

DISEÑO DE LA PÁGINA WEB DE LA RED REGIONAL DE EMPRENDIMIENTO
PARA EL MAGDALENA

KEVIN ENRIQUE MARTÍNEZ MESINO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
SANTA MARTA D.T.C.H

DISEÑO DE LA PÁGINA WEB DE LA RED REGIONAL DE EMPRENDIMIENTO
PARA EL MAGDALENA

KEVIN ENRIQUE MARTÍNEZ MESINO

Informe final de prácticas profesionales realizadas en La Red Regional de Emprendimiento
para el Magdalena, unidad de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena

Tutor:

GI SELA CHIQUINQUIRÁ RODRÍGUEZ ESCALANTE.

Profesional en Comercio Internacional

Magister en Gerencia de Mercadeo



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

SANTA MARTA D.T.C.H

Tabla de Contenido

1.	Introducción.....	4
2.	Generalidades de la empresa.	5
2.1.	Aspectos legales, económicos y organizacionales.....	5
3.	generalidades del Trabajo realizado	10
3.1.	Centro De Desarrollo Empresarial	10
3.1.2.	Afiliados.....	10
3.1.3.	Formación Empresarial	11
3.1.4.	Crecimiento Empresarial.....	12
3.1.5.	Centro de Arbitraje, Conciliación Y Amigable Composición	13
3.1.6.	Centro De Atención Empresarial.....	13
3.1.7.	DATA EMPRESARIAL.....	13
3.1.8.	INTERNACIONALIZACIÓN	15
4.	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.	16
5.	AUTOEVALUACIÓN.....	17
6.	CONCLUSIONES.....	18
7.	RECOMENDACIONES GENERALES.	18
7.1.	PROPUESTA	19
7.2.	NOMBRE DE LA PROPUESTA.	19
7.3.	DIAGNÓSTICO.	19
7.4.	PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	19
7.5.	JUSTIFICACIÓN.	20
7.6.	Objetivo General:.....	21
7.6.1.	Objetivos Específicos.....	21
7.7.	REFERENTES TEÓRICOS.	22
7.8.	PLAN DE ACCIÓN.....	25
7.9.	RESULTADOS OBTENIDOS.	26
7.10.	CONCLUSIÓN.....	27
7.11.	Referencias.....	28

1. Introducción.

En el presente trabajo usted conocerá los conceptos y funciones de las diferentes áreas y servicios que ofrece la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena, haciendo énfasis en el área de desarrollo empresarial con una propuesta de mejora en uno de los diferentes programas que están al servicio, de forma gratuita, para toda la comunidad Magdalense, La Red Regional de Emprendimiento para el Magdalena (RREM).

En cuanto a la RREM, se entiende como una alianza entre entidades, ya sean públicas o privadas, teniendo como objetivo el promover e incentivar el emprendimiento, en este caso, en el departamento del Magdalena. Organizar las actividades internas y orientar a los empresarios y emprendedores, son unas de las principales funciones que se cumplen durante el tiempo de prácticas en RREM.

El objetivo de esta propuesta es diseñar una página web en la cual los empresarios y los emprendedores encuentren información de los aliados a la RREM de los cuáles se puedan apalancar para seguir en el desarrollo de su idea de negocio o en la mejora de su emprendimiento por medio de los diferentes talleres o conferencias que se brindan como RREM.

En este orden de ideas se busca implementar de manera sencilla una forma dinámica y efectiva de transmitir la información sobre los diferentes programas que se ofertan como RREM, implementando estrategias de marketing digital para mejorar la calidad y la prestación de servicio a todos los empresarios y emprendedores del Magdalena. Entiéndase que, los emprendedores necesitan de un excelente comienzo en sus proyectos, por lo que a través de esta propuesta de mejora se ha tratado de brindar el acompañamiento necesario para que todos los proyectos culminen con éxito.

2. Generalidades de la empresa.

La Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (CCSM) en el ejercicio de sus funciones actúa como secretaria técnica de la RREM, estando a disposición de cada uno de los empresarios y emprendedores, que, por medio de los servicios de esta organización, buscan mejorar sus proyectos con fin de brindar un servicio y/o producto a todo el Magdalena.

2.1. Aspectos legales, económicos y organizacionales.

En la página web de la CCSM se encuentra todo el portafolio de servicios que ofrece al departamento del Magdalena, allí se describen por áreas los servicios dirigidos al empresario, al emprendedor, al ciudadano y al afiliado. Entre los apartados de la página, se encuentra la definición de la CCSM, así como también su misión, visión, valores y objetivos estratégicos, su historia y entre otros aspectos institucionales. Según su página web, la CCSM es:

Es una entidad gremial privada, sin ánimo de lucro, que para su funcionamiento debe ser autorizada por el gobierno, encargada de fomentar el desarrollo empresarial de la región, suministrar información comercial, y cumple con la función pública de llevar el registro mercantil, el de las entidades sin ánimo de lucro y el registro único de proponentes; así como también certificar sobre los actos y documentos en ellos inscritos.

Igualmente promueve el mejoramiento y progreso de la empresa privada, como pilar fundamental del desarrollo económico y social. En Colombia en 1878 nace la primera Cámara de comercio, que por causa de la inestabilidad política de la época no empezó a funcionar sino hasta el año 1890. Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena (CCSM, 2014a, párr. 1-2)

Por lo anterior, se puede concluir que la CCSM es un ente que busca fomentar el desarrollo empresarial a través del suministro de información comercial y llevar su registro mercantil. Así mismo, la CCSM ofrece diversos servicios para promover la consolidación y progreso

del tejido empresarial departamental. En la página web se encuentra descrita la visión, misión y principios de la siguiente manera:

Misión.

Trabajar por el desarrollo empresarial sostenible y propender por el fortalecimiento regional del Magdalena a través del mejoramiento de la actividad empresarial, el fomento de la competitividad y la articulación de lo público con lo privado; contando con un recurso humano competente y con tecnología apropiada para prestar un servicio con excelencia.

Visión.

En el año 2018 ser reconocido como el centro integrador y dinamizador de iniciativas de desarrollo empresarial y regional del Magdalena, manteniéndola como una organización gremial líder.

Principios

- **ETICA:** Tener un comportamiento transparente en el ejercicio de nuestras funciones.
- **TRANSPARENCIA:** Ser diáfanos y nítidos en nuestras actuaciones.
- **EQUIDAD:** Dar a cada uno lo que le corresponde, velando siempre por el cumplimiento de las políticas de la entidad, tratando a todos con igualdad, respeto y dedicación.
- **RESPONSABILIDAD:** Cumplir en todas las actuaciones de la entidad, con las funciones delegadas por el Estado y las propias de cada área.
- **CONFIABILIDAD:** Tener coherencia entre acciones, conductas y palabras, generando credibilidad en los demás. (CCSM, 2014b, párr. 1-3)

Así mismo, en la página web se encuentran descritos los valores y objetivos estratégicos:

Valores

- **CALIDAD:** Procurar dar a cada cliente la satisfacción suficiente en sus requerimientos.

- **SOLIDARIDAD:** Reflejar el trabajo en equipo, la ayuda mutua y la vocación por el servicio.
- **DISCIPLINA:** Cumplir con las normas y directrices que regulan las funciones de la entidad y los parámetros de los superiores - obediencia y orden.
- **COMPROMISO:** Asumir como propias las funciones establecidas.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** Colaborar con los demás, participando activamente en el alcance de los objetivos de la entidad anteponiendo los intereses colectivos a los personales.
- **RESPECTO:** Ser tolerantes con los pensamientos y actuaciones de las personas, consecuentes con los principios de equidad y justicia.

Objetivos Estratégicos:

Garantizar la sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena

Prestar con excelencia los Servicios Delegados

Brindar herramientas y acompañamiento al empresariado de la ciudad y la región para fortalecer su actividad económica.

Promover y apoyar iniciativas que fomenten la competitividad en la región.

Liderar acciones y proyectos que mejoren el entorno de negocios y el bienestar de los habitantes de la ciudad y región. (CCSM, 2014c, párr. 1-2)

Áreas y Funciones Designadas de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena

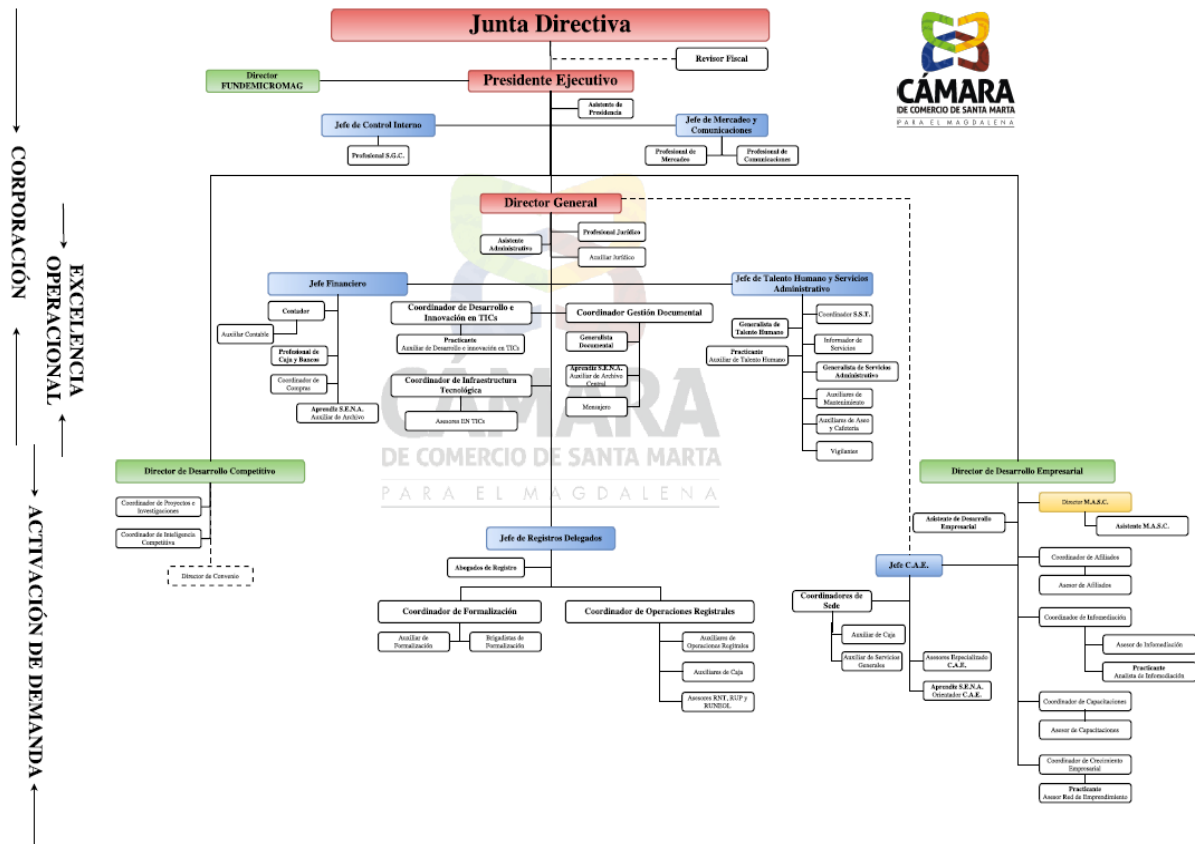
Según documento suministrado por la CCSM en donde describe su estructura organizacional, se encuentran las siguientes áreas en un orden Jerárquico:

Una Junta Directiva, adjudicada a una Revisoría Fiscal. Un Presidente Ejecutivo, quien rinde cuentas a dicha junta y encabeza las tres (3) áreas principales de la entidad:

1. Dirección de Servicios de Delegados y Jurídicos
 2. Dirección Administrativa y Financiera
 3. Dirección Desarrollo Empresarial.
- (CCSM, 2018a)


En el siguiente organigrama se resume la estructura empresarial de la Cámara de Comercio de Santa Marta para El Magdalena:

Figura No.1 Organizama de la entidad Cámara de Comercio de Santa Marta.



Fuente: Ilustración 1. Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.2017

Figura No.2 descripción de la estructura orgánica.

 <p>CÁMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA PARA EL MAGDALENA</p>	DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	
	Versión: 01	Actualizada: 30/03/2017
ESTRUCTURA	DESCRIPCIÓN	
UNIDAD CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL	El centro tiene como objetivo activar un portafolio de servicios, programas y proyectos para la promoción del desarrollo y crecimiento empresarial.	
UNIDAD SERVICIOS DELEGADOS	Administrar de manera oportuna, actualizada y conforme, la información de los registros delegados.	
UNIDAD DESARROLLO COMPETITIVO	Propende por el fortalecimiento del sector empresarial a través de: La articulación de público/Privado, generación de información de tendencia, formulación de proyecto, exploración de fuentes de recursos y acompañamiento a los sectores en el desarrollo de estos.	
DIRECCIÓN GENERAL	Garantiza la eficiencia y efectividad en las operaciones administrativas, financiera y jurídica de la Cámara	
CENTRO DE ARBITRAMENTO, CONCILIACIÓN Y AMIGABLE COMPOSICIÓN	Contribuir en la solución de las diferencias de carácter particular, vigentes o que puedan surgir, mediante la institucionalización del arbitramento, la conciliación, los trámites de insolvencia de persona natural no comerciante y la amigable composición.	
CENTRO DE ATENCIÓN EMPRESARIAL	Brindar asesoría a los empresarios para las operaciones registrales y los servicios del Centro de Desarrollo Empresarial.	

Fuente: Ilustración 2. Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.2017

3. generalidades del Trabajo realizado

3.1. *Centro De Desarrollo Empresarial*



Es una red de propuestas de valor destinadas a satisfacer necesidades de la comunidad empresarial de la región ofreciendo: servicios para el crecimiento empresarial, proyectos para beneficio conjunto, información para la toma de decisiones, línea jurídica para facilitar la actividad empresarial y capacitaciones. El Centro de Desarrollo Empresarial tiene como objetivo promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las empresas que quieran crecer a través de mejoras en la administración empresarial. El centro de desarrollo empresarial tiene seis (6) áreas de gestión:

3.1.2. *Afiliados*



Es aquel comerciante, persona natural o jurídica, que, cumpliendo los requisitos y condiciones legales, solicita su vinculación voluntaria a la Cámara de Comercio, quien goza de derechos y beneficios exclusivos. Entre estos, pueden incluirse aquellas sucursales inscritas en Cámara de Comercio de Santa Marta, aun cuando su principal casa matriz esté fuera de la ciudad.

El área de Afiliados cumple con la función número 10 y 16 de las funciones designadas en el artículo 86 del Código de Comercio.

En ella, el equipo realiza una distinción preferencial a todos aquellos comerciantes inscritos que han decidido recibir un trato especial, manteniendo disponibles continuamente programas y servicios especiales para los nuevos miembros, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de las cámaras de comercio.

- *Beneficios*

Acceso y descuentos exclusivos a cada uno de los servicios prestados por el CDE, capacitaciones a la medida, descuentos del 10% en Centros de Arbitraje, Conciliación y Amigable Composición, certificados de Cámara de Comercio propios totalmente gratis, atención preferencial en caja, atención especial en renovaciones, participación en ferias y eventos, acceso a referencias comerciales acreditados como clientes preferenciales, descuentos en alquiler del salón de eventos y ayudas audiovisuales y descuentos especiales en la obtención de Base de Datos a la medida. (CCSM, 2018b)

3.1.3. Formación Empresarial



Es una alternativa creada por el CDE que busca identificar y solventar las necesidades de las empresas en cuanto a Talento Humano, permitiéndoles obtener el máximo rendimiento de sus colaboradores dentro de la organización.

Esta dependencia, cumple con la función número 8 de las acciones designadas en el Código de Comercio: capacitar, formalizar e incentivar la innovación empresarial.

Para tal fin, desarrolla programas de formación y actualización, abiertos y a la medida, buscando formar empresarios líderes, innovadores y competitivos en diferentes áreas: Administración y Logística, Mercadeo y Ventas, Contabilidad y Finanzas, Talleres de Redacción y Contratación Laboral y Comercial.

Las capacitaciones se realizan a través de alianzas con instituciones educativas reconocidas a nivel nacional (Universidad Javeriana, Universidad del Rosario, Universidad del Bosque, Universidad Autónoma de Colombia, Universidad Autónoma del Caribe, Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA).

Además, los servicios de capacitación prestados son realizados por Conferencistas de renombre, con experiencia en temas alrededor del desarrollo organizacional.

Los conocimientos se proporcionan a través de dos líneas de formación:

- Capacitaciones a la Medida: Programas diseñados con un estudio consensuado directamente con el empresario, en el que se identifica las necesidades puntuales de grupos cerrados de empresa y gremios, entregando soluciones integrales en diferentes áreas del negocio.
- Capacitaciones Abiertas: Programas diseñados para responder a las necesidades de actualización de la comunidad en general (Seminarios, Cursos, Diplomados, Talleres). (CCSM, 2018c)

3.1.4. Crecimiento Empresarial



Es la dependencia más reciente, Servicios de Crecimiento Empresarial es una alternativa que busca la transformación empresarial de las empresas del Magdalena.

El área de SCE, recibe constantemente propuesta de consultores potenciales que puedan ofrecer el mejor servicio para las necesidades de los empresarios. Pasa por un riguroso estudio, acompañado de consultores externos de la CCSM, permitiéndole al área una visión mucho más amplia y acertada de que equipo contratar.

El proceso, consiste en una visita de consultoría a las Pymes, con posible potencial de crecimiento, realiza un diagnóstico del estado actual de la empresa, desarrolla un plan de acompañamiento a la empresa, con dicho consultor externo contratado.

Una vez pactado el compromiso legal, económico y laboral, se procede al acompañamiento de la empresa en su proceso de transformación, ayudándoles a desarrollar una estrategia clara y focalizada en relación con el problema detectado en la entidad. (CCSM, 2018d)

3.1.5. Centro de Arbitraje, Conciliación Y Amigable Composición



El área jurídica del CDE, ofrece a empresas naturales, jurídicas y a personas naturales no comerciantes, la posibilidad de llevar a cabo procesos de Conciliación en Derecho, Arbitraje, Amigable Composición, Procedimientos de Insolvencia Económica, formación a través de capacitación en Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos, los denominados (MASC), formación en Conciliación Extrajudicial en Derecho, en Insolvencia Económica y en Arbitraje. (CCSM, 2018e)

3.1.6. Centro De Atención Empresarial



Es parte del programa de simplificación de trámites de creación de empresas, su finalidad es facilitar y favorecer el proceso de creación de empresas, y apoyar de manera decidida y efectiva a los empresarios, en donde le brinda la posibilidad de realizar en un solo lugar y con un mínimo de contactos y requisitos, los trámites para construir y legalizar su empresa. A su vez el usuario minimiza los riesgos de corrupción por el contacto con diferentes entidades y personas. (CCSM, 2018f)

3.1.7. DATA EMPRESARIAL



El área denominada Data Empresarial, cumple con la función 12 designada en el Código de Comercio que corresponde a la venta de información con valor agregado: Estudios, investigaciones o información con datos incorporados de otras fuentes.

La actividad que enmarca el área es la venta de información, de la que se desprenden 3 productos: Bases de Datos, Información a la Medida y Compite360.

- Base De Datos: La información que ofrece este producto es estática, es información básica, de estado, comercial, financiera y económica provenientes de los registros mercantiles que albergan en la entidad.
- Información A La Medida: Son estudios diseñados a partir de los requerimientos y necesidades del empresario, pueden ir desde un análisis de clúster, un informe de demanda y oferta o inclusive un mapeo georreferenciado de clientes potenciales en el departamento del Magdalena.
- Compite360: Es un sistema de consulta, que le permite obtener al usuario información económica, jurídica, comercial y financiera de las empresas de la región y de 25 Cámaras de Comercio asociadas a esta herramienta. Compite360 a diferencia de las Bases de Datos, ofrece información Dinámica, que se actualiza cada 24 horas. Contempla dentro de su portafolio, 3 servicios vinculados:
 - Benchmarking: un instrumento que permite comparar sectores económicos, conocer empresas que integren dichos sectores y clasificarlas según diferentes variables.
 - Reporte Empresarial del Magdalena: un servicio que le permite conocer la información general, contable, financiera, jurídica, de contratación estatal y de comercio exterior de las empresas nacionales inscritas en las Cámaras de Comercio.
 - ADN: un servicio que le permite conocer la estructura orgánica (Financiera, Comercial, Económica y Jurídica) de cualquier

empresa inscrita en las 25 Cámaras de Comercio del País. (CCSM, 2018g)

3.1.8. *INTERNACIONALIZACIÓN*



El área de Internacionalización ha sido implementada dentro del Centro de Desarrollo Empresarial, con el fin de convertirse en un aliado en los procesos de Internacionalización de los empresarios del departamento del Magdalena, mediante diferentes servicios ofertados como:

- **Programa Crecer Global:** Los empresarios reciben asesorías y acompañamiento para identificar brechas y debilidades de la empresa para ingresar a los mercados internacionales, esto con el fin de fortalecer las distintas aéreas y así conseguir el éxito de manera ágil.
- **Capacitaciones en Comercio Exterior:** Son realizadas con el fin de que los empresarios amplíen sus conocimientos en todos los procesos generales de Comercio Exterior y de igual forma obtengan una certificación que avale su participación en dichas capacitaciones.
- **Eventos Internacionales:** Con el fin de potencializar las exportaciones del departamento del Magdalena, se realizan diversas misiones empresariales a nivel internacional donde los empresarios pueden asistir y participar de ferias, charlas y ruedas de negocio. (CCSM, 2018)

4. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

Centro empresarial tiene diferentes programas que promueven la formación y el desarrollo de nuevas ideas en pro del emprendimiento a nivel departamental. Cuentan con el acompañamiento de personal capacitado que ayudará a fortalecer las falencias que presenten los clientes, dichos programas están al servicio de toda la comunidad Magdalenense de forma gratuita.

Según documento suministrado por la CCSM, en el área de desarrollo empresarial en la subdivisión de crecimiento empresarial se describen las funciones por cada uno de los programas:

A continuación, menciono y describo las funciones que se cumplen en cada uno de los programas que oferta el área:

RED REGIONAL DE EMPRENDIMIENTO:

- Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento.
- Convocar y llevar a cabo las reuniones con los miembros que hacen parte de la red, con el acta respectiva para el control.
- Encargado de coordinar las acciones de tipo administrativo.
- Presentar informes sobre las acciones realizadas en torno al emprendimiento.

PROGRAMA EMPRENDELO:

- Planear y acompañar el proceso del programa de emprendimiento.
- Convocar, sensibilizar e inscribir emprendedores potenciales para el programa.
- Coordinar las actividades propias del programa como: talleres y asesorías.
- Presentar informes sobre el desarrollo del programa.

RUTA DE CRECIMIENTO: ruta c.

- Convocar, sensibilizar e inscribir comerciantes y emprendedores al programa.
- Acompañar las actividades propias del programa como: talleres y charlas.

- CRECIMIENTO EMPRESARIAL:
- Convocar e inscribir empresarios potenciales para actividades de fortalecimiento empresarial.

5. AUTOEVALUACIÓN.

Llevar a cabo las prácticas profesionales en una organización tan bien estructurada como lo es la Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena, en la cual tuve el cargo de apoyo de servicios empresariales en donde mi principal función fue coordinar y apoyar a los emprendedores y empresarios, con el apoyo de mi jefe inmediato y del coordinador de emprendimientos de ccsm con el fin de hacer crecer los programas de emprendimiento, permitiendo así alcanzar logros importantes.

Durante mi estancia en cámara de comercio, con mi ayuda y un excelente trabajo en equipo se pudieron alcanzar objetivos en el programa eméndelo, tales como superar el número de personas sensibilizadas por medio de la gestión y convocatorias a emprendedores. Además, se llevó a cabo el primer café mentor que permitió reunir diferentes empresarios aficionados pertenecientes a dicho programa con empresarios expertos de la ciudad de Santa Marta.

Además, sientes el deseo de emprender y llegar a hacer un reconocido empresario, aprender a cómo debe iniciar una empresa desde cero, teniendo en cuenta los aspectos legales y que habilidades como líder se debe desarrollar para llegar a su objetivo. Sin duda, hacer parte del equipo de trabajo que ayuda a la creación de empresas permite una visión más amplia al momento de iniciar una idea de negocio, tal como se plantea en la academia,

aplicando los conocimientos obtenidos en las clases de plan de negocios y formulación y evaluación de proyectos.

Para finalizar, trabajar en cámara de comercio me dio la oportunidad de conocer profesionales que con sus consejos hicieron de mí una mejor persona y un mejor profesional, me ayudo a aprender diferentes estrategias para trabajar en equipo y entender con profundidad como se deben desarrollar, en este caso, proyectos de emprendimientos con la ayuda de herramientas digital.

6. CONCLUSIONES.

Evidentemente, se lleva un riguroso control y seguimiento de atención a todos los emprendedores que han buscado un apoyo en la red regional de emprendimiento para el Magdalena, analizando así el crecimiento de estos y quienes han optado por inscribirse, para continuar con su crecimiento, no solo con los programas sino también quienes han adquirido un servicio con costo por la cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. Resulta claro que, un emprendedor se siente respaldado en su idea de negocio cuando se le brinda un acompañamiento más personalizado y se le enseña a usar diferentes herramientas para la creación de empresas, con el fin de fortalecer áreas que ayuden al crecimiento y desarrollo de su idea de negocio.

7. RECOMENDACIONES GENERALES.

Es de vital de importancia llevar un registro de los empresarios y emprendedores que se acercan a Cámara de comercio de Santa Marta en busca de ayuda, crear una base de datos donde se pueda controlar la prestación de servicio y que sirva como un indicador de gestión para saber si realmente se esta prestando de forma correcta el servicio y se están cumpliendo los objetivos propuestos por la página web.

7.1. PROPUESTA

Implementación y desarrollo de una herramienta de gestión en la red regional de emprendimiento (RREM) para el acompañamiento de emprendimientos en consolidación e ideas de negocio innovadoras.

7.2. NOMBRE DE LA PROPUESTA.

Diseño de la página web de La Red Regional de Emprendimiento para el Magdalena (RREM).

7.3. DIAGNÓSTICO.

Después de un proceso de observación directa se evidenció que no se está redireccionando de una forma correcta a las personas que se acercaban a las instalaciones de cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena en busca de un acompañamiento en sus ideas de negocio. Esto debido que no se maneja información clara de que tipo de ayuda pueden prestar los otros miembros a la RREM.

Esta situación con lleva a una desinformación para los usuarios que acuden a pedir información. Por lo que se busca implementar un diseño de página web, basado en las teorías del marketing digital donde se pueda alimentar, de forma clara la información pertinente de cada uno de los miembros que pertenecen a la red regional de emprendimiento para el Magdalena y mantener informados a la comunidad de los nuevos servicios y programa que oferta este servicio de forma gratuita.

7.4. PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

A lo largo de los años la tecnología ha invadido diferentes campos existentes, los cuales comprenden: laboratorios científicos, la medicina, los hogares, escuelas, empresas, entre otras. Haciendo todos estos más eficientes en cuanto a las labores que realizan. Sin embargo, algunas instalaciones no presentan estas innovaciones, es el caso de la cámara de comercio

de Santa Marta para el Magdalena, la cual tiene como principal función apoyar a los comerciantes cuando estos deciden emprender. El problema radica en que estos individuos participes del comercio solicitan una ayuda cuando tiene una idea de negocio y no contar con la información adecuada para prestar el mejor servicio hace de este proceso de crecimiento un poco más lento. Esta mala imagen contradeciría uno de los principales valores que maneja este organismo como lo es la calidad.

En virtud de estas razones, una pronta y eficiente solución que podría dar a esta problemática sería el diseño y la ejecución de una página web de la Red Regional de Emprendimiento para El Magdalena, donde se articule la información de todos los miembros y los emprendedores puedan encontrar un apoyo según sus necesidades en algún aliado a la RREM.

Otro beneficio que traería consigo el diseño de página web es que los emprendedores se sientan apoyados a la creación de empresa convirtiendo al Magdalena es un departamento muy competitivo en la ideación de nuevos negocios y convirtiendo a la Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena en una entidad que suministre el mejor servicio para los empresarios, comerciantes y emprendedores.

7.5. JUSTIFICACIÓN.

Este trabajo se hace con la finalidad de promover nuevas estrategias que sean incluidas en la planificación y ejecución de las principales actividades de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena, optimizando su gran servicio con los individuos del comercio; este se hará por medio del diseño de una página web para la Red Regional de Emprendimiento para el Magdalena.

Este proyecto quiere llevar a cabo el impulso del emprendimiento en el cual se incluirá a los miembros de la institución quienes serán la principal fuente de información de esta página web, transmitiendo los diferentes conocimientos del emprendimiento y haciendo más eficaces a los comerciantes y futuros participantes del comercio. Además, este plan creará una mayor competitividad para la ciudad, el departamento y a largo plazo la región en cuanto al tema mercantil.

Por otro lado, los comerciantes harán mucho más fácil su adquisición de la información porque por esta red se planea realizar diferentes actividades como capacitaciones, foros y entre otras donde se abordará el tema acerca del emprendimiento, haciendo a estos mucho más partícipes de las invitaciones que se otorgarán por este medio que lleva como nombre Red regional de Emprendimiento para el Magdalena.

7.6. Objetivo General:

Diseñar una página web como herramienta de gestión en La Red Regional de Emprendimiento para el Magdalena (RREM).

7.6.1. Objetivos Específicos

- Identificar los requerimientos de funcionamiento interno de la RREM.
- Implementar estrategias de marketing de contenido como herramienta de comunicación.
- Realizar un plan de marketing digital que permita posicionamiento de los servicios de la RREM a nivel departamental.

7.7. REFERENTES TEÓRICOS.

En cuanto a marketing se refiere se debe tener claro sus conceptos y tipo de marketing que existen en la actualidad. Este fenómeno ha venido evolucionando desde la revolución industrial y no se ha entendido la diferencia entre promoción de venta y la promoción de marketing.

Según (Marketing-Free.com, 2006, párr. 3) el concepto de venta “adopta una perspectiva de adentro hacia afuera. (Por tanto), el punto de partida es la fábrica y requiere de muchas ventas y promoción para obtener ventas rentables”. Por su parte, el concepto de marketing “adopta una perspectiva de afuera hacia adentro. (Por tanto), el punto de partida es un mercado bien definido y el enfoque es hacia las necesidades del cliente.

A lo largo de la historia del marketing han surgido otros tipos de marketing, tales como Marketing de contenido y Marketing digital. El marketing de contenido según (Wilcock, 2013) es entregar información clara y con un valor agregado mostrándole al cliente que la empresa es la mejor en el sector donde opera, así se logra un seguimiento del público alcanza los objetivos propuestos por la organización.

Sin duda la creación del internet revolucionó una era en la cual es necesario estar informado en lo que sucede día a día sobre las nuevas tendencias y más aún cuando las empresas, debido a la globalización, buscan el intercambio de productos y servicio para el desarrollo y crecimiento de su compañía y que me mejor formar de hacerlo que aplicando concepto del marketing digital con el fin de obtener clientes potenciales.

Según (ComunidadIEBS, 2017, párr. 3) el marketing digital es una forma nueva del marketing tradicional (trasladada al mundo virtual) que se basa en la utilización de los recursos tecnológicos y medios digitales existentes para desarrollar comunicaciones directas, destinadas para conseguir una reacción positiva en el receptor virtual. Para obtener esto, se busca mantener una sólida presencia en medios digitales como internet y aparatos o dispositivos electrónicos tales como computadores y todas sus aplicaciones, tabletas, teléfonos móviles y celulares, tableros digitales, consolas de tv digital, etc., recurriendo al uso de adecuadas estrategias de comercialización.

Vinculado al concepto de marketing digital, se debe usar diferentes estrategias para aplicar dicho concepto. Sobre el asunto, (Staff Creativa, 2014) explica que las redes sociales son unas de las herramientas más poderosas que ha cambiado la manera en que nos podemos difundir la información ya que en cual parte del mundo se tiene acceso a la web inmediatamente en miles de dispositivos.

Con respecto al emprendimiento, debemos recalcar cual es la ley que otorga la creación de las redes de emprendimiento a nivel nacional.

De acuerdo con lo establecido en La Ley 1014 de 2006, las redes regionales tienen por objeto:

Artículo 7. Objeto de las redes para el emprendimiento: Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

- a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento dentro del territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita
- b) Formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
- c) Conformar mesas de trabajo.
- d) Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita.
- e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita. (Congreso de Colombia, 2006b)

Las redes regionales de emprendimiento, según la ley 1014 de 2006, deben estar integradas por diferentes organismo públicos y privados, tales como:

- 1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
- 2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.
- 3. Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.
- 4. Alcaldía distrital de Santa Marta y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
- 5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
- 6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
- 7. Un representante de las cajas de compensación familiar del departamento.

8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
10. Un representante de los gremios con presencia en la región.
11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.
(Congreso de Colombia, 2006a).

7.8. PLAN DE ACCIÓN.

Figura No.3 Cuadro del plan de acción.

PLAN DE ACCIÓN							
Diseñar una página web como herramienta de gestión en La Red Regional de Emprendimiento para el Magdalena (RREM).							
Objetivos específicos	Estrategia	Tácticas	Recursos	Cronograma	Responsable	Indicadores	Evaluación
Identificar los requerimientos de funcionamiento interno de la RREM.	Identificación de las principales fortalezas y debilidad de la RREM.	Workshop con los aliados a la red para analizar los aspectos mas importante para el desarrollo de la página web.	Instalaciones para llevar a cabo el workshop.	Mayo 2019-diciembre 2019.	Practicante crecimiento empresarial		calificación del funcionamiento interno de la RREM
Implementar estrategias de marketing de contenido como herramienta de comunicación	Implementación fotografica de los principales eventos que realice la RREM y eventos individuales de sus aliados.	Crear eventos masivos que impulsen a la creación de empresas.	Cámara fotografica	Mayo 2019-diciembre 2019.	Julieth Ocampo, Coordinadora crecimiento empresarial.	Número de eventos realizados.	Calidad del material publicitario
Realizar un plan de marketing digital que permita posicionamiento de los servicios de la RREM a nivel departamental.	Realización de un plan de marketing donde se definan cuales son los principales competidores.	Crear alianza con entidades que ayuden al emprendimiento, ejemplo grupos focales de emprendimiento.	Personal capacitado en marketing digital de alguno de los miembros	Mayo 2019-diciembre 2019.	Julieth Ocampo, Coordinadora crecimiento empresarial.	Número de emprendedores atendidos por medio de la página web.	El impacto que genera la prestación del servicio con el uso de la página web.

Fuente: Elaboración Propia.

7.9. RESULTADOS OBTENIDOS.

Se realizará una encuesta de satisfacción con las personas que han solicitado ayuda por medio de la página de la red de emprendimiento, permitiéndoles encontrar un miembro de nuestra red que se ajuste a sus necesidades y puedan trabajar de manera conjunta en su emprendimiento, logrando pasar de una idea de negocio a un emprendimiento con operaciones comerciales.

Si se lleva a cabo esta propuesta gran parte de la población que se presenta con idea negocio, se convertirán en emprendimientos consolidados que serán partícipes de programas que brinda la CCSM como lo son Empréndelo y Centro de Transformación Digital. Gracias a la página web se podrá tener un mayor control y seguimiento de las personas que buscan hacer crecer su idea de negocio ayudando así a la generación de empleo en el Magdalena. Por ello, es necesario la implementación de esta propuesta que busca el mejoramiento en la prestación de servicio y hacer de la RREM un programa mas solido a nivel regional y a nivel nacional.

Por otra parte, sino se implementa esta herramienta de gestión en la RREM las personas en el departamento del Magdalena, que no cuenten con fácil desplazamiento hasta las instalaciones de Cámara de comercio de Santa Marta y a ninguno de sus aliados, no tendrían acceso a la información, convocatorias, talleres, esto se podrá lograr gracias a la implementación de marketing de contenido. Es importante que cada persona conozca los actores del ecosistema y sepan que trabajos se están haciendo para el mejoramiento en pro del emprendimiento.

7.10. CONCLUSIÓN

La implementación de esta propuesta de mejora en la red de emprendimiento ha generado un impacto en el ecosistema del emprendimiento y en el crecimiento de los emprendedores en la ciudad de Santa Marta, convirtiéndose en uno de los canales principales para el desarrollo y acompañamiento de ideas potenciales de negocio y suministrando un apoyo a los demás programas de emprendimiento que hacen parte de CCSM.

Asimismo, se evidencia un mejor funcionamiento interno de la red permitiendo la generación de nuevos proyectos de emprendimiento donde se han visto beneficiados muchos jóvenes y empresarios del Magdalena, quienes presentan nuevas e innovadoras ideas de negocios buscando alcanzar el éxito en sus emprendimientos, con la ayuda y trabajo de entes públicos y privados del departamento del Magdalena.

En cuanto a material fotográfico se ha mejorado la calidad de este debido a las nuevas tecnologías implementadas y a la mayor realización de eventos de emprendimiento capturado la atención de personas en la página web y manteniendo informada a la comunidad de las actividades que se llevan a cabo en el departamento del Magdalena y dando a conocer el trabajo que se hace en RREM a nivel nacional.

7.11. Referencias

- Cámara de comercio. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/mision-vision-y-principios.html>
- Cámara de comercio. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/mision-vision-y-principios.html>
- Cámara de Comercio. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta.html>
- Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018).
- Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2017). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/estructura-organica/organigrama/send/31-transparencia/9165-organigrama-2017.html>
- Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018).
- Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/valores-y-objetivos-estrategicos.html>
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara d Comercio*. Santa Marta.
- Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio*. Santa Marta.
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de Comercio*. Santa Marta.
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de Comercio*. Santa Marta.
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de Comercio*. Santa Marta.
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de Comercio*. Santa Marta.
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de Comercio*. Santa Marta.
- Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/mision-vision-y-principios.html>
- Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (30 de 03 de 2017). *Descripción de la Estructura Orgánica*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de->

transparencia/estructura-organica/descripcion-de-la-estructura-organica/send/31-transparencia/45654-descripcion-de-la-estructura-organizacional.html

Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (30 de 03 de 2017). *Organigrama*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/estructura-organica/organigrama/send/31-transparencia/9165-organigrama-2017.html>

Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Afiliados*. Santa Marta.

Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/valores-y-objetivos-estrategicos.html>

Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta.html>

Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/mision-vision-y-principios.html>

Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/camara-de-comercio-de-santa-marta/mision-vision-y-principios.html>

Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/estructura-organica/organigrama/send/31-transparencia/9165-organigrama-2017.html>

Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena. (2018). *Cámara de comercio de Santa Marta para el Magdalena*. Obtenido de <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/estructura-organica/descripcion-de-la-estructura-organica/send/31-transparencia/45654-descripcion-de-la-estructura-organizacional.html>

Cámara de comercio para el Magdalena. (04 de 03 de 2017). Obtenido de Organigrama Cámara de comercio para el Magdalena.

Cámara de comercio para el Magdalena. (30 de 03 de 2017). Obtenido de DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: <https://www.ccsm.org.co/ley-de-transparencia/estructura-organica/descripcion-de-la-estructura-organica/send/31-transparencia/45654-descripcion-de-la-estructura-organizacional.html>

ComunidadIEBS. (10 de julio de 2017, párr. 3). *ComunidadIEBS*. Obtenido de <https://comunidad.iebschool.com/businessmarketing/introduccion-marketing-digital/>

Congreso de Colombia. (26 de enero de 2006a). *Secretaría senado*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Congreso de Colombia. (26 de enero de 2006b). *secretaria senado*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Marketing-Free.com. (enero de 2006, párr. 3). *Marketing-Free.com*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/marketing/concepto-marketing.html>

Staff Creativa. (15 de junio de 2014). *Staff Creativa*. Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/blog/marketing-digital-introduccion/>

Wilcock, M. (2013). *Divisadero*. Obtenido de https://www.divisadero.es/wp-content/uploads/publicaciones/Marketing-de-Contenidos2_para_web.pdf