

Estudio de mercado para aumentar el número de intervenciones sociales del Cedezo de la
Comuna 15 de Medellín.

Autores

Juan Felipe Echeverrú

Leidi Cristina Uribe

Juan Camilo Uribe

Universidad Católica Luis Amigo
Especialización en Mercadeo Estratégico
Medellín

2017

Contenido

1. Título de la investigación	6
2. Descripción del problema.....	7
3. Delimitación	8
3.1 Referente espacial.....	8
3.2 Referente temporal	9
4. Justificación	10
4.1 Social	10
4.2 Empresarial	10
4.3 Personal	10
5. Objetivos.....	11
5.1 Objetivo general	11
5.2 Objetivos específicos.....	11
6. Alcance de la investigación	12
7. Marco teórico.....	13
7.1 Contexto corporativo	13
7.2 Historia Comuna 15 - Guayabal	14
7.3 Demografía	14
7.4 División barrial	14
7.5 Movilidad	15
7.6 División política	15
7.7 Antecedentes teóricos	15
7.8 Bases teóricas	16
7.9 Glosario de términos.....	18

8. Metodología general del trabajo	20
8.2 Tipo de investigación	20
8.3 Método de investigación.....	20
8.4 Fuentes y técnicas de recolección de información	20
9. Recursos de la investigación	21
9.1 Cronograma de actividades	21
10. Población y muestra	22
10.1 Población	22
10.2 Muestra	22
10.3 Instrumento	23
10.3.1 Encuesta.....	23
10.3 Grupo Focal	25
10.3.1 Contextualización	25
10.3.2 Protocolo.....	25
10.3.3 Preguntas a desarrollar.....	25
10.4 Tabulación e interpretación de la encuesta.....	26
10.5 Análisis del Focus Group	35
11. Conclusiones.....	36
12. Recomendaciones	37
Referencias bibliográficas	38
Anexos.....	41

Lista de tablas

Tabla 1. Preguntas de investigación.	12
---	----

Lista de gráficos

Gráfico 1. Espina de pescado.	7
Gráfico 2. Masceraca de Guayabal.	8
Gráfico 3. Ubicación espacial Cedezo Comuna 15 de Medellín.	9
Gráfico 4. Fórmula para el cálculo de muestras de Poblaciones Finitas.	22
Gráfico 5. Encuesta.	23
Gráfico 6. Encuesta: Variables socio demográficas.	26
Gráfico 7. Encuesta: ¿Conoce los centros de desarrollo empresarial zonal?	27
Gráfico 8. Encuesta: ¿Conoce donde se encuentra el CEDEZO de Guayabal?	28
Gráfico 9. Encuesta: ¿Considera usted que el lugar donde se encuentra ubicado el Cedezo de la comuna 15 es de fácil acceso?	29
Gráfico 10. Encuesta: ¿Ha utilizado usted los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15?	30
Gráfico 11. ¿A través de que medio se enteró de los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15?	31
Gráfico 12. ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido del Cedezo?	32
Gráfico 13. ¿Estaría usted interesado en utilizar los servicios ofrecidos por el Cedezo? ...	33
Gráfico 14. ¿Por qué medio quisiera usted recibir información sobre la oferta de los servicios del Cedezo?	33
Gráfico 15. ¿En cuál de los siguientes servicios estaría usted interesado?	34
Gráfico 16. Ciclo de Implementación del Plan de Acción.	37

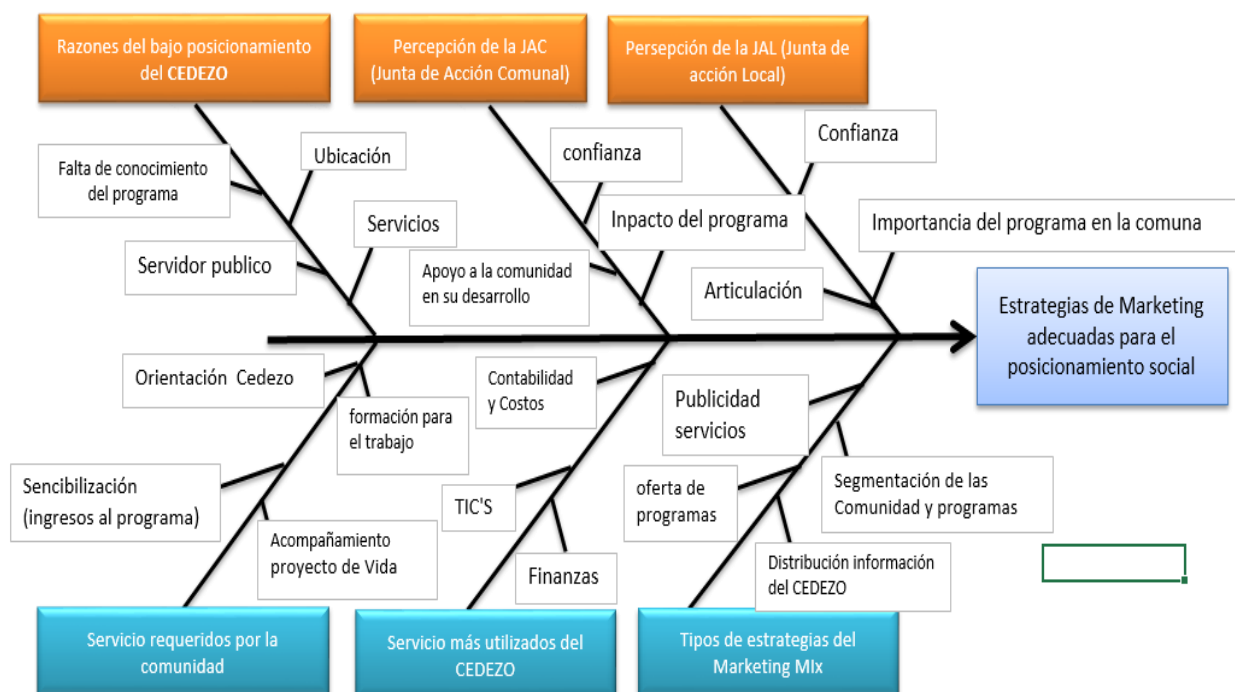
1. Título de la investigación

Estudio de mercado para aumentar el número de intervenciones sociales del Cedezo de la comuna 15 de Medellín.

2. Descripción del problema

La comuna 15 de la ciudad de Medellín tiene un alto potencial para la transformación de territorio por medio del emprendimiento; además de esto tiene una de las mayores estructuras empresariales según la cámara de Comercio de Medellín, revisando los indicadores en los servicio entregados en los Cedezo en sus 4 fases de intervención (Orientación- Inscripción- Diagnóstico y Acompañamiento empresarial), es uno de los Cedezos en el área urbana que tiene los menores indicadores en intervenciones realizadas(ver *Anexo A: Informe de indicadores Cedezo 2017*). Según las estadísticas del programa Cedezo, esta sede solo aporta 1.8% del indicador general del programa, convirtiéndose en el Cedezo con menos posicionamiento social en la zona Urbana. Es por eso que se desea diseñar un estudio de mercado para aumentar el número de intervenciones sociales del Cedezo de la comuna 15 de Medellín, por la importancia en el territorio en el cual se encuentra ubicado.

Gráfico 1. Espina de pescado.



Fuente. Elaboración propia.

3. Delimitación

3.1 Referente espacial

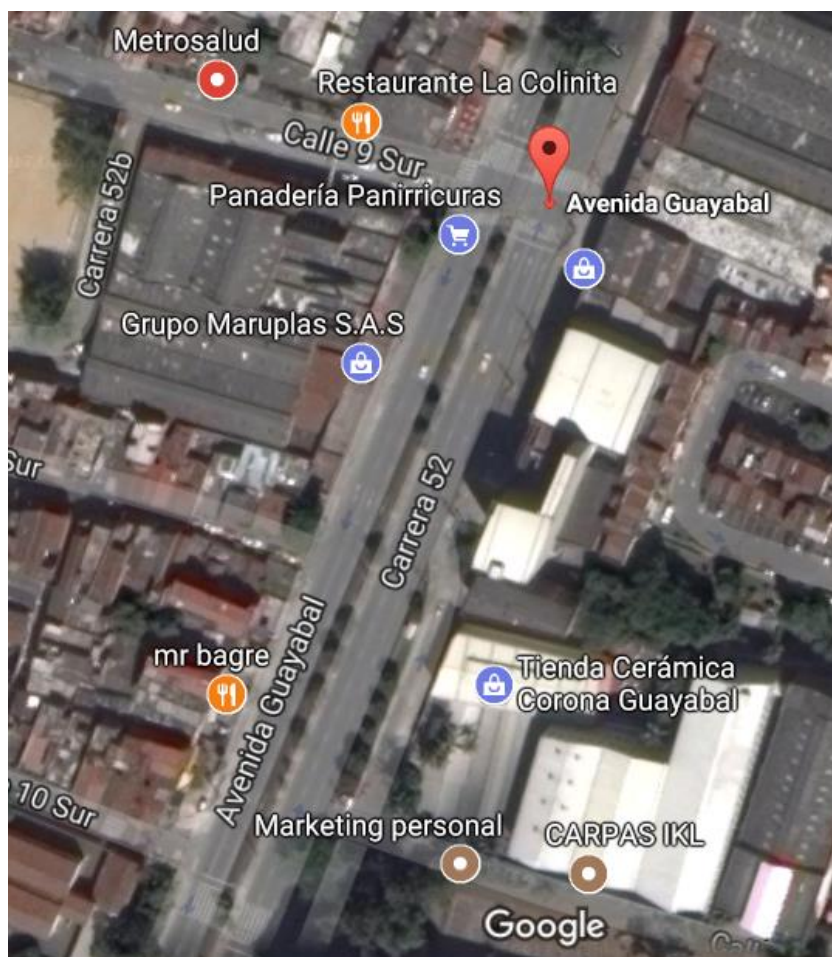
El Cedezo de guayabal se encuentra en la comuna 15 del municipio de Medellín, en el barrio Guayabal, está ubicado en el Mascerca (Carrera. 52 N° 9 Sur 42), el cual es un espacio donde varias dependencias de la Alcaldía prestan sus servicios.

Gráfico 2. Masceraca de Guayabal.



Fuente. Alcaldía de Medellín. (2014).

Gráfico 3. Ubicación espacial Cedezo Comuna 15 de Medellín.



Fuente. Google Maps (2017).

3.2 Referente temporal

Este proyecto se desarrollará en la ciudad de Medellín, en el barrio Guayabal y su duración será de 9 meses iniciando en el mes de febrero y culminando para el mes de noviembre.

4. Justificación

4.1 Social

Realizando el estudio de mercado queremos ayudar al impacto social que tiene el programa Cedezo en el municipio de Medellín, fortaleciéndolo en la comuna 15 de Medellín.

4.2 Empresarial

Desde el componente empresarial queremos reforzar la gestión que se está realizando desde la dirección del programa en este Cedezo en específico.

4.3 Personal

Queremos utilizar el conocimiento adquirido en la especialización de mercado estratégico para potencializar una de las instituciones donde trabaja uno de los integrantes del equipo de trabajo.

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

Aumentar el número de intervenciones sociales del Cedezo de la comuna 15 de Medellín en un 20%, en un plazo máximo de 6 meses a partir de la implementación del plan estratégico propuesto.

5.2 Objetivos específicos

- Identificar las necesidades de la comunidad en temas de fortalecimiento empresarial.
- Identificar cuáles son los servicios más requeridos por la comunidad del barrio Guayabal
- Conocer cuáles de los servicios del programa son los más utilizados por los empresarios y emprendedores inscritos al programa
- Conocer la percepción de los líderes comunales (JAL Y JAC)
- Realizar un estudio de mercado para aumentar el número de intervenciones sociales del Cedezo de la comuna 15 de Medellín.

6. Alcance de la investigación

La investigación diseñará un estudio de mercado para aumentar el número de intervenciones sociales del Cedezo de la comuna 15 de Medellín, la cual podrá ser ejecutada por la Alcaldía de Medellín. Cuando se ejecute esta estrategia se espera que esta sede aporte más del 1.8% del indicador general del programa.

Tabla 1. Preguntas de investigación.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	¿Qué estrategias de Marketing mix se deben diseñar para aumentar las intervenciones sociales del Cedezo de la comuna 15 de Medellín?
SUB PREGUNTAS	¿Cuáles son las razones de la baja intervención social del programa Cedezo en el barrio Guayabal?
	¿Cuáles son los servicios más requeridos por la comunidad del barrio Guayabal?
	¿Cuál es la percepción de la Jal de la comuna 15 respecto al Cedezo?
	¿Cuál es la percepción de la JAC del barrio Guayabal?
	¿Cuáles son los servicios más utilizados en por los empresarios y emprendedores inscritos al programa?
	¿Qué tipo de estrategias marketing mix serían las correctas para aumentar las intervenciones sociales?

Fuente. Elaboración propia.

7. Marco teórico

7.1 Contexto corporativo

El emprendimiento empresarial es una oportunidad altamente reconocida a nivel mundial, como una clara opción del mejoramiento de los indicadores macroeconómicos de un país, puesto que al contar con un tejido empresarial mayor y fortalecido, se va a disponer de variaciones positivas en el PIB, las tasas de desempleo y subempleo disminuye. (Alcaldía de Medellín, Evaluación impacto de los centros de desarrollo empresarial zonal, 2011). Al tener guayabal una estructura empresarial de 4452 empresas de las cuales 3272 son microempresas (Cámara de comercio de Medellín- Estructura empresarial por comuna o sector, 2016) las cuales son el enfoque principal del programa Cedezo, el cual tiene sus orígenes, como respuesta a la grave situación de violencia en los años 1998 - 2002. La alcaldía de Medellín en el 2002 creó el Banco de los pobres con el objetivo de contribuir a la redistribución del ingreso y al mejoramiento social de los más pobres, mediante la concesión de microcréditos para crear o fortalecer emprendimientos. Durante la administración del alcalde Sergio Fajardo en el periodo 2004 - 2007, se profundizó en recuperar el liderazgo empresarial que nos había caracterizado en el Siglo XXI, de esta iniciativa nació el programa Cultura E o Cultura del Emprendimiento, cuya finalidad es promover la creación y fortalecimiento de empresas, por medio de este programa se crean los Centros de Desarrollo Empresarial Zonal (Cedezo). El 16 de diciembre del 2005 se da la apertura de la primera sede en la Comuna 1 (Popular), el programa cuenta con certificación ISO 9001 obtenida en el 2011 y NTC GP:1000-2009, En el año 2009 ganó el premio de la presidencia de la República –Banco de ÉXITOS - En reconocimiento a su labor e innovación social, como uno de los proyectos que deben ser replicados a nivel nacional por su efectividad, innovación y excelentes resultados en pro de la gestión pública, en el año 2011 fue escogido como una de las 10 buenas prácticas de ciudad en la categoría de economía, reconocimiento dado por la ONU, el BID HÁBITAT y la ACI. (Alcaldía de Medellín, Evaluación impacto de los centros de desarrollo empresarial zonal, 2011).

7.2 Historia Comuna 15 - Guayabal

La Comuna 15 Guayabal es una de las 16 comunas de la ciudad de Medellín, capital del Departamento de Antioquia. Está localizada en la zona suroccidental de la ciudad, limita por el norte y por el occidente con la Comuna 16 Belén; por el oriente con la Comuna 14 El Poblado; y por el sur con el Corregimiento de Altavista y con el Municipio de Itagüí, el límite al sur aún no está muy claro ya que las municipalidades de Medellín e Itagüí mantienen un conflicto limítrofe desde hace más de un siglo. La comuna 15 tiene un área de 760.33 hectáreas, que representan el 7% del total de la zona urbana de Medellín. (Mi Comuna Guayabal, 2017).

7.3 Demografía

De acuerdo con las cifras presentadas por la encuesta calidad de vida de Medellín del año 2015 (Alcaldía de Medellín, 2015) Guayabal cuenta con una población de 94,470 habitantes, de los cuales 44,594 son hombres y 49,876 son mujeres. La población entre 1 año y 19 años representan el 19%, entre los 19 y 34 años representan el 23%, desde los 35 a los 60 años representan el 37%. El estrato socioeconómico que predomina en Guayabal es el 3 (medio-bajo), el cual comprende el 56,2 % de las viviendas; seguido por el estrato 4 (medio), que corresponde al 24,9 %; le sigue el estrato 2 (bajo) con el 17,8 %, y solo el 1,1 % corresponde al estrato 1 (bajo-bajo).

7.4 División barrial

Según el Decreto 346 (2000), que ajustó la división político administrativa del Municipio de Medellín, la Comuna está conformada por 7 barrios y 2 Áreas Institucionales; Tenche, Trinidad, Santa Fé, Campo Amor, Cristo Rey, Guayabal, La Colina, El Rodeo (área Institucional) y Parque Juan Pablo II (área Institucional).

7.5 Movilidad

La red vial en su conjunto es buena y hay facilidad para la circulación y el desplazamiento entre barrios y para su comunicación con el centro de la ciudad.

El servicio de transporte es eficiente y se ha visto favorecido por la actitud del gremio transportador vinculado a la zona, sin embargo, las terminales de buses instaladas en los barrios obstaculizan el mejoramiento de la calidad ambiental y del hábitat en general.

La Comuna en su perímetro cuenta con el Aeropuerto Olaya Herrera y la terminal Sur de transporte intermunicipal, los cuales permiten una amplia variedad en el transporte tanto para Antioquia como para el resto de Colombia.

7.6 División política

Esta comuna cuenta con 15 JAC (Juntas de Acción Comunal) y la Junta Administradora Local de la Comuna 15 la cual es parte de la estructura del Estado colombiano, dentro de la Rama Ejecutiva (con funciones normativas y de control político) en el orden territorial. Las JAL fueron consagradas por la Ley 136 de 1994, que las define como «corporaciones administrativas de carácter público, de elección popular».1 En Colombia, los municipios se dividen en Comunas, mientras que en los distritos especiales las divisiones político administrativas se denominan Localidades. Tanto las comunas como las localidades son administradas por las Juntas Administradoras Locales elegidas por votación popular.

7.7 Antecedentes teóricos

- Luis Alfonso Pérez, Marketing social: teoría y práctica
- Alcaldía de Medellín, Evaluación impacto de los centros de desarrollo empresarial zonal 2011
- Constitución Política de Colombia.
- Ragun y Karim (1991)
- Alexis Morffe- Marketing, Estrategia y Negocios: Percepción y posicionamiento - mayo 2013.

- Kotler y Zaltman (1971), artículo *Journal of Marketing*.
- Joan Mir Juliá (2015), libro *Posicionarse o desaparecer*.
- Eric Munar – Jaume Rosselló – Antonio Sánchez, *Atención y percepción*, 2004
- *Definición ABC*, Florencia Ucha, 2011
- *United Nations Publications*, *Naciones Unidas web*, 2017
- *Banco Interamericano de Desarrollo*, *Comercio*, *Pagina web* www.iadb.org, 2017
- *ACI Medellín*, *Quienes somos*, *Pagina* www.acimedellin.org, 2017
- *Bancoldex*, *Que es Pyme*, 2017

7.8 Bases teóricas

La creación de nuevas empresas es un elemento clave del desarrollo económico, pero requiere determinadas condiciones políticas, sociales y económicas. Colombia no es ajena a la economía global y es así como se crea un marco jurídico que permite formular y desarrollar estrategias para motivar el fortalecimiento de la investigación, la innovación y el conocimiento, que tiene como uno de sus objetivos fundamentales la creación y fortalecimiento del sector empresarial; el anterior contexto se puede fundamentar en el artículo 333 y la Ley 590 de 2000 conocida como ley de Mipyme, de la Constitución Política de Colombia.

Como producto de estas estrategias llega el programa de los Centros de Desarrollo Empresarial Zonal (CEDEZO) el cual tiene sus inicios en el año 2005, surge con el único propósito de articular y fortalecer, la actividad económica en el territorio, a través del emprendimiento empresarial donde se busca que los empresarios apoyados contribuyan a la generación de empleos en el municipio de Medellín. Alcaldía de Medellín, Evaluación impacto de los centros de desarrollo empresarial zonal 2011.

El programa Cedezo tiene 16 sedes dentro de éstas se encuentra la de Guayabal, una de las sedes con menor número de intervenciones para efectos del estudio se entenderá como intervenciones al número de acompañamientos realizados a los usuarios, éstas a su vez sirven como indicador para comparar el desempeño entre cada sede. Para lograr este objetivo se debe trabajar fuertemente en temas relacionados con el posicionamiento social este consiste en el arte de ubicar en la mente de la población objetivo, los atributos de los productos

sociales que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las personas. Luis Alfonso Pérez en su libro *Marketing social: teoría y práctica*. Esto es precisamente lo que quiere lograr la alcaldía de Medellín con su programa Cedezo, que las personas emprendedoras reconozcan el programa como una fuente de apoyo al emprendimiento y que pueda satisfacer necesidades específicas que tiene el emprendedor a través de formación, asesoría, acompañamiento empresarial y acceso a mercados. Alcaldía de Medellín, Evaluación impacto de los centros de desarrollo empresarial zonal 2011.

Es importante resaltar que, si las empresas u organizaciones no diseñan un plan estratégico para posicionar sus productos sociales, la población por sí misma dará una posición de acuerdo a su percepción acerca de la función que se está desempeñando. Luis Alfonso Pérez. Esta percepción que tienen las personas sobre el Cedezo de Guayabal es la que queremos conocer y poder extraer de éstas toda la información posible que nos pueda ayudar a diseñar estrategias para lograr el objetivo. Estas estrategias posiblemente estén muy ligadas al marketing social que como lo sostienen Ragun y Karim (1991) implica el cambio de actitudes, creencias y comportamientos de los individuos o las organizaciones en beneficio de la sociedad y que la transformación social debe ser el propósito fundamental de toda campaña de esta índole. Este concepto abre la puerta para considerar que el Cedezo de la comuna 15 posiblemente deba realizar adaptaciones para poder lograr llegar a su público objetivo, quizás desde temas comunicaciones o de oferta de programas.

Como anteriormente se menciona es fundamental para el Cedezo realizar un estudio de percepción de la comunidad sobre los servicios que ofrece, el concepto de percepción no es más que el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para integrar una visión significativa y coherente del mundo; por tal razón, el estudio de la percepción es principalmente el estudio de lo que en forma subconsciente agregamos o quitamos de los estímulos sensoriales en bruto para obtener nuestra propia y personal visión de la realidad. Alexis Morffe- *Marketing, Estrategia y Negocios: Percepción y posicionamiento* -mayo 2013. Esta recolección se realizará por medio de encuestas (habitantes del barrio guayabal de la comuna 15 que sean emprendedores o empresarios) y grupos focales (Líderes de la comuna 15).

Se espera con todo lo anterior que el Cedezo de la comuna 15 pueda lograr aumentar el número de las intervenciones y así poder impactar positivamente.

7.9 Glosario de términos

Marketing social: “El marketing social es el diseño, implementación y control de programas, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados”. Kotler y Zaltman (1971).

Posicionamiento: “Es el proceso de ubicar un producto, una marca, una empresa, una idea, un país o incluso un individuo en un hueco de la mente humana”. Mir (2015).

Percepción: “Se puede considerar como la capacidad de los organismos para obtener información sobre su ambiente a partir de los efectos que los estímulos producen sobre los sistemas sensoriales, lo cual les permite interaccionar adecuadamente con su ambiente”. Munar, Rosselló y Sánchez (2004).

Emprendimiento: “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. Constitución política de Colombia”. (1991).

Intervención: “En su uso más general y amplio, intervención implica la acción y efecto de intervenir algo, una situación, una oficina, un estado, entre otros”. Ucha, (2011)

ONU: “Organización de las Naciones Unidas, el organismo internacional más importante del mundo. Como tal, su función principal es servir como ente coordinador en los esfuerzos de cooperación entre las naciones en materia de Derecho internacional, seguridad mundial, desarrollo económico, derechos humanos y paz”. (Organización de las Naciones Unidas, 2017).

BID: “Sus siglas significan Banco Interamericano de Desarrollo, el cual realiza programas de investigación y ofrece asesoramiento y asistencia técnica a los países de América Latina y el Caribe (LAC). Otorga préstamos no reembolsables y asistencia técnica a los países miembros de la región con el objetivo de mejorar su capacidad en materia de comercio e integración. INT se encuentra dentro de la Vicepresidencia de Sectores y Conocimiento del Banco”. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017).

ACI: “La Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana – ACI Medellín, es una asociación de entidades públicas: Alcaldía de Medellín, EPM, Área Metropolitana del Valle de Aburrá y EMVARIA. Cuya misión es Aportar al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad desde el desarrollo económico y social de Medellín y la región, mediante la articulación de actores nacionales e internacionales con los cuales se consolidan alianzas de cooperación e inversión”. (ACI Medellín, 2017)

Pyme: “El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV. En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones” (Ley 905 de 2004).

8. Metodología general del trabajo

8.2 Tipo de investigación

El tipo de Investigación es Mixta, porque busca conocer la percepción de la comunidad sobre el Cedezo(Cualitativa) y crear estrategias para posicionar el Cedezo(Cuantitativo) para lograr el posicionamiento social.

8.3 Método de investigación

Nuestra investigación es exploratoria y descriptiva, debido que estaremos en las 2 fases de recolección de información.

8.4 Fuentes y técnicas de recolección de información

Fuentes primaria:

- Encuestas
- Grupo Focal

Fuentes secundarias:

- Encuesta calidad de vida
- Informe de gestión Cedezo
- Cámara de comercio estructura empresarial
- Sitio web Alcaldía de Medellín (2017) <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://0001e9fd29a8cd0e49fd02a7c659d1b5>
- Sitio web Mi comuna Guayabal (2017) <http://www.micomunaguayabal.org/single-post/2016/09/28/Historia-Barrio-Guayabal>
- El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE,2016)

9. Recursos de la investigación

La investigación dispone de recursos financieros, humanos y los materiales necesarios para ser realizada; el alcance del estudio será exploratorio y se realizará en el barrio Guayabal de la comuna 15, el cual cuenta con una población total de 3005 personas de las cuales 1403 son hombres y 1602 son mujeres (según encuesta de calidad de vida). El Cedezo de Guayabal por su ubicación da un fácil acceso para llevar a cabo la investigación, además contamos con la información necesaria del año 2016 del Cedezo.

9.1 Cronograma de actividades

Ver anexo B: Cronograma de actividades.

10. Población y muestra

10.1 Población

El barrio Guayabal de la comuna 15, el cual cuenta con una población total de 3005 personas de las cuales 1403 son hombres y 1602 son mujeres.

10.2 Muestra

- Muestra ideal según tamaño de la población 341
- Nivel de confianza 95% y error del 5%
- Se realizará una muestra de 33 por ser un trabajo académico

Gráfico 4. Fórmula para el cálculo de muestras de Poblaciones Finitas.

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo]	3.005
-------------------------	-------

← Escriba aquí el tamaño del universo

p [probabilidad de ocurrencia]	0,5
--------------------------------	-----

← Escriba aquí el valor de p

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})^2}{d} \right)^2$$

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 3005 con una p de 0,5									
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]								
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%
90%	66	81	102	131	176	247	369	598	1.078
95%	93	114	143	184	245	341	500	787	1.335
97%	113	139	173	222	295	407	591	911	1.487
99%	158	192	239	305	401	545	773	1.145	1.745

Fuente. Vega, N., Nieto, J., Hurtado, B. & Hurtado, J., Detección de necesidades psicoeducativas y bienestar psicológico para el adecuado servicio de orientación académica y psicológica en estudiantes del ICEA, UAEH, 2015.

Focus Group

Grupo 1: 7 líderes comunales

Grupo 2: 7 líderes comunales

10.3 Instrumento

10.3.1 Encuesta

La presente encuesta se realiza para conocer la percepción que usted tiene sobre los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15 de Medellín. Agradecemos su coloración diligenciando las siguientes preguntas.

Nombre _____ Barrio _____ en _____ el _____ que vive _____
Estrato _____ Cédula _____

Gráfico 5. Encuesta.

Sexo Femenino ☐ Masculino ☐	Edad (18 a 28 años) ☐ (29 a 39 años) ☐ (40 a 50 años) ☐ Más de 50 años ☐	¿Tiene usted una idea de negocio? Sí ☐ No ☐	¿Tiene usted o ha tenido una empresa o negocio? Sí ☐ No ☐
1. ¿Conoce usted los centros de desarrollo empresarial (CEDEZO)? Sí ☐ No ☐ Si su respuesta es sí , responder la siguiente pregunta. Si es No continuar con la pregunta 3	1.1. ¿Conoce usted donde se encuentra el CEDEZO de Guayabal? Sí ☐ No ☐ Si su respuesta es sí , responder la siguiente pregunta. Si es No continuar con la pregunta 2.		1.2 Considera usted que el lugar donde se encuentra ubicado el Cedezo de la comuna 15 es de fácil acceso? Sí ☐ No ☐ Si su respuesta es no, ¿Por qué? _____ _____ _____ Continuar con la pregunta 2.

2. Ha utilizado usted los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15? Sí ☐ No ☐ Si su respuesta es sí, responder la siguiente pregunta. Si es No continuar con la pregunta 3.	2.1 ¿A través de que medio se enteró de los servicios ofrecidos por el cedezo de la comuna 15? Radio ☐ Televisión ☐ Prensa ☐ Correo electrónico ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____ _____ _____ _____	2.2 Qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido del cedezo? Califique en una escala de 1 a 5, siendo 5 Muy satisfecho - 1 Muy insatisfecho 5 Muy satisfecho 4 Satisfecho 3 Neutral(Normal) 2-Insatisfecho 1-Muy insatisfecho Indíquenos el porqué de su calificación _____ _____ _____ Continuar con la pregunta 3.
3 ¿Estaría usted interesado en utilizar los servicios ofrecidos por el Cedezo? Sí ☐ No ☐ Si su respuesta es Sí, responder la siguiente pregunta. Si es No, Gracias por su valioso tiempo.	3.1 ¿Por qué medio quisiera usted recibir información sobre la oferta de los servicios del Cedezo? Radio ☐ Televisión ☐ Prensa ☐ Correo electrónico ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____ _____	3.2 ¿En cuál de los siguientes servicios estaría usted interesado? Mercadeo ☐ Costos y presupuestos ☐ Administración ☐ Manipulación de alimentos ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____ _____

CLÁUSULA DE TÉRMINOS Y CONDICIONES DE USO: Teniendo en cuenta que para la prestación de los servicios se requiere el suministro de información y el tratamiento de la misma, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 1636 de 2013 y el Decreto 2852 de 2013, otorgo consentimiento previo e informado en los términos establecidos por la Ley Estatutaria 1581 de 2012, reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013; para la Alcaldía de Medellín autorizo que realicen el tratamiento de la información para el fin exclusivo del desarrollo del programa CEDEZO. En este sentido, manifiesto que la información por mi suministrada es real y verificable, estará a disposición, para los mismos fines y con las mismas restricciones, para todos los prestadores autorizados del CEDEZO. Se me ha informado claramente que el servicio prestado es totalmente gratuito.

10.3 Grupo Focal

10.3.1 Contextualización

El objetivo del grupo focal es obtener información sobre la percepción que tienen los líderes comunales de la comuna 15 sobre el Cedezo, la cual nos servirán de insumo para diseñar el plan de acción con las estrategias que se pueden implementar para lograr un mayor posicionamiento del Cedezo en la comunidad.

¿Cuántas personas están convocadas?

Se tendrán dos grupos focales compuesto por 7 personas cada uno.

10.3.2 Protocolo

Estamos muy contentos de poder contar con su presencia. Hoy queremos hablar con ustedes sobre el Cedezo como herramienta de fortalecimiento del emprendimiento, puesto que el emprendimiento es una forma altamente reconocida a nivel mundial, como una clara opción del mejoramiento de los indicadores macroeconómicos de un país pues las tasas de desempleo y subempleo disminuye. Vemos en la comuna 15 de la ciudad de Medellín un alto potencial para la transformación de territorio por medio del emprendimiento, por eso hoy buscamos conocer la percepción que ustedes tienen sobre los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15 de Medellín y detectar todas las posibles mejoras que se puedan realizar al servicio que hoy se ofrece.

10.3.3 Preguntas a desarrollar

- Pregunta 1. ¿Conoce usted para que se creó el Cedezo?
- Pregunta 2. ¿Qué piensa usted del Cedezo?
- Pregunta 3. ¿Conoce usted los servicios que ofrece el Cedezo?
- Pregunta 4. ¿Cómo califica usted los servicios que ofrece el Cedezo?

- Pregunta 5. ¿Cómo aporta el Cedezo a la comunidad?
- Pregunta 6. ¿Cómo le gustaría que el Cedezo aportará a su comunidad?
- Pregunta 7. ¿Cuál es la mayor necesidad de los emprendedores y empresarios en la comunidad?
- Pregunta 8. ¿Cómo podría trabajar el Cedezo en conjunto con usted para que se pueda lograr un mayor reconocimiento por parte de la comunidad?

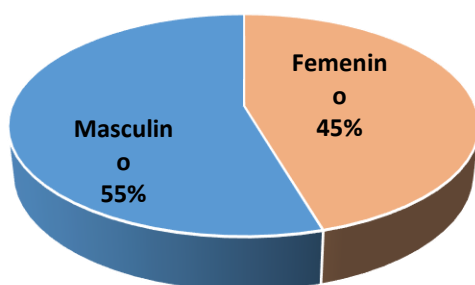
10.4 Tabulación e interpretación de la encuesta

Se realizaron 33 encuestas (ver anexo C: Encuestas escaneadas) a personas residentes del barrio Guayabal de la ciudad de Medellín en su totalidad los encuestados pertenecen al estrato 3, la condición fundamental que debían cumplir estos individuos es que tengan o hayan tenido una idea de negocio o que tengan o hayan tenido una empresa o negocio, ya que esta es la población objetivo para el Cedezo.

Variables socio demográficas

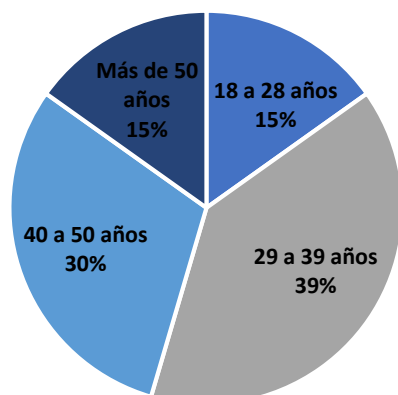
Gráfico 6. Encuesta: Variables socio demográficas.

A. SEXO



El 55% de los encuestados son hombres y el restante 45% mujeres.

B. EDAD



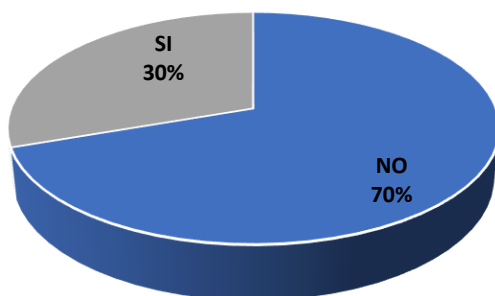
El 39% de los encuestados se encuentra entre los 29 a 39 años, el 30% se ubica entre los 40 a 50 años, un 15% están entre los 18 a 28 años y otro tanto supera los 50 años.

Fuente. Elaboración propia.

Desarrollo de la encuesta

1. ¿Conoce usted los centros de desarrollo empresarial zonal (CEDEZO)?

Gráfico 7. Encuesta: ¿Conoce los centros de desarrollo empresarial zonal?



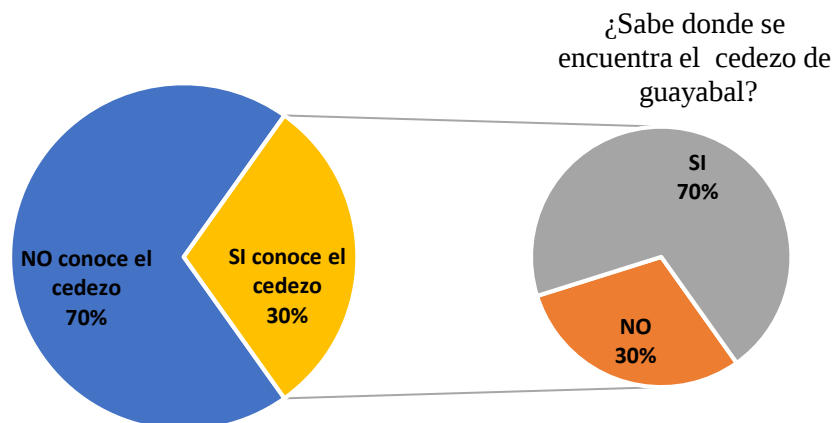
El 70% de las personas encuestadas indicaron que no conocían los centros de desarrollo empresarial zonal (Cedezo), tan solo el 30% declaró conocerlos.

Fuente. Elaboración propia.

1.1 ¿Conoce usted donde se encuentra el CEDEZO de Guayabal?

Esta pregunta se les realizó solo a las personas que manifestaron que conocían sobre el Cedezo.

Gráfico 8. Encuesta: ¿Conoce donde se encuentra el CEDEZO de Guayabal?



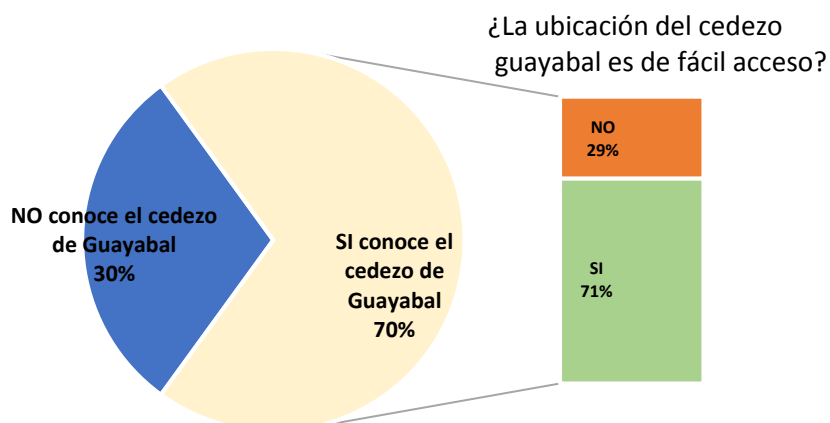
Fuente. Elaboración propia.

El 70% de las personas que manifestaron conocer el Cedezo indicaron que conocían donde se encuentra puntualmente el Cedezo de guayabal, mientras que el restante 30% de estos dicen no conocer donde se encuentra el Cedezo de Guayabal.

1.2. ¿Considera usted que el lugar donde se encuentra ubicado el Cedezo de la comuna 15 es de fácil acceso? Si su respuesta es no indique ¿por qué?

Esta pregunta se les realizó solo a las personas que manifestaron que sabían dónde se encuentra el Cedezo de Guayabal.

Gráfico 9. Encuesta: ¿Considera usted que el lugar donde se encuentra ubicado el Cedezo de la comuna 15 es de fácil acceso?



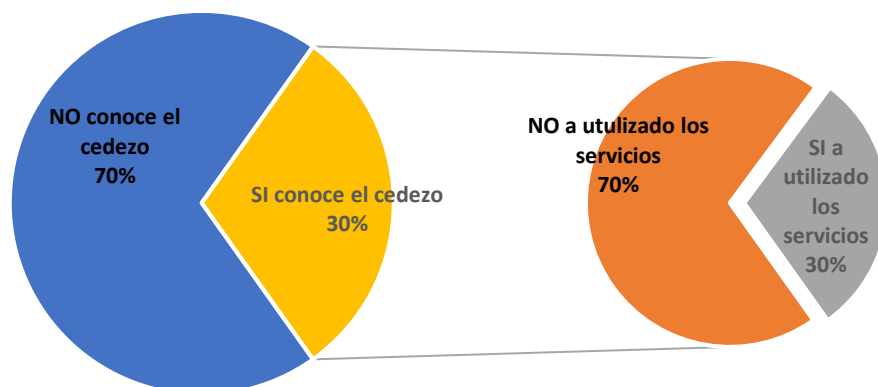
Fuente. Elaboración propia.

A ese 70% de los encuetados que indicaron conocer donde se encontraba el Cedezo de Guayabal se les preguntó si consideraban que la ubicación del Cedezo guayabal era de fácil acceso, el 71% dice que si, un 29% manifestó que no. Al preguntarle a los encuestados él porque consideraba que la ubicación no es de fácil acceso, sólo una persona respondió y la inconformidad que manifestó es por el parqueo.

2. ¿Ha utilizado usted los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15?

Esta pregunta se les realizó a los individuos que manifestaron conocer sobre los centros de desarrollo empresarial zonal:

Gráfico 10. Encuesta: ¿Ha utilizado usted los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15?



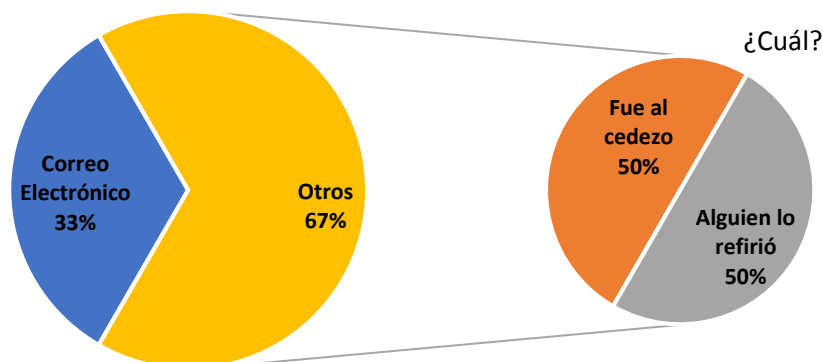
Fuente. Elaboración propia.

Al preguntarle a ese 30% de los individuos que dijeron conocer sobre los Cedezos, el 70% de estos manifestaron que no han utilizado los servicios y tan solo el 30% los han utilizado.

2.1 ¿A través de que medio se enteró de los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15?

Esta pregunta se les realizó a los individuos que indicaron haber utilizado los servicios del Cedezo.

Gráfico 11. ¿A través de que medio se enteró de los servicios ofrecidos por el Cedezo de la comuna 15?



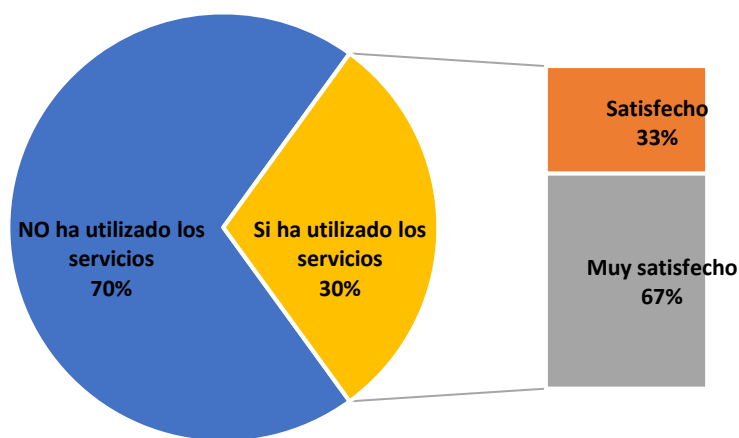
Fuente. Elaboración propia.

Se recolectaron las respuestas sobre los medios por los que se enteraron de los servicios ofrecidos por el Cedezo de esos individuos que indicaron haber utilizado los servicios. El correo electrónico tuvo una frecuencia del 33% dentro del total de selecciones y los “otros” medios fue la respuesta de mayor frecuencia, los encuestados manifestaron dentro de estos otros medios que fueron referidos en un 50% y el otro tanto que fueron directamente al Cedezo.

3. ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido del Cedezo? Califique en una escala de 1 a 5, siendo 5 Muy satisfecho - 1 Muy insatisfecho

Esta pregunta se les realizó a los individuos que indicaron haber utilizado los servicios del Cedezo.

Gráfico 12. ¿Qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido del Cedezo?



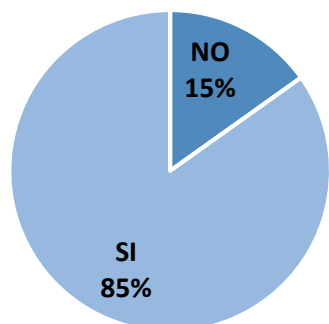
Fuente. Elaboración propia.

De ese 30% de individuos que han utilizado los servicios del Cedezo, el 67% dice estar muy satisfecho y el restante 33% declara estar satisfecho, la justificación de la calificación que dieron los encuestados se debe la buena capacitación que recibieron del Cedezo.

4. ¿Estaría usted interesado en utilizar los servicios ofrecidos por el Cedezo?

Esta pregunta se les realizó a todos los encuestados.

Gráfico 13. ¿Estaría usted interesado en utilizar los servicios ofrecidos por el Cedezo?



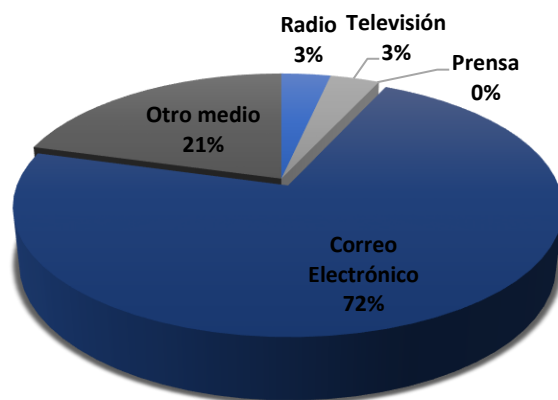
El 85% de los 33 encuestados indicaron que estarían interesados en utilizar los servicios del Cedezo por otra parte el 15% declaran que no tienen interés en utilizar los servicios.

Fuente. Elaboración propia.

4.1 ¿Por qué medio quisiera usted recibir información sobre la oferta de los servicios del Cedezo?

Esta pregunta se le realizó a los encuestados que dicen estar interesados en utilizar los servicios del Cedezo.

Gráfico 14. ¿Por qué medio quisiera usted recibir información sobre la oferta de los servicios del Cedezo?



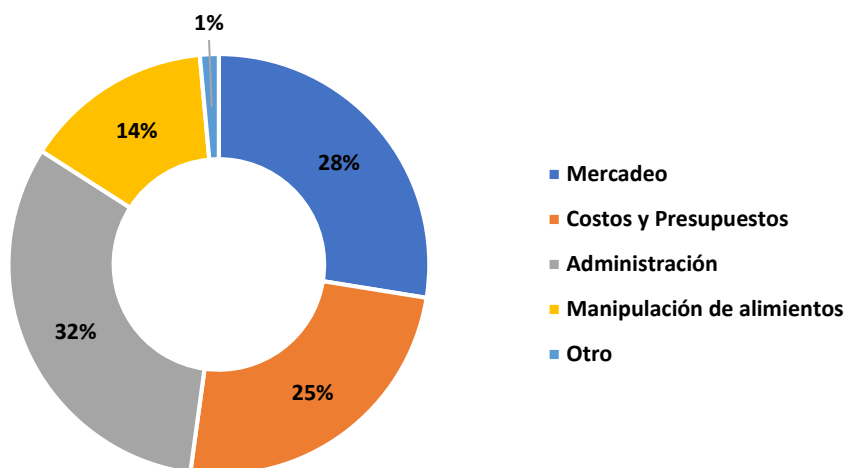
Fuente. Elaboración propia.

En total se recolectaron 29 respuestas de los encuestados, la frecuencia de selección se distribuye de la siguiente manera: El correo electrónico tuvo una frecuencia de respuesta del 72%, Otro medio obtuvo una frecuencia del 21%, la radio tuvo una frecuencia del 3% y la televisión otro 3% de frecuencia de respuesta. La prensa como medio para recibir información sobre los servicios no tuvo ninguna mención. Los otros medios de información que fueron mencionados por los encuestados fueron “obtener información personalmente” con un total de 5 menciones y “telefónicamente” con 1 mención.

4.2 ¿En cuál de los siguientes servicios estaría usted interesado?

Esta pregunta se le realizó a los encuestados que dicen estar interesados en utilizar los servicios del Cedezo.

Gráfico 15. ¿En cuál de los siguientes servicios estaría usted interesado?



Fuente. Elaboración propia.

Se recolectaron las respuestas sobre todos los servicios en los que estarían interesados los encuestados, la administración obtuvo el mayor número de menciones con una 32%, seguido por Mercadeo que tuvo una mención del 28%, Costos y presupuestos tuvo una mención del 25% mientras que Manipulación de alimentos se llevó el 14% de las menciones, tan solo un

1% de las menciones indicaron otro servicio, el cual fue Productividad, almacenamiento y logística.

10.5 Análisis del Focus Group

Limitación de obtención de la información

Debido a la coyuntura política en la época de próximas elecciones, el nuevo acuerdo de presupuesto participativo y la planeación de la ejecución del nuevo acuerdo. Se dificultó la realización del grupo focal con los líderes comunales de la comuna 15 que expresaron falta de tiempo.

11. Conclusiones

Después de realizar el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta realizada, concluimos que el Cedezo no es muy conocido por las personas del barrio guayaba y sus servicios no son utilizados por la mayoría de la población que conoce el Cedezo de guayabal, también es de resaltar que las personas que conocen el Cedezo y han utilizado los servicios del Cedezo se sienten muy satisfechos con los beneficios otorgados. De acuerdo a lo anterior el Cedezo tiene la oportunidad de fortalecer las estrategias de difusión de los servicios ya que han sido de gran aprobación, muchas de las personas prefieren conocer los servicios por medio del voz a voz y el correo electrónico, las personas encuestadas al realizarles una breve introducción de los servicios que ofrece el Cedezo manifiestan que sería oportuno y de su agrado recibir el acompañamiento del programa, los tipos de servicios en que las personas están más interesadas son las áreas de administración, mercadeo y costos y presupuestos, los cuales son servicios que ya se prestan en el programa pero hace falta la difusión de los mismos.

12. Recomendaciones

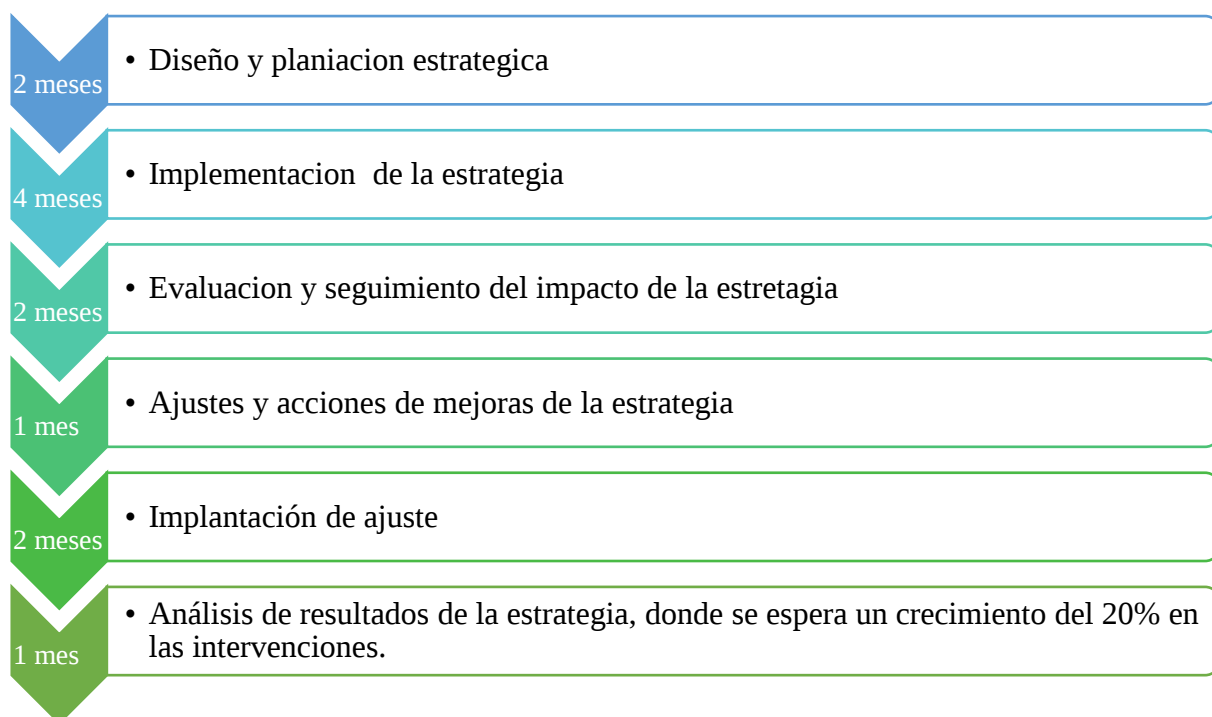
Plan de acción

Esta intervención se realizará en dos fases, los primeros 6 meses será la ejecución e implantación de la estrategia y los últimos 6 meses se visualizará el impacto de ella.

El foco principal de la estrategia se encuentra en la difusión de los servicios que se realizará por medio de tomas barriales y ferias de servicios en diferentes sectores de la comuna 15, donde el programa deberá tener participación en actividades comunitarias, logrando posicionamiento y conocimiento de sus servicios, se debe invertir recursos para una estrategia de medios publicitarios e imagen digital amigable para difundir por medio de correos masivos.

Para darle fuerza al voz a voz que tanto impacta al público objetivo del Cedezo se propone implementar la estrategia denominada “Embajadores del emprendimiento”, este será un espacio donde los emprendedores que han utilizado los servicios del programa hablen sobre sus experiencias y puedan dar consejos de primera mano a los nuevos emprendedores.

Gráfico 16. Ciclo de Implementación del Plan de Acción.



Fuente. Elaboración propia

Referencias bibliográficas

- Bedoya, O.L. Y Varela, R. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*. 22 (100). p. 21 – 47. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf>
- Cano, D.Y. Y Tejada, L.G. (2011). Desarrollo empresarial y territorio. *Revista Mercatec*. 49. p. 35 – 48.
- DANE (s.f.). Gran encuesta integrada de hogares – GEIH- Mercado laboral. DANE. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#información-especial>
- DANE (2017). Principales indicadores del mercado laboral. Boletín Técnico Comunicación Informativa. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_17.pdf
- Drunker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Santiago de Cali: Norma.
- Gibb, A. (1988). *Simulating new bussiness development*. M.D.P, ILO, Geneve.
- Larry, F (1998). *Enrepreneurial Leadership Journal of Professional Human Resource Managmente*. 11.
- McClelland, D.C. (2010). *The Achieving Society*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1990). *Competitive Advantage of Nations*. Harvard Business Review. 90 (2).

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. Y Hay, M. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor*. London: Babson College.

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. Y Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor*. London: Babson College.

Ronstadt, R. (1984). *Entrepreneurship Text, Cases an Note*. Virginia: Lord Pub.

Shapero, A. (1984). *The enrepreneurial event in: KENT*. The Environment for Enrepreneurship. Lexington Book.

Stevenson, H.H. (1988). *Babson College Research Conference*. Calgary.

Timmons, J.A. (1999). *New Venture Creation Entrepreneurship for the 21st. Century*. Bostón: Mc Graw Hill.

Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia de la creación de nuevas empresas*. Bogotá: Pearson Educación.

Vesper, K.H. (1990). *New Venture Strategies*. Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Normas

Constitución política de Colombia [Const.] (1991). Artículo 333 [Título XII].

Congreso de Colombia. (27 de diciembre de 1996). Por la cual se normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. [Ley 344 de 1996]. DO: 42.951.

Congreso de Colombia. (10 de julio de 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. [Ley 590 de 2000]. DO: 44.078.

Congreso de Colombia. (26 de enero de 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento. [Ley 1014 de 2006]. DO: 46.164.

Congreso de Colombia. (26 de enero de 2009). Por la cual se modifica la ley 29 de 1990 se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones. [Ley 1286 de 2009]. DO: 47.241.

Congreso de Colombia. (29 de diciembre de 2010). Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo. [Ley 1429 de 2010]. DO: 48.308.

Presidencia de la República de Colombia. (10 de enero de 2012). Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública. [Decreto 019 de 2012]. DO: 47.937.

Anexos

Anexo A: Informe de indicadores Cedezo 2017

Anexo B: Cronograma de actividades

Anexo C: Encuestas escaneadas

Anexo D: Tabulación de las encuestas