

PLAN DE NEGOCIO: CORPORACIÓN MUJERES POR EL META

ANA VICTORIA MONROY GARZÓN
LIBIA ELMA RAMÍREZ RAMÍREZ
OMAIRA PANQUEBA GELVEZ

TUTOR:
PABLO CESAR GALVIS

PROYECTO DE GRADO
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
SEPTIEMBRE DE 2017

Índice de Contenido

Introducción	3
Objetivos	4
Antecedentes y Justificación.....	5
Capítulo III.....	8
<i>Ficha Técnica del Producto o Servicio</i>	8
Línea de acción 1. Cero Violencia	9
Línea de acción 2. Mujeres que transforman.....	10
Estado Del Desarrollo.....	11
Descripción Del Proceso.	12
Requerimientos.	16
Plan de Compras.....	18
Costos De Producción.....	18
Infraestructura.	19
Capítulo IV	22
Estructura Organizacional	27
Aspectos Legales.	30
Costos Administrativos.	31
Gastos De Personal.....	32
Gastos De Puesta En Marcha.	32
Gastos Anuales De Administración.	33
Acercamiento al Estudio Financiero de la Corporación.	33
Análisis de los Ingresos por Servicio.	34
Fuentes de Financiación.....	34
Capítulo VI	37
Cronograma De Actividades.....	37
Metas Sociales.	38

Plan Nacional De Desarrollo.....	39
Plan Departamental De Desarrollo.	39
Clúster O Cadena Productiva.	40
Empleo.	40
Emprendedores.	40
Resumen Ejecutivo	41
Referencias.....	43

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Líneas estrategias de la Corporación Mujeres por el Meta.....	8
Ilustración 2 Servicio de Orientación a la Mujer	12
Ilustración 3: Pregúntele a María	13
Ilustración 4: Formación para el Empoderamiento Social	14
Ilustración 5: Servicio Negociemos	15
Ilustración 6: Foto Mapa de Villavicencio, tomada de Google Maps.....	19
Ilustración 7: Organigrama de la Corporación Mujeres por el Meta	27

Índice de Tablas

Tabla 1: Ficha Técnica de Servicio de Línea 1	9
Tabla 2: Servicios de la Línea de acción 2.	10
Tabla 3: Tiempo requerido por Servicio	16
Tabla 4: Requerimientos por Servicio	17
Tabla 5: Compras e Insumos	18
Tabla 6: Costos de Producción	18
Tabla 7: Lista de Compras	20
Tabla 8: Matriz DOFA	22
Tabla 9: Organismos de Apoyo.....	25
Tabla 10: Costos Administrativos.....	31
Tabla 11: Gastos de Personal.....	32
Tabla 12: Gastos de Puesta en Marcha.....	32
Tabla 13: Gastos Anuales Administrativos	33
Tabla 14: Análisis de los Ingresos	33
Tabla 15: Análisis de los Ingresos por Servicio.....	34
Tabla 16: Amortización de Crédito.....	35
Tabla 17: Cronograma	37
Tabla 18: Listado de Metas.....	38

Introducción

Existen diferentes motivos y razones que motivan la presentación de este Plan de Negocios para la creación de una corporación sin ánimo de lucro denominada Mujeres por el Meta, cuyo propósito es contribuir al desarrollo integral de las mujeres metenses, a través de campañas de sensibilización respecto a los derechos humanos de la mujer, sensibilización contra la violencia, divulgación de los derechos de la mujer y el desarrollo de planes de formación. Uno de ellos, es que se convierte en el primer escalón para cumplir un compromiso social y profesional.

El presente Plan de Negocios se compone de tres capítulos; un primer capítulo en el cual se realiza una descripción de la estructura del portafolio de servicios que se proyectan ofrecer en la corporación. Se hace una descripción detallada de cada uno de los servicios con sus correspondientes fichas técnicas, adicionalmente se relacionan el estado de desarrollo de la corporación, así como los requerimientos, plan de compras e infraestructura requerida para la adecuada prestación de los servicios de la corporación.

En el segundo capítulo, se presenta el análisis de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la Corporación, así como su estructura organizacional especificando las funciones que cada uno de los colaboradores de la corporación desarrollarían y los requerimientos legales de la misma. Dentro de este capítulo se hace un acercamiento al panorama financiero de la corporación.

En el capítulo tres se desarrolla todo lo relacionado con el cronograma de las actividades requeridas para poner en marcha la corporación, las metas establecidas para los tres primeros años por cada servicio; se presentan las metas sociales de la Corporación y su articulación con el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Departamental de Desarrollo.

Finalmente, se cierra el presente plan con un resumen ejecutivo.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar el Plan de Negocios para la creación de una Corporación que contribuya al desarrollo integral de las mujeres metenses, a través de campañas de sensibilización respecto a los derechos humanos de la mujer, sensibilización contra la violencia, divulgación de los derechos de la mujer y el desarrollo de planes de formación.

Objetivos específicos.

1. Realizar el estudio técnico y de operación requerido para la puesta en marcha de la Corporación y la prestación de sus servicios.
2. Establecer la estructura organizacional para el adecuado desempeño de la corporación y correcta prestación de sus servicios.
3. Diseñar el despliegue de las líneas de acción de la corporación en un cronograma de actividades y metas proyectadas para los tres primeros años de funcionamiento de la corporación.

Antecedentes y Justificación

Los esfuerzos realizados en pro de la erradicación de la violencia contra la mujer, la promoción de la equidad de género, el empoderamiento de la mujer en los procesos de construcción de paz y de transformación de la sociedad; hacen parte de las agendas políticas y de desarrollo de los organismos y gobiernos internacionales, nacionales y regionales; respondiendo a un compromiso con los derechos humanos y con los Objetivos de desarrollo sostenible en la Agenda 2030; específicamente el objetivo número cinco denominado Igualdad de Género.

Cada organismo y gobierno ha generado durante los últimos años diferentes figuras en pro de garantizar el despliegue de estrategias que redunden en el cumplimiento de la equidad de género. En 1993, la Asamblea General de las Naciones Unidas, aprobó la declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, la cual en su artículo 1 expresa la definición de violencia contra la mujer.

“Artículo primero:

A los efectos de la presente Declaración, por "violencia contra la mujer" se entiende todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada.” Resolución de la Asamblea General 48/102 del 20 de diciembre de 1993. Pg.4

En el año 2010, la Organización Mundial de las Naciones Unidas, creó la Organización ONU Mujeres con el propósito de “promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Como defensora mundial de mujeres y niñas, ONU Mujeres fue establecida para acelerar el progreso que conllevará a mejorar las condiciones de vida de las mujeres y para responder a las necesidades que enfrentan en el mundo.”

Durante el primer mandato del actual gobierno nacional se creó la Alta Consejería para la equidad de la Mujer (ACPEM), ente responsable de liderar y desplegar con el apoyo de los gobiernos departamentales la Política Pública Nacional de Equidad y Género para las mujeres. El departamento del Meta no ha sido ajeno a la dinámica nacional e internacional entorno a la mujer, por ello en su estructura creó y puso en marcha la Secretaria de equidad y Género, y dentro del Plan de Desarrollo incluye Programas y Subprogramas que atienden a temáticas concerniente a la equidad de género, como por ejemplo el programa denominado

EQUIDAD DE GÉNERO Y DESARROLLO HUMANO CON ENFOQUE ÉTNICO Y DIFERENCIAL en el cual se entra el subprograma JUSTICIA DE GÉNERO PARA UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIAS que entre sus metas incluye básicamente el desarrollo de campañas, la creación y establecimiento de rutas de atención. Otro de los programas es el denominado: AUTONOMÍA Y EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES CON ENFOQUE ÉTNICO Y DIFERENCIAL en el marco del cual se establece el subprograma del EMPODERAMIENTO ECONÓMICO PARA LAS MUJERES; cuyas metas se enfocan en: el desarrollo de ruedas de empleo, negocios, emprendimiento, la implementación de una estrategia que permita el desarrollo de habilidades productivas para la vida con enfoque de género, en jóvenes y la implementación de una estrategia de fortalecimiento organizacional a través del intercambio de experiencias exitosas y el aprendizaje de buenas prácticas con enfoque étnico y diferencial.

Ahora, la población estimada del departamento según reportes del DANE a 2010 es de 979.683 personas de las cuales el 50% son mujeres y un según estudios realizados por la Gobernación más del 50% de la mujer son víctimas de violencia, superando la media nacional; aunque la policía reporta un incremento en el número de denuncias la tasa de violencia sigue siendo alta, especialmente en el municipio de Villavicencio. Lo anterior permite afirmar la necesidad de fortalecer las estrategias y/o actividades que se desarrollan erradicar la violencia contra las mujeres en el departamento, es necesario fortalecer y focalizar las campañas, hacer mayor divulgación de las rutas de atención y profesionales idóneos para la orientación a las mujeres víctimas de la violencia.

Respecto al empoderamiento económico de las mujeres, si bien se contemplan estrategias para el empoderamiento, no se evidencia la existencia de un programa que responda a la formación que requieren las mujeres para lograr ser transformadoras de la sociedad y el mejoramiento de su economía, se desarrollan cursos que responden a necesidades aisladas más no integradas; así como tampoco se evidencia un escenario en el cual las mujeres logren hacer contactos para la comercialización de emprendimientos.

Según un estudio realizado por Naciones Unidas “La violencia contra la mujer empobrece a las mujeres y a sus familias, comunidades y naciones. Reduce la producción económica, drena recursos de los servicios públicos y los empleadores y disminuye la formación de capital humano” (Poner fin a la violencia contra la mujer. De las Palabras a los Hechos. Naciones Unidas.pg. 5. 2006),

Así, entonces el diseño del Plan de Negocios para la creación de la corporación Mujeres por el Meta, es el primer paso para la materialización de un sueño personal y profesional, de contribuir al desarrollo integral de las mujeres

metenses, a través de campañas de sensibilización contra la violencia, divulgación de los derechos de la mujer y planes de formación, enmarcada en dos líneas de acción a saber:

- Línea de acción 1: Cero Violencia
- Línea de acción 2: Mujeres que transforman

No cabe duda de la pertinencia de los servicios que se proyectan prestar en la corporación toda vez que responden a dos necesidades puntuales de la sociedad, previamente descritas.

Capítulo III: Estudio Técnico, de Operación O De Ingeniería

Ficha Técnica del Producto o Servicio

Los servicios que se proyectan ofrecer en la Corporación Mujeres por el Meta están dirigidos a mujeres que oscilan entre los 12 y 50 años. Las campañas, talleres, actividades que se desarrollen se enmarcan en dos líneas de acción que se basan en la Política Pública Nacional de equidad y género y por su puesto en los programas del Plan de Desarrollo del Departamento 2016 - 2019.



Ilustración 1 Líneas estrategias de la Corporación Mujeres por el Meta. Fuente: Creación propia

Se presentan a continuación las especificaciones técnicas del portafolio de servicios de la corporación, por línea de acción.

Línea de acción 1. Cero Violencia

“Actualmente está bien establecido en derecho internacional que la violencia contra la mujer es una forma de discriminación contra la mujer y una violación de los derechos humanos”. See Cook, R., ed (1994, p.137); adicionalmente en el 2016 la Gobernación del Meta publicó en un Boletín de prensa que según “los reportes del Sistema Nacional de Vigilancia en Salud Pública (Sivigila), indican que, en lo corrido del 2016, han llegado 510 casos y los municipios con más reportes de casos atendidos en las IPS por violencia contra las mujeres son en su orden: Villavicencio, Acacias, Granada, Castilla La Nueva, La Macarena, Restrepo, Guamal, Vista Hermosa, El Castillo y Puerto Lleras”, lo cual representa un incremento de casi el 40% respecto al año anterior; sin bien no se desconocen las estrategias que desarrolla el gobierno Departamental y municipal; es evidente que dichas estrategias no han tenido el impacto que se esperaba y que es necesario sumar mayores esfuerzos en la lucha contra la erradicación de la violencia contra la mujer, un escenario en el cual Mujeres por el Meta enmarca su primera línea de acción.

Objetivo de la Línea: Desarrollar estrategias que contribuyan a la erradicación de la violencia contra las mujeres en el Departamento del Meta.

Tabla 1: Ficha Técnica de Servicio de Línea 1

Ficha Técnica del Servicio	
Servicio	Descripción
Orientación a la Mujer	<p>Es un servicio en el cual la mujer o las mujeres víctimas de violencia podrán ser escuchadas y recibirán orientación respecto a la ruta legal que se debe seguir para la denuncia.</p> <p>Estos encuentros tendrán una duración de cuatro sesiones de dos horas cada uno, y se organizarán en grupos de máximo quince personas, con el propósito de garantizar un mejor desarrollo de la orientación.</p> <p>De manera preventiva, la Orientación a la Mujer se desarrollará a través de charlas y talleres en Colegios u organizaciones que así lo permitan. Se contemple dentro de las charlas y talleres de temas como los derechos de la mujer, amor propio...entre otros.</p>
Pregúntale a María	<p>Es una línea de atención mediada por teléfono, WhatsApp y/o un servidor de correo electrónico, que será atendido por un grupo de profesionales cualificados para brindar atención y orientación a las mujeres que contactan a la corporación pidiendo auxilio, pero aún no se sienten capaces de revelar su identidad.</p>

	La línea de atención estará disponible las 24 horas de los siete días de la semana.
--	---

Línea de acción 2. Mujeres que transforman

Porque “el empoderamiento en las personas requiere de iniciativas externas que inciden en el nivel individual, social y gubernamental” Medina. (2007) y porque “poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres y niñas no solo es un derecho humano básico, sino que además es crucial para acelerar el desarrollo sostenible. Ha sido demostrado una y otra vez que empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial” Organización de las Naciones Unidas (ONU,2013, Pg. 17), se crea una línea de acción que focaliza esfuerzos en pro de la cualificación de las mujeres y la generación de escenarios que les permita visibilizarse como agentes transformadores de la sociedad.

Objetivo de la Línea de acción: Promover la formación y cualificación de las mujeres víctimas de violencia en el departamento del Meta, para una participación más efectiva en la propuesta y/o desarrollo de proyectos de construcción para la paz y transformación de la sociedad.

Tabla 2:Servicios de la Línea de acción 2.

Ficha Técnica del Servicio	
Servicio	Descripción
Formación para el Empoderamiento Social	Formación realizada a través de cursos y talleres con una metodología participativa y práctica. El desarrollo de estos cursos y talleres contarán con la participación de empresarios de la región y organizaciones que promuevan el emprendimiento, con el propósito de garantizar un aprendizaje basado en la experiencia y el conocimiento de rutas para hacer realidad proyectos productivos. Los cursos tendrán una duración mínima de 20 horas y los grupos no deberán superar las 25 mujeres por grupo.
¡Negociemos!	Escenario diseñado para la visibilizarían de las iniciativas y productos de las mujeres. Este escenario se realizará anualmente con el propósito de visibilizar y establecer contactos para dar apoyo o comercialización a las iniciativas y/o proyectos de las mujeres víctimas de la violencia.

	Se desarrolla en un espacio en el cual se garantice el tránsito de personas, con un espacio para la presentación de máximo 20 productos o servicios.
--	--

Estado Del Desarrollo

Mujeres por el Meta se proyecta como una corporación que contribuye a la erradicación de la violencia contra la mujer y a su empoderamiento como agente transformador de sociedad, a través de dos líneas de acción cada una con sus respectivos servicios.

En la actualidad, es un “negocio en gestación” toda vez que se está en el diseño del plan de negocio que permitirá su puesta en marcha y adecuado desarrollo.

Es una corporación que emerge del compromiso del grupo respecto a contribuir a la construcción de un Meta en paz.

Se tienen planeado que Mujeres por el Meta, ingrese en el sector de la educación formal en jardines, escuelas y colegios a través del desarrollo de campañas de prevención contra la violencia y promoción por el autocuidado.

Así mismo, el desarrollo de sus líneas se logra en orientaciones personalizadas o grupales y con la vinculación de empresarios.

Descripción Del Proceso.

Línea de Acción 1: Cero Violencia

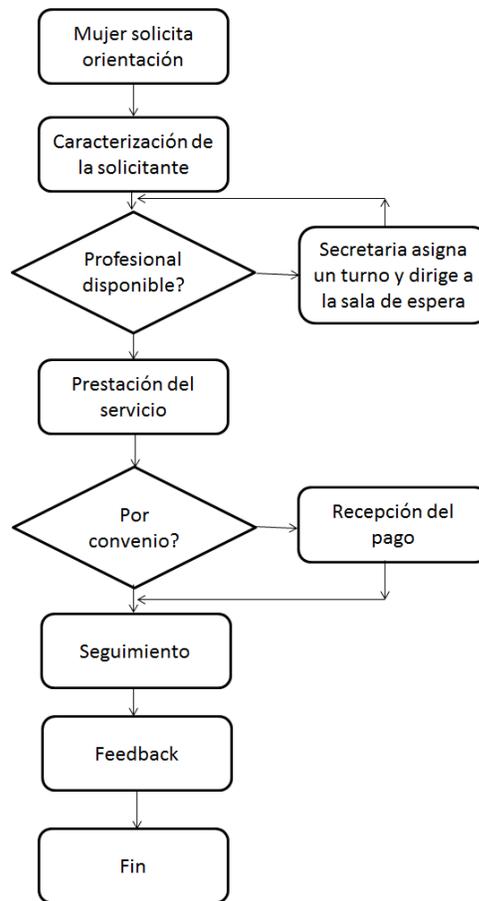


Ilustración 2 Servicio de Orientación a la Mujer



Ilustración 3: Pregúntele a María

Línea de acción 2: Mujeres que transforman

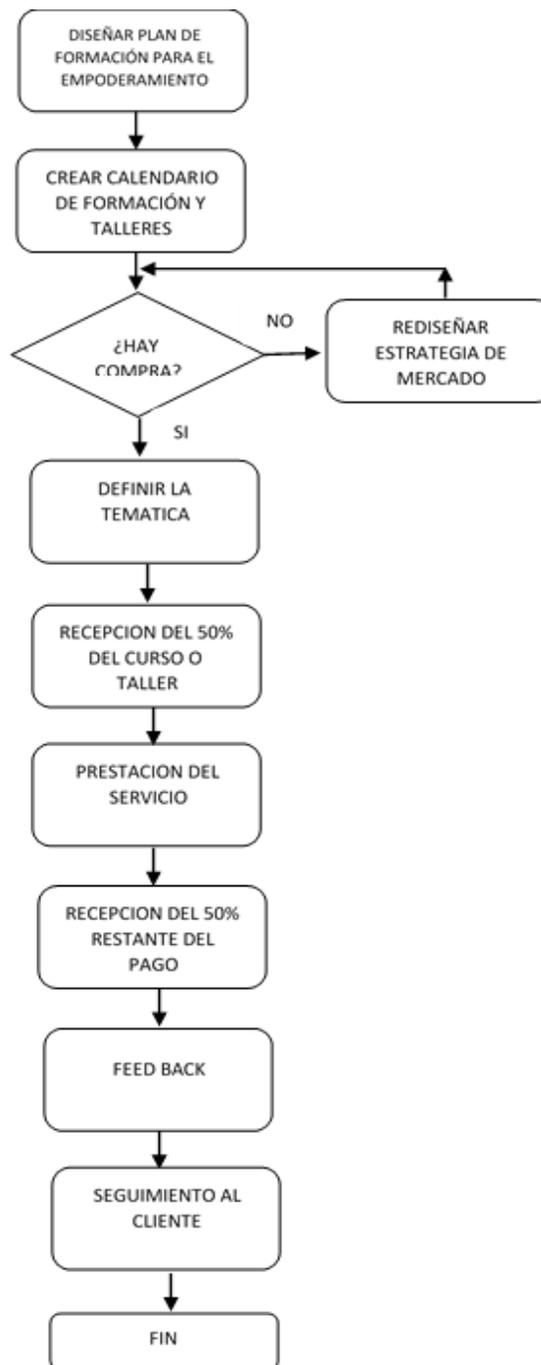


Ilustración 4: Formación para el Empoderamiento Social

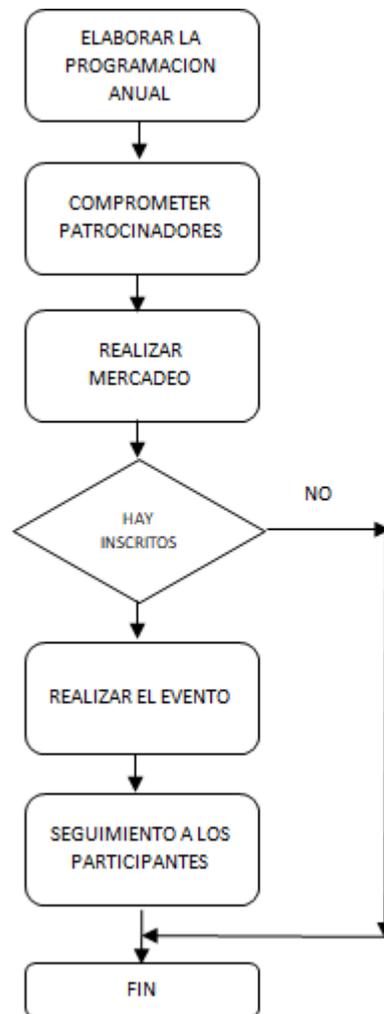


Ilustración 5: Servicio Negociemos

Requerimientos.

Se presenta a continuación el tiempo requerido de elaboración, capacidad y personas requeridas por cada uno de los servicios de la corporación:

Tabla 3: Tiempo requerido por Servicio

Servicio	Tiempo de Elaboración	Número máximo de participantes	Personal requerido
Orientación a la Mujer	1 semana	Personalizada: 1	1
		Talleres: 15	1
Pregúntele a María	1 semanas		1
Formación para el Empoderamiento Social	1 semana	25 mujeres	1*
Negociemos	1 mes	30 mujeres	5

* En el servicio de Formación para el empoderamiento Social se requiere de un profesional y dos empresarios, teniendo en cuenta que se busca garantizar un aprendizaje basado en la experiencia y el conocimiento de rutas para hacer realidad proyectos productivos.

En la siguiente tabla se especifican los requerimientos por servicios:

Tabla 4: Requerimientos por Servicio

Servicio	Personal requerido	Equipo y material requerido
Orientación a la Mujer	1	Un computador Papelería
Pregúntele a María	1	Línea celular con plan de voz y datos Un auricular con micrófono Un computador para el registro de datos
Formación para el Empoderamiento Social	1	Un computador Video Bean Papelería (Hojas, marcadores, colores, lápiz, esferos) Tablero acrílico
Negociemos	5	Sonido (Consola, micrófonos, bafles) Dos portátiles Publicidad en medios

Plan de Compras.

Se presentan a continuación lo que se necesita:

Tabla 5: Compras e Insumos

COMPRAS DE INSUMOS UNIDADES Y VALORES	Cantidad	INSUMOS AÑO 1		Cantidad	INSUMOS AÑO 2	
		Valor Unit.	Valor Total		Valor Unit.	Valor Total
Tablero Borrable 120X80 CM	1	\$ 77.000	\$ 77.000	2	\$ 77.000	\$ 154.000
Computadores de escritorio All in One	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
Computadores Portatiles Marca ACER	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000
Escritorios de cristal	3	\$ 700.000	\$ 2.100.000	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Sillas de oficina	3	\$ 150.000	\$ 450.000	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Sillas auxiliares de oficina	6	\$ 50.000	\$ 300.000	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Cajas de Marcadores	25	\$ 20.000	\$ 500.000	25	\$ 20.000	\$ 500.000
Cajas de Colores	25	\$ 5.000	\$ 125.000	25	\$ 5.000	\$ 125.000
Resma	40	\$ 11.000	\$ 440.000	40	\$ 11.000	\$ 440.000
Televisor Smart TV Samsung 43 Pulgadas	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Silla Universitaria	30	\$ 60.000	\$ 1.800.000	30	\$ 60.000	\$ 1.800.000
Video Beam	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Impresoras Multifuncioanal	1	\$ 560.000	\$ 560.000	1	\$ 560.000	\$ 560.000
Papeleras	2	\$ 35.000	\$ 70.000	2	\$ 35.000	\$ 70.000
Auricular con Micrófono	1	\$ 80.000	\$ 80.000			\$ -
Telefono Fijo	1	\$ 110.000	\$ 110.000			\$ -
Celular	1	\$ 700.000	\$ 700.000	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Servicio Internet 500 Megas y Voz Fijo Local	1	\$ 120.000	\$ 120.000			\$ -
Servicio de Plan Celular Voz y Datos 700	1	\$ 69.000	\$ 69.000			\$ -
Archivador Metalico	1	\$ 270.000	\$ 270.000	1	\$ 270.000	\$ 270.000
Total	147	\$ 8.317.000	\$ 14.271.000		\$ 7.938.000	\$ 13.369.000

Costos De Producción.

Tabla 6: Costos de Producción

COSTOS POR SERVICIO			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Orientación a la Mujer (Personalizada)	8 horas	\$ 120.000	\$ 960.000
Orientación a la Mujer (Grupal 15 personas)	8 horas	\$ 80.000	\$ 640.000
Preguntale a María	60 segundos	\$ 100	*
Formación para el empoderamiento social	120 horas	\$ 80.000	\$ 9.600.000
Negociemos	30 cupos	\$ 150.000	\$ 4.500.000

*Pregúntele a María: El costo por minuto es de \$100 pesos, pero el costo total no es posible determinarlo porque depende del tiempo total de la llamada y es relativo a la necesidad o problema de la persona atendida.

Infraestructura.

La inversión en infraestructura para la corporación se proyecta teniendo en cuenta los requerimientos básicos para su funcionamiento; en la medida en que la corporación se afiance se realizarán inversiones en equipos, muebles y espacios locativos para mejorar la prestación de los servicios.

La Corporación funcionará en local que cuente con un espacio para recepción, un espacio para ubicar las oficinas, un espacio para prestar el servicio de Orientación a la Mujer personalizada y dos espacios para el desarrollo de los talleres y planes de formación. El local deberá estar ubicado en el barrio Barzal, debido a que es una zona que cuenta con rutas de transporte público, y de fácil acceso.

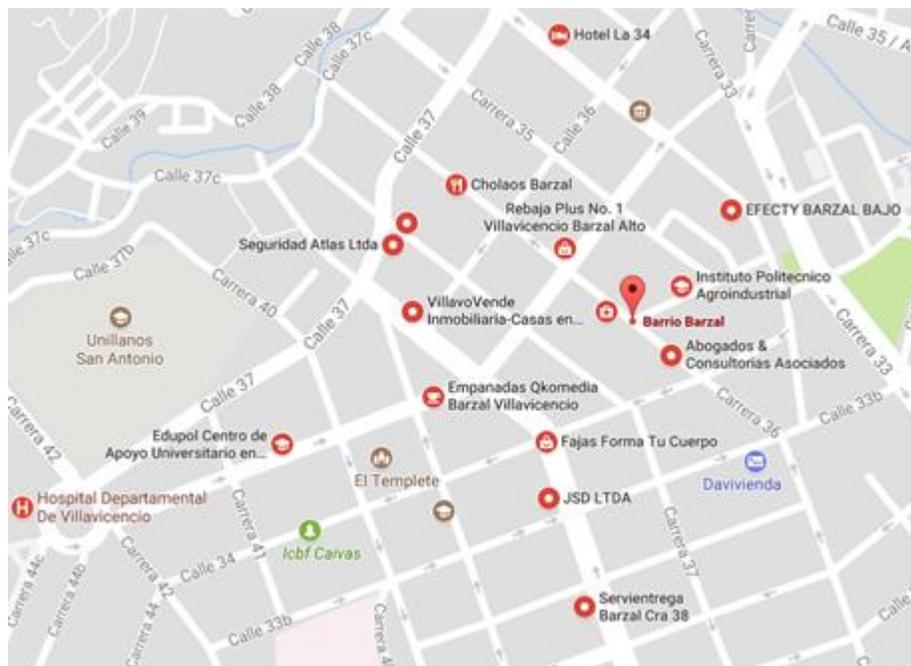


Ilustración 6: Foto Mapa de Villavicencio, tomada de Google Maps

Se relacionan a continuación la inversión fija que se realizará indicando en la etapa de desarrollo del proyecto en la que se realizarán las compras:

Lista de Compras.

Tabla 7: Lista de Compras

Concepto	Cantidad	Precio Unit.	Valor Total	Etapas de adquisición
Multifuncionales	2	\$560.000	\$1'120.000	Inicio del proyecto 1 Segundo año 1
VideoBean	2	\$1'500.000	\$3'000.000	Inicio del proyecto 1 Segundo año 1
Equipos de Oficina	4	\$950.00	\$3'800.000	Inicio del proyecto 3 Segundo año 1
Televisores	2	\$1'200.000	\$2'400.000	Inicio del proyecto Segundo año 1
Tableros Acrílicos Portables	3	\$77.000	\$231.000	Inicio del Proyecto 1 Segundo año 2
PC Portátil	3	\$1'300.000	\$3'900.000	Inicio del Proyecto 1 Segundo año 2
PC Escritorio All in One	4	\$1'200.000	\$4'800.000	Inicio del Proyecto 2 Segundo año 2

Teléfono Móvil	2	\$700.000	\$1'400.000	Inicio del Proyecto Segundo año 2
Auricular con micrófono	1	\$80.000	\$80.000	Inicio del Proyecto
Silla universitaria	60	\$60.000	\$3'600.000	Inicio del proyecto 30 Segundo año 30

Capítulo IV

Estrategia Organizacional

Análisis DOFA de la Corporación Mujeres por el Meta.

Tabla 8: Matriz DOFA

	POSITIVOS para alcanzar el objetivo	NEGATIVOS para alcanzar el objetivo
Orig en Inter no	<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocimientos sobre orientación psicológica. -Equipo de trabajo Capacitado e idóneo para las labores de la Corporación. -Recursos tecnológicos para fortalecer la operación. -Conocimiento amplio sobre equidad de género, mediación, orientación, violencia y comunicación. -Vínculo con la academia para soportar los procesos 	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corporación nueva en el Meta -No se tienen convenios formales con entidades del sector público o privado para desarrollar los programas
Orig en Exter no	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Las líneas de acción de la Corporación son pertinentes a los problemas sociales relacionados con las mujeres. -La academia trabaja en desarrollar estrategias para minimizar la violencia en la mujer y vinculan entidades en el proceso. - El plan de Desarrollo Nacional y Regional contempla el tema relacionado con equidad de género y violencia a la mujer. -Establecimiento de alianzas estratégicas con el sector productivo 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Seguridad (Orden Público). -No aceptación por parte del público objetivo. - existencia de corporaciones de mujeres en el departamento

La anterior Matriz DOFA se elaboró con el propósito de reconocer las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas en el proceso de constitución de la Corporación y la prestación de sus servicios. Para Correa y López (2007): “La Matriz DOFA es una herramienta que ayuda a desarrollar cuatro tipos de estrategias: debilidades y oportunidades, estrategias de fuerza y debilidades, estrategias de fuerzas, amenazas y estrategias de debilidades y amenazas. La clave de su construcción está en la capacidad de observar los factores internos y externos a partir de juicios sólidos y pensamiento estratégico y sistémico” Es imperativo resaltar que en la última década la problemática social relacionada con la violencia contra la mujer y la equidad de género ha crecido con notoriedad, y son cada vez más los grupos de interés que se forman para atender y luchar por los derechos de las mujeres.

La DOFA, además, puede permitirle a la Corporación a crear y desarrollar estrategias para transformar la situación actual, al momento del diagnóstico. Según Aljure Saab, Andres (2015), “La estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se lleva a cabo para lograr determinado fin, misión u objetivo” En este orden de ideas, es importante reconocer la Corporación como una organización cambiante según las necesidades del contexto social en donde se desempeña, por lo tanto, se debe hacer un proceso de análisis riguroso y constante para ser competitivo.

La Corporación mujeres por el Meta, organiza sus servicios en el marco de dos líneas acción estratégicas que le permiten organizar y concentrar sus actividades, en función de dos necesidades puntuales que son: erradicar la violencia contra la mujer, lo cual incluye eliminar la vulneración de los derechos e integridad de la mujer y una segunda necesidad relacionada con el empoderamiento social que debe asumir y tener las mujeres en la construcción de una sociedad ahora en paz. Esta oportunidad permite dos líneas de acción trabajar de manera organizada y presentar las actividades alineadas, con el fin de lograr tener participación en los diferentes ambientes sociales, económicos y políticos. Es importante tener en cuenta, que el estado reconoce la importancia de incluir programas y actividades relacionadas con los derechos de la mujer y minimizar los casos de violencia en cada uno de los departamentos de Colombia.

Las actividades y campañas de la Corporación, se pueden perfilar y ajustar a las necesidades de las empresas y sectores de la educación inicial, básica y media, de las cuales pueden integrar a sus miembros, buscando sensibilizar a cada uno de los involucrados y que esta información se replique en el seno de sus hogares. Las empresas no desconocen la importancia de dar atención a los derechos de las mujeres y el liderazgo que ejercen para luchar por sus derechos y ayudar a mujeres oprimidas en los diferentes escenarios donde actúan.

En el proceso de desarrollo de las actividades enmarcadas en las líneas estratégicas, se pueden presentar amenazas relacionadas con el orden público, esto se deriva de la inconformidad de grupos contradictorios que buscan opacar la intención de la Corporación o relacionar sus actividades con fines políticos. De igual manera, la Corporación reconoce la existencia de grupos de mujeres que no se atreven a participar de forma activa por presión de algún familiar o amigo cercano, ó las mujeres que han sido educadas con un pensamiento machista en donde favorecen un rol pasivo y sin participación alguna en la sociedad. En este orden de ideas, la corporación plantea crear escenarios abiertos para que las mujeres conozcan las iniciativas, se vinculan a las actividades y hagan parte de las campañas que buscan cambiar la perspectiva de aquellas que aún desconocen la importancia del tema. Esto hace parte del reto de la corporación, sensibilizar, compartir y replicar a cada una de nuestras mujeres Metenses.

Al ser una Corporación Nueva, no se cuenta con criterio y reconocimiento en el sector público o privado, por lo cual es imperativo iniciar con un plan de divulgación, promoción y cobertura en las principales empresas y entidades de la región. Esto a su vez, implica dar a conocer cada una de las líneas estratégicas y cómo impacta al desarrollo de las organizaciones. En segunda instancia y no menos importante, la academia se convierte en un aliado esencial para articular las actividades y programas con los procesos de enseñanza y aprendizaje que se surten dentro de las instituciones de educación primaria, secundaria y superior.

Durante el proceso de planeación del proyecto, se tuvieron en cuenta los perfiles de formación de los integrantes, los cuales son coherentes y pertinentes para la operación de la corporación. Cada uno de los miembros está en capacidad de dar orientación y atención a las mujeres que se vinculen a la fundación. Para asegurar la calidad del servicio, los integrantes están comprometidos con los procesos de cualificación y actualización necesaria en el contexto a trabajar. Esto compromete a los miembros a seguir vinculados con la academia y a desarrollar ideas en conjunto que puedan beneficiar a las partes.

En este orden de ideas, es importante reconocer y apropiarse de las estrategias competitivas que le permitirán a la Corporación posicionarse en el sector. Según Francés, Antonio (2006), “las estrategias competitivas consisten en los cursos de acción que puede seguir la empresa ante situaciones coyunturales y pueden redefinirse a la corporación como un todo o a una unidad estratégica de negocios en particular”.

Las estrategias no son estáticas, la Corporación debe revisar su entorno y analizar los cambios que se han derivado de la dinámica del entorno. Es pertinente realizar seguimiento de las estrategias creadas para medir el impacto. Tal como lo afirma David, Fred R. (2003) “Las estrategias mejor formuladas e implantadas se vuelven obsoletas conforme cambian los ambientes externo e interno de la

empresa, por lo tanto, es fundamental revisar, evaluar y controlar la ejecución de las estrategias de modo sistemático” Esto a su vez, conlleva a un análisis para entender si la apropiación y desarrollo de las estrategias es la correcta para la organización.

La vinculación de las tecnologías de la información y la comunicación, son parte clave en el proceso de alcance a nuestros usuarios e interesados en hacer parte de los procesos. Se debe hacer constantemente una actualización y revisión de las herramientas aplicadas para optimizar los procesos administrativos y de comunicación. Como consecuencia de este proceso de inclusión tecnológica, las personas que se encuentran lejos o no tienen la disponibilidad de realizar un contacto, podrán recibir atención oportuna y estar informados de todos los sucesos y actividades que se desprendan de la gestión de la Corporación.

Organismos De Apoyo.

La Corporación Mujeres por el Meta contará con el apoyo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, quien apoya la formulación del Plan de Negocios. De igual manera se contará con la asesoría y acompañamiento de la Facultad de Psicología de la misma universidad, certificando la vinculación activa de los miembros del proyecto con el programa.

Por otra parte, se contará con el apoyo de ASCOFAPSI -Asociación Colombiana de Facultades de Psicología, la Secretaría de la Mujer y Equidad de Género y la Oficina promotora de Paz de la Gobernación del Meta.

Organismos de Apoyo.

Tabla 9: Organismos de Apoyo

ORGANISMO DE APOYO	MARQUE X
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS: A través de la asesoría para la formulación del plan de negocio.	X
FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS SECCIONAL VILLAVICENCIO: A través de la asistencia y soporte en las actividades y programas a desarrollar dentro de la Corporación.	X

ASCOFAPSI -Asociación Colombiana de Facultades de Psicología: A través de la vinculación a actividades y espacios de formación que permitan cualificar a los miembros de la corporación y divulgar los avances de la misma.	X
SECRETARÍA DE LA MUJER Y EQUIDAD DE GÉNERO de la Gobernación del Meta: A través del respaldo y difusión regional de la Corporación como organización activa de los derechos de la Mujer.	X
OFICINA PROMOTORA DE PAZ de la Gobernación del Meta: A través del apoyo logístico para la creación de espacios y encuentros de comunicación entre los agentes de paz, víctimas y público interesado.	X

Estructura Organizacional

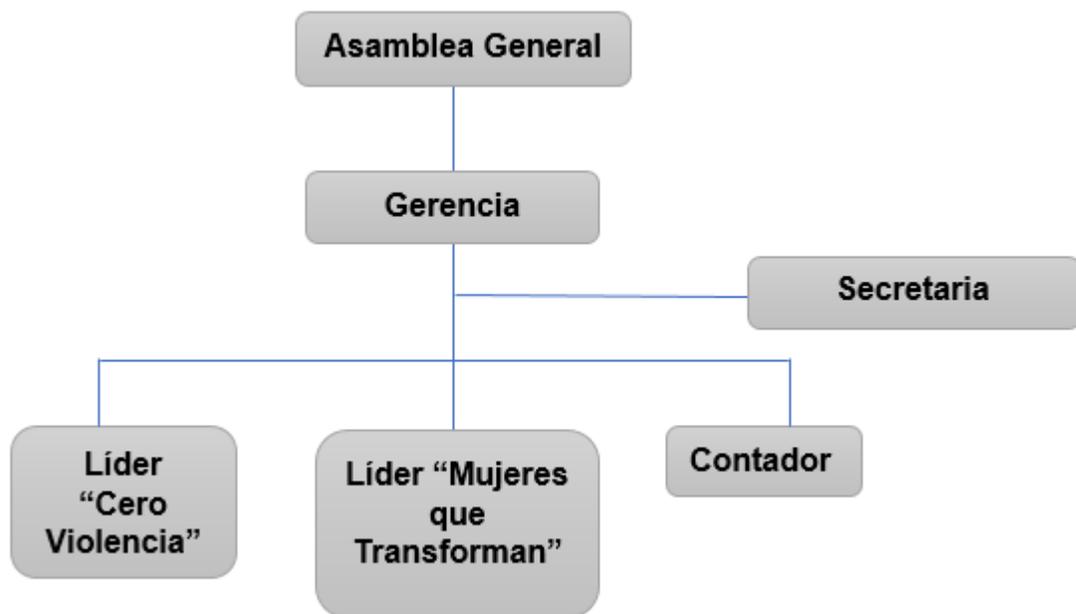


Ilustración 7: Organigrama de la Corporación Mujeres por el Meta

Asamblea General: Estará compuesta por las emprendedoras Ana Victoria Monroy, Libia Ramírez y Omaira Panqueba Gelvez.

Funciones:

1. Construir la Misión y la visión de la organización.
2. Establecer principios, políticas y directrices en la organización.
3. Elegir al revisor fiscal, su suplente y fijar la remuneración.
4. Elegir a los miembros de la organización
5. Aprobar los Estados Financieros de caja ejercicio económico conforme a lo previsto en la ley y los estatutos
6. Fijar aportes o contribuciones extraordinarias cuando sea necesaria.
7. Decidir en la incorporación, transformación y liquidación de la organización
8. Cumplir con las demás funciones que se señalen en los estatutos

Gerencia: La Gerente del proyecto será la emprendedora Ana Victoria Monroy, quien será Psicóloga, y cuenta con una vocación al servicio comunitario e interés por el desarrollo de las mujeres que integran escenarios sociales importantes. Estará con vinculación directa a la corporación con un sueldo de \$1.200.000 mensuales.

Funciones:

1. Manejar los asuntos operativos, técnicos y administrativos de la Empresa.
2. Realizar contactos comerciales y alianzas estratégicas para el posicionamiento de la empresa.
3. Formalizar los contratos y convenios con usuarios, proveedores y aliados.
4. Revisar inventarios de materiales e insumos y realizar las compras necesarias para todos los procesos de la empresa.
5. Realizar los pagos oportunos de nómina, parafiscales, honorarios y jornales.
6. Supervisar todas las actividades de la Corporación, todos los procesos y facilitar la capacitación constante del personal.

Secretaria: La Secretaria de la Corporación, estará a cargo de Libia Ramírez, quien cuenta con las competencias para desarrollar las actividades administrativas relacionadas con el cargo. Estará con vinculación directa a la Corporación con un sueldo de \$700.000 mensuales.

Funciones:

1. Elaborar las actas correspondientes a las sesiones y firmarlas con el respectivo presidente.
2. Presentar ante la asamblea general el programa semestral de actividades correspondientes a la secretaria general.
3. Proponer a la asamblea general criterios para la realización de evaluaciones de las actividades y campañas realizadas por la Corporación.
4. Informar y comunicar a todos los miembros cualquier tipo de mensaje recibido de cualquier organización y entidad.
5. Solicitar a los responsables de toda actividad la información necesaria para su evaluación.
6. Ejercer el presupuesto aprobado
7. Las demás que le confieran las disposiciones legales y lo pactado en las actas de la Corporación.

Líder "Cero Violencia": La líder de la línea denominada "Cero Violencia" estará bajo la dirección de la Psicóloga Omaira Panqueba Gelvez, quien tiene las competencias y experiencia para liderar las actividades, campañas y procesos que estén enmarcados en la línea. La Psicóloga Omaira Panqueba Gelvez, estará

vinculada de forma directa con la corporación y su salario será de \$1.200.000 pesos mensuales.

Funciones:

1. Crear y ejecutar un plan de acción para la Línea “Cero Violencia”
2. Diseñar y dar cumplimiento a un cronograma de trabajo semestral para las actividades de la línea.
3. Gestionar alianzas estratégicas entre la Corporación y las organizaciones del sector público o privado.
4. Comunicar e informar a la Gerencia y Asamblea General el estado en que se encuentran las actividades programadas para cada periodo
5. Elaborar informes con evidencias iconográficas y financieras sobre las actividades desarrolladas bajo su responsabilidad.
6. Dar cumplimiento cubrimiento a las actividades y campañas ejecutadas.
7. Brindar orientación a las personas que se encuentren involucradas o acudan a la Corporación.

Líder “Mujeres que Transforman”: La líder de la línea denominada “Cero Violencia” estará bajo la dirección de la Psicóloga Juana María Rodríguez López, quien tiene las competencias y experiencia para liderar las actividades, campañas y procesos que estén enmarcados en la línea. La Psicóloga Juana María Rodríguez López, estará vinculada de forma directa con la corporación y su salario será de \$1.200.000 pesos mensuales.

Funciones:

1. Crear y ejecutar un plan de acción para la Línea “Mujeres que Transforman”
2. Diseñar y dar cumplimiento a un cronograma de trabajo semestral para las actividades de la línea.
3. Gestionar alianzas estratégicas entre la Corporación y las organizaciones del sector público o privado.
4. Comunicar e informar a la Gerencia y Asamblea General el estado en que se encuentran las actividades programadas para cada periodo
5. Elaborar informes con evidencias iconográficas y financieras sobre las actividades desarrolladas bajo su responsabilidad.
6. Dar cumplimiento cubrimiento a las actividades y campañas ejecutadas.
7. Brindar orientación a las personas que se encuentren involucradas o acudan a la Corporación.

Contador Público: El señor Juan José Flórez Baquero, será el Contador Público de la Corporación Mujeres por el Meta. El señor Flórez cuenta con la

experiencia y competencias para dirigir los temas relacionados con la administración y seguimiento de los recursos de la organización. El Contador Público, estará vinculado directamente con la Corporación, su salario será de \$700.000 pesos mensuales.

Funciones:

1. Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.
2. Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
3. Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
4. Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
5. Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
6. Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.
7. Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.
8. Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa.

Aspectos Legales.

Se optó por la figura jurídica denominada “Corporación” constituida por la emprendedora Omaira Panqueba Gelvez, quien a la vez será representante legal de la Corporación Mujeres por el Meta. A continuación, presentamos las ventajas de una corporación:

- Personalidad jurídica propia separada del dueño(s) de la Corporación.

- Separación total de los bienes y/o el patrimonio de los dueños de la corporación.
- Capacidad legal independiente para dedicarse a cualquier fin lícito privado o público.

Constitución de la Corporación y registro en Cámara de Comercio, el procedimiento de constitución es el siguiente:

Radicar los siguientes documentos en la cámara de comercio:

- Redactar los estatutos de la Corporación.
- Autenticar la firma en la Notaría
- Copia de la cédula al 150% de cada uno de los miembros
- Certificado de vigencia de Cédula de la Registraduría Nacional
- Formulario RUES diligenciado

El marco legal regulatorio para las Corporaciones en Colombia se encuentra definido en:

- Constitución de 1.991, artículos 26, 38 y 39
- Ley 454 de 1.998
- Decreto 2150/95 Artículos 143 a 148
- Decreto 0427 de 1.996

Costos Administrativos.

Tabla 10: Costos Administrativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Descripción	Valor
Resma (6 Unidades)	\$ 70.000
Honorarios por asesoría profesional	\$ 1.000.000
Servicios Públicos de la Administración	\$ 300.000
Servicio de Internet y teléfono fijo	\$ 120.000
Servicio de Telefonía Celular	\$ 80.000
Total	\$ 1.570.000

Gastos De Personal.

Tabla 11: Gastos de Personal

GASTOS DE PERSONAL					
Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 1.200.000	\$ 1.896.000	\$ 1.993.000	\$ 2.150.000	\$ 2.300.000
Secretario	\$ 700.000	\$ 1.096.000	\$ 1.193.000	\$ 1.292.000	\$ 1.350.000
Líder 1	\$ 1.200.000	\$ 1.896.000	\$ 1.993.000	\$ 2.150.000	\$ 2.300.000
Líder 2	\$ 1.200.000	\$ 1.896.000	\$ 1.993.000	\$ 2.150.000	\$ 2.300.000
Contador	\$ 700.000	\$ 1.596.000	\$ 1.693.000	\$ 1.791.000	\$ 1.850.000
Total	\$ 5.000.000	\$ 8.380.000	\$ 8.865.000	\$ 9.533.000	\$ 10.100.000

**Los valores han sido calculadas de forma mensual. Durante el primer año solo se pagarán 10 meses de salario.*

Gastos De Puesta En Marcha.

Tabla 12: Gastos de Puesta en Marcha

Gastos de Puesta en Marcha	
Descripción	Valor
Gastos notariales	\$ 10,000
Evento de lanzamiento	\$ 300,000
Registro Mercantil	\$ 150,000
Diseño de imagen Corporativa	\$ 500,000
Total	\$ 960,000

Gastos Anuales De Administración.

Tabla 13: Gastos Anuales Administrativos

GASTOS ANUALES ADMINISTRATIVOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dotación	\$ 600.000	\$ 612.000	\$ 624.000	\$ 636.000	\$ 649.000
Pagos por arrendamiento Oficina	\$ 7.200.000	\$ 8.280.000	\$ 8.400.000	\$ 8.640.000	\$ 9.000.000
Publicidad	\$ 800.000	\$ 828.000	\$ 836.000	\$ 847.000	\$ 865.000
Servicios Públicos	\$ 600.000	\$ 612.000	\$ 624.000	\$ 636.000	\$ 650.000
Suministros de Oficina	\$ 700.000	\$ 612.000	\$ 624.000	\$ 636.000	\$ 650.000
Teléfono, internet y correo	\$ 1.200.000	\$ 1.224.000	\$ 1.248.000	\$ 1.273.000	\$ 1.298.000
Total	\$ 11.100.000	\$ 12.168.000	\$ 12.356.000	\$ 12.668.000	\$ 13.112.000

Acercamiento al Estudio Financiero de la Corporación.

Tabla 14: Análisis de los Ingresos

Línea de Acción	Servicio	Año	2018	2019	2020
		Meta			
CERO VIOLENCIA	Orientación a la Mujer	Realizar Orientaciones personalizadas	30 mujeres beneficiadas	60 mujeres beneficiadas	120 mujeres beneficiadas
		Realizar Orientaciones Grupales	17 grupos 300 mujeres beneficiadas	25 400 mujeres beneficiadas	50 500 mujeres beneficiadas
		Realizar campañas en Jardines, Escuelas y Colegios	2 100 niñas y niños beneficiados	2 150 niños y niñas beneficiados	2 2000 niños y niñas beneficiados
	Preguntale a Maria!	Realizar orientaciones por línea telefónica, whatsapp o chat	810 llamadas	2.160 llamadas	5.760 llamadas
MUJERES QUE TRANSFORMAN	Formación para la transformación Social	Diseñar y desarrollar talleres y cursos con la vinculación de empresarios.	4 talleres 100 mujeres beneficiadas	8 talleres 200 mujeres beneficiadas	16 talleres 400 mujeres beneficiadas
	Escenario Negociemos!	Visibilizar emprendimientos de las mujeres.	30 emprendimientos visibilizados Mínimo 5 con contactos para materializar.	40 emprendimientos visibilizados Mínimo 10 con contactos para materializar.	50 emprendimientos visibilizados Mínimo 15 con contactos para materializar.

Análisis de los Ingresos por Servicio.

Tabla 15: Análisis de los Ingresos por Servicio

Descripción	Cantidad	Valor Sesión	Año 1	Año 2	Año 3
Orientación a la Mujer (Personalizada)	1	\$ 960.000	\$ 28.800.000	\$ 57.600.000	\$ 115.200.000
Orientación a la Mujer (Grupal 15 personas)	1	\$ 640.000	\$ 10.880.000	\$ 16.000.000	\$ 32.000.000
Formación para el empoderamiento social	1	\$ 9.600.000	\$ 38.400.000	\$ 76.800.000	\$ 153.600.000
Negociemos (Valor cupo)	1	\$ 150.000	\$ 4.500.000	\$ 6.000.000	\$ 7.500.000
Preguntale a Maria (Valor minuto)*	1	\$ 100	\$ 810.000	\$ 2.160.000	\$ 5.760.000
Total			\$ 83.390.000	\$ 158.560.000	\$ 314.060.000

Fuentes de Financiación.

Las emprendedoras de este plan de negocios han considerado como fuente de financiación el crédito para creación de empresa ofrecido por el Banco Av villas, el cual prestará \$50.000.000 de pesos, con un plazo de pago de 50 cuotas, a una tasa de interés del 32.22%.

A continuación, la contabilización de las cuotas correspondientes al periodo de tiempo pactado:

Tabla 16: Amortización de Crédito

PERIODO	FECHA	ABONO A CAPITAL	INTERESES	CUOTA CON SEGURO DE VIDA	SALDO DE CAPITAL	CUOTA CON SEGUROS ADICIONALES
0	Septiembre-2017				\$50,000,000.00	
1	Octubre-2017	\$534,719.00	\$1,177,386.00	\$1,741,940.00	\$49,465,281.00	\$1,712,105.00
2	Noviembre-2017	\$547,310.00	\$1,164,795.00	\$1,741,940.00	\$48,917,971.00	\$1,712,105.00
3	Diciembre-2017	\$560,198.00	\$1,151,907.00	\$1,741,940.00	\$48,357,772.00	\$1,712,105.00
4	Enero-2018	\$573,390.00	\$1,138,715.00	\$1,741,940.00	\$47,784,383.00	\$1,712,105.00
5	Febrero-2018	\$586,892.00	\$1,125,213.00	\$1,741,940.00	\$47,197,491.00	\$1,712,105.00
6	Marzo-2018	\$600,712.00	\$1,111,393.00	\$1,741,940.00	\$46,596,779.00	\$1,712,105.00
7	Abril-2018	\$614,857.00	\$1,097,248.00	\$1,741,940.00	\$45,981,922.00	\$1,712,105.00
8	Mayo-2018	\$629,336.00	\$1,082,770.00	\$1,741,940.00	\$45,352,586.00	\$1,712,105.00
9	Junio-2018	\$644,155.00	\$1,067,950.00	\$1,741,940.00	\$44,708,431.00	\$1,712,105.00
10	Julio-2018	\$659,323.00	\$1,052,782.00	\$1,741,940.00	\$44,049,108.00	\$1,712,105.00
11	Agosto-2018	\$674,849.00	\$1,037,256.00	\$1,741,940.00	\$43,374,259.00	\$1,712,105.00
12	Septiembre-2018	\$690,740.00	\$1,021,365.00	\$1,741,940.00	\$42,683,519.00	\$1,712,105.00
13	Octubre-2018	\$707,005.00	\$1,005,100.00	\$1,741,940.00	\$41,976,514.00	\$1,712,105.00
14	Noviembre-2018	\$723,654.00	\$988,451.00	\$1,741,940.00	\$41,252,860.00	\$1,712,105.00
15	Diciembre-2018	\$740,694.00	\$971,411.00	\$1,741,940.00	\$40,512,165.00	\$1,712,105.00
16	Enero-2019	\$758,136.00	\$953,969.00	\$1,741,940.00	\$39,754,030.00	\$1,712,105.00
17	Febrero-2019	\$775,988.00	\$936,117.00	\$1,741,940.00	\$38,978,041.00	\$1,712,105.00
18	Marzo-2019	\$794,261.00	\$917,844.00	\$1,741,940.00	\$38,183,780.00	\$1,712,105.00
19	Abril-2019	\$812,964.00	\$899,141.00	\$1,741,940.00	\$37,370,816.00	\$1,712,105.00
20	Mayo-2019	\$832,108.00	\$879,998.00	\$1,741,940.00	\$36,538,709.00	\$1,712,105.00
21	Junio-2019	\$851,702.00	\$860,403.00	\$1,741,940.00	\$35,687,007.00	\$1,712,105.00
22	Julio-2019	\$871,757.00	\$840,348.00	\$1,741,940.00	\$34,815,250.00	\$1,712,105.00
23	Agosto-2019	\$892,285.00	\$819,820.00	\$1,741,940.00	\$33,922,964.00	\$1,712,105.00
24	Septiembre-2019	\$913,297.00	\$798,809.00	\$1,741,940.00	\$33,009,668.00	\$1,712,105.00
25	Octubre-2019	\$934,803.00	\$777,302.00	\$1,741,940.00	\$32,074,865.00	\$1,712,105.00
26	Noviembre-2019	\$956,815.00	\$755,290.00	\$1,741,940.00	\$31,118,050.00	\$1,712,105.00
27	Diciembre-2019	\$979,346.00	\$732,759.00	\$1,741,940.00	\$30,138,704.00	\$1,712,105.00
28	Enero-2020	\$1,002,407.00	\$709,698.00	\$1,741,940.00	\$29,136,297.00	\$1,712,105.00

29	Febrero-2020	\$1,026,012.00	\$686,093.00	\$1,741,940.00	\$28,110,285.00	\$1,712,105.00
30	Marzo-2020	\$1,050,172.00	\$661,933.00	\$1,741,940.00	\$27,060,113.00	\$1,712,105.00
31	Abril-2020	\$1,074,901.00	\$637,204.00	\$1,741,940.00	\$25,985,212.00	\$1,712,105.00
32	Mayo-2020	\$1,100,213.00	\$611,893.00	\$1,741,940.00	\$24,885,000.00	\$1,712,105.00
33	Junio-2020	\$1,126,120.00	\$585,985.00	\$1,741,940.00	\$23,758,880.00	\$1,712,105.00
34	Julio-2020	\$1,152,638.00	\$559,467.00	\$1,741,940.00	\$22,606,242.00	\$1,712,105.00
35	Agosto-2020	\$1,179,780.00	\$532,326.00	\$1,741,940.00	\$21,426,462.00	\$1,712,105.00
36	Septiembre-2020	\$1,207,561.00	\$504,544.00	\$1,741,940.00	\$20,218,902.00	\$1,712,105.00
37	Octubre-2020	\$1,235,996.00	\$476,109.00	\$1,741,940.00	\$18,982,906.00	\$1,712,105.00
38	Noviembre-2020	\$1,265,101.00	\$447,004.00	\$1,741,940.00	\$17,717,805.00	\$1,712,105.00
39	Diciembre-2020	\$1,294,891.00	\$417,214.00	\$1,741,940.00	\$16,422,914.00	\$1,712,105.00
40	Enero-2021	\$1,325,383.00	\$386,722.00	\$1,741,940.00	\$15,097,531.00	\$1,712,105.00
41	Febrero-2021	\$1,356,593.00	\$355,512.00	\$1,741,940.00	\$13,740,938.00	\$1,712,105.00
42	Marzo-2021	\$1,388,537.00	\$323,568.00	\$1,741,940.00	\$12,352,401.00	\$1,712,105.00
43	Abril-2021	\$1,421,234.00	\$290,871.00	\$1,741,940.00	\$10,931,166.00	\$1,712,105.00
44	Mayo-2021	\$1,454,701.00	\$257,404.00	\$1,741,940.00	\$9,476,465.00	\$1,712,105.00
45	Junio-2021	\$1,488,956.00	\$223,149.00	\$1,741,940.00	\$7,987,510.00	\$1,712,105.00
46	Julio-2021	\$1,524,017.00	\$188,088.00	\$1,741,940.00	\$6,463,492.00	\$1,712,105.00
47	Agosto-2021	\$1,559,905.00	\$152,201.00	\$1,741,940.00	\$4,903,587.00	\$1,712,105.00
48	Septiembre-2021	\$1,596,637.00	\$115,468.00	\$1,741,940.00	\$3,306,951.00	\$1,712,105.00
49	Octubre-2021	\$1,634,234.00	\$77,871.00	\$1,741,940.00	\$1,672,717.00	\$1,712,105.00
50	Noviembre-2021	\$1,672,717.00	\$39,389.00	\$1,741,940.00	\$0.00	\$1,712,105.00

Valor cuota fija desde la 1 hasta la 50: \$1.712.105 pesos.

Valor total pagado: \$85.605.250 pesos.

Capítulo VI Plan Operativo

Cronograma De Actividades

El cronograma de actividades proyectado, evidencia el año en el cual se tiene proyectado iniciar la prestación de servicios de la Corporación. Los cinco primeros meses presentados en el cronograma son cruciales para el adecuado desempeño de la Corporación, toda vez que incluye la formalización de la misma, sus procesos y procedimientos, adquisición de materiales y el inicio del posicionamiento de la Imagen corporativa.

Cronograma.

Tabla 17: Cronograma

Año	2017																2018								META	RESPONSABLES
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO									
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
Actividad																										
Constituir legalmente la Corporación																									Corporación constituida legalmente	Fundadores
Diseñar e imprimir material POP																									Material POP en circulación	Asamblea General
Firmar contrato de arriendo del local																									Contrato de arrendamiento	Gerencia
Realizar la compra de los equipos, muebles y enseres																									Local equipado con los requerimientos esenciales	Asamblea General
Iniciar marketing																									Estrategia de marketing en desarrollo. Mínimo un convenio firmado.	Gerencia
Conformar equipo de Orientadores y Colaboradores																									Equipo de orientadores identificado y conformado.	Asamblea General
Iniciar prestación de servicios																									Un convenio en ejecución. Mínimo tres servicios de Orientación a la mujer activados. Mínimo cuatro llamadas en Preguntele a María por día. Mínimo el desarrollo de un taller para el empoderamiento.	Orientadores

Una vez se dé apertura a la prestación de los servicios, se procederá a la elaboración de los cronogramas correspondientes a cada uno de los servicios.

Se presenta a continuación las metas establecidas para cada servicio por año:

Listado de Metas.

Tabla 18: Listado de Metas

Línea de Acción	Servicio	Año			
		Meta	2018	2019	2020
CERO VIOLENCIA	Orientación a la Mujer	Realizar Orientaciones personalizadas	30 mujeres beneficiadas	60 mujeres beneficiadas	120 mujeres beneficiadas
		Realizar Orientaciones Grupales	17 grupos 300 mujeres beneficiadas	25 400 mujeres beneficiadas	50 500 mujeres beneficiadas
		Realizar campañas en Jardines, Escuelas y Colegios	2 100 niñas y niños beneficiados	2 150 niños y niñas beneficiados	2 2000 niños y niñas beneficiados
	Preguntale a Maria!	Realizar orientaciones por línea telefónica, whatsapp o chat	810 llamadas	2.160 llamadas	5.760 llamadas
MUJERES QUE TRANSFORMAN	Formación para la transformación Social	Diseñar y desarrollar talleres y cursos con la vinculación de empresarios.	4 talleres 100 mujeres beneficiadas	8 talleres 200 mujeres beneficiadas	16 talleres 400 mujeres beneficiadas
	Escenario Negociemos!	Visibilizar emprendimientos de las mujeres.	30 emprendimientos visibilizados Mínimo 5 con contactos para materializar.	40 emprendimientos visibilizados Mínimo 10 con contactos para materializar.	50 emprendimientos visibilizados Mínimo 15 con contactos para materializar.

Metas Sociales.

Mujeres por el meta, establece las siguientes metas sociales:

1. Desarrollar dos campañas anuales de prevención de la violencia contra la mujer y cuidado del cuerpo, en tres jardines infantiles, tres escuelas y dos colegios de Villavicencio.
2. Desarrollar un taller anual sin costo para mujeres de estrato uno y dos sobre empoderamiento social.

3. Contribuir a la recopilación de datos sobre la violencia contra la mujer y sistematización de actividades desarrolladas en pro del empoderamiento de la mujer.
4. Apoyar a 30 mujeres anualmente con el establecimiento de contactos con empresarios que les facilite la materialización de sus emprendimientos.

Plan Nacional De Desarrollo.

Respecto al Plan de Desarrollo Nacional 2014 -2018 “*Juntos por un nuevos País*” las líneas de acción de la Corporación son coherentes la Política Pública de Equidad de Género y de Protección y garantía de los derechos de las mujeres víctimas del conflicto armado; en el marco del gobierno busca consolidar el enfoque de género, la prevención de la violencia contra la mujer. Adicionalmente, se enmarca en el compromiso del País frente al Objetivo cinco de los objetivos de desarrollo sostenible, que se mencionó en el capítulo de justificación.

Plan Departamental De Desarrollo.

El Plan Departamental de Desarrollo 2016 - 2019 establece dos programas, a saber:

- *Programa:* EQUIDAD DE GÉNERO Y DESARROLLO HUMANO CON ENFOQUE ÉTNICO Y DIFERENCIAL.
Subprograma: JUSTICIA DE GÉNERO PARA UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIAS
Metas: Desarrollo de campañas, la creación y establecimiento de rutas de atención.
Articulación de la Corporación con el Plan de Departamental de Desarrollo: Mujeres por el meta establece una línea de acción denominada Cero Violencia cuyo propósito es Desarrollar estrategias que contribuyan a la erradicación de la violencia contra las mujeres en el Departamento del Meta.
- *Programa:* AUTONOMÍA Y EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES CON ENFOQUE ÉTNICO Y DIFERENCIAL
Subprograma: EMPODERAMIENTO ECONÓMICO PARA LAS MUJERES
Meta: Desarrollo de ruedas de empleo, negocios, emprendimiento, la implementación de una estrategia que permita el desarrollo de habilidades productivas para la vida con enfoque de género, en jóvenes y la implementación de una estrategia de fortalecimiento organizacional a través del intercambio de experiencias exitosas y el aprendizaje de buenas prácticas con enfoque étnico y diferencial.
Articulación de la Corporación con el Plan de Departamental de Desarrollo: Promover la formación y cualificación de las mujeres víctimas de violencia en el departamento del Meta, para una participación más efectiva en la

propuesta y/o desarrollo de proyectos de construcción para la paz y transformación de la sociedad

Clúster O Cadena Productiva.

No existe en Villavicencio un clúster relacionado con el propósito de la Corporación.

Empleo.

El contrato de los colaboradores se realizará de la siguiente manera:

De acuerdo al cronograma de actividades la corporación iniciará la prestación de servicios en el mes de marzo del 2018, para ese mes se tendrá la contratación de:

- Gerente con un salario de \$1`200.000
- Líder de Línea Uno con un salario de \$1`200.000
- Líder de Línea de Dos con un salario de \$1`200.000
- Contador con un salario de \$700.000
- Secretario con un salario de \$700.000

Se tiene proyectado que uno de los colaboradores pertenezca a afrodescendientes o a algún grupo étnico del Departamento.

Emprendedores.

El porcentaje de participación accionaria será el mismo para cada uno de los fundadores de la Corporación, es decir el 33.3%.

Resumen Ejecutivo

Presentación Del Equipo

A continuación, se describen los perfiles de las fundadoras de la Corporación Mueres por el Meta:

- Omaira Panqueba Gelvez. Psicóloga, experiencia laboral de 10 años en el área social comunitaria. Auxiliar de enfermería. Actualmente labora en el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, desempeñándose en la unidad de víctimas de hogar.
- Libia Elma Ramírez. Contador Público, experiencia laboral de 20 años en cargos Administrativos.
- Ana Victoria Monroy Garzón. Administradora Pública.

Resumen.

Mujeres por el Meta, será una corporación sin ánimo de lucro cuyo propósito es contribuir al desarrollo integral de las mujeres metenses, a través de campañas de sensibilización contra la violencia, divulgación de los derechos de la mujer y planes de formación.

Estructura sus servicios en dos líneas de acción; la primera denominada Cero Violencia y la segunda Mujeres que Transforman. En el marco de la primera línea de acción presenta dos servicios, Orientación a la Mujer y Pregúntele a María; en el marco de la segunda línea de acción presente dos servicios, Formación para el empoderamiento social y el servicio de Negociemos. Los desarrollos de cada uno de los servicios antes mencionados responden a una preocupación mundial por la equidad de género, la erradicación de la violencia contra la mujer y el empoderamiento de la mujer; y responde igualmente a la lógica del Plan de Desarrollo Nacional con la Política Pública de Equidad de Género, con el Plan de Desarrollo Departamental en dos de sus programas y subprogramas.

Aun cuando son muchos los grupos que se forman para atender y luchar por los derechos de las mujeres; la mayoría despliega su accionar en diferentes estrategias (no focalizadas) y algunas con un enfoque en extremo feminista, es decir *“El interés del trabajo se centra en nuevas y antiguas aspiraciones de las organizaciones de mujeres por la transformación de valores y prácticas ligados al*

sistema de dominación patriarcal.” (Lamus,2009). A diferencia de las corporaciones y movimientos de las mujeres, Mujeres por el Meta presenta una ventaja competitiva en la medida en la que canaliza esfuerzos y recursos en dos líneas estratégicas para la erradicación de la violencia y el empoderamiento de la mujer; más que como sujeto político, como ser humano que ejerce un rol imperativo en el mejoramiento y la transformación de la sociedad.

Existe además en esta corporación un factor innovador respecto a uno de los servicios, el de *Pregúntele a María*; una línea de atención disponible las 24 horas del día los siete días de la semana, a la cual se puede acceder por celular, fijo, mail, chat o WhatsApp; en la cual un orientador capacitado estará con toda la disponibilidad para escuchar y orientar.

Mujeres por el Meta, es una “idea en gestación”, toda vez que se encuentra en una etapa inicial, correspondiente al diseño de su plan de negocios.

En un acercamiento financiero se proyecta realizar una inversión total de \$47´171.000, de los cuales el 70% de la inversión se deberá realizar el primer año y el 30% restante se realizará el segundo año de funcionamiento. Así mismo, se proyecta para el primer año de funcionamiento ingresos equivalentes a \$83´390.000 y para el tercer año ingresos por \$314´060.000; el funcionamiento anual de la corporación incluyendo gastos operativos de administración y salarios equivalen a \$61´100.000.

Es importante destacar que para garantizar recursos y el funcionamiento de la corporación se tienen previstas el establecimiento de alianzas con la Corporación Universitaria Minuto Dios a través de la asesoría que se presta desde ya respecto al diseño del presente plan de negocios. Con la facultad de Psicología de la misma universidad, a través de la asistencia y soporte en las actividades y programas a desarrollar por la corporación; lo cual denota un beneficio colateral, puesto que responde a indicadores de extensión del programa y a las alianzas de la corporación. Alianzas con ASCOFAPSI a través de la vinculación a actividades y espacios de formación que permitan cualificar a los miembros.

Referencias

Aljure Saab, Andrés, (2015) El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración. V.1 Universidad de la Sabana, Catalunya.

Asamblea General de las Naciones Unidas. Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Resolución de la Asamblea General 48/102 del 20 de diciembre de 1993. Pg.4

Estados Unidos: Acerca de ONU Mujeres. (s.f) ONU Mujeres. Recuperado de: <http://www.unwomen.org/es/about-us/about-un-women>

Correa Ospina Jorge & López Trujillo Mauricio., Planeación Estratégica de tecnologías informáticas y sistemas de información (Manizales-Colombia, 2007); Universidades de Caldas. Vol. 1, p. 32

David, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica (México) Pearson Educación. Vol. 4, p.258

See Cook, R., ed., The Human Rights of Women: National and International Perspectives (Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1994); Cook, R., ed., "State Responsibility for Violations of Women's Human Rights", Harvard Human Rights Journal, vol. 125 (1994), p. 137.

Francés, Antonio, Estrategia y planes para la empresa con el cuadro de mando integral. Pearson, Editorial Prentice Hall. 2006 P.p. 105.

Gobernación del Meta. (22 de noviembre, 2016). Ante escandalosas cifras de maltrato contra la mujer en el Meta, en marcha estrategias para frenar el fenómeno [Boletín de prensa]. Recuperado de: <http://www.meta.gov.co/web/blog/ante-escandalosas-cifras-de-maltrato-contra-la-mujer-en-el-meta-en-marcha-estrategias-para>

Medina, V. (2007). El Empoderamiento de la Mujer y la acción colectiva. *Revista Venezolana de Estudios para la mujer*, V.12(n29), recuperado desde: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-37012007000200005

Naciones Unidas.(2016).Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe (p.17), recuperado desde:<http://www.sela.org/media/2262361/agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf>