptos apropiados previamente. Un claro ejemplo de dichos ángulos es el trabajo de campo.

En este capítulo se busca exponer la investigación adelantada y los resultados de esta. A partir de dos herramientas específicas, los resúmenes analíticos especializados y las entrevistas a emprendedores jóvenes. Estos ofrecen un conocimiento tanto académico y estructurado como uno informal y espontáneo.

8.1 RAE (RESUMEN ANALÍTICO ESPECIALIZADO)

Para información detallada, respecto al resumen analítico especializado, véase el Anexo VI de este documento.

8.1.2 Síntesis resumen analítico especializado

El campo de la investigación del emprendimiento se encuentra en medio de un proceso de legitimación por parte de la comunidad científica, esto se debe a la complejidad del tema como tal, no ha sido sencillo que los investigadores encuentren un punto neutro que les posibilite estar de acuerdo en sus posturas. Por eso si se analiza el emprendimiento desde un ámbito social como una dinámica sin estar bajo un pensamiento sistémico y rígidamente estructurado se puede entender de distintas maneras según lo que rodea lo rodea, la situación y los escenarios bajo los que se desarrolla; Este entendimiento en plural no está equivocado ya que el emprender obedece al ser humano mas no el ser humano al emprender.

Así pues, esto conlleva a una situación por llamarla de alguna manera cotidiana hoy día, y es la dificultad para hacer cambios alrededor de lo que es el emprendimiento. Bien sean definiciones, la manera de asimilarlo, cuestiones económicas alrededor como los impuestos y financiamiento, o social desde el poco interés. Estos ítems que se consideran intrínsecos a una estructura del emprendimiento tienen consecuencias en este, como que el ejercicio de emprender se presente cada vez más por necesidad que por voluntad, así como el decremento significativo de los factores para ejecutar una idea de negocio como lo es el capital.

Ahora bien, el solventar las fallas estructurales de los aspectos que rodean al emprendimiento, es menos complejo de lo que se puede pensar. La educación en entrepreneurship, hace más conscientes a los emprendedores del campo donde se encuentran bien sea que no lo asimilen dentro de un marco científico, claramente lo pueden dimensionar desde sus necesidades, vivencias, gustos y trabajo. De esta manera el emprendimiento no vendría a ser la dinámica por necesidad como se ha venido operando en los últimos años, sino que al educar a quienes dan vida a esta dinámica se logra incentivar la creación de empresas, incrementar el espíritu emprendedor de los sujetos, la generación de empleo y el crecimiento exponencial de empresas en operación. El desarrollo socioeconómico viene de la mano del emprendimiento y este, de la educación.

A pesar de que el emprendimiento requiere preparación y es un motor en la economía de muchos países, se debe tener claro que emprender no es solo ser innovador, creativo, arriesgado, entre otras cualidades que debe poseer un emprendedor. Emprender va más allá de sembrar una idea como una semilla, emprender comprende un proceso que inicia, continúa pero no se sabe cuándo termina. Es por eso que un emprendedor debe tener constancia y responsabilidad, guiando su idea y monitoreándola para que crezca y sea productiva.

Para concluir, se debe contemplar un caso en particular que conviene a la investigación en cuestión y es el caso de Colombia. Si bien el emprendimiento en el país comprende un gran número de emprendedores y de iniciativas informales, en el desarrollo de los años las

nuevas generaciones han optado por emprender con la tecnología que los rodea, haciendo más eficientes los canales de producción y distribución bien sea de bienes o servicios.

Pero hay un punto desconcertante en esto, ya que a pesar de que muchos emprendedores buscan un apoyo en las nuevas tecnologías, en un caso puntual las aplicaciones móviles, en Colombia se necesita de manera apremiante una regulación normativa para estas. En una gran proporción por cuestiones de desconocimiento, ya que la mayoría de los emprendedores o usuarios no tiene presente a qué entidad se debe acudir en caso de que se presente un inconveniente que vulnere sus derechos, dentro de dichas aplicaciones y por otro lado el vacío legal donde no se determina que una aplicación sea ilegal, pero si sus contenidos.

8.2 ENTREVISTAS

Para información detallada, respecto a las entrevistas realizadas, véase el Anexo VII de este documento.

8.2.1 Resultados entrevistas

A partir de las respuestas de los entrevistados en cuestión se concluyó que:

1. Los emprendedores reconocen “el riesgo” como algo natural del emprendimiento.
2. Para emprender se debe tener una idea de negocio muy bien estructurada y se debe tener pasión y buscar el conocimiento para poder llevarla a cabo.
3. Los principales obstáculos de un emprendedor son: el miedo al fracaso, limitada capacidad financiera, falta de educación empresarial.
4. Los emprendedores creen en el emprendimiento como motor de desarrollo en el país y la región.
5. La educación teórica y práctica es la única solución para desarrollar la cultura del emprendimiento.

6. Los emprendedores creen que una plataforma puede ser beneficiosa para mostrar sus ideas de negocio y captar la atención que ellos necesitan.
7. Los emprendedores no conocen plataformas como ANGLE.
8. Los emprendedores desean ser mentores para otros.
9. Los emprendedores consideran útil e interesante tener opciones para invertir.
10. Los emprendedores buscan tener un desarrollo profesional y personal mediante el networking.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo se buscó desarrollar un documento base para la constitución de una idea de negocio llamada Angle Business Network, con actividades a desempeñar en el campo de las aplicaciones móviles en su gran mayoría, publicidad y eventos de alto nivel. En el proceso de elaboración del texto presente y por experiencia de la autora se identificaron una serie de conclusiones.

En primer lugar, se determinó que el costo de transacción para la creación de empresa atemoriza a los emprendedores, quienes no cuentan con los medios para emprender su proyecto o desconocen las ayudas, concursos, beneficios o herramientas, que el estado y empresas privadas poseen para ayudar a los emprendedores.

En segundo lugar, se concluyó que es muy poca la educación empresarial que tienen los emprendedores hoy día y más aún cuando no se tiene una educación superior o la educación superior no está enfocada en alguna carrera relacionada con los negocios.

En tercer lugar, se encontró que en cuestiones legales se necesita con urgencia una ley propia que regule la creación y gestión de aplicativos móviles en el país. Esto debido a que Colombia está en su gran mayoría supeditada a convenios/legislación de organizaciones internacionales a las cuales pertenece. Estas en su mayoría no hacen una clara delimitación de la diferencia entre programas informáticos como negocio y programas de negocio como propiedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

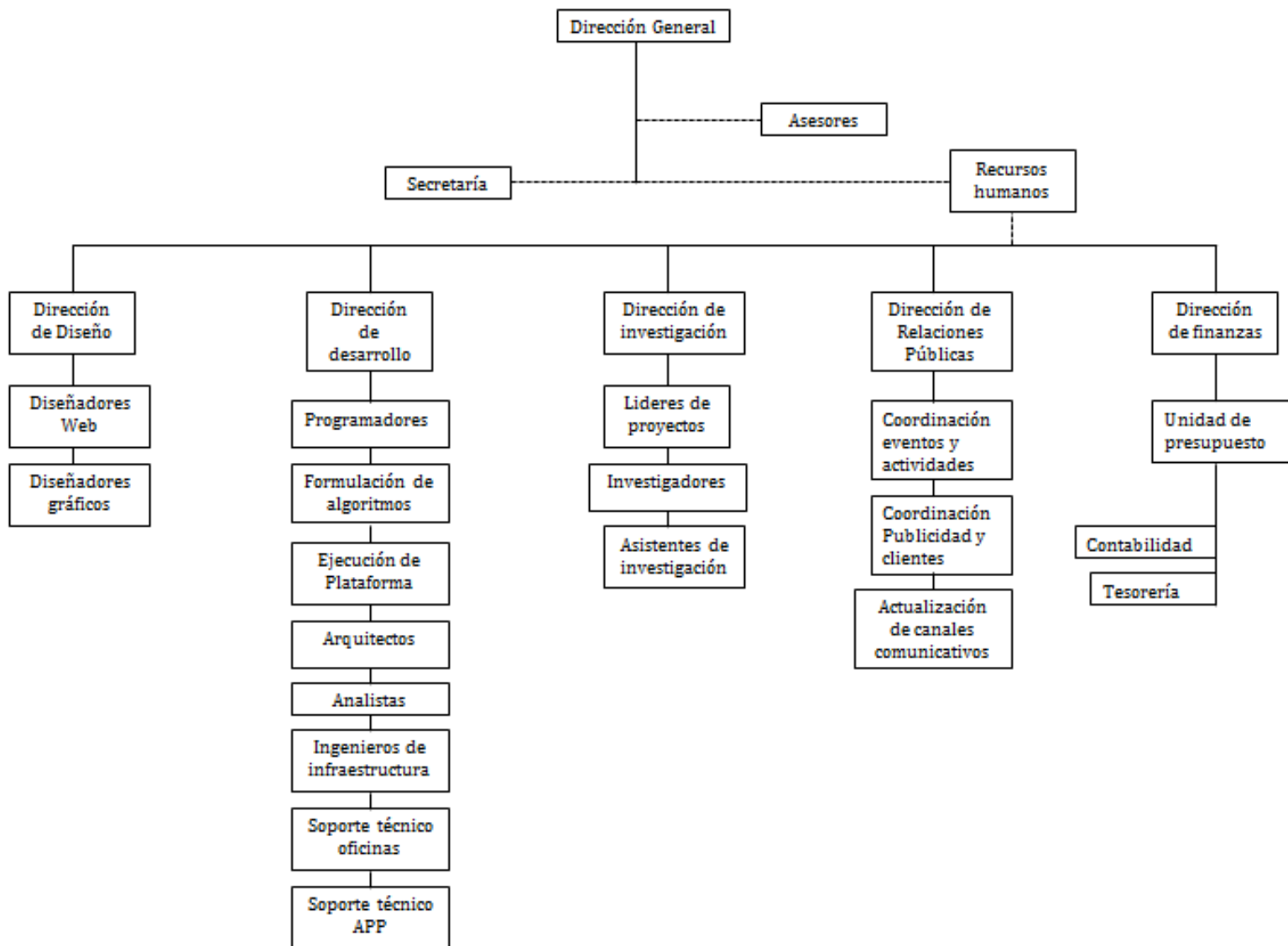
1. Abad, M., Pincay D., (204) Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil. Universidad politécnica salesiana. Guayaquil, Ecuador Consulta: 2018-05-19. Disponible en: <https://bit.ly/2wU9lTR>
2. Congreso de la República de Colombia. (2000). Ley 565 de 2000, Por medio de la cual se aprueba el "Tratado de la OMPI -Organización Mundial de la Propiedad Intelectual- sobre Derechos de Autor (WCT)", adoptado en Ginebra, el veinte (20) de diciembre de mil novecientos noventa y seis (1996). Consulta: 2018-06-20. Disponible en: <https://bit.ly/2LBDqKH>
3. Congreso de la República de Colombia. (2000). Ley 590 de 2000, Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Consulta: 2018-05-19. Disponible en: <https://bit.ly/2IQ2fUZ>
4. Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006, De fomento a la cultura del emprendimiento. Consulta: 2018-05-19. Disponible en: <https://bit.ly/2IvAdiq>
5. Congreso de la República de Colombia. (2008). Ley 1258 de 2008, Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Consulta: 2018-06-19. Disponible en: <https://bit.ly/1aFTpF2>
6. Congreso de la República de Colombia. (2009). Ley 1341 de 2009, Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Consulta: 2018-06-20. Disponible en: <https://bit.ly/2rgdE55>

7. Congreso de la República de Colombia. (2010). Ley 1429 de 2010, Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Consulta: 2018-05-19. Disponible en: <https://bit.ly/2IV9WJF>
8. Congreso de la República de Colombia. (2012). Ley 1581 de 2012, Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Consulta: 2018-06-19. Disponible en: <https://bit.ly/2JEZ9zE>
9. Congreso de la República de Colombia. (2016). Ley 1780 de 2016, Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones. Consulta: 2018-05-19. Disponible en: <https://bit.ly/1OANHBi>
10. De Miguel, A. (2013). Políticas públicas para emprendedores: análisis del proyecto de ley de apoyo al emprendedor. Salamanca: Universidad de Salamanca. Consulta: 2018-04-21. Disponible en: <https://bit.ly/2Jw6x0p>.
11. Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local. VII Congreso de Administración. 2004. Buenos Aires, Argentina. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: <https://bit.ly/2r6qrYe>
12. Hamburger, A. (2006). La cultura ética en la empresa, lineamientos para diseñarla e implementarla. Paulinas. Bogotá, Colombia.
13. Herrera, C. Montoya L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. Revista Punto de vista, núm.7, julio - diciembre, p. 7-30. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
14. Investor Guide. (2018) Estatutos Empresariales. Consulta: 2018-04-21. Disponible en: <https://bit.ly/2rm9Jp5>

15. Jaramillo, L. (2008) Emprendimiento: concepto básico en competencias. Lumen, Instituto de estudios en educación- IESE, Universidad del norte. Barranquilla, Colombia. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: <https://bit.ly/1M5n47I>
16. Marulanda, J. Correa, G. Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 66, mayo-agosto, pp. 153-168. Universidad EAN. Bogotá, Colombia. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: <https://bit.ly/2JKsRDQ>
17. Murillo, M. Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S). ABCES. Universidad CES. (s.f) Medellín, Colombia.
18. Organización mundial de la propiedad intelectual. (1993). Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos. Consulta: 2018-06-20. Disponible en: <https://bit.ly/2LoTu5B>
19. Real academia de la lengua española. (2017) Diccionario de la lengua española, Emprendimiento. Edición tricentenario. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: <https://bit.ly/2FHJU6X>
20. Real academia de la lengua española. (2017) Diccionario de la lengua española, Emprendedor. Edición tricentenario. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: <https://bit.ly/2FHf5PH>
21. Riveros, J. (2013). Emprendimiento Empresarial. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: <https://bit.ly/2HIZqWa>

22. Rodríguez, J. (2017). Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas. Universidad Santo Tomás. Consulta: 2018-06-20. Disponible en: <https://bit.ly/2JnLFJK>
23. Sagi, L. (2004) Gestión por competencias, Madrid, España, ESIC. <https://bit.ly/2jwFM1f>
24. Torres, G., Mercado, U., (2012) Gestión de competencias. Tlatemoani, México. Consulta: 2018-05-03. Disponible en: <https://bit.ly/2w6eqYG>
25. Universidad Santo Tomás. (2015). Documento Marco, Humanidades. Ediciones USTA. Bogotá, D. C., Colombia. Consulta: 2018-05-19. Disponible en: <https://bit.ly/2Ppv2Dr>
26. Universidad Santo Tomás. (2015). Proyecto De La Cátedra De Filosofía Institucional Año 2015. Bogotá, D. C., Colombia. Consulta: 2018-10-23. Disponible en: <https://bit.ly/2R4FCga>
27. Vesga R. (2015) El caso de INNpuls Colombia. La evolución de una política pública para el crecimiento empresarial extraordinario. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva N°19 / 2015. Corporación Andina de Fomento, Banco de desarrollo de América Latina. Consulta: 2018-05-23. Disponible en: <https://bit.ly/2KTjmno>

Anexo I: Organigrama Angle



Anexo II: Glosario breve de perfiles en plataforma

Emprendedores: Usuarios con una idea de negocio a realizar. Buscan ayuda bien sea económica por parte de inversionista o asesorías por parte mentores para hacer que su idea sea exitosa. Con un negocio en surgimiento que pueda ser verificable, con la finalidad de dar seguridad a los posibles interesados en este. Los emprendedores deben estar clasificados según la naturaleza de su idea en: social, ecológica, tecnológica, y tradicional.

Inversionistas: Usuarios con un poder adquisitivo propicio para la inversión. bien sean independientes (personas naturales) o entidades constituidas (personas jurídicas) Además de antecedentes que puedan ser verificables con el fin de salvaguardar los intereses de los emprendedores. Estos deben considerar invertir su dinero en ideas que puedan ser tanto apuestas seguras, como riesgosas, encontrándolas interesantes y beneficiosas para las partes involucradas.

Mentores: Usuarios que pueden poseer o no un capital considerable para la inversión. Estos han optado por el ser una guía para emprendedores inexpertos que buscan una dirección mediante experiencia de un tercero cercano. Un usuario que adopte su perfil de mentor ha de tener unos antecedentes que puedan ser verificables con el fin de salvaguardar los intereses de los emprendedores.

Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Código Cámara y Fecha Radicación

INFORMACIÓN FINANCIERA						
En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos Colombianos. Datos sin decimales						
5	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA		ESTADO DE RESULTADOS			
	Activo Corriente	\$ _____	Pasivo Corriente	\$ _____	Ingresos Actividad Ordinaria	\$ _____
	Activo No Corriente	\$ _____	Pasivo No Corriente	\$ _____	Otros Ingresos	\$ _____
	Activo Total	\$ _____	Pasivo Total	\$ _____	Costo de Ventas	\$ _____
			Patrimonio Neto	\$ _____	Gastos Operacionales	\$ _____
		Pasivo + Patrimonio	\$ _____	Otros Gastos	\$ _____	
		Balance Social (*)	\$ _____	Gastos por Impuestos	\$ _____	
		* Solamente si es Entidad sin ánimo de lucro			Utilidad / Pérdida Operacional	\$ _____
				Resultado del Periodo	\$ _____	
(Revisar las instrucciones del formulario RUES)						
GRUPO NIIF <input type="checkbox"/>						
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS						
		1. NACIONAL	1.1. PÚBLICO _____%	1.2. PRIVADO _____%		
		2. EXTRANJERO	2.1. PÚBLICO _____%	2.2. PRIVADO _____%		
SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO						
6	APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES	
	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	
	% _____	% _____	% _____	% _____	% _____	
REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO		REFERENCIAS - COMERCIALES				
7	1. Nombre _____ Teléfono _____		1. Nombre _____ Teléfono _____			
	2. Nombre _____ Teléfono _____		2. Nombre _____ Teléfono _____			
ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA						
8	CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/>		NÚMERO DE EMPLEADOS <input type="text"/>			
	(Revisar las instrucciones del formulario RUES)		TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
	TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> CUANTOS <input type="text"/>		EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%) <input type="text"/>			
DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA						
(En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)						
9	MATRÍCULA INMOBILIARIA		MATRÍCULA INMOBILIARIA			
	DIRECCIÓN		DIRECCIÓN			
	BARRIO		BARRIO			
	MUNICIPIO		MUNICIPIO			
	DEPARTAMENTO		DEPARTAMENTO			
	PAIS		PAIS			
LEY 1780 DE 2016						
10	DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3		SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIENDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA			
	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 2.2.2.41.5.2. DEL DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780			
		CUMPLO <input type="checkbox"/> NO CUMPLO <input type="checkbox"/>				
PROTECCIÓN SOCIAL						
11	¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
	TIPO DE APORTANTE (Marque con una X la casilla que corresponda)					
APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>		CUENTA CON MENOS DE 200 COTIZANTES <input type="checkbox"/>		APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTICULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>		
				APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>		

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.

Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica FIRMA _____

Documento de identificación No. _____ C.C. C.E. T.I. PASAPORTE

PAIS _____

Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Firma y Sello de la Cámara de Comercio

Anexo IV: Formulario adicional de registros con otras entidades.



6
REG-IA-F-015
27/08/2014

Formulario Adicional de Registros con Otras Entidades

No. Matrícula Mercantil:	<input type="text"/>	No. Inscripción Esal:	<input type="text"/>
(Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio de Bogotá)			

Número de Formulario DIAN	<input type="text"/>
Este número se obtiene una vez diligencie el formulario de Registro Único Tributario en la página www.dian.gov.co	

Asignación: Actualización:

I. Datos Básicos:
 Nombre y apellido o razón social _____

II. Solicitud de inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) en la Secretaría de Hacienda Distrital

	Año	Mes	Día
Fecha de inicio de Actividades con ICA:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

IMPORTANTE: SEÑOR CONTRIBUYENTE no olvide que para quedar inscrito en el RIT de la Secretaría de Hacienda de Bogotá, es indispensable que informe LA FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES, evitese sanciones (artículos 35 y 71 del Decreto Distrital 807/1993)

III. Solicitud de inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN

Información del Contador que firma los estados financieros de la empresa.



Tipo de documento	No. de identificación	DV	No. de tarjeta profesional
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Primer apellido	Segundo apellido	Primer Nombre	Otros Nombres
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Código de la identificación Tributaria (NIT) DV	Empresa a la que pertenece:		
<input type="text"/>	<input type="text"/>		

IV. Firmas: contribuyente o representante legal

con mi firma certifico que los datos contenidos en el presente formulario es confiable, veraz, completa y exacta

Nombre	Firma
Número de identificación	

Anexo V: Formulario del Registro Único Tributario (RUT)

 <p>DIAN Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales</p>	<p>Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal</p>	 <p>MUSCA Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanías</p>	001																																				
Espacio reservado para la DIAN		2. Concepto: <input type="text"/> 4. Número de formulario: <input type="text"/>																																					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): <input type="text"/>		6. DV: <input type="text"/>	12. Dirección Seccional: <input type="text"/>																																				
			14. Buzón electrónico: <input type="text"/>																																				
IDENTIFICACION																																							
24. Tipo de contribuyente: <input type="text"/>		25. Tipo de documento: <input type="text"/>																																					
26. Número de identificación: <input type="text"/>		27. Fecha expedición: <input type="text"/>																																					
Lugar de expedición		28. País: <input type="text"/>																																					
29. Departamento: <input type="text"/>		30. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>																																					
31. Primer apellido: <input type="text"/>		32. Segundo apellido: <input type="text"/>																																					
33. Primer nombre: <input type="text"/>		34. Otros nombres: <input type="text"/>																																					
35. Razón social: <input type="text"/>																																							
36. Nombre comercial: <input type="text"/>			37. Sigla: <input type="text"/>																																				
UBICACION																																							
38. País: <input type="text"/>		39. Departamento: <input type="text"/>																																					
40. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>		41. Dirección: <input type="text"/>																																					
42. Correo electrónico: <input type="text"/>		43. Apartado aéreo: <input type="text"/>	44. Teléfono 1: <input type="text"/>																																				
			45. Teléfono 2: <input type="text"/>																																				
CLASIFICACION																																							
Actividad económica		Ocupación																																					
Actividad principal	Actividad secundaria	Otras actividades	52. Número establecimientos																																				
46. Código: <input type="text"/>	47. Fecha inicio actividad: <input type="text"/>	48. Código: <input type="text"/>	49. Fecha inicio actividad: <input type="text"/>																																				
		50. Código: <input type="text"/>	51. Código: <input type="text"/>																																				
		1 <input type="text"/>	2 <input type="text"/>																																				
Responsabilidades																																							
53. Código: <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td> </tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																						
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>																						
Usuarios aduaneros		Exportadores																																					
54. Código: <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> <tr> <td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td><td><input type="text"/></td> </tr> </table>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	55. Forma: <input type="text"/>	56. Tipo: <input type="text"/>																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																														
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>																														
		Servicio	1 <input type="text"/>																																				
		57. Modo	2 <input type="text"/>																																				
		58. CPC	3 <input type="text"/>																																				
Para uso exclusivo de la DIAN																																							
59. Anexos: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios: <input type="text"/>																																					
		61. Fecha: <input type="text"/>																																					
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante: <input type="text"/>		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado: <input type="text"/> 983. Nombre: <input type="text"/> 984. Cargo: <input type="text"/>																																					

Anexo VI: RAE: Resumen Analítico Especializado

AUTOR RAE	Alejandra Álvarez
FECHA REALIZACIÓN	16 de octubre de 2018
DOCUMENTO	
TÍTULO	Políticas públicas para emprendedores: Análisis del proyecto de ley de apoyo al emprendedor.
AUTOR	Ángela De Miguel Sanz.
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA (Año, Editorial, Ciudad de publicación, etc.)	De Miguel, A. (2013). Políticas públicas para emprendedores: análisis del proyecto de ley de apoyo al emprendedor. Salamanca: Universidad de Salamanca. Disponible en: https://bit.ly/2Jw6x0p
PALABRAS CLAVES	Emprendedor, emprendimiento, políticas públicas, economía, financiamiento.
DESCRIPCIÓN / RESUMEN	El documento contempla la importancia del emprendedor y la cultura emprendedora en el desarrollo económico y social del país y su incidencia en lo internacional. Se analiza el planteamiento de un proyecto de ley que fomente el emprendimiento, teniendo en cuenta al emprendedor, la educación y los apoyos del gobierno. Finalmente se trata la parte financiera como el apoyo base para el crecimiento y desarrollo de ideas de negocio.
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • L. Alemany, C. Álvarez, M. Planellas, D. Urbano (2011) Libro Blanco de la Iniciativa emprendedora en España. Fundación Príncipe de Girona. • Banco Mundial (2011). Ease of doing business 2012. Washington D.C. http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2012 • Comisión Europea (2012). http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review. • García Tabuenca y Crespo, (2004) Desempeño de la Actividad Emprendedora Temprana en España. Revista Economía Industrial. • Kantis, H. (2012) Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Banco Interamericano de Desarrollo. • Larranza M., Contin I, Bayona C. (2011) Actividad Emprendedora, Innovación y Desarrollo Económico en España. Revista de Economía Industrial. • Montes, V.J. (2010) Las Fuerzas Del Desarrollo Económico: Un Enfoque Institucional Sobre La Prosperidad De Las Naciones Con especial Referencia A África. Facultad de Derecho, Universidad Complutense de Madrid. • Toledano N. (2012), El fomento de las competencias emprendedoras en las

	Instituciones Universitarias. Centro de Estudios Andaluces.
<p>CONTENIDOS (Tesis centrales del documento, tesis secundarias, temas de reflexión que propone el autor, etc.)</p>	<p>TESIS PRINCIPAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantea la importancia del emprendedor y del emprendimiento dentro de un ámbito socioeconómico en el país, ya que potencia el empleo, el crecimiento económico, la productividad, la innovación y la cohesión social. <p>TESIS SECUNDARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El crecimiento de la situación de emprendimiento en España, a pesar de la crisis esta actividad ha tenido un gran avance. • El estado de las políticas públicas respecto al emprendimiento en España podría estar en mejores condiciones, para una ejecución efectiva y beneficiosa. <p>LO QUE PLANTEA EL AUTOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructurar una serie de estrategias que incentiven el apoyo al emprendimiento en el país, mediante políticas públicas de promoción de esta actividad, educación propicia, disminución de trabas e incentivos en el apoyo financiero a proyectos empresariales.
<p>METODOLOGÍA</p>	<p>Para el desarrollo de este trabajo de investigación, se empleó el método exploratorio-descriptivo con un enfoque cuantitativo. La autora analiza una situación particular ahondando en conceptos, situaciones puntuales y cifras mediante el uso de material documental. Sus fuentes en gran medida enfocadas en estudios económicos, sociales y legales.</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>Es difícil el lograr un cambio dentro de las normas ya establecidas respecto a lo que a emprendimiento se refiere, bien sea por cuestión de definiciones, por ajustes requeridos en los impuestos o incluso por el poco interés y pobre financiamiento hacia la actividad emprendedora en España donde la decisión de emprender cada vez se sustenta en la necesidad y se debe iniciar con un presupuesto más bajo que impide la una estructuración duradera.</p>
<p>PREGUNTAS QUE SURGEN DE LA LECTURA DEL TEXTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo contrarrestar un sistema de gobierno con poco interés en el verdadero desarrollo del emprendimiento en su país? • ¿De qué manera las entidades privadas pueden llegar a suplir el papel de las entidades públicas en el apoyo a negocios emergentes? • ¿Qué tipos de ideas pueden generar rentabilidad sin una inversión inicial muy grande o incluso nula?

AUTOR RAE	Alejandra Álvarez
FECHA REALIZACIÓN	16 de octubre de 2018
DOCUMENTO	
TÍTULO	EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL.
AUTOR	María Marta Formichella
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA (Año, Editorial, Ciudad de publicación, etc.)	Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local. VII Congreso de Administración. 2004. Buenos Aires, Argentina. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: https://bit.ly/2r6qrYe
PALABRAS CLAVES	Emprendimiento, PYMES, financiamiento
DESCRIPCIÓN / RESUMEN	Ante la actual problemática de desempleo y exclusión, comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo y, en consecuencia, el concepto de emprendimiento cobra mayor relevancia para nuestra sociedad, resultando su estudio más necesario.
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Arieu, A. 2003. La Educación de los emprendedores: Un comentario acerca de los contenidos formativos y el rol de la Universidad. Congreso Provincial Emprendedorismo y Desarrollo Local. Pigüe, Argentina. • Casaburi, G. Y Angelelli, P. 2001. Estrategias de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Ed. Eudeba – PNUD. Pág. 89-95. • Formichella, M. M. 2002. Educación y Pobreza: Una explicación de los círculos viciosos existentes entre ambas. Tesis de Grado, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur. • Nacimiento Rodrigues, J. 2001. Entrevista a Peter Drucker para la revista portuguesa Executive Digest. Disponible en http://www.mujeresdeempresa.com/management/management011104.htm • Restrepo G. B. 2003. Emprendimiento y Desarrollo Local Diario de Colombia “El Colombiano” (25 de septiembre). • SCHUMPETER, J. 1942. Capitalismo, socialismo y democracia. Ed. Folio. Pág. 118-124. • Thomason, R. 2002. Jóvenes empresarios: las estrellas más brillantes de las Américas y del Caribe. Disponible en http://www.ybiz.com/aybizweb/aboutyabt/brochurespdf.PDF
CONTENIDOS (Tesis centrales del documento, tesis secundarias, temas de reflexión que propone el autor, etc.)	TESIS PRINCIPAL <ul style="list-style-type: none"> • Existe una relación entre el concepto de emprendimiento y los conceptos de educación, desempleo y desarrollo local.

	<p>TESIS SECUNDARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las aptitudes emprendedoras pueden forjarse y potenciarse a través de la educación • Las actitudes emprendedoras contribuyen positivamente en el desarrollo de un proyecto y a su vez, en el desarrollo de una comunidad. <p>LO QUE PLANTEA EL AUTOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • El aumentar las cualidades emprendedoras de la comunidad con la intención de incentivar la aparición de nuevas e innovadoras iniciativas en la misma y facilitar la tarea de los agentes de desarrollo, favoreciéndose así la generación de proyectos y la formación de redes sociales
METODOLOGÍA	Para esta investigación se empleó el método exploratorio-descriptivo con un enfoque cualitativo. Se realizó un estudio teórico de estos temas, basado en una revisión de los aportes hasta la actualidad. Se buscó, seleccionó y sistematizó la bibliografía, para analizarla y finalmente presentar las conclusiones.
CONCLUSIONES	Si se implementan medidas tendientes a mejorar la educación en entrepreneurship, se logra aumentar el espíritu emprendedor de los individuos y de esta forma existe una mayor dotación social de cualidades emprendedoras. Esto provoca efectos positivos, tales como la creación de empresas, el crecimiento de las empresas existentes y la generación de autoempleo. Contribuyendo así a la disminución del desempleo, lo cual favorece al desarrollo socio económico.
PREGUNTAS QUE SURGEN DE LA LECTURA DEL TEXTO	<p>¿Cómo hacer que el gobierno invierta los recursos necesarios en educación en entrepreneurship para las poblaciones vulnerables?</p> <p>¿Tiene la motivación una relación directamente proporcional con el éxito de un emprendedor?</p> <p>¿Qué incentivos más allá de la educación pueden soportar el interés de un emprendedor en potencia?</p>

AUTOR RAE	Alejandra Álvarez
FECHA REALIZACIÓN	16 de octubre de 2018
DOCUMENTO	
TÍTULO	El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización.
AUTOR	Carmen Estela Herrera Guerra, Luz Alexandra Montoya Restrepo
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA (Año, Editorial, Ciudad de publicación, etc.)	Herrera, C. Montoya L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. Revista Punto de vista, núm.7, julio - diciembre, p. 7-30. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
PALABRAS CLAVES	Emprendimiento, campo de investigación, Asia Pacífico, emprendedor, caracterización.
DESCRIPCIÓN / RESUMEN	El emprendimiento como campo de investigación se encuentra en proceso para consolidar un escenario conceptual; muchos estudios giran alrededor de la empresa, desconociendo a la persona, y al emprendimiento se le nombra en la literatura como entrepreneur, conservando este término su origen francés por la inadecuada traducción a otros idiomas.
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Aktouf, O. (2009). La administración, entre tradición y renovación (4.a ed.). Cali: Artes Gráficas del Valle. • Bygrave, W. y Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, 13-22. • Cable, D. y Shane, S. (1997, enero). A Prisoner's Dilemma Approach to Entrepreneur-Venture Capitalist Relationships. The Academy of Management Review, 22(1), 142-176. • Flor, G. y Lara, A. (2012). Diagnóstico del capital emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico en la región sierra-centro del Ecuador. XXII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar. • Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina: Publicación INTA. • Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. Entrepreneurship Theory and Practice, 47-67. • Gámez, J. (enero-junio de 2008). El emprendedor, hacia una nueva caracterización en Colombia. Management. Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales, XVII (29), 17-32. • Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia Caribe 2010. Reporte de resultados GEM Colombia Caribe 2010. • González, J. et al. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los valles de Tundama y Sugamuxi, Boyacá (Colombia). Pensamiento & Gestión, 29, 163-189. • Haque, M. S. (2004). Reforming Public Administration in Southeast Asia: Trends and Impacts. A Global Journal, 4, 361-371. • Kent, C. (primavera de 1989). The Treatment of Entrepreneurship in Principles of Economics Textbooks. The Journal of Economic Education, 20(2), 153-164.

<p>CONTENIDOS (Tesis centrales del documento, tesis secundarias, temas de reflexión que propone el autor, etc.)</p>	<p>TESIS PRINCIPAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Existen varias escuelas que se aproximan a la definición y caracterización de los conceptos de emprendedor y emprendimiento, estos varían de acuerdo con épocas y maneras de asimilar la situación, por ende, no existe un concepto unificado ni absoluto. <p>TESIS SECUNDARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> El emprendimiento es uno de los motores utilizados para el crecimiento de las economías desarrolladas y en desarrollo, especialmente en Asia. El cambio acelerado planeado y ejecutado de la forma correcta en un sistema de producciones logra que una región entre a competir con potencias empresariales. <p>LO QUE PLANTEA EL AUTOR</p> <ul style="list-style-type: none"> Esta situación reta a los interesados en el tema del emprendimiento a unir esfuerzos con los especialistas de otros campos, en la búsqueda de crear un cuerpo teórico y sistemático de información sobre el emprendimiento
<p>METODOLOGÍA</p>	<p>Este documento presenta una revisión literaria bajo un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo, que tiene como objetivo revisar los artículos académicos publicados en el campo del emprendimiento, utilizando como fuente los diarios y revistas o journals, libros, ponencias y artículos disponibles en las bases electrónicas de datos Emerald, Jstor, EbscoHot, e-libro, entre otras revistas indexadas por el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias), a fin de tener una aproximación a la definición y caracterización del emprendedor.</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>El emprendimiento como campo de investigación está en proceso de legitimación debido a que la complejidad del tema no ha permitido que los investigadores se pongan de acuerdo en los conceptos y en una única teoría. Por eso el emprendedor y el emprendimiento deben verse como un evento contextual en un ecosistema, bajo un pensamiento sistémico que difiere de una persona a otra, de ahí que no se deba buscar una receta mágica que conduzca al éxito.</p>
<p>PREGUNTAS QUE SURGEN DE LA LECTURA DEL TEXTO</p>	<p>¿De qué manera se puede llegar a instaurar un modelo de emprendimiento en Colombia y/o América latina como el de Asia pacífico? Si el emprendedor y emprendimiento difiere de una persona a otra ¿cómo se puede plantear un campo de investigación legítimo sin que sea discriminatorio?</p>

AUTOR RAE	Alejandra Álvarez
FECHA REALIZACIÓN	16 de octubre de 2018
DOCUMENTO	
TÍTULO	Propuesta Normativa Para Aplicaciones Móviles En Colombia: Derechos Y Deberes De Actores Involucrados En La Creación Y Gestión De Aplicaciones Nativas.
AUTOR	Juan David Rodríguez Fuentes
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA (Año, Editorial, Ciudad de publicación, etc.)	Rodríguez, J. (2017). Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas. Universidad Santo Tomás. Consulta: 2018-06-20. Disponible en: https://bit.ly/2CXhJUz
PALABRAS CLAVES	Aplicación, leyes, Propiedad intelectual, regulación, datos personales.
DESCRIPCIÓN / RESUMEN	La investigación muestra una propuesta normativa cuya finalidad es que los creadores y gestores de aplicaciones móviles puedan identificar aquellos aspectos jurídicos que consideren con falencias en sus proyectos y de esta manera puedan adoptar las medidas de control que le permitan ingresar al mercado siendo competitivos, cumpliendo buenos estándares y sobre todo respetando los derechos de los usuarios.
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Congreso de la república, Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Colombia, 2011. • SERNAC, “Contratos de adhesión”, 2003. [En línea]. Disponible en: http://www.sernac.cl/59604/. [Consultado: 04 -may-2017]. • SIC, Por medio de la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones. Colombia, 2011. • AEPD, “Naturaleza de los ficheros”, 2015. [En línea]. Disponible en: https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canalresponsable/inscripcion_ficheros/naturaleza_a_ficheros/index-ides-idphp.php. [Consultado: 02-may-2017]. • RAE, “Información”, 2014. [En línea]. Disponible en: http://dle.rae.es/?id=LXrOqrN. [Consultado: 07-ene-2017]. • M. García, Las claves de la publicidad, 7a ed. Madrid, 2011. • MINTIC, “Boletín trimestral de las TIC, cifras cuarto trimestre de 2016”, Bogotá, 2017. • CINTEL, “44% de usuarios de Internet en Colombia se educan en la red”, 2015. [En línea]. Disponible en: http://cintel.co/44-de-usuarios-de-internet-en-colombia-se-educan-en-la-red/. • ComScore, “comScore en Asociación con IMS da a Conocer los Resultados de una Nueva Investigación que Muestra Insights sobre el Comportamiento de las Audiencias para las Principales Aplicaciones Móviles en Latinoamérica”, 2015. • M. L. Cacheiro, C. Sánchez, y J. González, “Definición de Apps”, en Recursos tecnológicos en contextos educativos, 2015, pp. 415– 416. • Srivastava, “Legal Issues for Mobile Applications”, 2017. [En línea]. Disponible en:

	<p>www.deshlaw.com/legal-insights/legal-issues-for-mobile-applications.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ITU, “M-Services and applications: Perspectives on regulatory measures to foster diffusion and access”, 2015.
<p>CONTENIDOS (Tesis centrales del documento, tesis secundarias, temas de reflexión que propone el autor, etc.)</p>	<p>TESIS PRINCIPAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • La normatividad colombiana es poco eficiente para regular las condiciones de uso y de creación de las aplicaciones móviles en el país. <p>TESIS SECUNDARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marco legal en cuestión de aplicaciones además de ser pobre también es confuso para los dueños y usuarios de las plataformas móviles. <p>LO QUE PLANTEA EL AUTOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una ley que logre regular de manera idónea la actividad que se genera mediante la creación y el uso de aplicativos móviles en Colombia.
<p>METODOLOGÍA</p>	<p>En esta investigación se usan los métodos deductivo, descriptivo, interpretativo e investigativo, con un enfoque cualitativo. Se desarrolla en 3 fases: 1) Identificación de normativa colombiana aplicable a la creación y gestión de APPs móviles, 2) Examinación de las principales normas aplicables al desarrollo y gestión de aplicaciones móviles en dos países referentes, y 3) Desarrollo de la propuesta normativa.</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>Se necesita de manera urgente una regulación normativa en Colombia para las aplicaciones móviles, debido a diversos factores tanto legales como empresariales entre ellos se encuentran el que la mayoría de los emprendedores o usuarios no tiene claro a quien recurrir en caso de presentarse algún inconveniente dentro de las plataformas y las aplicaciones no pueden ser ilegales, pero si sus contenidos.</p>
<p>PREGUNTAS QUE SURGEN DE LA LECTURA DEL TEXTO</p>	<p>¿Como agilizar el proceso de la formulación de un proyecto de ley referente a este tema? ¿Dentro de que criterios internacionales se puede elaborar una norma nacional? ¿Por qué el Mintic no ha implementado la normatividad correspondiente y necesaria?</p>

AUTOR RAE	Alejandra Álvarez
FECHA REALIZACIÓN	16 de octubre de 2018
DOCUMENTO	
TÍTULO	Emprendimiento Empresarial: Emprendimiento como herramienta de las habilidades gerenciales.
AUTOR	Johana Carine Riveros Martin
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA (Año, Editorial, Ciudad de publicación, etc.)	Riveros, J. (2013). Emprendimiento Empresarial. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia. Consulta: 2018-04-20. Disponible en: https://bit.ly/2HIZqWa
PALABRAS CLAVES	Emprendimiento, emprendedor, creatividad, innovación, perspectivas, mentalidad, antropología y psicoanálisis.
DESCRIPCIÓN / RESUMEN	Describir, analizar e interpretar el fenómeno del emprendimiento empresarial desde el punto de vista interdisciplinario. Se busca que éste sea el fundamento para responder a la pregunta ¿cómo entender el emprendimiento?, y construir, a partir de su evolución, diversas perspectivas que enriquezcan su análisis y estudio.
FUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Galindo, Ribeiro y Méndez. (2012). Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico. Recuperado 15 de febrero de 2013, de http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2011/11/25-R-108M911.pdf • Instituto Internacional de planteamiento de la educación de Buenos Aires. (2010). Resolución de problemas. Recuperado 10 de Febrero de 2013, de http://www.colombiaaprende.edu.co/html/home/1592/articulos-189023_archivo_7.pdf • Junco. (2012). Planeación estratégica y principios corporativos. Recuperado 16 de Febrero de 2013, de http://www.slideshare.net/LauMancillaJ/planeacion-estrategica-y-principios-corporativos • Mapfre. (2010). Informe sector textil y confecciones colombiano. Recuperado 12 de febrero de 2013, de http://www.crediseguro.com.co/dmdocuments/INFORME_SECTOR_TEXTIL_Marzo_2010.pdf • Navarro. (2001). Misión, visión, objetivos. Recuperado 16 de Febrero de 2013, de http://economia.unmsm.edu.pe/Docentes/JNavarroL/Planeamiento/CLASE%20%20GE.PDF • Rodríguez. (2010). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Recuperado 10 de febrero de 2013, de http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf • Stanford. (1970). Análisis matriz dofa. Recuperado 11 de febrero de 2013, de http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest
	TESIS PRINCIPAL <ul style="list-style-type: none"> • El emprendimiento es comprendido como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad.

<p>CONTENIDOS (Tesis centrales del documento, tesis secundarias, temas de reflexión que propone el autor, etc.)</p>	<p>TESIS SECUNDARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los gerentes emprendedores con pensamiento positivo buscan mecanismos para salir adelante ante situaciones complejas donde se enfrentan a retos de innovación, diferenciación y creatividad para lograr sus objetivos. • Los gerentes necesitan desarrollar habilidades gerenciales que entre si se complementen y permitan tomar decisiones acertadas, puesto que permiten tener dominio, influencia y aceptación sobre las personas que hacen parte de nuestro equipo. <p>LO QUE PLANTEA EL AUTOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reflexionar sobre la creatividad e iniciativa en el desempeño del roll de gerentes en el camino a la consecución de las metas.
<p>METODOLOGÍA</p>	<p>Para el desarrollo de esta investigación, se empleó el método exploratorio-descriptivo con un enfoque cuantitativo. La autora analiza una situación ahondando en conceptos y situaciones puntuales mediante el uso de material documental.</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>El emprendimiento no termina con el hecho de ser innovador, creativo y arriesgado en la solución de dificultades propias de la empresa, se debe complementar siendo la guía en la puesta en marcha y monitoreo de esta iniciativa para su efectivo resultado.</p>
<p>PREGUNTAS QUE SURGEN DE LA LECTURA DEL TEXTO</p>	<p>¿Todo emprendedor debe ser gerente a la vez? ¿Cuáles son los principales desafíos de un emprendedor gerente? ¿El emprendimiento contiene de manera intrínseca la innovación o la creatividad?</p>

Anexo VII: Entrevistas

Entrevista 1.

Nombre: Jairo Escobar. **Edad:** 34 años.

Emprendimiento: Sector Educación.

1. ¿Qué es un emprendedor para usted?

Un emprendedor es una persona que toma la decisión de iniciar un proyecto empresarial en el que hay riesgos. Emprender es tomar la decisión de llevar a cabo un proyecto en el que tomarás decisiones para construir lo propio y apoyar a otras personas.

2. ¿Cuál considera usted que es la manera más sencilla de emprender en Colombia?

La manera más sencilla es hacer e iniciar, es decir tomar la decisión porque tomada la decisión se obtiene pertenencia de la idea y eso facilita la ejecución de la misma.

3. ¿Cuál considera usted que es la principal dificultad que tiene un emprendedor al iniciar con su idea de negocio?

La mayor dificultad que tiene un emprendedor para iniciar es el MIEDO. Miedo a la inversión de tiempo, dinero, esfuerzo y que haya un fracaso.

4. ¿Cree usted que Colombia tiene el potencial para mejorar su economía mediante el emprendimiento? ¿Por qué?

Por supuesto que Colombia tiene potencial para emprender por qué es un país que tiene demasiados recursos naturales e intelectuales para ello; con seguridad articulando las nuevas tecnologías con estos recursos habrá proyectos novedosos que fortalecerán el País

5. ¿Cómo considera usted que se puede fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia?

La cultura del emprendimiento se puede fomentar con la educación desde la niñez, cambiando o incluyendo en la formación temas de emprendimiento.

6. ¿Cree que sería beneficioso hacer parte de una plataforma interactiva que lo apoye y promocióne su emprendimiento? ¿Por qué?

Por supuesto que es importante hacer parte de una plataforma interactiva, entre más rápidos asumamos los cambios tecnológicos más puertas se abren para emprender.

7. ¿Ha utilizado plataformas interactivas para potenciar su emprendimiento, o ha escuchado de alguna? ¿Cuál/es?

No conozco plataformas

8. Si quisiera invertir dinero en un negocio nuevo, ¿Utilizaría usted una plataforma que le permita tener gran cantidad de opciones para invertir? ¿Por qué?

Si, yo invertiría en una plataforma que me de varias opciones porque la plataforma lo que permite es que varios usuarios se inscriban y fomenten el emprendimiento y eso le da a uno varias posibilidades de ver por qué lado del negocio se puede uno ir.

9. Si tuviera la experiencia ¿Buscaría usted ser mentor/a de algún nuevo emprendedor y su idea de negocio? ¿Por qué?

Por supuesto que yo apoyaría el emprendimiento de un tercero o su idea, porque el emprendedor no es el jefe que ordena o que manda, el emprendedor tiene que ser un líder que empuja a otras personas a crecer, el que escucha, el que comprende, el que actúa, el que le dice a otra persona me gusta su idea y lo voy a apoyar a emprenderla, por supuesto de lo haría.

10. Dentro del ámbito empresarial ¿Estaría interesado en eventos empresariales de alto nivel, consultorías, charlas y membresías que lo proyecten y lo hagan aún más visible en este campo? ¿Por qué?

Por supuesto que estaría interesado en participar en eventos de alto nivel, conferencias, conversatorios, charlas, coloquios y demás, porque el emprendedor, quien comprende el escenario del emprendimiento es porque tiene conocimiento que no debe esconder o abstenerse de compartir, por lo contrario debe compartir su experiencia de emprendimiento y como se hizo exitoso, eso le va a abrir puertas, eso va a generar articulacion con otros emprendedores y que con seguridad se van a articular y a apoyar para comercializar sus productos, sus ideas o para incluso llegar a hacer una sociedad.

Entrevista 2.

Nombre: Carlos Julian Valle Lozano. **Edad:** 23 años.

Emprendimiento: Sector Producción y Comercialización de Calzado Premium para Caballero.

1. ¿Qué es un emprendedor para usted?

Es una persona con habilidades y destrezas únicas que busca el desarrollo de sus ideas de negocio, impulsado siempre por sus deseos haciendolo con persistencia y continuidad.

2. ¿Cuál considera usted que es la manera más sencilla de emprender en Colombia

La manera mas sencilla es poseer el deseo y la motivación de crear algo nuevo, la capacidad de gestionar y desarrollar una empresa que sea movida por sus ideas.

3. ¿Cuál considera usted que es la principal dificultad que tiene un emprendedor al iniciar con su idea de negocio?

La principal dificultad de un emprendedor suele ser la capacidad financiera para desarrollar el proyecto de emprendimiento, aunque tambien considero que son los conocimientos que se tengan del mercado, pues muchos emprenden sin tener respaldo informativo o conocimiento de como hacerlo, asi mismo pienso que la cantidad de documentos y registros que se deben tener y llenar son muy tediosos y genera mala disposicion para las personas tener que reunir muchos documentos incluso algunos innecesarios.

4. ¿Cree usted que Colombia tiene el potencial para mejorar su economía mediante el emprendimiento? ¿Por qué?

Claro que sí, creo que el principal foco de desarrollo para la economia de un país son las empresas, pues en Colombia solo las PYME aportan el 35% del PIB, y el 80% del empleo.

5. ¿Cómo considera usted que se puede fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia?

Sembrando en los niños desde el colegio la cultura del emprendimiento con un énfasis mas didáctico y pedagógico al que se maneja actualmente, generandoles el deseo de ser independientes, mostrando los frutos positivos que se puede obtener de esto.

6. ¿Cree que sería beneficioso hacer parte de una plataforma interactiva que lo apoye y promocióne su emprendimiento? ¿Por qué?

Considero que sí sería beneficioso pues le enseñaría a las personas como gestionar un proyecto y variables que se dan en la práctica, actualmente existe una figura parecida llamada Procolombia, que fomenta y educa a las personas hacia la exportación.

7. ¿Ha utilizado plataformas interactivas para potenciar su emprendimiento, o ha escuchado de alguna? ¿Cuál/es?

No he utilizado ninguna plataforma interactiva pues desconozco si existe alguna, sin embargo conozco entidades promotoras de emprendimiento como: Procolombia, Fondo Emprender, Bancoldex e Innpulsa.

8. Si quisiera invertir dinero en un negocio nuevo, ¿Utilizaría usted una plataforma que le permita tener gran cantidad de opciones para invertir? ¿Por qué?

Sí utilizaria la plataforma para tomar decisiones de inversion, aunque me gustaria ir propiamente a la empresa en la cual estoy invirtiendo o reunirme con las personas dueñas de la idea.

9. Si tuviera la experiencia ¿Buscaría usted ser mentor/a de algún nuevo emprendedor y su idea de negocio? ¿Por qué?

Si algún día tuviera la oportunidad no lo dudaría ni un poco, pues apoyar a una persona con metas, proyectos y deseos de surgir en el mundo empresarial es algo que me motiva, el poder ayudar en una idea de negocio que genere un impacto positivo resulta ser muy satisfactorio.

10. Dentro del ámbito empresarial ¿Estaría interesado en eventos empresariales de alto nivel, consultorías, charlas y membresías que lo proyecten y lo hagan aún más visible en este campo? ¿Por qué?

Claro que sí estaria interesado pues tambien soy un emprendedor y considero que la esencia de serlo es tener ese plus de renovarse, del cambio continuo en pro de ser mejor, la ampliacion del conocimiento y de nuevas formas de evolucionar en los diferentes mercados, tambien considero que hacerlo a nivel internacional proyectaria enormemente la carrera de un emprendedor hacia el exito.

Entrevista 3.

Nombre: Juan David Arévalo. **Edad:** 23 años.

Emprendimiento: Sector moda.

1. ¿Qué es un emprendedor para usted?

Un emprendedor es una persona arriesgada, que siente pasión por lo que hace, por lo que quiere, que sus sueños son más grandes que sus miedos, una persona que busca construir su propio futuro, superando diferentes obstáculos que se le puedan presentar.

2. ¿Cuál considera usted que es la manera más sencilla de emprender en Colombia?

Ahorrando, teniendo un capital medio, que le ayude a invertir en diferentes herramientas que ayuden con su idea.

3. ¿Cuál considera usted que es la principal dificultad que tiene un emprendedor al iniciar con su idea de negocio?

Falta de apoyo, la falta de estudio en muchos casos, ya que por más emprendedor que sea, el estudio forma parte fundamental de un gran proceso.

4. ¿Cree usted que Colombia tiene el potencial para mejorar su economía mediante el emprendimiento? ¿Por qué?

Si, por qué sé que existen muchas ideas, los colombianos somos personas con talentos increíbles, en todos los sectores y sé que, por medio de diferentes ferias, muestras, la economía puede tener un gran cambio.

5. ¿Cómo considera usted que se puede fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia?

Desde los colegios, tener siempre la visión de empresa, de tener sus propios desafíos y poder conseguirlos, construyendo grupos de trabajo que permitan poder liderar y ejecutar.

6. ¿Cree que sería beneficioso hacer parte de una plataforma interactiva que lo apoye y promocióne su emprendimiento? ¿Por qué?

Si, por qué así, muchas ideas se darían a conocer mucho más, depende de qué tipo de plataforma, si es virtual, sería bueno por la tecnología que hoy en día es importante, pero si es presencial, ya sea ferias, es ideal para interactuar con los clientes.

7. ¿Ha utilizado plataformas interactivas para potenciar su emprendimiento, o ha escuchado de alguna? ¿Cuál/es?

Si, el SENA, ofrece plataformas de emprendimiento, la cámara de comercio también lo realiza en donde potencian la idea de negocio, con diferentes acompañamientos que ayudan a enriquecer y fomentar ideas de negocio.

8. Si quisiera invertir dinero en un negocio nuevo, ¿Utilizaría usted una plataforma que le permita tener gran cantidad de opciones para invertir? ¿Por qué?

Si, sería una nueva manera de poder enriquecer ideas y llevarlas a acabo.

9. Si tuviera la experiencia ¿Buscaría usted ser mentor/a de algún nuevo emprendedor y su idea de negocio? ¿Por qué?

Si, por qué apoyar los sueños de los demás forma parte de crecer como persona y ayudar a demás emprendedores sería una buena opción.

10. Dentro del ámbito empresarial ¿Estaría interesado en eventos empresariales de alto nivel, consultorías, charlas y membresías que lo proyecten y lo hagan aún más visible en este campo? ¿Por qué?

Si, existe la cámara de comercio, que a nivel moda, ayuda con diferentes ideas en el sector textil, tanto de acompañamiento como de potenciar ideas de negocio, en ferias empresariales, entonces considero que es una gran alternativa que ayudaría a muchos emprendedores con sus ideas de negocio.

Entrevista 4.

Nombre: Juan José Burgos **Edad:** 25 años

Emprendimiento: Sector Café y Recipientes ecológicos

1. ¿Qué es un emprendedor para usted?

Un emprendedor es aquella persona que además de que tener ideas en la cabeza, tiene la capacidad de desarrollarlas. Una idea no es un emprendimiento, esa idea se convierte en un emprendimiento cuando uno la empieza a desarrollar y se logra llegar a un proceso de implementación.

2. ¿Cuál considera usted que es la manera más sencilla de emprender en Colombia?

A mi parecer, la manera más sencilla de emprender en Colombia es empezar a desarrollar ideas sin pensar en principio en el dinero necesario para implementar, porque ese es el principal obstáculo para muchos emprendedores hoy en día. Cuando se desarrolle bien una idea, se van a encontrar muchas maneras para conseguir ese capital. Entonces la manera más sencilla es desarrollar a fondo esas ideas.

3. ¿Cuál considera usted que es la principal dificultad que tiene un emprendedor al iniciar con su idea de negocio?

El problema de muchos emprendedores es que cuando quieren empezar con una idea de negocio, lo que hacen no es desarrollar la idea como tal sino pensar de donde van a sacar los recursos, entonces eso ya es un obstáculo, porque se frenan porque no tienen la plata y no desarrollan su idea, lo que debería empezar pensando un emprendedor es desarrollar bien la idea para luego si conseguir el capital y ejecutarla.

4. ¿Cree usted que Colombia tiene el potencial para mejorar su economía mediante el emprendimiento? ¿Por qué?

Si, bastante porque emprender genera empleos, sobre todo para los jóvenes, El hecho de que en Colombia se mueva el emprendimiento y se generen ideas nuevas también hace que mucha gente quiera invertir más en Colombia, por ende, si considero que puede desarrollar el país.

5. ¿Cómo considera usted que se puede fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia?

Yo creo que nosotros los emprendedores tenemos que dejar de pensar que no somos emprendedores nos para porque el gobierno nos para cobrándonos impuestos, no apoyando, no invirtiendo, no dándonos capital, sino que debemos pensar que el Estado no tiene que darnos todo, sino que tenemos que encontrar otras alternativas de conseguir el capital y lo necesario para llevar a cabo nuestro emprendimiento.

¿Qué otras alternativas existen para usted?

Soy fiel creyente de que si uno tiene una idea hay que desarrollarla y luego si se busca la plata, hay mucha gente que quiere invertir en ideas nuevas de jóvenes emprendedores y ese es el camino, desarrollar la idea y luego si buscar el capital porque no es difícil conseguirlo.

6. ¿Cree que sería beneficioso hacer parte de una plataforma interactiva que lo apoye y promocioe su emprendimiento? ¿Por qué?

Si, puede ser necesario para precisamente conseguir lo que estábamos hablando, para conseguir ese capital que necesitamos para nuestro emprendimiento, si hay una plataforma que tenga todos los actores que se necesita para sacar un emprendimiento adelante puede funcionar muy bien.

7. ¿Ha utilizado plataformas interactivas para potenciar su emprendimiento, o ha escuchado de alguna? ¿Cuál/es?

Como tal para potenciar mi emprendimiento no.

8. Si quisiera invertir dinero en un negocio nuevo, ¿Utilizaría usted una plataforma que le permita tener gran cantidad de opciones para invertir? ¿Por qué?

Soy escéptico y he ido cambiando en cuanto a las plataformas, en cuanto a los medios de pago, pero precisamente de eso se trata el cambio, la entrada de la tecnología y se trata de quitarnos esos miedos, pero si hay una plataforma que me diera eso o sea que yo pudiera invertir dentro de esa plataforma para otros emprendimientos tiene que haber muchos requisitos de seguridad en temas financieros y legales para que uno no tenga esos miedos a invertir por ahí.

¿Teniendo en cuenta la oferta de opciones podría ser de interés y no la intención de invertir dentro la plataforma?

Si puede ser de interés, si uno tiene una lista de varias ideas donde se necesita capital para desarrollarlas, seria buenísimo poder estudiarlas todas para ver en cual uno invierte, ya que no se trata de invertir por invertir sino en algo que vaya a funcionar.

9. Si tuviera la experiencia ¿Buscaría usted ser mentor/a de algún nuevo emprendedor y su idea de negocio? ¿Por qué?

Si porque uno siendo emprendedor tiene que ser consciente que entre más gente emprenda más fácil va a ser emprender en Colombia, entonces si apoyamos a esos nuevos emprendedores, que de pronto uno conoce un tema que de pronto ellos no conozcan, estamos apoyando el emprendimiento en el país.

10. Dentro del ámbito empresarial ¿Estaría interesado en eventos empresariales de alto nivel, consultorías, charlas y membresías que lo proyecten y lo hagan aún más visible en este campo? ¿Por qué?

Claro, nunca sobra una plataforma donde uno pueda mostrarse como persona, como emprendedor y como empresario.

Entrevista 5.

Nombre: Mauricio Ramos Coutiño. **Edad:** 26.

Emprendimiento: Sector cosméticos y cuidado del bello facial en hombres.

1. ¿Qué es un emprendedor para usted?

Es una persona que tiene la iniciativa de realizar un negocio, aunque esto signifique riesgo.

2. ¿Cuál considera usted que es la manera más sencilla de emprender?

No existe una “manera sencilla”, sin embargo, una forma práctica es con ingresos pasivos o sea trabajar una sola vez y recibir múltiples beneficios.

3. ¿Cuál considera usted que es la principal dificultad que tiene un emprendedor al iniciar con su idea de negocio?

El miedo al fracaso y las siguientes excusas:

- No tengo dinero
- No tengo el suficiente conocimiento
- No tengo quien me ayude en el proyecto
- No lo veo estable y seguro

4. ¿Cree usted que su país tiene el potencial para mejorar su economía mediante el emprendimiento? ¿Por qué?

Si, tenemos los recursos, mano de obra y el talento para desarrollar negocios y conseguir el éxito así mismo el conocimiento y ganas de sobrepasar las expectativas.

5. ¿Cómo considera usted que se puede fomentar la cultura del emprendimiento en su país?

Salir del confort, charlas y exposiciones de casos de éxito, visita a talleres y fábricas de PYMES.

6. ¿Cree que sería beneficioso hacer parte de una plataforma interactiva que lo apoye y promocióne su emprendimiento? ¿Por qué?

Si, mas no depender totalmente de eso. Porque sería más fácil sentirse motivado por más personas.

No, porque podría llegar a ser negativo recibir demasiado apoyo por poco esfuerzo.

7. ¿Ha utilizado plataformas interactivas para potenciar su emprendimiento, o ha escuchado de alguna? ¿Cuál/es?

Si, Kuspit.

8. Si quisiera invertir dinero en un negocio nuevo, ¿Utilizaría usted una plataforma que le permita tener gran cantidad de opciones para invertir? ¿Por qué?

Si, sería más fácil tener opciones que estarlas buscando o crearlas.

9. Si tuviera la experiencia ¿Buscaría usted ser mentor/a de algún nuevo emprendedor y su idea de negocio? ¿Por qué?

Definitivamente, compartir ideas crear sinergias, fusiones, crecimiento y es más fácil alcanzar los objetivos.

10. Dentro del ámbito empresarial ¿Estaría interesado en eventos empresariales de alto nivel, consultorías, charlas y membresías que lo proyecten y lo hagan aún más visible en este campo? ¿Por qué?

Si, ya que el conocimiento es poder y con esto se tienen beneficios.

Entrevista 6.

Nombre: Alexander Medina Lugo

Emprendimiento: Sector turismo responsable

1. ¿Qué es un emprendedor para usted?

Es una persona que tiene una idea, la escribe, la estructura y la hace una realidad, en pocas palabras hacer que las cosas pasen.

2. ¿Cuál considera usted que es la manera más sencilla de emprender en Colombia?

Emprender en Colombia no es fácil y tampoco es sencilla. Pero se debe seguir un proceso y tener previamente los pasos identificados dependiendo el tipo de emprendimiento que se desea hacer. Por último, tener una red de aliados identificados que puedan articularse al emprendimiento y tener el mercado identificado para ofertar los servicios o el producto.

3. ¿Cuál considera usted que es la principal dificultad que tiene un emprendedor al iniciar con su idea de negocio?

Definitivamente la principal dificultad, es el mismo emprendedor y las ganas que tiene para hacer una realidad lo que se ha propuesto, en segundo lugar, son las voces de las personas que tiene alrededor

4. ¿Cree usted que Colombia tiene el potencial para mejorar su economía mediante el emprendimiento? ¿Por qué?

No, dadas las condiciones laborales y oportunidades que tienen los colombianos para acceder a un buen trabajo y de la misma forma sea bien remunerado, los emprendedores nacen de estas dificultades o; simplemente sus ganas de querer impactar de manera positiva el entorno que lo rodea, generando un beneficio económico por su producto o servicio. Asimismo, decir que los emprendimientos tengan un impacto directo en la economía nacional es un poco utópico, dado que la mayoría de los emprendimientos que nacen son de las mismas dinámicas sociales por la concentración de personas en determinados lugares de las ciudades, sin que estos emprendimientos sean de una alta calidad. Sin embargo, si el gobierno nacional genera un buen clima para que estos emprendedores puedan desarrollar sus iniciativas y se desarrolla una política seria y responsable para promover el emprendimiento en Colombia, podríamos decir que a largo plazo un impacto directo en la economía nacional.

5. ¿Cómo considera usted que se puede fomentar la cultura del emprendimiento en Colombia?

El emprendimiento se debe fomentar desde las instituciones de educación básica y superior, en pocas palabras se debe generar una cultura del emprendimiento.

6. ¿Cree que sería beneficioso hacer parte de una plataforma interactiva que lo apoye y promueva su emprendimiento? ¿Por qué?

Si, ya que brinda herramientas de información y divulgación de la estrategia o emprendimiento a desarrollar.

7. ¿Ha utilizado plataformas interactivas para potenciar su emprendimiento, o ha escuchado de alguna? ¿Cuál/es?

Si, Wiconnect3

8. Si quisiera invertir dinero en un negocio nuevo, ¿Utilizaría usted una plataforma que le permita tener gran cantidad de opciones para invertir? ¿Por qué?

No utilizo ese tipo de plataformas, no me gusta.

9. Si tuviera la experiencia ¿Buscaría usted ser mentor/a de algún nuevo emprendedor y su idea de negocio? ¿Por qué?

Si, me interesaría aportar mi experiencia y ayudar a otros a desarrollar sus ideas,

10. Dentro del ámbito empresarial ¿Estaría interesado en eventos empresariales de alto nivel, consultorias, charlas y membresias que lo proyecten y lo hagan aún más visible en este campo? ¿Por qué?

Si, ya que las relaciones sociales y/o networking son un área importante de cualquier empresa para generar oportunidades de negocio.