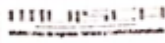

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				<b>001</b>																																																					
2 Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción Especificaciones para la DIAN				4 Número de formulario 14460326457 																																																							
3 Número de identificación Tributaria (NT) 9 0 1 1 5 7 9 8 5 - 2		6 DV 2 12 Dirección seccional Impuestos de Bogotá		14 Buzón electrónico 3 2																																																							
<b>IDENTIFICACION</b>																																																											
24 Tipo de contribuyente Persona jurídica <input type="checkbox"/>		25 Tipo de documento <input type="checkbox"/>		26 Número de identificación <input type="checkbox"/>		27 Fecha expedición <input type="checkbox"/>																																																					
Lugar de expedición 28 País <input type="checkbox"/>		29 Departamento <input type="checkbox"/>		30 Ciudad/Municipio <input type="checkbox"/>		31 Primer apellido <input type="checkbox"/>																																																					
32 Segundo apellido <input type="checkbox"/>		33 Primer nombre <input type="checkbox"/>		34 Otros nombres <input type="checkbox"/>		35 Razón social ZK30 S.A.S.																																																					
36 Nombre comercial <input type="checkbox"/>		37 Sigla <input type="checkbox"/>		<b>UBICACION</b>																																																							
38 País COLOMBIA		39 Departamento Bogotá D.C.		40 Ciudad/Municipio Bogotá, D.C.		41 Dirección principal CL 70 15 48 AP 412																																																					
42 Correo electrónico ZK30project@gmail.com		43 Código postal <input type="checkbox"/>		44 Teléfono 1 <input type="checkbox"/>		45 Teléfono 2 <input type="checkbox"/>																																																					
<b>CLASIFICACION</b>																																																											
Actividad principal 46 Código 8,5,6,0 47 Fecha inicio actividad 20180220		Actividad secundaria 48 Código 7,0,2,0 49 Fecha inicio actividad 20180220		Otras actividades 50 Código 7,0,1,0,4,7,9,1		Ocupación 51 Código <input type="checkbox"/>																																																					
52 Número establecimientos <input type="checkbox"/>		<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>																																																									
53 Código 5,7,9,1,1,4,4,2		<table border="1"> <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><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26																										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26																																		
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 07- Retención en la fuente a título de renta 09- Retención en la fuente en el impuesto 11- Ventas régimen común 14- Informante de exogena 42- Obligado a llevar contabilidad																																																											
<b>Obligados aduaneros</b>				<b>Exportadores</b>																																																							
4 Código <table border="1"> <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></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											11	12	13	14	15	16	17	18	19	20											55 Forma <input type="checkbox"/> 56 Tipo <input type="checkbox"/> Servicio <table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table> 57 Modo <input type="checkbox"/> 58 CPC <input type="checkbox"/>				1	2	3									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																																		
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20																																																		
1	2	3																																																									
<b>IMPORTANTE:</b> Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.																																																											
<b>Para uso exclusivo de la DIAN</b>																																																											
59 Anexos Si <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60 No. de Folios <input type="checkbox"/> 0		61 Fecha 20180222																																																							
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o exactitud en que incurra podrá ser sancionada, solo lo Decreto 2460 de Noviembre de 2013 ma del solicitante				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice Firma autorizada 984 Nombre SONIA CASTILLO GALINDO 985 Cargo ABOGADO																																																							

## **Anexo B: Investigación de Mercados**

El propósito de esta investigación es conocer cuáles son las variables que podrían mejorar el diseño de nuestra plataforma, estimar la demanda y determinar el precio de nuestro servicio para tomar decisiones sobre la sostenibilidad de 2K30 a largo plazo.

### *Objetivos de Investigación*

#### Objetivo General:

Estimar la demanda de los servicios (diagnóstico, formación y redes de apoyo) de 2K30, para dinamizar los emprendimientos que se encuentran en zonas rurales de Colombia y conseguir fuentes de financiación a través de entidades gubernamentales.

#### Objetivos específicos:

Conocer los programas y acciones de emprendimiento que han realizado las alcaldías y jóvenes residentes en zonas rurales de San Bernardo y Arbeláez (Cundinamarca).

- Medir la satisfacción de las acciones y programa de emprendimiento que han las alcaldías y la competencia.
- Conocer el grado de aceptación de 2K30 por parte de los jóvenes residentes en zona rural con deseo de emprender y alcaldías
- Identificar los motivos que influyen en la decisión de usar los servicios de 2K30
- Determinar los medios de comunicación adecuados de nuestro público objetivo.

Tabla 36. Ficha Técnica de Investigación de Mercados -Jóvenes Residentes en Zona Rural

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS – JOVENES RESIDENTES EN ZONA RURAL	
Universo	Jóvenes Residentes en zona rural entre 15 a 35 años de todos los niveles socioeconómicos de 2 municipios de la provincia del Sumapaz (Cundinamarca): San Bernardo y Arbeláez.
Ámbito geográfico	2 municipios del Sumapaz: San Bernardo y Arbeláez.
Tamaño muestral	66 encuestas.
Diseño muestral	Muestreo probabilístico aleatorio simple. Muestra ponderada por ciudad, rango de edad, género y estrato.
Método de recogida de información	Encuestas.
Fecha de trabajo de campo	18 y 19 de febrero de 2018
Nivel de confianza	95%

Error muestral	2%
----------------	----

Fuente: (Elaboración Propia).

Tabla 37. Ficha Técnica de Investigación de Mercados - Alcaldías de Sumapaz

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS – ALCALDIAS DEL SUMAPAZ	
Universo	Las Alcaldías del Sumapaz: (San Bernardo y Arbeláez) y programas de gobiernos (ministerios).
Ámbito geográfico	2 municipios del Sumapaz: San Bernardo y Arbeláez. Programas de gobiernos (ministerios).
Tamaño muestral	3 entrevistas Decisores en el proceso de contratación de proceso de consultoría en educación. Alcaldes y representantes de ministerios con programas de emprendimiento locales en Cundinamarca.
Diseño muestral	Es muestreo no probabilístico, a criterio del investigador.
Método de recogida de información	Encuestas.
Fecha de trabajo de campo	18-19 de febrero de 2018.

Fuente: (Elaboración Propio).

#### *Fuentes primarias*

Cliente: Alcaldías y programas de gubernamentales (ministerios) que se ejecuten en zonas rurales, que hayan implementado políticas orientadas al emprendimiento y la

sostenibilidad, que represente para ellos una oportunidad de desarrollo social, económico y ambiental. En la primera fase del proyecto se quiere llegar a Cundinamarca, el cual tiene 116 municipios, interesados en cumplir los planes de gobierno teniendo el mayor impacto.

Usuario: Jóvenes residentes en zona rural de Cundinamarca (18-35 años), con liderazgo en sus comunidades y que se han interesado por aportar en la región. Con sueños y proyectos de desarrollo para la generación de valor. Que tienen especial interés por enseñar y desean estudiar con el objetivo de emprender sus proyectos. Con actitud propositiva y que ya han realizado acciones por mejorar su condición actual. Se proyectan a futuro viviendo en su región y no en una gran ciudad, consideran que hay oportunidades de desarrollo local y no es necesario vivir en una ciudad para lograr el crecimiento profesional. Con un nivel de escolaridad de educación media y conocimientos en el uso de algunas herramientas digitales.

#### *Técnicas de recolección*

Para la etapa exploratoria se realizarán entrevistas a profundidad dado que este tema ha sido poco explorado en Cundinamarca.

Para la investigación descriptiva, se realizará un estudio transversal a través de encuestas. El objetivo es cuantificar y analizar la relación entre las diferentes variables que permitan mejorar el diseño del servicio y estimar la posible demanda.

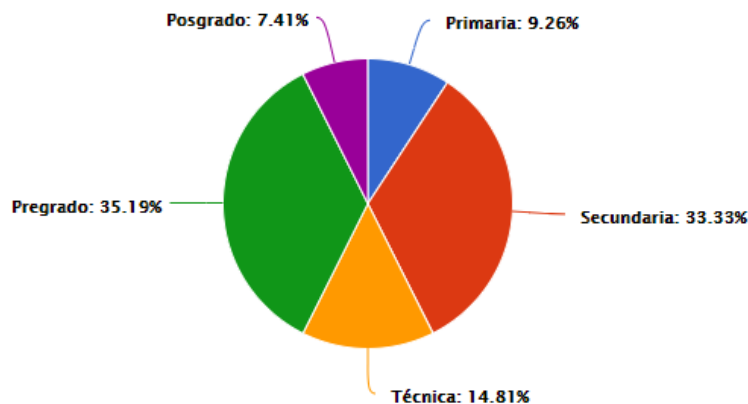
#### *Análisis de Resultado: Usuarios Jóvenes Residentes en Zona Rural*

Los principales objetivos de la encuesta realizada fueron: identificar el interés hacia el emprendimiento, la participación de los jóvenes residentes en zona rural en programas de emprendimiento, las motivaciones y finalmente si les gustaría inscribirse en el programa de formación de 2K30.

La mayoría de la población encuestada tiene entre 18 y 22 años, representando un 44% de la población, seguido por la población mayor de 28 años con un porcentaje del 33.33%. Así mismo, el 62% son solteros y viven en casa de familia y el 24 % se encuentran en unión libre.

El 40 % de la población tiene un nivel de educación de primaria o secundaria, tan solo el 14% tiene formación técnica y el 7% de posgrado (DANE, 2018). Lo cual nos permite inferir que hay un índice bajo de analfabetismo, lo cual le facilita a 2K30 la implementación de su estrategia formativa.

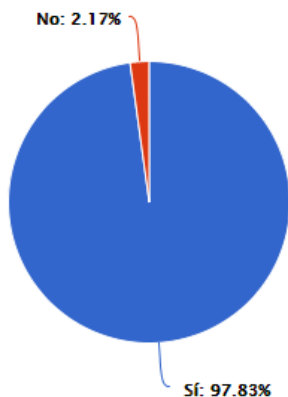
Figura 27. Nivel Educativo



Fuente: (Elaboración Propia).

El interés en emprender es alto y se evidencia en el 97.8% de la población que le gustaría emprender, algunos de los sectores de interés fueron los relacionados con la agricultura y el comercio al por menor. También se observa que el 30.43% ya ha emprendido alguna vez en su vida, lo cual está acorde a las tendencias de estudios en emprendimiento como el GEM.

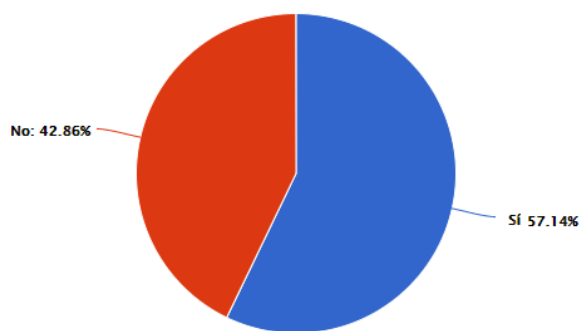
Figura 28. ¿Le gustaría Emprender?



Fuente: (Elaboración Propia).

Por otra parte, el 57.14% de la población ha recibido capacitación en temas relacionados con el emprendimiento y empresarial. En cuanto a la calificación, 37.50% lo califica como muy bueno y 54.17% como bueno. Por lo cual, se puede deducir, que en general las personas se sienten satisfechas con los programas ofrecidos. Es importante resalta que el 60% de las capacitaciones se recibieron en lugares diferentes a los colegios o la alcaldía.

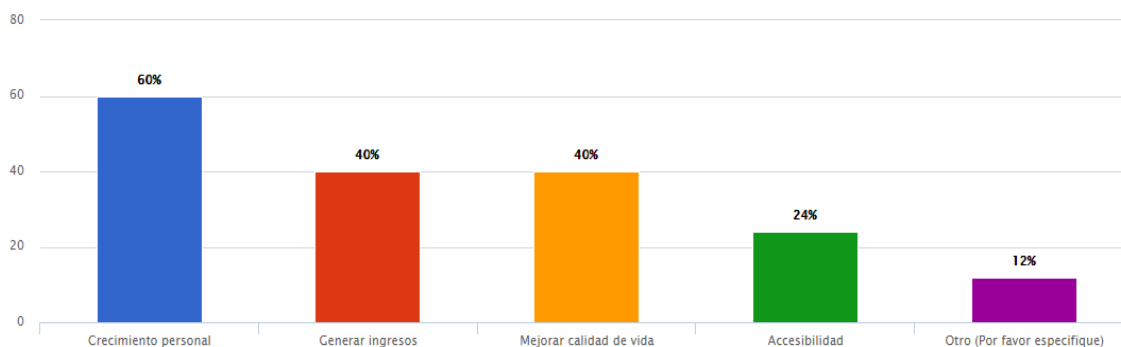
Figura 29 ¿Alguna vez ha recibido formación en emprendimiento o temas empresariales?



Fuente: (Elaboración Propia).

En cuanto a los motivos más importantes para inscribirse, se encuentra el crecimiento personal con un 60%, le siguen la generación de ingresos y mejoramiento de la calidad de vida.

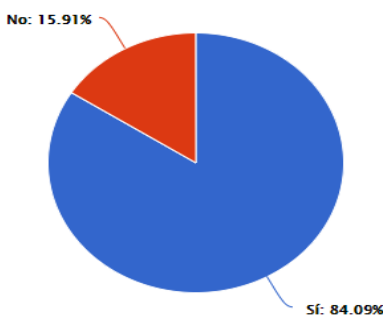
Figura 30. Motivaciones para inscribirse al programa de emprendimiento



Fuente: (Elaboración Propia)

El 84.09% de la población tiene un interés en conocer más sobre 2K30 dentro de los principales motivos se encuentran la conexión con instituciones, la posibilidad de crecer y encontrar nuevas oportunidades. Acerca de los temas de mayor interés el 48% se interesó en la cultura emprendedora, el 31 % en la aceleración, el 29% en el ser y las competencias emprendedoras.

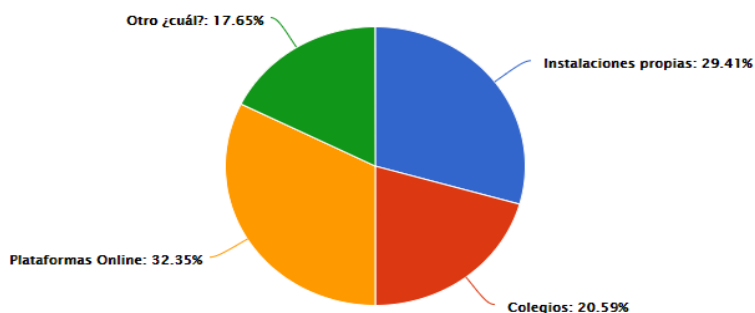
Figura 31. ¿Le gustaría conocer más sobre 2K30



Fuente: (Elaboración Propia)

Por último, y como uno de los principales objetivos de la encuesta fue conocer el interés de usar una plataforma digital para la formación. El 32.35% manifestó un interés por tener una formación online, mientras aproximadamente el 50% prefiere tomar las capacitaciones en los colegios o en las instalaciones propias de instituciones de apoyo a emprendimiento.

Figura 32. ¿En qué lugar le gustaría tomar la próxima capacitación?



Fuente: (Elaboración Propia)

#### *Análisis Resultado Clientes Alcaldías y Ministerios*

Con respecto a los clientes que hemos identificados como alcaldías, ministerios y programas de gobierno. La principal hipótesis es “hay un interés por crear o apoyar programas que ayuden a mejorar la calidad de vida y generar oportunidades de desarrollo social, económico y ambiental”.

Los días 18 y 19 de febrero se realizaron 3 entrevistas enfocadas a entender los procesos de compra, los criterios de selección y las necesidades locales.

Tabla 38. Entrevistas Clientes

Nombre	Cargo	Entidad
Libardo Morales	Alcalde	Alcaldía San Fernando
Eduardo Fajardo	Asesor Vice misterio de Economía Digital	Ministerio TIC
David Fuentes	Arquitecto Escuelas Taller	Ministerio de Cultura

Fuente: (Elaboración Propia)

Las tres personas han realizado programas de emprendimiento para sus diferentes instituciones, la alcaldía, ha estado más enfocada en realizar proceso de sensibilización entre sus funcionarios, mientras los ministerios han centrado sus esfuerzos en llegar a la población general.

En cuanto a las necesidades generales que hasta el momento no se han cubierto en los programas anteriores son:

- Acompañamiento en unidades productivas reales.
- Que los participantes puedan llegar a más que aplicaciones móviles.
- Medición del impacto real del programa.
- Integración con los ecosistemas existentes
- Garantizar la continuidad de los programas independiente del cambio de gobierno.

En cuanto a los temas que más les interesan a las instituciones al momento de realizar programas de emprendimiento coinciden que la cultura emprendedora, es el inicio de cualquier propuesta, aún hace falta entender el concepto y pasar a la acción. Estos programas, usualmente los realizan en las instalaciones propias o en los colegios.

Con respecto a la contratación, dos de los entrevistados realiza la contratación directa y uno por licitación pública. En cuanto a los criterios más importantes para la selección de un oferente son el diseño de la propuesta, la trayectoria y el precio. Los criterios menos importantes son la medición de resultados y las herramientas empleadas.

Sobre la frecuencia con la que contratan servicios de formación de emprendimiento dos entrevistados indicaron que lo hacen una vez al semestre, mientras que uno respondió, solo una vez al año. En cuanto el grado de satisfacción es bueno, aunque hay aspectos de mejora para el cumplimiento de los alcances de los programas.

Por último, al explicar le modelo de formación de 2K30 a los tres entrevistados, todos estarían interesados en contratar los servicios de 2K30. Los motivos expuestos fueron los siguientes:

- Porque ofrece un servicio integral desde el inicio hasta el final, además porque enfatiza en la sostenibilidad.
- Experiencia más metodología.
- Porque todo tiene que ser cultura y 2k30 tiene que ver con emprendimiento y cultura.

## **Anexo C: Medición del impacto de los programas**

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas.

Para trabajar con los indicadores debe establecerse todo un sistema que vaya desde la correcta comprensión del hecho o de las características, hasta la toma de decisiones acertadas para mantener, mejorar e innovar el proceso del cual dan cuenta.

Para medir el rendimiento y resultados esperados a partir de la propuesta presentada por 2k30, se han diseñado unos indicadores de gestión basados en el concepto de Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard – BSC), que funciona para medir las actividades de los clientes en términos de su estrategia, emprendimientos y formación en emprendimiento.

La construcción de los indicadores se realizó con base a la siguiente estructura:

- Definición: identificación de la característica o elemento que se desea medir.
- Objetivo: propósito de mejoramiento y que persigue el indicador.
- Valor de referencia: es el punto o valor con el cual se puede identificar si se ha cumplido con el objetivo.
- Responsabilidad: identifica el responsable del indicador y la persona que debe alimentar la información.

- Puntos de Medición: describe cómo se realizará la medición del indicador (medios, cómo se leen los indicadores, procedimientos).
- Periodicidad: periodo de tiempo en los que se realizarán los puntos de lectura.
- Sistema de procesamiento: forma como se debe garantizar la recopilación de los datos y mantenimiento de la información histórica.

*Indicadores de gestión para los emprendimientos (Clientes)*

Estos indicadores tienen el objetivo de medir el proceso de los clientes en cuanto a formación y actividades de emprendimiento que estas realicen. con el fin de tener conocimiento del rendimiento, esto permitirá conocer falencias y fortalezas de los programas de emprendimiento que se desarrollarán.

Tabla 39. Indicadores de gestión para los emprendimientos (usuarios)

Indicador	Objetivo	Valor de referencia	Responsable	Puntos de medición	Periodicidad	Sistema de procesamiento
Número de emprendimientos creados por aprendices o egresados	Medir el número de emprendimientos creados por aprendices y egresados	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Número de actividades y/o eventos de emprendimiento	Medir el número de actividades extracurriculares y eventos de emprendimiento que se realice.	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Número de personas formadas	Medir el número de personas formadas en emprendimiento	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información

Número de proyectos acompañados	Medir el número de proyectos de estudiantes y/o egresados que tendrán acompañamiento y asesoría en emprendimiento	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Número de actividades en conjunto con otros actores internos	Medir el número de actividades realizadas entre actores internos (intercambios, ferias, eventos, intercambio de productos)	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Número de actividades en conjunto con otros actores externos	Medir el número de actividades realizadas entre actores externos	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Número de unidades productivas constituidas legalmente	Medir el número de unidades productivas que se constituyan legalmente	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información

Fuente: (Elaboración propia)

Los indicadores propuestos por 2k30 para la medición de las unidades productivas están basados en el concepto de cuadro de mando Integral (Balanced Scorecard – BSC), el cual está conformado por cuatro perspectivas cuyo resultado final esperado es el incremento de las ventas para la sostenibilidad de los emprendimientos vinculados.

Tabla 40. Cuadro integral de mando

<b>Cuadro de Mando Integral</b>			
<b>Perspectiva</b>	<b>Indicador</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Resultado</b>
Perspectiva Financiera	Número de ventas	Medir el número de ventas de las unidades productivas de las escuelas taller para el cumplimiento de los objetivos de venta.	Incremento en las ventas

	Rentabilidad	Medir la rentabilidad de los emprendimientos de las escuelas taller
Perspectiva del cliente	Nivel de satisfacción del cliente	Medir el nivel de satisfacción de los clientes frente a los productos y servicios ofrecidos por las escuelas taller
	Número de clientes	Medir el número de clientes que compran en la unidades productivas de las escuelas taller
Perspectiva de Innovación y aprendizaje	Entrenamiento y capacitación para los colaboradores	Capacitaciones que se les brinda al personal de las unidades productivas
	Encuesta de clima laboral	Medir el clima laboral entre los colaboradores de las escuelas taller
Perspectiva de los procesos internos	Documentación de procesos	Tener Registro de los procesos internos de los emprendimientos de las escuelas taller productos.
	Nuevas Alianzas	Medir el número de aliados con los que cuenta la Escuela Taller para sus unidades productivas

Fuente: (Elaboración Propia).

Asimismo, el anterior instrumento generará un informe final para el cliente, que le permitirá hacer seguimiento al programa desarrollado con 2K30.

Tabla 41. Indicadores de gestión

Indicador	Valor de referencia	Responsable	Puntos de medición	Periodicidad	Sistema de procesamiento
Número de ventas	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Mensual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Número de clientes	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información

Número de nuevos aliados	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Nivel de Satisfacción de los clientes	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Clima laboral	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Entrenamiento y capacitación para los colaboradores	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información
Documentación de procesos	Se tomará de referencia a partir del primer año.	Equipo administrativo	Instrumento de recopilación de información.	Anual	Análisis de resultados obtenidos a través del instrumento de levantamiento de información

Fuente: (Elaboración propia)

## **Anexo D. Perfil de cliente y usuario**

### *Cliente*

Gobiernos locales: alcaldías y programas gubernamentales (ministerios), que hayan implementado políticas y/o programas, orientados al emprendimiento y la sostenibilidad que represente para ellos una oportunidad de desarrollo social, económico y ambiental. En la primera fase del proyecto se llegará a Cundinamarca, el cual tiene 116 municipios, interesados en cumplir los planes de gobierno teniendo el mayor impacto. En una segunda fase, se ofrecerá los servicios a organismos cooperación internacional o líneas de acción que estén enfocadas en sostenibilidad e impacto social.

### *Usuario*

María es una joven de 22 años que reside en una zona rural de Colombia, nació en el campo y aunque lo ama, siente que puede tener más oportunidades si viviera en una ciudad, aunque en lo más profundo de su corazón, ella desea quedarse.

María, se caracteriza por su liderazgo en su comunidad y cree firmemente que a través de la educación se puede aportar en la región. Tiene un especial interés por enseñar y desea estudiar con el objetivo de emprender su propio proyecto para emplear a otros jóvenes como ella. Es propositiva. Se proyecta a un futuro viviendo en su región y no en una gran ciudad, considera que hay oportunidades de desarrollo local y no es necesario vivir en una gran ciudad para lograr el crecimiento profesional.

Ella está empezando su carrera profesional, por lo cual debe viajar entre semana, pero estaría dispuesta a dedicar algunas horas el fin de semana para aprender algo nuevo.

## Anexo E: Evaluación del Personal

Tabla 42. Indicador: Entrenamiento y capacitación para los colaboradores

Capacitaciones Emprendimientos de las escuelas taller					
Nº	Capacitación	Empresa o persona encargada	Fecha	Lugar	Nº de asistentes
1.					
2.					
3.					

Fuente: (Elaboración propia)

Tabla 43. Indicador: Clima laboral

Encuesta de clima laboral					
Por favor responda teniendo en cuenta que 1 es el valor más bajo y 5 el valor más alto					
Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me siento muy satisfecho con mi ambiente de trabajo					
2. En mi organización está claramente definida su Misión y Visión.					

3. La dirección manifiesta sus objetivos de tal forma que se crea un sentido común de misión e identidad entre sus miembros					
4. Existe un plan para lograr los objetivos de la organización.					
5. Yo apporto al proceso de planificación en mi área de trabajo.					
6. En esta Institución, la gente planifica cuidadosamente antes de tomar acción					
7. Si hay un nuevo Plan Estratégico, estoy dispuesto a servir de voluntario para iniciar los cambios.					
8. Está conforme con la limpieza, higiene y salubridad en su lugar de trabajo					
9. Cuento con los materiales y equipos necesarios para realizar mi trabajo					
10. Me gusta mi trabajo					
Sugerencias:					

Fuente: (Elaboración propia)

**Anexo F: Proceso de compra**

El proceso de compra está regido por la ley 80 de 1993. La licitación es un proceso participativo el cual busca optimizar y encontrar los mejores proveedores para un requerimiento específico. Durante el proceso se deben seguir ciertos pasos que garantizan la transparencia y legitimidad del acto.

(EAFIT)

Existen dos modalidades de contratación, licitación pública y selección abreviada.

**Proceso para licitación Pública (MCIT, s.f.)**

- a. Identificación de necesidades para la contratación de obras o servicios.
- b. Aprobación de plan de compras y estudio previo.
- c. Elaboración de pliego de condiciones, la convocatoria debe estar abierta mínimo 10 días hábiles y debe estar acompañado con el aviso de la convocatoria.
- d. Durante los 10 días, los interesados pueden solicitar aclaraciones o mayor información de la convocatoria.
- e. Se da apertura oficial a la convocatoria donde se incluye cronograma y respuestas a las observaciones si fueron presentadas. El cronograma es de obligatorio cumplimiento.
- f. Se inicia en la revisión de los requisitos habilitantes, se solicita documentación y se otorga la puntuación.
- g. Se publican los resultados y se dan 5 días para aclaraciones y observaciones.
- h. Citación al proceso de audiencia pública.
- i. Se realiza la audiencia y si hay un proponente que cumple con todos los requisitos se adjudica el contrato, por el contrario, se declara desierta la convocatoria.

**Proceso para Selección Abreviada (Subasta Inversa) (MCIT, s.f.)**

- a. Identificación de la necesidad y diseño de la ficha técnica de la solitud.
- b. Se publica el pliego del proyecto en un periodo de 5 días hábiles.
- j. Durante los 5 días, los interesados pueden solicitar aclaraciones o ampliar información de la convocatoria.
- k. Se da apertura oficial a la convocatoria donde se incluye cronograma y respuestas a las observaciones si fueron presentadas. El cronograma es de obligatorio cumplimiento.
- l. Se inicia en la revisión de los requisitos habilitantes, se solicita documentación y se otorga la puntuación de acuerdo a la ficha técnica.
- c. Se pone a disposición la evaluación durante tres días hábiles.
- d. Se cita a la subasta inversa, al menos deben existir dos oferentes que cumplan con la ficha técnica.
- e. La subasta se inicia con el precio más bajo y solo se tendrán en cuenta los oferentes que mejoren la opción presentada.
- f. La entidad adjudicará el proyecto al oferente que haya oferta el menor precio.