

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORÍA ESPECIALIZADA EN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
ISO 9001 PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA CIUDAD
DE OCAÑA**

**SINDY ALEXANDRA LEÓN VELÁSQUEZ
WILLIGTON SANJUÁN MUÑOZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2011**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
CONSULTORÍA ESPECIALIZADA EN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
ISO 9001 PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA CIUDAD
DE OCAÑA**

**SINDY ALEXANDRA LEÓN VELÁSQUEZ
WILLIGTON SANJUÁN MUÑOZ**

**Trabajo de grado presentado para Optar el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director
JAIRO ENRIQUE FIGUEROA CAMARGO
Administrador de empresas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2011**

DEDICATORIA

“Agradezco a Dios, a la Virgen, a mi familia, y amigos que me apoyaron en este logro profesional y a ti bebe, que ya haces parte de mi vida. Uno labra su propio destino y seguiré labrando un camino lleno de bendiciones y felicidad. Gracias MAMA”

SINDY ALEXANDRA

TENGO TANTO QUE AGRADECER...
A DIOS POR MI VIDA.
A MI PADRES POR SU AMOR.
A MI FAMILIA Y AMIGOS
Y A TI POR TU APOYO Y CARIÑO.

WILLINGTON SANJUAN MUÑOZ

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a todas y cada una de las personas que hicieron posible la realización del mismo.

Con sentimientos de afecto y cariño

Sindy y Willigton

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	18
1. GENERALIDADES	20
1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE OCAÑA	20
1.1.1 Localización de Ocaña.	21
1.1.2 Aspecto social de Ocaña	21
1.1.3 Aspecto económico	25
1.2 SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	27
1.3 TIPOS DE NORMAS	28
1.3.1 Normas de Organización o Proceso	28
1.3.2 Normas orientadas al producto	31
1.3.3. Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009 Para Empresas Públicas	34
1.4 ORGANISMOS CERTIFICADORES INTERNACIONALES	34
1.5. ORGANISMOS CERTIFICADORES EN COLOMBIA	35
1.6 EL ASEGURAMIENTO	36
1.7 ASPECTOS LEGALES	37
1.7.1. La Constitución Política de Colombia, Norma de Normas 1991.	37
1.7.2. Ley 232 De 1993.	39
2. ESTUDIO DE MERCADOS	40
2.1 OBJETIVOS	40
2.1.1 General	40
2.1.2 Específicos.	40
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO	41
2.2.1 Definición, usos y especificaciones.	41
2.2.2. Productos sustitutos	42
2.2.3 Productos Complementarios	43
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	43
2.3 MERCADO PONTENCIAL Y OBJETIVO	43
2.3.1 Mercado potencial	43
2.3.2. Mercado objetivo	43
2.4 LA DEMANDA	44
2.4.1 Investigación de mercados	44
2.4.2 Tabulación – presentación y análisis de resultados	46
2.4.3 Estimación de la demanda	54
2.4.4 Proyección de la demanda	55
2.5 LA OFERTA	55
2.5.1 Análisis de la Situación actual de la competencia.	55
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	56

2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	56
2.8	ESTRATEGIA DE PRECIOS.	57
2.9	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.	58
2.9.1	Estrategia de publicidad.	58
2.9.2	Estrategia de Promoción	58
2.9.3	Lema	59
2.9.4	Análisis de medios	59
2.9.5	Selección de medios	62
2.9.6	Estrategias Publicitarias	63
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción	64
2.10	RESUMEN EJECUTIVO DEL ESTUDIO DE MERCADOS	64
3.	ESTUDIO TÉCNICO	66
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	66
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	66
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	68
3.1.3	Capacidad del proyecto	69
3.1.3.1	Capacidad total Diseñada	69
3.1.3.2	Capacidad instalada y utilizada	70
3.2	LOCALIZACION GEOGRAFICA DE GÉSTICALWALEXTGTON S.A.S	70
3.2.1	MACROLOCALIZACIÓN	70
3.2.2	Microlocalización	73
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	76
3.3.2	Descripción técnica del proceso.	77
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	78
3.3.3.1	Manual De Procedimientos	82
3.3.4	control de calidad	88
3.3.5	Recursos.	89
3.3.5.1	Recursos Físico.	89
3.3.5.2	Requerimiento Humano	90
3.3.5.3	Recurso de insumos	90
3.3.6	Análisis de Proveedores	91
3.3.7	Distribución En Planta	92
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	92
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	93
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	93
4.1.1	Situación jurídica	93
4.1.2	Requisitos de constitución de gesticalwalexgton	93
4.1.3	Estatutos de la Constitución de la Sociedad Anónima Simplificada	94
4.2	ELEMENTOS CORPORATIVOS	107
4.2.1	Misión	107
4.2.2	Visión	107
4.2.3	Objetivos	107
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	108

4.3.1 Organigrama	108
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	109
4.3.3 Asignación salarial	116
4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL DEL PROYECTO	116
5. ESTUDIO FINANCIERO	117
5.1 INVERSIONES	117
5.1.1 Inversión Fija	117
5.1.2 Inversión diferida	118
5.1.3 Inversión de Capital de trabajo	118
5.1.3.1 Costo del servicio	118
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	119
5.1.3.3 Gastos de administración y ventas	120
5.1.4 Fuentes de Financiación	121
5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS	122
5.3.1 Ingresos por Servicios Año 1	122
5.3.2 Ingresos por Servicios Año 2	123
5.3.3 Ingresos por Servicios Año 3	124
5.3.4 Ingresos por Servicios Año 4	125
5.3.5 Ingresos por Servicios Año 5	126
5.4 ESTADOS FINANCIEROS	127
5.4.1 Estado de resultados	127
5.4.2 Flujo de caja	127
5.4.3 Balances proyectados	129
5.5 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	130
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	131
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	131
6.2 IMPACTO SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	132
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	132
6.4 IMPACTO FINANCIERO	132
6.4.1 Valor presente neto.	132
6.4.2 Tasa Interna Retorno TIR.	133
7. CONCLUSIONES	136
8. RECOMENDACIONES	138
BIBLIOGRAFÍA	139
ANEXOS	140

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Localización de Ocaña	22
Figura 2. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la relevancia dada a los servicios a prestar en gestión de calidad	47
Figura 3. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la necesidad de invertir en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en su empresa	48
Figura 4. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña, sobre los servicios que estaría dispuesto a contratar	49
Figura 5. Opinión de los empresarios del sector servicios sobre los montos ajustados a su presupuesto para la cancelación del contrato por el servicio a utilizar	50
Figura 6. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la frecuencia de contratación de los servicios de Sistema de Gestión de la calidad.	51
Figura 7. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre los aspectos que tendría en cuenta a la hora de adquirir el servicio	52
Figura 8. Conocimiento de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre empresa que preste este servicio exclusivamente para este sector.	53
Figura 9. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre el medio de comunicación por el cual le gustaría recibir información sobre gestión de calidad	54
Figura 10. Logo de la empresa	59
Figura 11. Portafolio de servicios	63
Figura 12. Ubicación de área de localización de la empresa en el Mapa de Ocaña	71
Figura 13. Ubicación de la empresa en el plano de Ocaña	74
Figura 14. Diagrama de Proceso de prestación del servicio	82
Figura 15. Convocatoria para reunión de la Junta Directiva	83
Figura 16. Celebración de reunión de Junta de Asociados	84
Figura 17. Proceso de comprobante de egresos	85
Figura 18. Proceso de arqueo de caja	86
Figura 19. Proceso de comprobante de ingresos	87
Figura 20. Proceso de elaboración de cuentas de cobro	88
Figura 21. Plano del espacio físico para la localización	90
Figura 22. Distribución física de la empresa	92
Figura 23. Organigrama	108
Figura 24. Diagrama de flujo	133

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Inventario de actividades económicas, registradas en industria y comercio.	25
Tabla 2. Ficha técnica de la demanda	45
Tabla 3. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la relevancia dada a los servicios a prestar en gestión de calidad	47
Tabla 4. Opinión de los encuestados sobre la necesidad de invertir en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en su empresa	48
Tabla 5. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña, sobre los servicios que estaría dispuesto a contratar	48
Tabla 6. Opinión de los empresarios del sector servicios sobre los montos ajustados a su presupuesto para la cancelación del contrato por el servicio a utilizar	49
Tabla 7. Determinación de precios promedio.	50
Tabla 8. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la frecuencia de contratación de los servicios de Sistema de Gestión de la calidad	51
Tabla 9. Determinación de frecuencia de contratación de los servicios.	52
Tabla 10. Aspectos que tendría en cuenta a la hora de adquirir el servicio.	52
Tabla 11. Conocimiento del sector sobre una empresa que preste este servicio exclusivamente para las empresas de servicios de Ocaña.	53
Tabla 12. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre el medio de comunicación por el cual les gustaría recibir información sobre gestión de calidad	54
Tabla 13. Proyección de la Demanda para un horizonte de cinco años	55
Tabla 14. Presupuesto del evento de lanzamiento	64
Tabla 15. Demanda potencial	66
Tabla 16. Cantidad de demandantes Año 1	66
Tabla 17. Cantidad de demandantes Año 2	66
Tabla 18. Cantidad de demandantes Año 3	67
Tabla 19. Cantidad de demandantes Año 4	67
Tabla 20. Cantidad de demandantes Año 5	67
Tabla 21. Demanda de servicios año 1	67
Tabla 22. Demanda de servicios año 2	68
Tabla 23. Demanda de servicios año 3	68
Tabla 24. Demanda de servicios año 4	68
Tabla 25. Demanda de servicios año 5	68
Tabla 26. Factores de determinación de la macro – localización	72
Tabla 27. Determinación de la macro localización	73
Tabla 28. Factores de determinación de la micro – localización.	75
Tabla 29. Determinación de la micro localización:	75

Tabla 30. Ficha técnica del servicio	76
Tabla 31. Flujograma de proceso de prestación del servicio ION COMERCIAL	78
Tabla 32. Flujograma de proceso de la asesoría	80
Tabla 33. Flujograma de proceso para la capacitación GOMERCIAL	81
Tabla 34. Muebles y Enseres	89
Tabla 35. Equipo de Computación y comunicación	90
Tabla 36. Insumos mensuales	91
Tabla 37. Manual de funciones	109
Tabla 38. Determinación de Gastos de Nómina	116
Tabla 39. Equipo de Oficina	117
Tabla 40. Equipo de Computación y comunicación	117
Tabla 41. Total Inversión fija	117
Tabla 42. Gastos de Constitución	118
Tabla 43. Inversión diferida	118
Tabla 44. Proyección de costos	118
Tabla 45. Determinación de Gastos de Nómina	119
Tabla 46. Determinación de deducciones de Nómina Personal administrativo	119
Tabla 47. Determinación de deducciones de Nómina Asesores y capacitadores	119
Tabla 48. Gastos de personal Administrativo	119
Tabla 49. Costo de personal de Asesores y capacitadores	120
Tabla 50. Proyección Gastos de Nómina personal Administrativo	120
Tabla 51. Proyección Gastos de Nómina personal de Asesores y capacitadores	120
Tabla 52. Gastos Generales	120
Tabla 53. Proyección gastos generales	121
Tabla 54. Proyección gastos de ventas	121
Tabla 55. Inversión Capital de trabajo	121
Tabla 56. Inversión Total	121
Tabla 57. Fuentes de financiación	121
Tabla 58. Depreciación y Diferidos	122
Tabla 59. Proyección de cantidades de servicios por venta	122
Tabla 60. Proyección de precios	122
Tabla 61. Proyección de Ventas Asesorías	122
Tabla 62. Proyección de Ventas Capacitación	123
Tabla 63. Proyección de Ventas Capac. Ases	123
Tabla 64. Proyección de Ventas totales Año 1.	123
Tabla 65. Proyección de Ventas Asesorías	123
Tabla 66. Proyección de Ventas Capacitación	123
Tabla 67. Proyección de Ventas Capac. Ases	124
Tabla 68. Proyección de Ventas totales Año 2.	124
Tabla 69. Proyección de Ventas Asesorías	124
Tabla 70. Proyección de Ventas Capacitación	124
Tabla 71. Proyección de Ventas Capac. Ases	124
Tabla 72. Proyección de Ventas totales Año 3.	125
Tabla 73. Proyección de Ventas Asesorías	125

Tabla 74. Proyección de Ventas Capacitación	125
Tabla 75. Proyección de Ventas Capac. Ases	125
Tabla 76. Proyección de Ventas totales Año 4.	125
Tabla 77. Proyección de Ventas Asesorías	126
Tabla 78. Proyección de Ventas Capacitación	126
Tabla 79. Proyección de Ventas Capac. Ases	126
Tabla 80. Proyección de Ventas totales Año 5.	126
Tabla 81. Proyección de Ingresos totales por ventas	126
Tabla 82. Estado de resultados	127
Tabla 83. Flujo de Caja	127
Tabla 84. Flujo de Inversión	128
Tabla 85. Flujo de Efectivo	128
Tabla 86. Balances proyectados	129
Tabla 87. Punto de Equilibrio	131
Tabla 88. Comprobación punto de equilibrio	131
Tabla 89. Periodo de recuperación	134
Tabla 90. Análisis de las Razones Financieras	134

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONSULTORIA ESPECIALIZADA EN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD ISO 9001 PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN LA CIUDAD DE OCAÑA*

AUTORES: LEON VELASQUEZ Sindy Alexandra
SANJUAN MUÑOZ Willigton**

PALABRAS CLAVES: Calidad, Verificación, Certificación, Consultora, ISO, Competitividad.

CONTENIDO

Se requiere estudiar la factibilidad de crear una Empresa Consultora que gestione la calidad en la ciudad de Ocaña, un mercado en el que existe una demanda insatisfecha no cubierta por empresas de la región que puede ser aprovechada para brindar un servicio oportuno y continuo con proximidad al mercado y un alto nivel de satisfacción.

Para tal fin se desarrollaron diferentes estudios. Un estudio de mercados para determinar rasgos característicos de la demanda y de la oferta, establecer estrategias de ventas, promoción y publicidad y comprobar la viabilidad del proyecto desde el punto en el mercado. Un estudio técnico para macro – localización y micro – localización del proyecto, el tamaño de la empresa y el proceso técnico a llevar a cabo. Un estudio legal y administrativo donde se esquematizo la estructura jurídica, la forma social de la empresa, y se diseño la estructura organizacional y se establecieron las funciones para los diferentes cargos buscando una eficiencia y funcionalidad para la empresa. Un estudio financiero para determinar las inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo necesarias para la prueba en marcha del proyecto, establecer los costos, determinar las fuentes de financiación, y estimar el punto de equilibrio y se elaboraron los estados financieros básicos.

Finalmente, un estudio para establecer la viabilidad financiera de la empresa, determinar el beneficio generado por el proyecto desde el punto de vista ambiental y las implicaciones sociales que este tiene.

* Proyecto de grado

** Universidad Industrial de Santander, Institute of Regional EProyección IPRED and Distance Education, Business Management, Director: Enrique Figueroa Jairo Camargo.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A SPECIALIZED COMPANY CONSULTANCY MANAGEMENT SYSTEM ISO 9001 QUALITY COMPANIES FOR SERVICES IN THE CITY OF OCAÑA*

AUTHOR: LEON VELASQUEZ Sindy Alexandra
SANJUAN MUÑOZ Willigton**

KEYWORDS: Quality, Testing, Certification, Consultant, ISO, Competitiveness

CONTENT

It requires studying the feasibility of creating a consulting firm to manage quality in the town of Ocana, a market where there is unmet demand not covered by companies in the region that can be harnessed to provide timely service and continuous proximity market and a high level of satisfaction.

To this end, several studies were developed. A market research to determine characteristics of demand and supply, set sales strategies, advertising and promotion and test the feasibility of the project from the point in the market. A technical study to macro - and micro location - location of the project, company size and the technical process to be carried out. A legal and administrative study which outlines the legal, social form of the company, and designed the organizational structure and functions were established for different positions looking for efficiency and functionality for the company.

A financial study to determine the fixed investments, deferred and working capital required for the test launch of the project, determine costs, identify funding sources, and estimate the equilibrium point and developed the basic financial statements.

Finally, a study to establish the financial viability of the company, determine the profit generated by the project from the environmental point of view and the social implications that this has.

* Project grade

** Universidad Industrial de Santander, Institute of Regional EProyección IPRED and Distance Education, Business Management, Director: Enrique Figueroa Jairo Camargo.

INTRODUCCIÓN

La certificación en calidad se ha convertido en uno de los aspectos mas importantes y en uno de los puntos mas relevantes del accionar de las empresas ocañeras que quieren mejorar y estar a tono con los cambios y las exigencias de un mercado cada vez mas globalizado y orientado al desarrollo y crecimiento corporativo con base en la excelencia y la calidad.

De allí la importancia que tiene crear una empresa consultora que gestione la calidad en un mercado en donde existe una demanda insatisfecha no cubierta por empresas de la región que puede ser aprovechada para brindar un servicio oportuno y continuo con proximidad al mercado y un alto nivel de satisfacción.

Desde esta perspectiva existe la posibilidad y la capacidad para llegar al mercado, para desarrollar procesos técnicos, desarrollar inversiones, prestar el servicio y obtener el mercado tal y como lo demuestran los diferentes estudios desarrollados en la presente investigación.

Se partió de una demanda insatisfecha potencialmente probable y en el estudio de mercados se estableció que existía esta demanda y una gran factibilidad de aprovechar esta oportunidad y desarrollar un servicio integral que facilitara los procesos de certificación, control y seguimiento de la calidad.

Este estudio de mercados sirvió para determinar rasgos característicos de la demanda, establecer estrategias de ventas, promoción y publicidad para comprobar la viabilidad del proyecto desde un punto de vista en el mercado.

En el estudio técnico se estableció la macro-localización y micro-localización del proyecto, el tamaño de la empresa y el proceso técnico a llevar a cabo para prestar un servicio oportuno y eficaz.

En el estudio legal y administrativo se esquematizó la estructura jurídica, la forma social de la empresa y se plantearon directrices estratégicas determinando la misión, la visión y las políticas de la empresa, además de que se diseñó la estructura organizacional y se establecieron las funciones para los diferentes cargos buscando una eficiencia y funcionalidad para la empresa.

En el estudio financiero se determinaron las inversiones fijas, diferidas en capital de trabajo necesarias para la puesta en marcha del proyecto se establecieron sus costos, se determinaron las fuentes de financiación, se estimó el punto de equilibrio y se elaboraron los estados financieros básicos.

En el estudio administrativo se estableció la viabilidad financiera de la empresa con la aplicación de criterios técnicos financieros como el TIR , el VPN , la recuperación de la inversión y las razones financieras de liquidez , actividad y rotación ; se determinó el beneficio generado por el proyecto desde el punto de vista ambiental y las implicaciones sociales que tiene en el alza la economía generando empleo y asesorando empresas para que sean mas competitivas y productivas.

De esta forma se desarrolla un proyecto que implica necesariamente una coyuntura económica y social de gran validez, trabajo y aproximación a una realidad innegable en nuestro entorno corporativo y empresarial como lo es que la empresas deben buscar la certificación en calidad porque el mercado nacional y el internacional marcan las pautas de exigencia de este compromiso social y corporativo, que de no cumplirse tarde o temprano generara para la empresas que no lo hagan, que queden excluidas de la dinámica económica y financiera de un mercado cada día mas estricto y globalizado.

1. GENERALIDADES

1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE OCAÑA

La ciudad de Ocaña fue fundada el 14 de diciembre de 1570, por el capitán Francisco Fernández de Contreras, como parte del tercer proyecto poblador del oriente, patrocinado por la audiencia y el cabildo de Pamplona. La fundación tuvo por objeto la búsqueda de una vía que comunicara el núcleo urbano de Pamplona con el mar Caribe y el interior del Nuevo Reino¹.

Debido a la localización geográfica del poblamiento, la audiencia de Santa Fe, precedida por Andrés Díaz Venero de Leiva, determinó que la naciente Villa Quedara bajo la jurisdicción de la Provincia de Santa Marta, siendo Gobernador de esta, don Pedro Fernández del Busto.

El nombre le fue puesto al nuevo poblamiento, como homenaje a Fernández del Busto, natural de Ocaña, en España.

El Valle de Simalloa y desde aquí para esta ciudad todos los indígenas que hubiese en la Sierra de Chingale, hasta los indígenas de Zapatosa. Y desde allí cogiendo la sierra en la mano de esta ciudad y desde esta, hasta el robledal encima de los indígenas de cachiri corriendo por todos los páramos hasta los indígenas de cubia.

La fundación de Ocaña, como bien lo evidencian nuestros historiadores se debió fundamentalmente a la necesidad de crear un puerto de descanso y aprovisionamiento para los viajeros y comerciantes que desde Pamplona, Maracaibo y otras regiones adyacentes se desplazaban hacia el interior del país a la Costa Atlántica, así lo menciona Jorge Meléndez.

En 1975 Ocaña obtiene el título de ciudad. A finales del siglo XVI una vez sometidas las tribus de la región, se inician las colonizaciones cuyas áreas de influencia corresponden a lo que hoy se conoce como Provincia de Ocaña y algunas poblaciones del sur del cesar y de bolívar. En el transcurso de la guerra

¹Plan básico de ordenamiento territorial. 2002-2011, Ocaña Norte de Santander. p. 15

de la independencia, la zona de Ocaña cobra singular importancia estratégica. Aquí Bolívar (1813) quien denominó la Ciudad Brava y libre inicio su campaña de Venezuela con tropas monposinas y ocañeras.

El 9 de abril de 1928, se reunió en el templo de San Francisco (monumento nacional desde 1937), la convención constituye con el fin modificar la carta expedida en Cúcuta en 1821. En dicha convención se enfrentaron las facciones santanderistas y bolivarianas, produciendo el fracaso de la convención, la dictadura de Bolívar y finalmente la disolución de la Gran Colombia.

1.1.1 Localización de Ocaña. Ocaña está situada al Nor – Oriente del territorio colombiano, en el Departamento Norte de Santander. La provincia de Ocaña posee un área de 627.72 km², equivalente al 0.0541% del país².

La provincia de Ocaña posee una altura máxima de 20.65m sobre el nivel del mar y una mínima de 761 m sobre el nivel del mar.

La temperatura promedio de Ocaña es de 22° C. Piso térmico templado, con una temperatura no inferior a los 17, centígrados y tendencia al frío y al calor en sus límites superior e inferior. Clima tropical húmedo y seco con sequías bien marcadas y precipitaciones entre 1.000 y 2.000 milímetros anuales. Las lluvias que durante el primer semestre son escasas, se cuentan con ellas durante agosto, septiembre, octubre y noviembre que son aprovechadas para los cultivos semestrales.

De acuerdo con los datos del censo efectuadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 1993, el municipio ocupa el segundo lugar en población en el Departamento Norte de Santander.

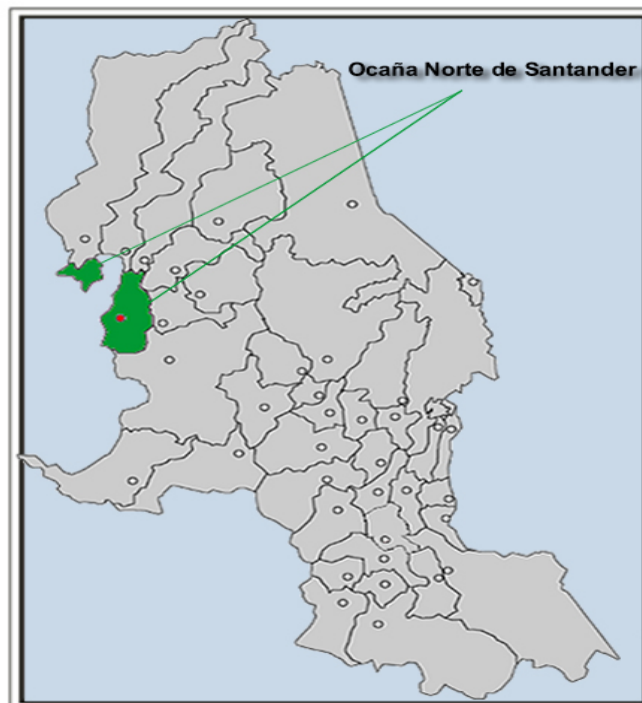
El área urbana cuenta con superficie aproximada de 6.96km², está dividida en seis comunas, con 153 barrios conformados según registros de la base.

1.1.2 Aspecto social de Ocaña. En el año 2010 el Municipio de Ocaña cuenta con una población total según Departamento Administrativo Nacional de Estadística, de 90.517 habitantes. Del total de la población de Ocaña el 47.7% son hombres y el 52.3% son mujeres. El 32.6% de la población de Ocaña nació

²Ibid., p. 17

en otro municipio. El 10.6% de la población mayor de 4 años reside actualmente en Ocaña procede de otro municipio y el 0.2% de otro país. El 42.6% de la población de Ocaña que cambio de residencia en los últimos cinco años lo hizo por razones familiares. El 31.4% por otra razón; el 15,0% por dificultad para conseguir trabajo y el 6,0% por amenaza para su vida. El 84.4% de las viviendas de Ocaña son casas. Aproximadamente el 68,02% de los hogares de Ocaña tiene 4 o menos personas. El 85,1% de la población de 5 años y más de Ocaña sabe leer y escribir. El 21,1% de las personas de 10 años y más de Ocaña viven en unión libre. El 10,4% de la población residente en Ocaña se autorreconoce como raizal, palenquero, negro, mulato, afrocolombiano, o afrodescendiente³.

Figura 1. Localización de Ocaña



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial

La educación está liderada por las instituciones públicas, con escasa cobertura en servicios de preescolar, básica primaria, secundaria, media académica, técnica y universitaria. La educación formal está organizada en núcleos educativos adscritos a la secretaria de educación departamental.

³Ibid., p. 20

EL Servicio Nacional de Aprendizaje SENA complementa a través de programas laborales y tecnologías la educación que prestan las instituciones antes mencionadas.

Administrativamente la educación en el municipio está organizada en cuatro núcleos educativos que reúne a todos los de estudiantes de preescolar, básica y educación media (académica y técnica).

Existen 29.999 niños, niñas y jóvenes entre 4 y 19 años en edad escolar según cálculos del estudio del Plan Básico de Ordenamiento Territorial, a partir de las estadísticas del DANE de 1993, de los cuales se encuentran matriculados en la instituciones educativas del sector público urbano 20.959 de acuerdo a la información suministrada por las dependencias de las jefaturas de núcleo de la administración municipal para el año 2002 , equivalente al 69.0% y 747 en el sector privado equivalente al 3.5% ante lo cual se presenta un déficit de 8.293 personas fuera del sistema educativo, que corresponden al 27.7% de la población objeto.

Lo anterior da una idea clara sobre las necesidades del sector educativo en Ocaña, se determinó que para una población en edad escolar, en los niveles preescolar, de básica primaria, básica secundaria, existen cupos. Otra situación que se deduce se puede estar presentando es la no asistencia al sistema educativo debido a la carencia de recursos económicos en grupos familiares de estratos socioeconómicos bajos⁴.

De los establecimientos educativos existentes 7 son de modalidad académica, 3 con modalidad técnica, 1 con modalidad artística, 1 con modalidad comercial y 1 con modalidad normal superior.

El sistema nacional de cultura está conformado por el Ministerio de Cultura, los Consejos Municipales, Distritales, y Departamentales de Cultura, los Fondos Mixtos de Promoción de la Cultura y las Artes, en general por las entidades públicas y privadas que desarrollen, financien, fomenten o ejecuten actividades culturales.

En la ciudad de Ocaña, faltan espacios adecuados para llevar a cabo actividades cultural, no existen políticas claras en las instituciones encargadas de su fomento

⁴Ibid., p.23

y producción, con relación a los procesos culturales, los creadores locales limitan sus actividades al marco local o regional, sin conexión alguna con el ámbito departamental y nacional, los artistas y escritores locales han descuidado la importancia que tiene la formación de gremios en las diferentes aéreas, la calidad de la creación en arte y literatura es deficiente, debido a la falta de educación y capacitación, el municipio no cuenta con una adecuada infraestructura para la comercialización de bienes culturales, en el municipio de Ocaña hay predominio de la música y la literatura, sobre otras áreas como las artes plásticas, la danza y el teatro, la administración municipal debe entrar a apoyar decididamente la organización y funcionamiento adecuado del consejo municipal de cultura por último se debe llevar ejercer un riguroso control sobre el manejo de los recursos destinados por ley al sector cultural⁵.

Los certámenes culturales relevantes en la ciudad de Ocaña son: - Desfile de los genitores: Creado en 1960 por Carmen Eliécer Quintero y Alfonso Carrascal Claro.

- Festival regional de teatro estudiantil: Iniciado en 1996 por iniciativa del profesor Dennis López.
- Carnavales: su iniciación data en 1945 se llevan a cabo los días 4, 5 y 6 de enero
- Festividad de la virgen de Torcoroma, involucra toda la comunidad católica de Ocaña, la cual se celebre el acontecimiento de la aparición el 16 de agosto de 1711.
- Festividad Patronal de Jesús Cautivo, agrupa los barrios del carretero, Villanueva, y sectores aledaños del sur de la ciudad.
- Festividad patronal de la Santa Cruz, Agrupa los barrios de la costa y el Tejarito, así como los sectores aledaños del occidente de Ocaña.
- Celebración de la semana santa, su origen se remonta a la época colonial
- Festividad patronal de san Antonio, tiene ocurrencia en los barrios de la piñuela y sectores aledaños del oriente de la ciudad.
- Concurso de poesía y canción Hernando Sanguino, organizado por el colegio Alfonso López

⁵Ibid., p.25

- Viernes de la cultura, organizado por la biblioteca pública municipal Luis Eduardo Páez Courvel y la asociación de escritores de la provincia de Ocaña. Se realiza desde 1997.

1.1.3 Aspecto económico. El Municipio de Ocaña es eminentemente comercial, con un 75.08% del total de establecimientos registrados al año 2007, de la misma manera y en orden de importancia la segunda actividad es la de servicios con 22% , entre otras y la actividad industrial se ubica en tercer lugar con 2.92%. Ver tabla número 1⁶.

Tabla 1. Inventario de actividades económicas, registradas en industria y comercio.

Actividad	N de establecimientos	Porcentaje
Comercial	1913	74.88
Comercial e industrial	1	0.04
Comercio y servicios	4	0.16
Industrial	72	2.8
Industrial y comercial	3	0.12
Servicios	573	22
Total	2.566	100

Fuente: Secretaria de Hacienda, año 2007

De lo anterior se concluye que los renglones económicos prevalecientes en la ciudad en los últimos años son: comercio y servicios, siendo preponderante desde el punto de vista de ordenamiento territorial el comercio; sin embargo en los últimos años la recesión económica que aqueja a nuestro país no ha sido indiferente con esta región y especialmente con esta actividad económica. Por lo anterior y tomando en cuenta el porcentaje importante que tiene el sector servicios, constituido principalmente por talleres de servicio al vehículo, salones de belleza, entidades financieras, empresas de transporte y salud, entre otras. Se abarco este sector para realizar el estudio de factibilidad.

- Actividad manufacturera en Ocaña. La ciudad actualmente presenta una estructura especialmente dedicada a la microempresa, donde sobresalen tradicionalmente los sectores tales como el procesamiento de la arcilla, alimentos, confecciones, entre otros. En los últimos años conforme, conforme al comportamiento nacional, las microempresas se han visto afectadas seriamente reduciendo sus niveles de producción y ventas, derivadas de la disminución de la demanda agregada regional; situación que en muchos casos ha traído consigo el

⁶Ibid., p.27

cierre y despido de trabajadores. Sin embargo sectores como los alimentos han logrado mantenerse por el tipo de demanda constante que el sector de la comercialización realiza y por ser parte de las necesidades básicas de la población; a pesar de sortear problemas como el contrabando.⁷

Así mismo, sectores como el de carpintería tanto metálica como de madera, han afrontado también serias dificultades, como consecuencia de la recesión vivida en el sector de la construcción

En síntesis Ocaña posee microempresas dedicadas a los bienes de consumo y bienes de capital; en los cuales solo sectores como el de alimentos han logrado resistir a través de los años los efectos negativos que la recesión económica y la situación social han traído. La tendencia general ha sido la de presentar comportamientos fluctuantes acordes a la coyuntura económica; razón por la cual su incidencia en las variables como el número de establecimientos y empleo de la ciudad se ha reducido.

- Sector primario de la ciudad de Ocaña: Producción Agrícola: Este sistema de producción predomina en zonas de tierras quebradas a planas, precipitaciones entre 800 y 2.500 mm anuales, el uso del suelo se encuentra bajo agricultura intensiva en especial cebolla ocañera en relevo con frijol y/o rotación con tomate, que representan el 94.30% del área sembrada; otro tipo de utilización lo constituye pequeñas áreas de cultivos permanentes de café, frutales y pastos, y semipermanentes de caña, piña, plátano y yuca.

Ganadería: La explotación ganadera en el municipio de Ocaña es de tipo extensivo no rectificada. Actualmente existe una población de 5.492 de cabezas en la cual se estima que un 70% corresponde al sistema de doble propósito.

Avicultura: La avicultura es una actividad importante en el municipio. De acuerdo con cifras de la URPA, la población avícola actual es de 100.00 aves de los cuales el 60% corresponde a aves de postura y reproducción el 40% a pollos de engorde.

Esta actividad se concentra principalmente en el corregimiento de venadillo, las veredas guayabal, aguas claras y la rinconada.

⁷Ibid., p.29

Piscicultura: en la actualidad se está implementando el cultivo de las especies de mojarra roja, cachama, carpa y bocachico en forma intensiva a través de la oficina de la UMATA, sirviendo de puente con la comunidad para la compra y la asistencia técnica para la producción.

1.2 SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD

La calidad es un concepto que ha evolucionado con los años ya que existe una gran variedad de formas de concebirla en las empresas, a continuación se detallan algunas de las definiciones que comúnmente son utilizadas en la actualidad⁸

La calidad es:

- Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.
- Cumplir las expectativas del cliente y algunas más.
- Despertar nuevas necesidades del cliente.
- Lograr productos y servicios con cero defectos.
- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.
- Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Sonreír a pesar de las adversidades.
- Una categoría tendiente siempre a la excelencia.
- Calidad no es un problema, es una solución.

Con lo anterior se puede concluir que la calidad se define como un proceso de mejoramiento continuo, en donde todas las áreas de la empresa participan

⁸Ibid., p. 30

activamente en el desarrollo de productos y servicios que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad.

1.3 TIPOS DE NORMAS

La internacional organization-for-standarization establece normas para todas las industrias con excepción de aquellas relacionadas con la ingeniería eléctrica y electrónica. Entre ellas se tienen:

1.3.1 Normas de Organización o Proceso. - ISO 9001:2008: Es una evolución con algunas modificaciones de la ISO 9001 versión 2000.

La norma ISO 9001:2008 especifica los requisitos de una empresa que quiera lograr certificarse demostrando su capacidad de satisfacer al cliente, cumplir con los reglamentos o leyes aplicables y manteniendo en marcha un sistema de gestión de la calidad que demuestre la mejora continua de la organización.

La norma se aplica a todo tipo de empresa independientemente de que produzca bienes o preste servicios, así como de su tamaño o especialidad.

Los principios son genéricos y será necesario adaptarlos a cada empresa según sus características.

Podrán producirse exclusiones dadas por la propia idiosincrasia de la empresa, pero solo en lo que se refiere a lo expresado en el capítulo 7 referido a la realización del producto o prestación del servicio.

La norma describe los 8 principios de gestión de la calidad:

Enfoque al cliente.

- Liderazgo.
- Participación del personal.
- Gestión de procesos.
- Gestión sistemática.
- Mejora continua.

- Toma de decisiones.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con proveedores.

La nueva versión de la norma ISO 9001:2008 fue publicada el pasado 15 de Noviembre del 2008, fruto del trabajo realizado por el Comité ISO TC/176/SC2.

La norma ISO 9001:2008 mantiene de forma general la filosofía del enfoque a procesos y los ocho principios de gestión de la calidad, a la vez que seguirá siendo genérica y aplicable a cualquier organización independientemente de su actividad.

Si bien los cambios abarcan prácticamente la totalidad de los apartados de la norma, éstos no suponen un impacto para los sistemas de gestión de la calidad de las organizaciones basadas en la ISO 9001:2000, ya que fundamentalmente están enfocados a mejorar o enfatizar aspectos como: - Importancia relevante del cumplimiento legal y reglamentario.

- Alineación con los elementos comunes de los sistemas ISO 14001.
- Mayor coherencia con otras normas de la familia ISO 9000.
- Mejora del control de los procesos subcontratados.
- Aumento de comprensión en la interpretación y entendimiento de los elementos de la norma para facilitar su uso.
- Eliminación de ambigüedades en el tratamiento de algunas actividades.

Algunos de los cambios más significativos son:

Apartado de la norma Cambios. Cambios de la norma ISO 9001:2008 con respecto a la ISO 9001:2000/19.

Requisitos Generales. Se sustituye el término “identificar” por “determinar” y se incorpora el matiz de “cuando sea aplicable”. Se sustituye “el control sobre dichos procesos” por “el tipo y grado de control a aplicar sobre dichos procesos”, e “identificado” por definido.

Responsabilidad de la Dirección. Se matiza que el representante tiene que ser un miembro de la dirección de la organización⁹.

Gestión de los Recursos. El personal que realice trabajos que afecten a la conformidad de los requisitos debe ser competente con base a la educación, formación, habilidades y experiencia. Proporcionar formación para lograr la competencia necesaria, cuando aplique. Asegurarse que la competencia necesaria se ha logrado (no la efectividad de las acciones tomadas).

Generalidades. Se sustituye “calidad del producto” por “conformidad con los requisitos del producto”. La conformidad de los requisitos puede verse afectada por el personal que desempeña las tareas.

Ambiente de trabajo. Se incorpora una aclaración sobre lo que es “ambiente de trabajo” como las condiciones en las cuales se realiza el trabajo, incluyendo factores físicos, ambientales y de otro tipo.

Determinación de los requisitos relacionados con el producto. Se aclara cuáles son las actividades posteriores a la entrega del producto: garantía, mantenimiento, reciclaje.

Planificación del diseño y desarrollo. Se aclara la forma de cómo llevar a cabo y registrar la revisión, la verificación y la validación del diseño. De forma separada o en cualquier combinación que sea adecuada.

Satisfacción del cliente Se aclara las distintas fuentes que se pueden usar para el seguimiento de la percepción del cliente: encuestas, datos del cliente, análisis de pérdida de negocio, felicitaciones, informes de comerciales.

Seguimiento y medición de los procesos. Se aclara que el tipo y grado de seguimiento y medición

Los certificados emitidos en base a ISO 9001, 2000 tienen el mismo reconocimiento que los emitidos con la nueva norma. No obstante existe un

⁹La cultura de la calidad bajo las normas ISO en las empresas de Neiva. DUCUARA MANRIQUE, ALBERTO. Universidad Sur colombiana. Neiva, 2005.

periodo para que las organizaciones puedan migrar sus certificados después de una auditoría rutinaria de seguimiento o renovación.

Un año después de la publicación de ISO 9001, 2008, todas las certificaciones acreditadas emitidas (otorgamientos o renovaciones) deben ser con la ISO 9001, 2008.

Veinticuatro meses después de la publicación por ISO, de la ISO 9001:2008, cualquier certificación emitida con ISO 9001, 2000 existente no será válida.

- ISO 14001. Sistema de administración ambiental – especificaciones con lineamientos para uso.
- ISO 14004. Sistemas de administración ambiental – lineamientos generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo o soporte.
- ISO 14010. Lineamientos para auditorías ambientales – principios de auditorías ambientales.
- ISO 14001/1. Lineamientos para auditoría ambiental – procedimientos para auditoría – auditoría de sistemas de administración ambiental.
- ISO 14012. Lineamientos de auditoría ambiental – criterios de calificación para auditores ambientales.
- ISO 14013. Administración de programas de auditoría ambiental (trabajo nuevo, tema propuesto).
- ISO 14014. Revisiones iniciales (trabajo nuevo, tema propuesto)
- ISO 14015. Evaluaciones ambientales del sitio (trabajo nuevo, tema propuesto).
- ISO 14031. Evaluación del desempeño ambiental.

1.3.2 Normas orientadas al producto. ISO 14020: marcado (etiquetado) ambiental – principios generales.

- ISO 14021. Términos y definiciones para auto declaración de reclamaciones ambientales.
- ISO 14022. Marcado (etiquetado) ambiental – principios generales.

- ISO 14023. Marcado (etiquetado) ambiental – metodologías de prueba de verificación.
- ISO 14024. Principios guías, prácticas, y criterios múltiples basados en programas (tipo I) – guía para procedimientos de certificación.
- ISO 14040. Administración ambiental – evaluación del ciclo de vida – objetivo y definiciones/ enfoque y análisis de inventario.
- ISO 14041. Administración ambiental – evaluación del ciclo de vida – evaluación del impacto del ciclo de vida¹⁰.
- ISO 14042. Administración ambiental – evaluación del ciclo de vida – evaluación del impacto del ciclo de vida.
- ISO 14043. Administración ambiental – evaluación del ciclo de vida – interpretación.
- ISO 14060. Normas guías para la inclusión de aspectos ambientales en productos.
- ISO 18000 y 18001. Sistemas de gestión de seguridad y salud ocupacional con los requisitos de OHSAS.

Existen otras normas exigidas en Colombia tales como:

Buenas prácticas de manufactura (BPM) y el sistema de análisis de peligros y punto críticos de control (HACCP).

Las BPM, son un conjunto de normas diseñadas y usadas para asegurar que todos los productos satisfacen los requerimientos de identidad, concentración, seguridad y eficacia que garantice que los productos cumplan satisfactoriamente del requerimiento de calidad y necesidades del cliente. Su objetivo principal es buscar siempre la mejor forma de fabricar un producto limpio y de excelente calidad para garantizar la satisfacción del cliente.

¹⁰LOPEZ RODRIGUEZ, Alba Ligia, HERNANDEZ Edgard Miguel, ROZO Jesús María. Hospital Milton JANUARIO RUEDA VARON. Universidad Antonio Nariño, Facultad de Administración de Empresas. Implementación de las Normas de Aseguramiento de la calidad a las MIPYMES. Bucaramanga. 2005. p. 2

Se aplican a: - Industria farmacéutica.

- Industria cosmética.
- Industria alimenticia.
- Proveedores de las anteriores.

Es importante aclarar que dentro de las BPM aparece recomendado otro subsistema denominado HACCP el cual es un sistema que identifica, evalúa y controla los peligros que son significativos para la inocuidad de los alimentos (codexalimentariuscomision) (OMS- FAO) (JULIO 1998).

El sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP), es un enfoque sistemático para identificar peligros y estimar los riesgos que pueden afectar la inocuidad de un alimento, a fin de establecer las medidas para controlarlos. Se trata de un sistema que hace énfasis en la prevención de los riesgos para la salud de las personas derivados de la falta de inocuidad de los alimentos, el enfoque está dirigido a controlar esos riesgos en los diferentes eslabones de la cadena alimentaria, desde la producción primaria hasta el consumo final, de ahí la importancia de que se conozcan y establezcan controles con la manipulación de alimentos. Como una gran parte del comercio pequeño e informal de las grandes, medianas y pequeñas ciudades colombianas se basa en la preparación, venta y distribución de alimentos, como es el caso de los restaurantes pequeños, ventas de empanadas, tamales y otro tipo de comidas rápidas que la mayoría de las veces no tiene control por parte de las entidades sanitarias y que por no planificar su producción no son rentables como deberían serlo, y que constituyen una riqueza cultural de cada región que atrae turismo, generando empleo con los consiguientes beneficios sociales conexos.

Las normas ISO organizan un sistema que puede ser usado por empresas de todos los tamaños y tipos, en todo el mundo. Estos estándares pueden ser aplicables a todos los sectores de la empresa por lo que pueden ser implementados en toda la organización o solo en partes específicas de la misma (producción, venta, administración, depósitos, transporte, desarrollo, etc.), no hay una actividad industrial o de servicios específicos para aplicar estas normas.

1.3.3. Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009 Para Empresas Públicas¹¹. Esta norma especifica los requisitos para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad aplicable a la rama ejecutiva del poder público y otras entidades prestadoras de servicios.

Esta norma está dirigida a todas las entidades, y se ha elaborado con el propósito de que éstas puedan mejorar su desempeño y su capacidad de proporcionar productos y/o servicios que respondan a las necesidades y expectativas de sus clientes.

La orientación de esta norma promueve la adopción de un enfoque basado en procesos, el cual consiste en determinar y gestionar, de manera eficaz, una serie de actividades relacionadas entre sí. Una ventaja de este enfoque es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales que forman parte de un sistema conformado por procesos, así como sobre su combinación e interacción.

Este enfoque permite mejorar la satisfacción de los clientes y el desempeño de las entidades, circunstancia que debe ser la principal motivación para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, y no simplemente la certificación con una norma, la cual debe verse como un reconocimiento, pero nunca como un fin.

1.4 ORGANISMOS CERTIFICADORES INTERNACIONALES

- **ISO** (International Organization for Standardization)
- **IEC**. Comisión Electrotécnica Internacional (CEI)
- **AENOR** (miembro de **CEN**) Comité Europeo de normalización.
- **CCITT**. Comité Consultivo Internacional Telegráfico y Telefónico.
- **ANSI**. American National Standards Institute.
- **CENELEC**. Comité Europeo de Normalización Electrotécnica¹²
- **ETSI**. Instituto europeo de normas de telecomunicación.
- **UDE**. Normas alemanas de ingeniería eléctrica.
- **UNE**. Las **UNE (Una Norma Española)**, son un conjunto de normas tecnológicas creadas por los Comités Técnicos de Normalización (CTN), de los

¹¹ www.accionsocial.gov.co/documento/5147_NTCGP1000-2009p.1

¹². Reglamentación de compatibilidad electromagnética .Escrito el 07 de Julio de 2008 .www.xuletas.es/fichas/otrosorganismos/certificadores

que forman parte todas las entidades y agentes implicados e interesados en los trabajos del comité (AENOR, fabricantes, consumidores y usuarios, administración, laboratorios y centros de investigación).

1.5. ORGANISMOS CERTIFICADORES EN COLOMBIA

En Colombia existen organismos que certifican a las empresas, entre ellos se tienen:

Icontec. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, organismo de carácter privado, sin ánimo de lucro, constituido legalmente, acreditado por la superintendencia de industria y comercio como organismo de certificación de productos industriales, de sistemas de calidad en el sector industrial y de sistemas de administración ambiental.

- **SGS.** Colombia SA: Inicio sus actividades en 1956 en buenaventura con la supervisión de productos agrícolas y en 1976 fue fundada en Colombia SGS como empresa especializada en el control e inspección de todos los servicios relacionados con la calidad.

Opera en toda Colombia en las principales ciudades y puertos del país, vigilado por la superintendencia de puertos con dos laboratorios en barranquilla y Cartagena acreditados por la superintendencia de industria y comercio.

- **B.V.Q.I.** Colombia Ltda. Bureau Veritas Quakity-Internacional (B.V.Q.I) es una Subsidiaria del grupo bureau veritas (presente en 150 países) en la actualidad cuenta con oficinas en 60 países y más de 1200 auditores con amplia formación y experiencia.

Para la ejecución del proyecto se eligió trabajar con el ente asegurado - **B.V.Q.I.** Colombia Ltda. Bureau Veritas Quakity-Internacional (B.V.Q.I) Esta cobertura internacional permite brindar un servicio de certificación independiente tanto a empresas de estructuras sencillas como a multinacionales en cualquier lugar del mundo.

1.6 EL ASEGURAMIENTO

Antecedentes del aseguramiento de la calidad: El aseguramiento de la calidad está dirigido a los proveedores, contrario a los sistemas de gestión de la calidad ISO 9000 en donde son los compradores que lo exigen de los fabricantes.¹²

Definición de aseguramiento de la calidad: Existen muchas definiciones sobre aseguramiento de la calidad:

- El conjunto de acciones planeadas y sistemáticas, necesarias para generar una confianza adecuada de que un producto y servicio podrá satisfacer todos los requerimientos de calidad dados (ISO 8402).
- Todas las acciones planeadas y sistemáticas necesarias para generar una confianza adecuada de que un producto y servicio podrá satisfacer las necesidades dadas (ANSI- ASQA.3 1978).
- Acciones sistemáticas realizadas por los fabricantes para asegurar completamente los requerimientos de calidad de los consumidores (JIS Z 8101)
- Asegurar la calidad requerida para que los consumidores puedan usar con confianza y satisfacción los productos que compran y que lo puedan seguir usando por mucho tiempo (K.IshiKawa)¹³.

El aseguramiento de la calidad en nuestra empresa de consultoría especializada en el sistema de calidad ISO 9001, generaría la confianza de que el servicio satisfaga todos los requerimientos de calidad dados. Es decir, el aseguramiento de la calidad comprende todas las actividades planeadas y sistemáticas que se implantan dentro del sistema de calidad, las cuales se demuestran cuando sea necesario, a fin de ofrecer la confianza necesaria de que una entidad cumplirá con los requisitos de calidad.

¹³ICHIRO, Jorge. Seminario aseguramiento de la calidad. Bogotá. 2006. p. 15.

1.7 ASPECTOS LEGALES

El sistema de gestión de la calidad para la rama ejecutiva del poder público y en otras entidades prestadoras de servicios (públicas), se creó mediante el decreto 410 de 2004, donde se decreta que se crea el sistema de gestión de la calidad de las entidades del estado, como una herramienta de gestión sistemática y transparente que permita dirigir y evaluar el desempeño institucional, en términos de calidad y satisfacción social en la prestación de los servicios a cargo de las entidades y agentes obligados, la cual estará enmarcada en los planes estratégicos y de desarrollo de tales entidades.

1.7.1. La Constitución Política de Colombia, Norma de Normas 1991¹⁴.

Artículo 1. Colombia es un estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas.

Artículo 38. Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

Artículo 78. La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.

Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las

¹⁴Constitución Política de Colombia, 1991

organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

Nuevo Código de Comercio, Ley 550 Diciembre 30 de 1999 – Decreto 222 del 2000¹⁵.

De las Sociedades Comerciales

Artículo 98. Por el contrato de sociedad dos ó más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.

Artículo 110. La sociedad comercial se constituirá por escritura pública

Artículo 117. La existencia de la sociedad y las cláusulas del contrato se aprobarán con certificación de la cámara de comercio del domicilio principal, en la que constatará el número, fecha y notaría de la escritura de constitución y de las reformas del contrato, si las hubiere; el certificado expresará, además, la fecha y el número de la providencia por la cual se le concedió permiso de funcionamiento y, en todo caso, la constancia de que la sociedad no se halla disuelta.

Artículo 122. El capital social será fijado de manera precisa, pero podrá aumentarse o disminuirse en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada y formalizada de conforme a la ley.

Artículo 149. Sobre el capital social solamente podrán pactarse intereses por el tiempo necesario para la preparación de la empresa y hasta el comienzo de la explotación de la misma.

Artículo 181. Los socios de toda compañía se reunirán en junta de socios o asamblea general ordinaria una vez al año, por lo menos en la época fijada en los estatutos.

¹⁵Nuevo Código de Comercio, Ley 746 de 2002, Decreto 1355, Agosto 4 de 1970, Ley 746 de 2002, Decreto 1355, agosto 4 de 1970

Artículo 196. La representación de la sociedad y la administración de sus bienes y negocios se ajustarán a las estipulaciones del contrato social, conforme al régimen de cada tipo de sociedad.

Artículo 203. Deberán tener Revisor Fiscal.

Artículo 225. Durante el período de la liquidación la junta de socios o la asamblea se reunirá en las fechas indicadas en los estatutos para sus sesiones ordinarias.

Artículo 303. La razón social se formará con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios seguido de las expresiones “y compañía”; “hermanos”; “e hijos” u otras análogas, si no se incluyen los nombres completos o los apellidos de todos los socios.

1.7.2. Ley 232 De 1993. En su totalidad pues reza de cómo se deben inscribir las empresas en la cámara de comercio y registrarse en la oficina de impuestos de cada municipio, así como todas y cada una de los requerimientos que deben cumplir en áreas de saneamiento ambiental, seguridad industrial, manejo ambiental.

Teniendo en cuenta las anteriores normas y leyes, es decir los aspectos legales del proyecto, este es viable ya que no plantea problemas de tipo normativo.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar el estudio de mercados para obtener información sobre la demanda y la oferta que permita identificar el grado de aceptación de la empresa consultora y asesora en la implementación del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 versión 2008 para las empresas del sector servicios en la ciudad de Ocaña

2.1.2 Específicos.

- Cuantificar la demanda del servicio y determinar las expectativas de crecimiento de la misma con base en el comportamiento futuro.
- Determinar la oferta con base en la demanda y proyectar su crecimiento y comportamiento futuro.
- Estipular el precio del servicio con base en el costo de la prestación del mismo.
- Desarrollar un plan de atención a los usuarios con base en la distribución de los servicios a prestar de acuerdo al portafolio diseñado.
- Diseñar el programa publicitario y promocional para dar a conocer la existencia de la empresa y sus servicios.
- Comprobar si existe el interés de implementar un sistema de gestión de calidad en las empresas del sector servicios.
- Indagar porque las empresas de servicios desean implementar los sistemas de gestión de la calidad.
- Analizar con qué frecuencia estarían las empresas de servicios dispuestas a contratar el servicio de consultoría en sistema de gestión de calidad.
- Identificar los aspectos que tienen en cuenta las empresas de servicios, al momento de contratar la consultoría en el sistema de gestión de calidad.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones.

- Servicio: servicio de consultoría especializada en la implementación de sistemas de gestión de la calidad, según requerimientos de la norma ISO en sus diversas modalidades y sus futuras modificaciones.
- Definición y características. La consultoría es un servicio de apoyo a las organizaciones, a través de la intervención, guía y apoyo a sus diferentes actividades con el propósito de mejorar los diferentes procesos internos, incorporando nuevos instrumentos, generando mecanismos y llevando a cabo un apoyo continuo y permanente. Es decir se trata de un proceso de seguimiento, acompañamiento, asesoría y gestión de la calidad para que las empresas desarrollen los procesos y cumplan con las especificaciones y requerimientos exigidos por los organismos encargados de certificar la calidad de una empresa.

Las principales ventajas que genera la consultoría son las siguientes:

- Disponer de expertos en un área o varias. Una consultoría dispone de una serie de profesionales expertos en determinadas áreas con conocimientos y experiencias contrastadas.
- Objetividad y claridad ya que aportan una visión externa a la empresa. Muchas veces ser parte de la situación (o del problema) hace que no se vea la realidad con la suficiente claridad. Solo con tener una visión externa hace que un consultor aporte valor.
- Poder afrontar importantes cambios en un corto periodo de tiempo. Debido a que los equipos de consultores pueden estar formados con importantes recursos y su habilidad para gestión del cambio hace que se puedan afrontar grandes proyectos en un periodo limitado de tiempo.
- Habilidades de gestión del cambio. Los consultores deben tener habilidades para gestionar el cambio organizacional. Sin embargo es habitual que en el interior de una organización, las personas propias de la organización no tengan esta competencia debido a que no es habitual el cambio en el día a día de una organización.

- Visión global: haber participado en diversos factores y organizaciones permite aportar una visión global de las mejores prácticas tanto sensorial como de otros sectores.

Oportunidad: es un servicio que se ofrece en forma inmediata, la empresa está en capacidad de iniciar labores tan pronto sean solicitado los servicios y elaborado el contrato.

- .Confiabledad: es un servicio orientado al desarrollo de las normas ISO 9001, con un alto nivel técnico y con un personal experto, por lo que el servicio va a generar un 100% de confiabilidad.
- .Tipo de servicio: es un servicio de consultoría especializado y orientado a las normas ISO 9001.
- .Garantía: es un producto que está garantizado en base a un personal capacitado y a una excelencia en el diseño y prestación del servicio.
- Usos: la consultoría especializada en calidad tiene múltiples usos:
 - Para un apoyo constante en los procesos de calidad total.
 - Para guía temporal de inicio, cambios o desarrollo de nuevos procesos dentro de las empresas que implantan procesos de calidad total.
 - Para capacitación de empleados y directivos sobre calidad total.
 - Para articular procesos interinstitucionales en calidad total.

Objetividad y claridad. La asesoría a porta valor a través del mejoramiento de la visión externa.

Oportunidad. El servicio será prestado en la fecha, hora y lugar que el cliente indique.

Garantía. El personal capacitado de la empresa permite garantizar el servicio con eficiencia y eficacia.

2.2.2. Productos sustitutos. Haciendo referencia a estos servicios se encuentra que en la cámara de comercio de la ciudad de Ocaña, no existen empresas

similares que puedan ofrecer los servicios objeto de creación de la empresa en proyecto. A nivel regional (Cúcuta y Bucaramanga) si existen empresas que por la cercanía pueden ofrecer dichos servicios, pero no tienen ninguna una estructura física se encuentra ningún registro en la cámara de comercio de Ocaña de empresas certificadas por estas ciudades cercanas.

2.2.3 Productos Complementarios. La empresa adicionalmente ofrecerá el servicio de capacitación en procesos, la cual se identifica como el desarrollo de las habilidades del personal de las organizaciones solicitantes, en el diseño implementación, evaluación y control de procesos.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. En caso de que asesores de Cúcuta y Bucaramanga incursionaran en el mercado la empresa local, nuestra empresa será privilegiada en cuanto a la cercanía con los demandantes, aspecto que le permitirá: atención ágil y oportuna; respuesta inmediata ante reclamaciones, seguimiento permanente y precios más bajos; beneficios que no otorgan las empresas de Cúcuta y Bucaramanga. Cabe mencionar que en la cámara de comercio de la ciudad de Ocaña no existe ningún registro de que estas ciudades cercanas hayan asesorado a las empresas de servicios de la ciudad de Ocaña.

2.3 MERCADO PONTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial está conformado por todas las empresas de la ciudad de Ocaña. Según datos de la cámara de comercio de la ciudad de Ocaña, existen 3.358 empresas matriculadas;

2.3.2. Mercado objetivo. El mercado objetivo está conformado por las 1039 empresas de servicios que corresponden al 31% del total del mercado potencial. El trabajo está dirigido al sector servicios, que incluye los talleres de servicio al vehículo y entidades financieras, empresas de transporte, entre otras. El sector industrial de la ciudad de Ocaña está representado como unidades empresariales a nivel fami-empresas y micro-empresas con recursos económicos escasos y por tal razón el sector industrial no fue incluido dentro del estudio.

2.4 LA DEMANDA

Está constituida por las empresas del sector servicios de la ciudad de Ocaña que estén dispuestas a requerir: Asesoría en normas de calidad, capacitación en procesos y acompañamiento para certificación de calidad.

2.4.1 Investigación de mercados. La investigación de mercados es el proceso que lleva a la recolección de la información requerida para el desarrollo del proyecto.

- **Planteamiento del problema.** Desde el punto de vista del mercado, el proyecto tiene grandes posibilidades con una demanda actual de 1.039 empresas de servicios, las cuales no implementan el sistema de gestión de calidad, ni hacen otros trámites relacionados con la misma temática. Una oferta del 0% ya que no se encuentra ningún registro en la cámara de comercio de la ciudad de Ocaña, de empresas locales asesoras en el tema de Gestión de Calidad y tampoco existe ni una empresa certificada en Ocaña por asesores de empresas de Bucaramanga, Cúcuta o incluso Bogotá.

Es necesario analizar la forma en que se llevarían a cabo estos procesos en cuanto a precios, tiempo, entre otros, con el fin de determinar qué capacidad tendría el proyecto para atender la gran demanda que proyecta este servicio.

Con el fin de identificar el mercado potencial del proyecto y la dimensión de la oferta de los servicios, es por lo que se requiere plantear la siguiente investigación de mercados.

- **Necesidades de información.** En cuanto a la información necesaria para el desarrollo de la presente investigación se tiene: **Demanda.** Identificar la opinión que tienen las empresas del sector servicios de la ciudad de Ocaña sobre la implementación y capacitación en el sistema de gestión de calidad con base en la norma ISO 9001 versión 2008.

Capacidad adquisitiva. Determinar cuánto dinero invertirían en el pago a la firma especializada por los servicios prestados.

Disponibilidad de utilización del servicio. Conocer la intención en cuanto a la implementación del sistema de gestión de calidad.

Establecer la frecuencia de uso del servicio requerido por la empresa para implementar el sistema de gestión de calidad y /u otros servicios.

Identificar los aspectos que tendrían en cuenta para contratar los servicios ofrecidos por la empresa.

Conocer los medios de publicidad que utilizaría, al momento de seleccionar una empresa de consultoría especializada en gestión de calidad.

Identificar los motivos que lo llevarían a contratar los servicios ofrecidos por la empresa.

Establecer si la empresa contrataría otros servicios (Asesoría en normas de calidad, capacitación en procesos, acompañamiento para certificación), de una firma especializada. Ver anexo A. Encuesta.

Tabla 2. Ficha técnica de la demanda

Tipo de investigación	Descriptiva concluyente de tipo transversal. La investigación a realizar es de tipo descriptiva porque describe el comportamiento de las variables; es concluyente porque permite llegar a conclusiones sobre las variables y transversal porque se utiliza un instrumento físico.
Método de investigación	El método deductivo, permite pasar de lo general a lo particular.
Fuentes de información	Primaria: Las empresas del sector servicios. Secundaria: La cámara de comercio, Bibliotecas, Internet.
Técnicas de recolección de información	Encuesta, observación directa
Instrumento para recolectar la información	Cuestionario estructurado.
Modo de aplicación	Directo.
Definición de población:	1.039 empresas de la ciudad de Ocaña.

Elementos Poblacionales:	Gerentes, administradores, propietarios de las empresas.
Proceso de muestreo	
Marco muestral o censal:	Empresas medianas, según listado de la Cámara de Comercio de Ocaña Año 2010.
Variable	Símbolo
Población	N = 1039
Prevalencia	50%
Precisión	8.6%
Nivel de confianza	50%
$n = (zc)^2 * (p) * (q) / (B)^2$	$n = (1.645)^2 * (0.5) * (0.5) / (0.086)^2$
$n = (1.645)^2 * (0.5) * (0.5) / (0.086)^2$	n=91.
Alcance	Casco urbano de Ocaña
Tiempo de Aplicación	Diciembre 1 al 15 de 2010.

Fuente: Autores del proyecto.

Por tanto, se deben seleccionar aleatoriamente 91 representantes legales de igual número de empresas. Ello permitirá, en el caso que la prevalencia sea realmente del 50%, poder afirmar que en el 50% de los casos, la prevalencia de la población general oscila entre el 41% y el 59%. (50%+ o – 8.6%).

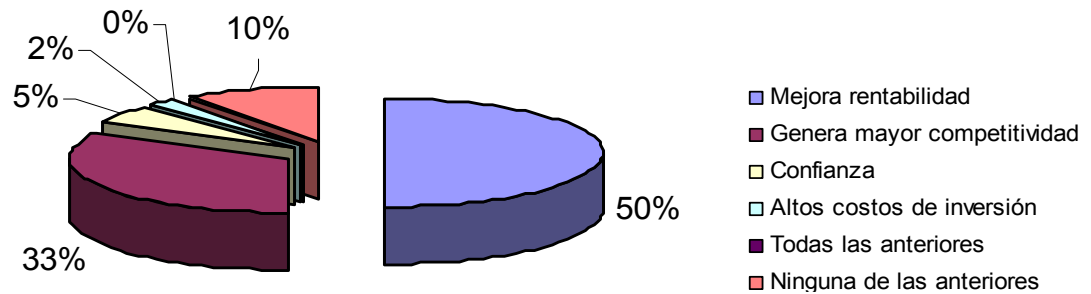
2.4.2 Tabulación – presentación y análisis de resultados. La información recopilada a través de la encuesta se consigna en tablas y gráficas que son reseñadas y analizadas a continuación, con el fin de cumplir con los objetivos de la investigación y satisfacer las necesidades de información de la presente propuesta.

Tabla 3. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la relevancia dada a los servicios a prestar en gestión de calidad

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora de rentabilidad	45	50%
Genera mayor competitividad	30	33%
Confianza	5	5%
Altos costos de inversión	2	2%
Todas las anteriores	0	0%
Ninguna de las anteriores	9	10%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 2. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la relevancia dada a los servicios a prestar en gestión de calidad



Fuente: Encuesta a empresarios

De acuerdo con los datos obtenidos en la investigación, los porcentajes de mayor relevancia lo constituyen el 50% y 33% que corresponde a quienes la considera importante para la empresa y generadora de mayor competitividad.

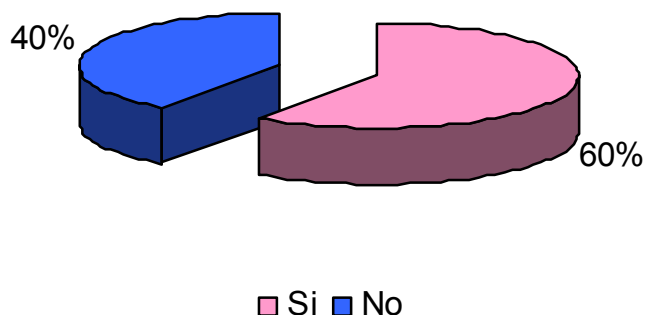
Para los encuestados lo más importante en una gestión de calidad, es el incremento en las ventas, fidelización de los clientes y la reducción de costos en todas las áreas. Los anteriores elementos optimizarían la rentabilidad.

Tabla 4. Opinión de los encuestados sobre la necesidad de invertir en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en su empresa

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	55	60%
No	36	40%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 3. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la necesidad de invertir en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en su empresa



Fuente: Encuesta a empresarios

Según los resultados de la encuesta el 60% de la población considera que es necesario invertir en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en su empresa, mientras un 40% opina lo contrario.

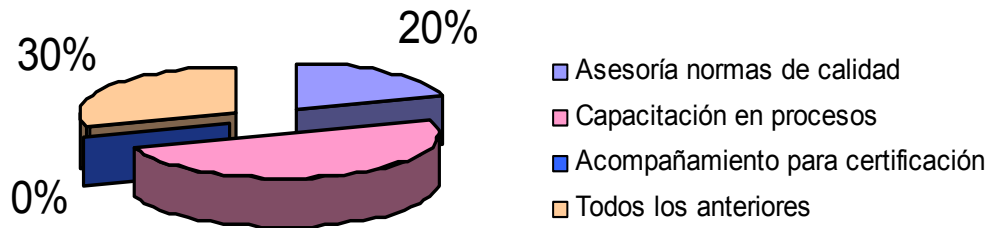
Los empresarios en su gran mayoría tienen claro que deben ir a la vanguardia en cuanto a calidad se refiere, buscando la competitividad en el sector en el cual se ubican y dispuestos a toda labor que sea necesaria para el mejoramiento continuo.

Tabla 5. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña, sobre los servicios que estaría dispuesto a contratar

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asesoría normas de calidad	18	20%
Capacitación en procesos	46	50%
Acompañamiento para certificación	0	0%
Todos los anteriores	27	30%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 4. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña, sobre los servicios que estaría dispuesto a contratar



Fuente: Encuesta a empresarios

El 50% de la población encuestada estaría dispuesta a contratar la capacitación en procesos, 30% todos los servicios ofrecidos en Sistema de Gestión de Calidad, mientras el 20% preferiría solo una Asesoría en normas de calidad.

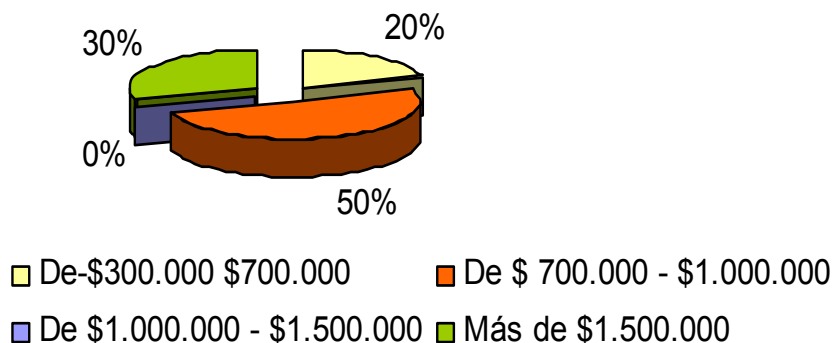
Es de resaltar que al ítem de la prestación del servicio de acompañamiento para la certificación, en la pregunta respecto a los servicios que estarían dispuestos a contratar los empresarios del sector servicios de la ciudad de Ocaña, el 100% de la población no adquiere el servicio de acompañamiento para certificación, cabe decir que no es que los encuestados no estén interesados en este servicio, el interés por el mismo se denota en el ítem todos los servicios anteriores, donde el 30% de los encuestados están interesados en el servicio de acompañamiento de certificación, Asesoría y capacitación en procesos.

Tabla 6. Opinión de los empresarios del sector servicios sobre los montos ajustados a su presupuesto para la cancelación del contrato por el servicio a utilizar

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$500.000	18	20%
\$850.000	46	50%
\$1.250.000	0	0%
Más de \$1.500.000	27	30%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 5. Opinión de los empresarios del sector servicios sobre los montos ajustados a su presupuesto para la cancelación del contrato por el servicio a utilizar



Fuente: Encuesta a empresarios

Teniendo en cuenta los resultados anteriores el 50% de la población encuestada está dispuesto a invertir entre \$700.000 y \$1.000.000 mientras que un 30% invertiría más de \$1.500.000, lo cual sirve de base para la implementación de precios para la nueva empresa.

Los montos seleccionados para invertir, tienen una estrecha relación con los servicios preferidos.

Tabla 7. Determinación de precios promedio.

PRECIO PROMEDIO	FRECUENCIA	PRECIO/FRECUENCIA
a) \$500.000	18	\$9.000.0000
b) \$1.350.000	46	\$62.100.000
c) \$1.250.000	0	\$0
d) \$1.500.000	27	\$40.500.000
Total	91	\$111.600.000
-		
$P = \frac{\sum \text{precio/frecuencia}}{n}$	$= \frac{\$111.600.000}{91}$	$= \$1.226.374$

Fuente: Autores del proyecto

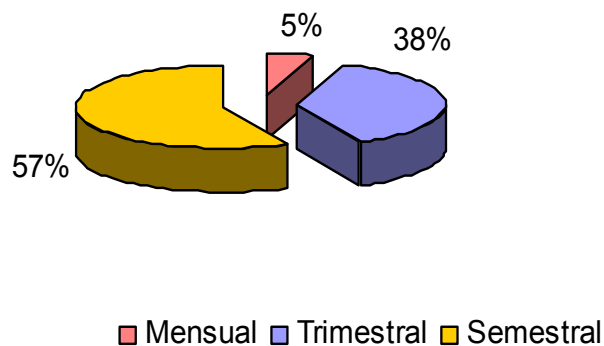
El precio promedio que estarían dispuestos a cancelar los empresarios del sector servicios de la ciudad de Ocaña es de \$1.226.374.

Tabla 8. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la frecuencia de contratación de los servicios de Sistema de Gestión de la calidad

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	5	5%
Trimestral	34	38%
Semestral	52	57%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 6. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre la frecuencia de contratación de los servicios de Sistema de Gestión de la calidad.



Fuente: Encuesta a empresarios

El 57% de la población encuestada estaría dispuesta a contratar estos servicios semestralmente para los Sistema de Gestión de Calidad, mientras un 38% de los empresarios manifestaron que lo harían trimestralmente.

La frecuencia de demanda mensual de los servicios, se relacionan con la asesoría en normas de calidad, la trimestral y semestral con los procesos de capacitación.

Tabla 9. Determinación de frecuencia de contratación de los servicios.

PERIODO	FRECUENCIA	PERIODO/FRECUENCIA
a) 1	5	5
b) 3	34	102
c) 6	52	312
Total	91	419
-		
$P = \frac{\sum \text{periodo/frecuencia}}{n}$	$= \frac{419}{91}$	$= 4.6$

Fuente: Autores del proyecto

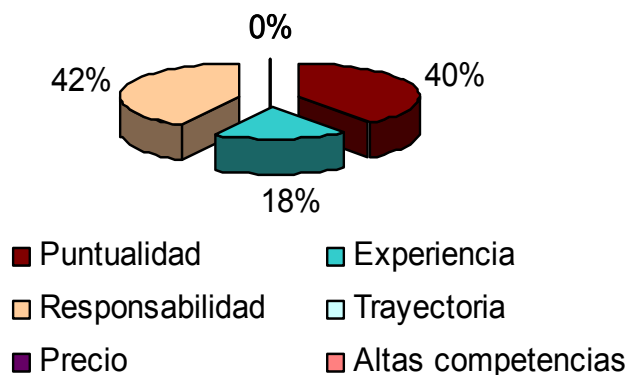
La frecuencia con la que contratarían los empresarios los servicios de asesoría y consultoría en la ciudad de Ocaña es de 4.6 meses en promedio.

Tabla 10. Aspectos que tendría en cuenta a la hora de adquirir el servicio.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad	37	40%
Experiencia	16	18%
Responsabilidad	38	42%
Trayectoria	0	0%
Precio	0	0%
Altas competencias	0	0%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 7. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre los aspectos que tendría en cuenta a la hora de adquirir el servicio



Fuente: Encuesta a empresarios

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos la empresa debe tener relevancia en cuanto a responsabilidad y puntualidad se refiere, ya que el 42% y 40% respectivamente de la población encuestada los consideran aspectos importantes.

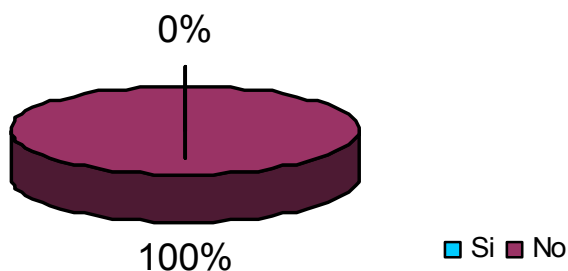
Los requerimientos de los clientes hacia la empresa, se fundamentan en responsabilidad, puntualidad y experiencia; esto implica el contacto directo y constante con los clientes por diversos medios, siempre con el objetivo de satisfacer sus requerimientos, informar resultados e inconvenientes y afianzar las relaciones.

Tabla 11. Conocimiento del sector sobre una empresa que preste este servicio exclusivamente para las empresas de servicios de Ocaña.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	91	100%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 8. Conocimiento de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre empresa que preste este servicio exclusivamente para este sector.



Fuente: Encuesta a empresarios

Según los resultados el 100% de la población no conoce ninguna empresa que preste este servicio exclusivo para este sector, siendo esta una buena oportunidad para incursionar en el mercado.

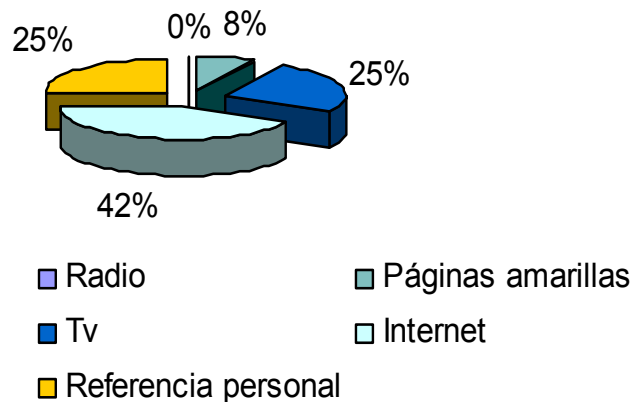
Con respecto a la incursión de las empresassesoras de Cúcuta y Bucaramanga, en el mercado local, se puede resaltar la posición privilegiada del proyecto, en cuanto a la cercanía con los demandantes, aspecto que le permitirá: atención ágil y oportuna; respuesta inmediata ante reclamaciones, seguimiento permanente y precios más bajos.

Tabla 12. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre el medio de comunicación por el cual les gustaría recibir información sobre gestión de calidad

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	0	0%
Páginas amarillas	7	8%
Tv	23	25%
Internet	38	42%
Referencia personal	23	25%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta a empresarios

Figura 9. Opinión de los empresarios del sector servicios en la ciudad de Ocaña sobre el medio de comunicación por el cual le gustaría recibir información sobre gestión de calidad



Fuente: Encuesta a empresarios

Según los empresarios del sector servicios encuestados, les gustaría recibir información sobre la empresa por Internet con el 42%, seguido de televisión y referencia personal con un 25% cada una.

Los medios a utilizar por la empresa para dar a conocer el servicio deben ser el Internet y la televisión. Lo anterior demuestra el auge que ha tenido los medios visuales y la actualización tecnológica en el ramo de las comunicaciones.

2.4.3 Estimación de la demanda. Con base en la investigación de mercados el proyecto tiene un mercado potencial de 1.039 demandantes. Teniendo en cuenta el mercado encuestado (91 representantes legales de empresas de servicios) y los pronósticos a llevar a cabo con base en la extrapolación se tiene: $1.039 * 41\% = 426$ y $1.039 * 59\% = 613$. Indicando lo anterior que la demanda a estimar se

encuentra entre estos dos valores. La diferencia entre 613-426 es 187. $187 / 2 = 93.5$. $613-93.5 = 519.5$. $426+ 93.5 = 519.5$. Por tanto El valor intermedio es 520.

2.4.4 Proyección de la demanda. Teniendo en cuenta que el servicio es nuevo y algunos de los demandantes no conocen las ventajas del uso del mismo, se proyecta para los 5 años trabajar con el 50% de la demanda total. $520 * 0,50 = 260$ empresas. Así se registraría una demanda por años de: el primer año una demanda del 60%; para el segundo del 70%, para el tercero del 80%, cuarto 90% y quinto 100%.

Tabla 13. Proyección de la Demanda para un horizonte de cinco años

Años	0	1	2	3	4	5
		60%	70%	80%	90%	100%
Mercado potencial	260	156	182	208	234	260

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Análisis de la Situación actual de la competencia. Según los resultados de la investigación y con base en la pregunta 7 del instrumento aplicado para la determinación de la demanda, el 100% de la población responde no conocer empresa alguna que preste este servicio exclusivo para este sector.

En el sector público con la implementación de la NTC GP 1000 Norma técnica de Calidad en la gestión Pública, y sobre todo en lo relacionado con salud y educación, se ha incursionado en la certificación por exigencia de los Ministerios respectivos y el proceso se desarrolla con base en comités internos y asesoramiento individual externo en la ciudad de Bogotá. (Indagación informal al Director de la Universidad Francisco de Paula Santander Magister Edgar Antonio Sánchez Ortiz; Magister María Teresa Durán Celón Directora de la Normal superior de Río de Oro; Ingeniera Industrial Norma Constanza Gallardo Jefe de Talento Humano del Hospital Emiro Quintero Cañizares Ocaña.)

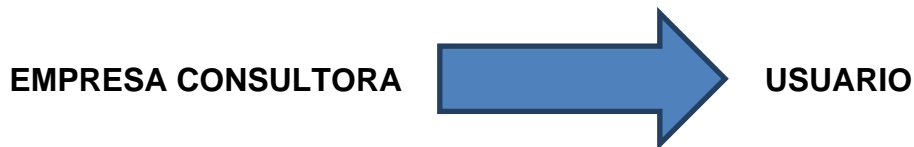
Hecha la observación de los registros de la cámara de Comercio de Ocaña, se pudo observar que no se encuentra inscripción alguna en la base de datos que tenga relación con el servicio de asesoría y consultoría en gestión de calidad.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

La empresa entrará a satisfacer una demanda insatisfecha por tanto carece de competencia. Tanto en Bucaramanga como Cúcuta cuentan con empresas prestadoras de este servicio, sin embargo para ofrecer en Ocaña dicho servicio incurren en gastos por viáticos lo cual no es rentable para ellos.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

Con base en la singularidad del servicio a prestar se hará uso del canal directo. Una vez definidos los clientes potenciales, los asesores comerciales se encargaran de realizar la venta en forma directa, organizando los demandantes por zonas geográficas, buscando: facilitar la cobertura del mercado objetivo y determinar las zonas de mayor influencia en la potencialización del mercado; mantener el control del servicio y la accesoria; obtener una diferenciación notoria del servicio en el mercado y obtener información directa del cliente con respecto a sus necesidades.



La definición, ventajas y desventajas del uso del canal se detallan a continuación:

Ventajas:

- El servicio a prestar se hará por medio un canal directo
- Los asesores comerciales se encargaran de realizar la venta en forma directa.
- No se necesitaran intermediarios.
- Se obtendrá información verídica y directa del cliente con respecto a sus necesidades

Desventajas:

- Demoras en los procesos
- Información desactualizada por el usuario

- Información que no brinda el usuario
- Economía de los usuarios
- Es un mercado local y muy limitado

2.8 ESTRATEGIA DE PRECIOS.

Es difícil establecer el pago a realizar por la consultoría en materia de gestión de calidad en una empresa. Sin embargo en la ciudad de Bucaramanga las empresas ALTHVIZ Y CIA consultores Ltda.y COLMANT consultores Ltda., cobran en promedio \$1.200.000 mensuales por el proceso de asesoría y así obteniendo resultados positivos como ser reconocidos y ser competitivos en el mercado de Bucaramanga.

Para la fijación de precios se plantean las siguientes estrategias:

- Los precios deben crecer teniendo en cuenta el incremento en los costos de la empresa.
- Los precios nunca deben superar los de la competencia para no perder mercado, pero se pueden lograr diferenciadores con mayores precios en la medida en que el servicio implique mayor calidad y resultado para los clientes.
- Los precios deben cubrir los costos de la empresa.

El precio se fijará por servicios así: Asesoría \$500.000. Capacitación \$850.000 y asesoría y capacitación \$1.250.000. Para la determinación de dichos precios se tuvo en cuenta la información de la tabla 6. Presupuesto de los demandantes y la tabla 6.1 la determinación de precios promedio.

En Cúcuta las empresas de asesorías y certificación fijan precios entre asesorías en un \$1.000.000, capacitación en \$1.500.000 y asesoría y capacitación en \$2.000.000 debido a que es una ciudad donde el costo de vida es superior al de Ocaña.

Para nosotros como empresarios es rentable empezar con estos precios determinados en la tabla 6 porque el costo de vida en la ciudad de Ocaña es más económico en comparación con otras ciudades del país.

2.9 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

La publicidad en un sentido específico, puede definirse como la forma de comunicación impersonal de largo alcance que utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, el internet, etc., características que la distinguen de la promoción. La promoción se considera como una herramienta que consiste en incentivar a corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, a incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

2.9.1 Estrategia de publicidad. Objetivos. Los objetivos generales, se clasifican según el propósito de los objetivos. **Philip Kotler** en su libro "Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales", [1]; propone tres tipos de objetivos, de los cuales se selecciona uno. Informar: La empresa busca a través de la publicidad crear la demanda primaria.

Los objetivos específicos de la publicidad son mucho más puntuales. Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", proponen cinco objetivos [2]: de los cuales se considera que solo uno se ajusta al caso en estudio. Respaldo a las ventas personales: El objetivo es agilizar el conocimiento de la empresa y el servicio por parte de los clientes potenciales.

2.9.2 Estrategia de Promoción. Su objetivo es Ayudar a aumentar la participación del mercado en el largo plazo. La empresa canjeará volantes promocionales por cupones de descuento del servicio.

Figura 10. Logo de la empresa



Fuente: Autores del proyecto

El círculo indica el entorno empresarial. El azul la transparencia comparada con el cielo y el mar, el verde la esperanza del cambio. Gestical = de gestión y Walexgton = La combinación de Willington y Alexandra. SGC= Sistema de Gestión de Calidad.

Nombre de la empresa: **GESTICALWALEXGTON**. La calidad del servicio será la estrategia que permita a la empresa, atraer y retener a sus clientes, creando relaciones estrechas y permanentes.

2.9.3 Lema. GESTICALWALEXGTON, una empresa fácil de contactar y difícil de reemplazar. La facilidad de contacto, se fundamenta en la estrategia de localización, al tener en cuenta la alternativa relacionada con el Edificio cañaveral, el cual se haya ubicado en un lugar céntrico de la ciudad, de fácil identificación y posibilidad de gestión de actividades varias. Lo que respecta a la dificultad de remplazo, hace relación a que una vez utilizado el servicio, ante la calidad del mismo, el usuario conceptuará sobre la dificultad de que haya otro igual.

2.9.4 Análisis de medios. Existen diferentes medios a través de los cuales se puede publicitar y promocionar a la empresa:

- **Internet o página web**, que es un medio dinámico orientado a través de portales a entidades corporativas y empresariales con una alta capacidad de interacción en tiempo real y difusión de información.

Ventajas del Internet:

- Costo eficiente. Los costos son independientes del tamaño de la audiencia.
- Los anunciantes pueden dirigirse a sus audiencias específicas al colocar sus cintillos en Páginas de temas relacionados.
- Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápidamente.
- Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos.

Desventajas del Internet:

- La publicidad en el Internet no debe verse en el vacío. Debe ser un componente más de su estrategia de mercadeo en el Internet.
- Aunque la popularidad del Internet va en aumento, es difícil constatar los resultados de la publicidad a través de este medio.
- La gama de los costos de publicidad en el Internet varían considerablemente.

- **La Prensa**, que es un medio tradicional masivo que puede ser utilizado para dar a conocer a la empresa a nivel local.

Ventajas de la Prensa:

- Los periódicos continúan siendo el medio principal para los anunciantes.
- Los periódicos que se publican diariamente alcanzan una audiencia diversa y amplia.
- La audiencia se concentra en regiones específicas.
- El espacio no tiene límites en los periódicos.

Desventajas de la Prensa:

- No es un buen medio para audiencias específicas.
- Aunque la tecnología moderna haya mejorado bastante, la reproducción de fotos ha sido considerada por largo tiempo una desventaja en el uso de periódicos como medio de publicidad.
- El periódico no es el medio más popular para ciertas edades.
- Los periódicos son estáticos y bidimensionales

- **La Radio**, un medio más popular con más orientación al público en general que a las empresas pero que puede ser utilizado para ciertos eventos promocionales.

Ventajas de la Radio:

- La radio y sus mensajes se mueven con su audiencia.

- El mensaje de la radio puede llegar sin que su recipiente esté conscientemente buscándolo. El oyente no tiene que estar pendiente para escuchar su mensaje.
- Se puede pautar una cuña en radio sin tener que planificarlo con mucha anticipación.
- La radio tiene un atractivo local.

Desventajas de la Radio:

- La radio no contiene visuales.
 - Algunas audiencias de radio están fragmentadas.
 - La aglomeración de anuncios pautados en la radio puede ser bastante grande, lo que significa que su anuncio puede tener la posición primera, segunda, sexta o décima en el bloque de anuncios, lo que distrae la atención del radioescucha.
 - No existe una publicación impresa, su anuncio se transmite y luego se pierde.
- **La Televisión local**, es un medio masivo que requiere de ciertas características para hacer utilizado tales como: elaboración de videos y pautas publicitarias, interesa más al público que a las empresas.

Ventajas de la Televisión Local:

- Televisión local el tipo de transmisión que se recibe gratis.
- La televisión ofrece todas las alternativas visuales, de sonido, movimiento, color y efectos especiales que usted pueda pagar. Es un medio poderoso con un gran impacto visual.
- El prestigio y glamour de la TV pueden realzar su mensaje.
- La hora en que los distintos grupos de enfoque ven televisión varía.
- La publicidad en TV puede ser muy efectiva en ayudar a crear una imagen (LINK) para su producto o empresa.

Desventajas de la Televisión Local:

- Para anunciarse en la TV tiene que producir la cuña, o contratar a un productor.
 - La TV puede parecer complicada para los pequeños anunciantes.
 - Los mensajes pueden ser cortados por el televidente, ya sea porque cambia de canal o porque baja el volumen de la TV.
- **Portafolio de Servicios**, el portafolio de servicio es un medio importante ya que pueden ser elaborados con gran contenido y diseño gráfico y ser una carta de presentación para la empresa.

Ventajas de Portafolio de servicios:

- Debe incluir breve reseña histórica de la empresa, visión, misión, servicios y los datos de contacto.

- Debe ser un Diseño integral con la imagen de la empresa que ofrece los servicios.
- Debe ser un documento muy conciso y breve.
- Que exprese los beneficios a los cuales accede el usuario o futuro cliente.

Desventajas del Portafolio de Servicios:

- Ninguna.

- **Directorio Telefónico**, es un medio masivo y común que es más efectivo en la medida en que la empresa este posicionada en el mercado.

Ventajas del Directorio Telefónico:

- En todos los hogares colombianos existe un directorio telefónico.
- La búsqueda de información es rápida.

Desventajas del Directorio Telefónico:

- Desactualización de información.
- Mucha información en espacio reducido.
- Letra pequeña.

2.9.5 Selección de medios. Para anunciar sus servicios utilizará dos medios considerados fundamentales: distribución portafolios de servicios en forma masiva para que en el momento de que el asesor comercial visite a las empresas, éstas tengan un conocimiento previo de **GESTICALWALEXGTON** y los servicios aprestar. Este medio se considera eficaz porque entera en forma directa al usuario del servicio existente. Así mismo la publicación en la página web, este medio es identificado como eficiente por lo dinámico, actualizado y permanente, hasta que se considere su actualización.

Figura 11. Portafolio de servicios

The image shows a website interface for Gestical Walexgton. At the top, there is a navigation bar with three buttons: "Nuestra Empresa", "Servicios", and "Contáctenos". Below this is a large green banner with the company name "Gestical Walexgton" in a stylized font. On the left side, there is a vertical menu with five buttons: "Quiénes Somos", "Misión", "Visión", "Valores", and "Equipo Humano". The main content area is titled "SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD". It contains two paragraphs of text describing the service, a small photograph of a man presenting to a group, and a list of services under the heading "PORTAFOLIO": "Asesoría en Normas", "Capacitación", and "Acompañamiento". At the bottom, there is a blue square icon with three stylized figures. Below the icon, the company's full name and address are provided: "Sistema de Gestión de Calidad GESTICAL WALEXGTON Calle 11 No Edificio Cañaveral - Ocaña N. de S."

Fuente: Autores del proyecto

Con este enfoque **GESTICALWALEXGTON** pretende dar a conocer su capacidad de ofrecer un servicio diferenciado y superior en el mercado.

Ventajas: Mayor cobertura de mercado.
 Se ajustan a gustos y preferencias (Alternativa selectiva).
 Acción directa.
 Mayor eficacia.

Desventajas: Ninguna.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Para el lanzamiento del servicio **GESTICALWALEXGTON** organizará un evento de inauguración propio de la ocasión, extendiendo invitación a los clientes potenciales de mayor relevancia

como son los de los subsectores: financiero, transporte, educación y salud entre otros.

Para la promoción se hará uso de los cupones que no son más que vales certificados que pueden ser utilizados para pagar parte del precio del servicio. Estos tendrán vigencia para un mes.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

Tabla 14. Presupuesto del evento de lanzamiento

ÍTEM	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Horas Instalaciones	4	\$75.000	\$300.000
Pasa bocas	300	\$1.500	\$450.000
Horas Trío	4	\$162.500	\$650.000
Coctel	100	\$2.833	\$283.300
Souvenir (Lapiceros)	100	\$6000	\$600.000
Cupones promocionales	100	\$500	\$50.000
Diseño Página Web	1	\$4.500.000	\$4.500.000
Actualización página	1	\$2.950.000	\$2.950.000
Total			\$9.783.300

Fuente: Autores del proyecto

Al evento se hará 100 invitaciones.

2.10 RESUMEN EJECUTIVO DEL ESTUDIO DE MERCADOS

Desde el punto de vista del mercado, el proyecto tiene una gran viabilidad de acuerdo a factores como, una demanda insatisfecha del 100% y una oferta del 0% en la ciudad de Ocaña.

De acuerdo al resultado obtenido se determinó que la ciudad de Ocaña es inminentemente comercial, sin embargo en los últimos años la recesión económica que aqueja nuestro país no ha sido indiferente con esta región de Colombia, el comercio se ha convertido en uno de los sectores más afectados en esta ciudad. El estudio se enfocó en la segunda actividad lucrativa que es la de servicios, donde prevalecen los talleres de servicio al vehículo, entidades financieras y empresas de transporte, entre otras. Se tomaron estas empresas por ser las más representativas para el proyecto.

De acuerdo a los datos obtenidos a las diferentes encuestas que se realizaron para obtener el estudio de mercado, se refleja que los empresarios del sector servicios están dispuestos a cancelar un valor promedio de \$1.226.374 por asesoría.

La comercialización del servicio se realizara por medio de un canal más directo, es decir sin intermediarios solo asesor y cliente.

Para lograr el desarrollo del servicio, se hace necesario realizar una inversión en el desarrollo del mismo. Para el efecto se diseña la estrategia del evento de inauguración.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Con base en la relación entre la demanda y la oferta, determinada en el capítulo anterior, se determina la demanda y con base en ella la proyección de la misma a 5 años y los elementos que conformaran la cantidad de servicios a demandar.

Tabla 15. Demanda potencial

Años	0	1	2	3	4	5
		60%	70%	80%	90%	100%
Mercado potencial	260	156	182	208	234	260

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Con base en la información de la tabla 5, el 20% demandaría asesorías el 50% capacitación en procesos y el 30% asesorías y capacitación en procesos. Por tanto la cantidad de demandantes por año es como se detalla a continuación.

Tabla 16. Cantidad de demandantes Año 1

Servicio	Numero	Porcentaje
Asesoría	31	20%
Capacitación	78	50%
Asesoría - Capacitación	47	30%
Total	156	100%

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 17. Cantidad de demandantes Año 2

Servicio	Numero	Porcentaje
Asesoría	36	20%
Capacitación	91	50%
Asesoría - Capacitación	55	30%
Total	182	100%

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 18. Cantidad de demandantes Año 3

Servicio	Numero	Porcentaje
Asesoría	42	20%
Capacitación	104	50%
Asesoría - Capacitación	62	30%
Total	208	100%

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 19. Cantidad de demandantes Año 4

Servicio	Numero	Porcentaje
Asesoría	47	20%
Capacitación	117	50%
Asesoría - Capacitación	70	30%
Total	234	100%

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 20. Cantidad de demandantes Año 5

Servicio	Numero	Porcentaje
Asesoría	52	20%
Capacitación	130	50%
Asesoría - Capacitación	78	30%
Total	260	100%

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Para la demanda de servicios por demandante se utiliza la información de la tabla 7.

Tabla 21. Demanda de servicios año 1

Demandantes	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad de Servicios
31	Mensual	5%	2 Asesoría (24)
78	Trimestral	38%	30 Capacitación (120)
47	Semestral	57%	27 Asesoría – Capacitación (54)
Total			198 Servicios

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 22. Demanda de servicios año 2

Demandantes	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad de Servicios
36	Mensual	5%	2 Asesoría (24)
91	Trimestral	38%	35 Capacitación (140)
55	Semestral	57%	31 Asesoría – Capacitación (62)
Total			226

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 23. Demanda de servicios año 3

Demandantes	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad de Servicios
42	Mensual	5%	2 Asesoría (24)
104	Trimestral	38%	40 Capacitación (160)
62	Semestral	57%	35 Asesoría – Capacitación (70)
Total			254 Servicios

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 24. Demanda de servicios año 4

Demandantes	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad de Servicios
47	Mensual	5%	2 Asesoría (24)
117	Trimestral	38%	44 Capacitación (176)
70	Semestral	57%	40 Asesoría – Capacitación (80)
Total			280 Servicios

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

Tabla 25. Demanda de servicios año 5

Demandantes	Frecuencia	Porcentaje	Cantidad de Servicios
52	Mensual	5%	2 Asesoría (24)
130	Trimestral	38%	49 Capacitación (196)
78	Semestral	57%	44 Asesoría – Capacitación (88)
Total			308 Servicios

Fuente: Autores del proyecto de Investigación

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Entre los factores que determinan el tamaño del proyecto se encuentran:

- La existencia del mercado (Empresas de servicios) con la necesidad manifiesta (en Gestión de Calidad) insatisfecha. Según la cámara de comercio de la ciudad de Ocaña, existen 1.039 empresas de servicios que no tienen certificación en sistemas de gestión de calidad, ni hacen otros trámites relacionados con la misma temática. La situación anterior ofrece una

- La disponibilidad de demanda del servicio a ofrecer. Con una demanda insatisfecha en la ciudad de Ocaña que están dispuestos a recibir asesoría en gestión de la calidad, para así lograr ser empresas competitivas, lo que permite desde esta perspectiva de mercado consolidar y establecer un proyecto de gran tamaño.
- La capacidad adquisitiva para el pago del servicio. Es difícil establecer el pago a realizar por la consultoría en materia de gestión de calidad en una empresa sin embargo el precio se fijará por servicios así: Asesoría \$500.000. Capacitación \$850.000 y asesoría y capacitación \$1.250.000. Para la determinación de dichos precios se tuvo en cuenta la información de la tabla 6. Presupuesto de los demandantes y la tabla 6.1 la determinación de precios promedio.
- Recurso humano. El conocimiento como factor limitante ya que en la medida que no exista un personal idóneo suficiente para el desarrollo de los procesos de gestión de la calidad, la empresa se verá limitada para desarrollar su labor. La empresa contara con un personal preparado y de gran excelencia, desde esta perspectiva el proyecto no tiene mayores limitaciones del tamaño.
- Adquirir tecnología necesaria, como la tecnología blanda. El proyecto requiere de una mediana tecnología representada en Hardware y Software para sistematizar base de datos, procesos, producir y suministrar información; esta tecnología es en el mercado, es fácil de manejar y no se constituye en impedimento alguno.
- El tamaño del proyecto y la financiación. Los recursos financieros son un limitante para el tamaño, ya que en la medida que sea mayor el tamaño del proyecto, se requiere mayor número de personal, más equipos, dotación y muebles; por lo tanto con recursos financieros limitados se hace necesario iniciar con un proyecto pequeño.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Se tendrá en cuenta los dos tipos de capacidad, teniendo en cuenta que la instalada y utilizada será la misma.

3.1.3.1 Capacidad total Diseñada. Por la singularidad del servicio, la infraestructura física, humana y de equipos permitirá diseñar una capacidad para 260 empresas, que se determinaron a través del estudio del proyecto.

3.1.3.2 Capacidad instalada y utilizada. Tomando como base la cultura del empresario y lo novedoso del servicio, así como la intangibilidad de la incidencia del mismo en la rentabilidad, se proyecta una capacidad instalada y utilizada de 156 para el primer año, 182 para el segundo, 208 para el tercero, 234 para el cuarto y 260 para el quinto año.

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. La empresa utilizará el 100% de su capacidad instalada inicial y proyecta 156 para el primer año, 182 para el segundo año, 208 para el tercer año, 234 para el cuarto año y 260 para el quinto año.

3.2 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE GÉSTICALWALEXTGTON S.A.S

3.2.1 MACROLOCALIZACIÓN. “GÉSTICALWALEXTGTON” S.A.S se ubicará estratégicamente en la ciudad de Ocaña (Norte de Santander Colombia). Ocaña se encuentra situada en el Nor – Oriente del territorio colombiano, en el Departamento Norte de Santander que cuenta con una serie de municipios a saber: Abrego, La Playa de Belén, el Carmen, Bochalema, Convención, etc.

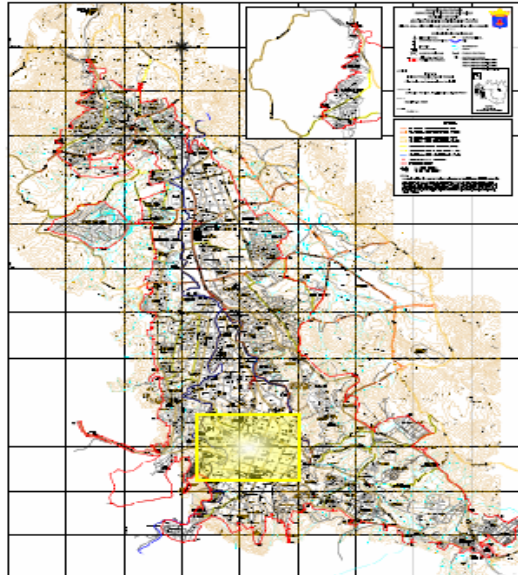
La provincia de Ocaña posee un área de 627.72 km², equivalente al 0.0541% del país².

El área urbana cuenta con una superficie aproximada de 6.96 km², está dividida en seis comunas, con 153 barrios conformados según registros de la base. La temperatura promedio de Ocaña es de 22° C. Piso térmico templado, con una temperatura no inferior a los 17°, centígrados y tendencia al frío y al calor en sus límites superior e inferior.

De acuerdo con los datos del censo efectuadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 1993, el municipio ocupa el segundo lugar en población en el Departamento Norte de Santander.

El Municipio de Ocaña es eminentemente comercial, con 2.156 establecimientos que corresponden a un 64% del total (3.358) registrados al año 2011, de la misma manera y en orden de importancia la segunda actividad es la de servicios con 1.039 establecimientos que corresponden a 31% donde prevalecen los talleres de servicio de vehículos, salones de belleza, entidades financieras, empresas de salud y transporte, entre otras.

Figura 12. Ubicación de área de localización de la empresa en el Mapa de Ocaña



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Municipio de Ocaña

Para el estudio de la Macro localización se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- Costo de arrendamiento
- Vías de acceso
- Cercanía al mercado
- Infraestructura de servicios
- Disponibilidad de transporte
- Costo de los servicios

En las tablas se establecen los factores de determinación de la macro localización y de la determinación final de esta macro localización.

Tabla 26. Factores de determinación de la macro – localización

FACTOR / GRADO	PUNTAJE		PONDERACION
1.COSTO DE ARRENDAMIENTO			
GRADO 1: muy costoso	20		
GRADO 2: costoso	60		
GRADO 3: poco costoso	100	100	20% de 500
2. VIAS DE ACCESO			
GRADO 1: regulares	20		
GRADO 2: buenas	40		
GRADO 3: excelentes	60	60	12% de 500
3. CERCANIA AL MERCADO			
GRADO 1: muy lejos	20		
GRADO 2: cercano	60		
GRADO 3: muy cercano	100	100	20% de 500
4. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS			
GRADO 1: regular	40		
GRADO 2: buena	60		
GRADO 3: excelente	80	80	16% de 500
5. DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE			
GRADO 1: regular	20		
GRADO 2: buena	45		
GRADO 3: excelente	70	70	14% de 500
6. COSTO DE LOS SERVICIOS			
GRADO 1: muy costoso	60		
GRADO 2: costoso	60		
GRADO 3: poco costoso	90	90	18% de 500
TOTAL		500	100%

NOTA: para asignar los puntajes por factor, la metodología establece que deben asignarse tanto factores como se requiera y el total de puntos debe corresponder a 500. Estos puntos se asignan por factores, de acuerdo con la importancia que tenga, en una situación particular y los grados se establecen desde un mínimo de puntos hasta los puntos máximos correspondientes al factor, de acuerdo con la importancia que el evaluador le conceda. La ponderación para cada valor resulta de dividir el puntaje máximo asignado a cada factor entre los 500 puntos que deben sumar todos los factores establecidos.

Tabla 27. Determinación de la macro localización

Factor	Ocaña		Abrego		La Playa	
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos
Costo de arrendamiento	2	60	2	60	2	60
Vías de acceso	3	60	23	40	2	40
Cercanía al mercado	3	100	2	60	2	60
Infraestructura de servicios	4	80	4	80	4	80
Disponibilidad de transporte	3	70	2	45	2	45
Costo servicios	2	60	2	60	3	90
TOTAL		430		345		375

Se selecciona a la ciudad de Ocaña, por ser la que obtuvo el mayor puntaje frente a los otros municipios.

3.2.2 Microlocalización. “GÉSTICALWALEXGTON” Se instalará en una oficina del Edificio Cañaveral, el cual se haya ubicado en la calle 11 No 10-21 y con un espacio de aproximadamente 72 m², que permite la localización de 7 áreas de trabajo, 1 sala de juntas, la recepción y la unidad sanitaria. Para la distribución espacial se tuvieron en cuentas especificaciones comodidad de los equipos y distribución eficiente de las áreas.

Tabla 28. Factores de determinación de la micro – localización.

FACTOR / GRADO	PUNTAJE		PONDERACION
1.COSTO DE ARRENDAMIENTO GRADO 1: muy costoso GRADO 2: costoso GRADO 3: poco costoso	60 80 100	100	20% de 500
2. COSTO DE LOS SERVICIOS GRADO 1: muy costoso GRADO 2: costoso GRADO 3: muy costosos	60 80 100	100	20% de 500
3. CONCORDANCIA DE ZONA CON EL MERCADO GRADO 1: poco concordancia GRADO 2: mediana concordancia GRADO 3: alta concordancia	60 80 100	100	20% de 500
4. DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE GRADO 1: regular GRADO 2: buena GRADO 3: excelente	40 60 80	80	16% de 500
6. SEGURIDAD EN LA ZONA GRADO 1: regular GRADO 2: buena GRADO 3: excelente	60 90 120	120	24% de 500
TOTAL		500	100%

Tabla 29. Determinación de la micro localización:

factor	Centro de Ocaña		La Primavera		Santa Clara	
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos
Costo de arrendamiento	2	80	1	60	2	80
Costo de los servicios	2	60	1	60	2	80
Concordancia de la zona con el mercado	3	100	3	100	1	60
Disponibilidad de transporte	3	80	3	80	2	60
Seguridad en la zona	2	90	2	90	2	90
TOTAL		410		390		370

Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente reseñados se selecciona el centro de la ciudad de Ocaña por ser el lugar donde existe mayores facilidades para el desarrollo de la empresa dentro de una perspectiva de costos, disponibilidad de servicios y transporte, infraestructura y facilidades de arrendamiento.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta la cadena de valor y el desarrollo mismo de la gestión, se determinan los siguientes procesos con los recursos necesarios para el cumplimiento del servicio: Proceso de prestación del servicio, proceso de la asesoría y proceso de la capacitación.

3.3.1. Ficha técnica del servicio

Tabla 30. Ficha técnica del servicio

NOMBRE DEL SERVICIO	GESTION DE LA CALIDAD
USOS	Un servicio orientado a gestionar la certificación de calidad por parte de las empresas Ocañeras interesadas en lograr tal propósito en la normas ISO 9001.
CARACTERISTICAS	Se trata de un proceso de seguimiento, acompañamiento, asesoría y gestión de la calidad para que las empresas desarrollen los procesos y cumplan con las especificaciones y requerimientos exigidos por los organismos encargados de certificar la calidad de una empresa.
PRECIO DEL SERVICIO	Es un servicio que depende de muchos factores tales como tiempo de asesoría, tamaño de la empresa asesorada, tipo de asesoría requerida por lo que no puede establecerse un precio específico.
VALOR AGREGADO DEL SERVICIO	El servicio tiene un alto valor agregado para las empresas contratantes, ya que le permite certificar su calidad y generar competitividad a nivel regional y nacional.
USOS ALTERNATIVOS	El servicio puede ser utilizado para el control y seguimiento de las empresas, una vez lograda la certificación de la calidad.

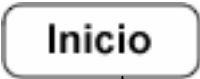
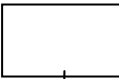
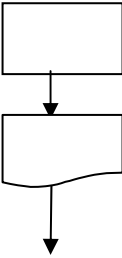
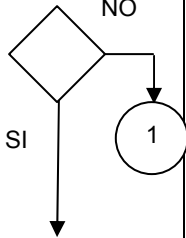
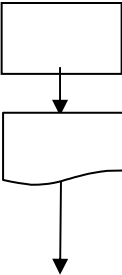
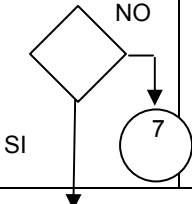
Fuente: Autores del proyecto de Investigación

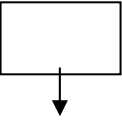
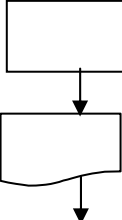
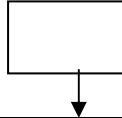

3.3.2 Descripción técnica del proceso. El proceso de consultoría se basa en la sensibilización, el diagnóstico inicial y planificación, capacitación, implementación y preauditoria, hasta que la empresa obtenga la certificación de su sistema de gestión de calidad.

- **Sensibilización:** esta etapa desarrollara compromiso de los involucrados en la empresa, en procesos de calidad, este compromiso se debe extender hacia el personal operativo. Para lograr estos objetivos se desarrollaran talleres que permitan evaluar la capacidad del personal, en técnicas de trabajo en grupo, toma de decisiones, importancia de la conciencia del personal en los trabajos de calidad, así como transmitir los conocimientos básicos a cerca de las normas internacionales.
- **Diagnóstico:** Esta etapa consiste en evaluar al personal, para determinar el grado de cumplimiento del sistema de calidad, de igual forma permite acercarse a la realidad de la empresa en su sistema y de paso cuantificar su grado de desarrollo.
- **En la metodología para el diagnóstico:** se realizara una evaluación por perfil, la cual debe contener lista de chequeo con observaciones y debidamente aprobada por el administrador.
- **Planeación:** El plan de accion es una actividad paralela con la del diagnóstico y consiste en ordenar cronológicamente las actividades a seguir, dependiendo de las debilidades reflejadas en la etapa del diagnóstico. El plan de acción contiene básicamente las actividades citando responsables, recursos, tiempo de inicio, fin y ruta crítica del proyecto.
- **Implementación:** En esta etapa se desarrolla paso a paso el plan de acción propuesto para la empresa. Dependiendo del tamaño y de la complejidad de cada empresa, pueden variar algunas etapas que básicamente serán: documentación, implementación, capacitación, auditorías internas, acciones correctivas, y preventivas, revisión por la administración y mejora.
- **Preauditoria:** En esta etapa se desarrolla una revisión de todo el sistema y se busca desarrollar un ejercicio igual al que hace el ente certificador, para evaluar las posibles no conformidades a que haya lugar.
- **Capacitación:** En la capacitación se brindan los conocimientos específicos en temas relacionados, con la calidad, y orientados al aprovechamiento de cada una de las actividades relacionadas con el cumplimiento de los requisitos de la norma aplicar.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. Para la Descripción del proceso de prestación del servicio, se definen y detallan siete actividades.

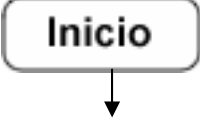
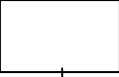
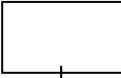
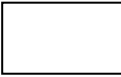
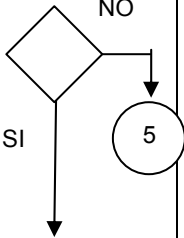

Tabla 31. Flujograma de proceso de prestación del servicio

No.	Responsable	Actividad	Flujo grama	Observaciones	TIEMPO/HORA
0					
1.	ASESORES	Presentación del portafolio de la empresa.			1/4
2.	ASESORES	Diligenciamient o del formato para el respectivo trámite.		Ver flujo grama del procedimient o del plan escogido.	1/6
		Identificar el plan seleccionado, empezar el procedimiento y recepcionar los documentos necesarios.			1/4
3.	ASESORES	Explicación detallada de las actividades del plan escogido.			1/4
		Cumple con los requerimientos ? Cambio de solicitud.			1/4

No.	Responsable	Actividad	Flujo grama	Observaciones	TIEMPO/HORA
4	ADMINISTRADOR	Presentación de las formas de pago a convenir entre demandante y oferente.			1/12
5.	ADMINISTRADOR Y ASESORES.	Fijación de fechas de inicio del plan escogido.			1/6
6.		Divulgación e implementación.			Indefinido
7.					

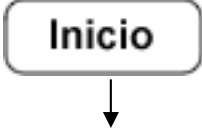
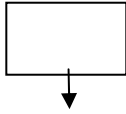
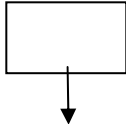
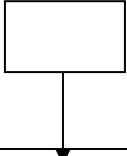
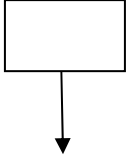
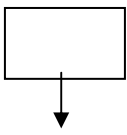
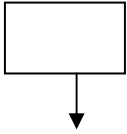
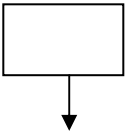
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 32. Flujograma de proceso de la asesoría

No.	Responsable	Actividad	Flujo grama	Observaciones	TIEMPO /HORAS
0					
1.	ASESORES	Efectuar visita a la empresa			1/2
2.	ASESORES	Revisar la información existente		Ver flujo grama del procedimiento del plan escogido.	1/4
3		Diseñar los procesos, formatos y documentos pertinentes			1/2
4		Probar los formatos propuestos			1/2
5.	ASESORES	Ajustar los formatos de acuerdo a las debilidades detectadas			1/2

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 33. Flujograma de proceso para la capacitación

No.	Responsable	Actividad	Flujo grama	Observaciones	TIEMPO/HORAS
0					
1.	GERENTE	Identificar debilidades en los procesos			1/4
2.	GERENTE	Agrupar las debilidades		Ver flujo grama del procedimiento del plan escogido.	1/4
3	GERENTE	Elegir los énfasis de la capacitación			1/4
4	GERENTE	Selección de las herramientas de capacitación a utilizar			1/2
5.	GERENTE	Elaborar el presupuesto de recursos físicos, humanos y logísticos			1
6	GERENTE	Desarrollar el contenido de la capacitación			1
7	GERENTE	Aprovisionar materiales, quipos e iniciar la capacitación			1/2

Fuente. Autores del proyecto

3.3.3.1 Manual De Procedimientos

-Procesos Administrativos

Figura 14. Diagrama de Proceso de prestación del servicio

DESCRIPCIÓN	O P E R A C I O N	I N S P E C C I O N	T R A N S P O R T E	D E M O R A	A R C H I V O	TIEMPO O/HO RAS
1. Solicitud de información por parte de los demandantes.	●					1/2
2. Entrega de información por parte de los Asesores.	●	■				1
3. Entrega de formatos de solicitud de servicios.	●		■	■		1/4
4. Diligenciamiento de formatos y devolución de los mismos	●					1/6
5. Análisis de solicitudes por parte de los Asesores.	●	■		■		1/2
6. Diseño de plan de trabajo.	●					1/4
6. Firma de convenio.	●					1
7. Archivo de documentos					▼	1/2
8. Inicio de la prestación del servicio.	●					1

Fuente. Autores del proyecto

Figura 15. Convocatoria para reunión de la Junta Directiva

DESCRIPCIÓN	O P E R A C I O N	I N S P E C C I O N	T R A N S P O R T E	D E M O R A	A R C H I V O	TIEM P O/ H O R A S
1. Fijar fecha de reunión de la Junta.	●	■				1
2. Elaborar el orden del día de la reunión	●	■				1/2
3. Elaborar la convocatoria	●					1/4
4. Enviar la convocatoria	●		→			1
4. Comprobar la recepción de la convocatoria	●	■				1/2
5. Comprobar la asistencia a la reunión	●	■				1
6. Archivar la copia de la convocatoria	●				▼	1/2

Fuente. Autores del proyecto

Figura 16. Celebración de reunión de Junta de Asociados

DESCRIPCIÓN	O P E R A C I O N	I N S P E C C I O N	T R A N S P O R T E	D E M O R A	A R C H I V O	TIEM P O/ H O R A S
1. Llamado a lista y comprobación del quórum		●				1
2. Leer el acta anterior		●				1
3. Leer el orden de la reunión		●				1
4. Iniciar el temario		●				1/2
5. Discutir los diferentes temas		●				1/6
6. Elaborar el acta de la reunión		●				1
7. Leer y aprobar el acta		●				1
8. Archivar el acta y la documentación					▼	1/2

Fuente. Autores del proyecto

-ProcedimientosContables

Figura 17. Proceso de comprobante de egresos

DESCRIPCIÓN	OPERACION	INSPECCION	TRANSPORTE	DEMORA	ARCHIVO	TIEMPO/HORAS
1. Verificar valores.	●	■		■		1
3. Realizar comprobantes de pago.	●					1/2
4. Verificación del documento de pago por el administrador.	●					1/4
5. Firmar cheques por la Administración.	●					1/6
5. Entrega de comprobantes de pago.	●					1
6. Firma de los Beneficiarios.	●					1/2
7. Paso de los comprobantes a libro de Bancos.	●	●		■		1/4
8. Archivo de los comprobantes de egreso.					▼	1/2

Fuente. Autores del proyecto

Figura 18. Proceso de arqueo de caja

DESCRIPCIÓN	O P E R A C I O N	I N S P E C C I O N	T R A N S P O R T E	D E M O R A	A R C H I V O	T I M E P O / H O R A S
1. Verificar comprobantes: numeración, valor, cantidad y descuentos.		●	■			1
2. Sumar los totales de los comprobantes.		●				1/2
3. Confrontar el total de los comprobantes con el dinero recibido.		●				1/4
4. Firmar la aceptación o rechazo del arqueo.		●		■		1/2

Fuente. Autores del proyecto

Figura 19. Proceso de comprobante de ingresos

DESCRIPCIÓN	O P E R A C I O N	I N S P E C C I O N	T R A N S P O R T E	D E M O R A	A R C H I V O	TIEM P O/ H O R A S
1. Verificar valor, y descuentos.		●	■			1
3. Realizar comprobante de pago.		●				1/2
4. Verificar documento de pago.		●				1/4
5. Entrega de comprobante de pago.		●				1
7. Pasar a libro de Bancos.		●	■			1/4
8. Archivar comprobante de ingresos.					▼	1/2

Fuente. Autores del proyecto

Figura 20. Proceso de elaboración de cuentas de cobro

DESCRIPCIÓN	OPERACION	INSPECCION	TRANSPORTE	DEMORA	ARCHIVO	TIEMPO/HORAS
1. Recibir listado de morosos.		●	■			1
2. Determinar valor de cobro.		●				1/4
3. Digitar oficio con fecha de elaboración, nombre del deudor y fiador, valor de intereses.		●				1/2
4. Firma del oficio por el Administrador.		●				1
5. Entregar oficio al mensajero.		●	■	■		1/2
6. Recibir copia de recibido.		●				1/6
7. Archivar oficio.					▼	1/2

Fuente. Autores del proyecto

3.3.4 control de calidad. La empresa que va a certificar la calidad aunque suene paradójico debe controlar su propia calidad, medida en términos de excelente atención, prestación del servicio y consecución de los objetivos primordiales de la empresa que la contratan como son: la certificación de la calidad.

Para desarrollar este proceso de control de calidad se requieren de una serie de elementos constitutivos de la calidad a saber:

- **Calidad del servicio:** la empresa debe monitorear constantemente el servicio prestado a través del cumplimiento de objetivos, la satisfacción del cliente y la consecución de la certificación por parte de la empresa.

- **Calidad del pos – servicio:** la empresa debe realizar un seguimiento y control a las empresas certificadas con el propósito de consolidar la calidad de sus productos y servicios por lo que debe monitorear sus actividades de control y seguimiento con base en indicadores tales como: continuidad en los procesos de calidad, satisfacción del cliente y desarrollo de una cultura de calidad en las empresas.
- **Calidad de la atención:** la empresa no puede limitarse a brindar una calidad en su servicio a través de los consultores y empleados que desarrollan las labores de asesoría, control y seguimiento. Sus cargos administrativos de ventas y el personal en general debe prestar una excelente atención al cliente que acude a la empresa por lo que es necesario realiza una labor de seguimiento y evaluación del desempeño al personal que representala empresa en sus diferentes labores.

3.3.5 Recursos. Abarca recursos físico y humano.

3.3.5.1 Recursos Físico. Se detalla la infraestructura física y el requerimiento de equipos.

Tabla 34. Muebles y Enseres

UNIDAD	EQUIPOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Teléfono Fax	200.000	200.000
7	Escritorios	180.000	1.260.000
7	Sillas giratorias	160.000	1.120.000
1	Caja Registradora	200.000	200.000
3	Archivador	250.000	750.000
1	Mesa Sala de Junta	200.000	200.000
6	Sillas	60.000	360.000
Total		1.250.000	4.090.000

Fuente: Compukit S.A.S

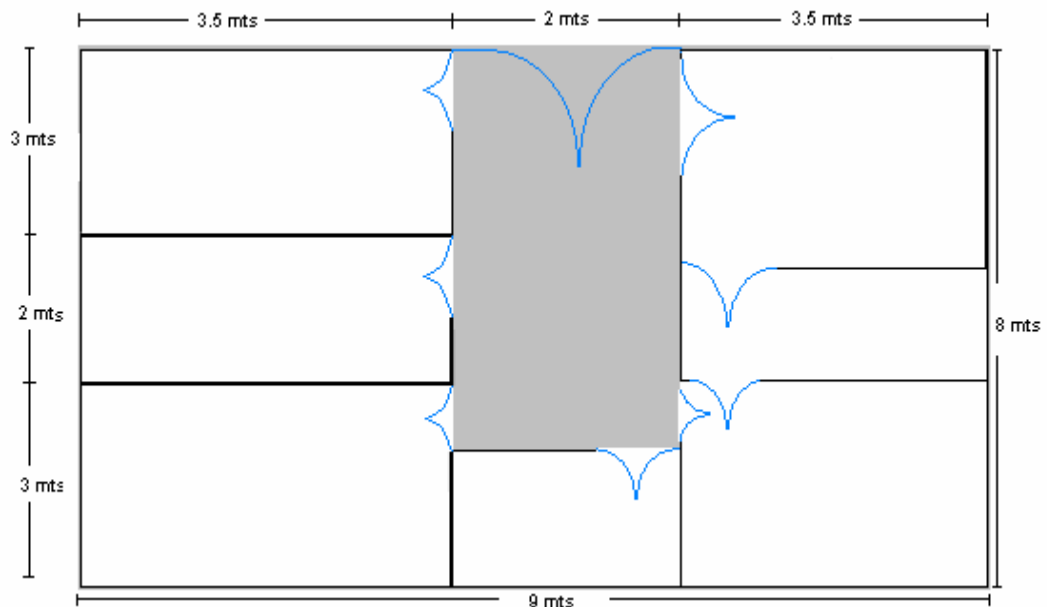
Tabla 35. Equipo de Computación y comunicación

UNDIAD	EQUIPOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Computadores	1.500.000	4.500.000
1	Impresora	350.000	350.000
1	Equipo de Sonido	1.000.000	1.000.000
1. p	Internet	100.000	1.200.000
2	SoftwareKMKeyQuality	500.000	1.000.000
Total		3.450.000	8.050.000

Fuente: CompuKit S.A.S

Las cotizaciones fueron realizadas en CompuKit S.A.S, ubicada en el Edificio cañaveral Local 205.

Figura 21. Plano del espacio físico para la localización



Fuente: Autores del proyecto

3.3.5.2 Requerimiento Humano. El talento humano requerido para el funcionamiento de la empresa es: 1 Administrador, 1 Secretaria auxiliar contable, y 2 Asesores en Gestión de calidad.

3.3.5.3 Recurso de insumos. Los insumos necesarios para el desarrollo del proyecto son los siguientes:

Tabla 36. Insumos mensuales

DESCRIPCION	CANTIDAD
Papelería membretada por resma	1
tinta para computador tóner	1
Papel bond carta por resma	5
Papel bond oficio por caja	2
lápices	6
correctores	2
colbon	4
Bandas de caucho	1000
lapiceros	8
Papelería contable x resma	1
total	

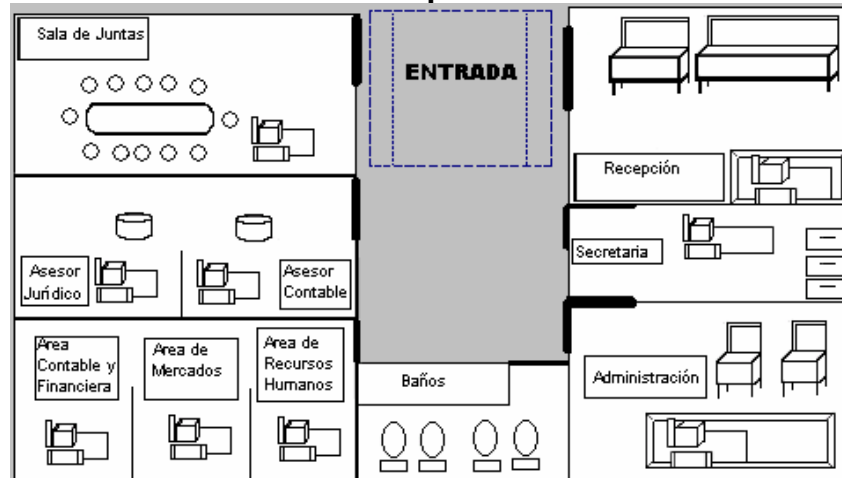
Fuente: Autores del proyecto

3.3.6 Análisis de Proveedores. Un proveedor para la empresa será Compukit S.A.S. quien nos dotara de todo lo relacionado con equipos de computación y comunicación, muebles y enseres entre otros; es una empresa responsable, con muy buenos precios y garantías para los equipos. Están ubicados en el edificio cañaveral local 205 de la ciudad de Ocaña.

Otro proveedor será la Librería Barbosa, por ser una librería muy bien surtida con todo lo que tiene que ver con papelería y elementos de oficina. Se encuentra ubicada en todo el centro de la ciudad de Ocaña, maneja precios razonables y son muy puntuales a la hora de entregar pedidos.

3.3.7 Distribución En Planta

Figura 22. Distribución física de la empresa



Fuente: Autores del proyecto de Investigación

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Después de haber analizado individualmente cada uno de las variables incidentes en la estructura técnica del proyecto, se puede afirmar que existe la viabilidad y la factibilidad necesaria para implementarlo, viéndolo desde este ángulo.

La ubicación del espacio físico, cuenta con una posición excelente hacia el centro de la ciudad, lugar donde se ubican las empresas financieras, el flujo empresarial relacionado con comercio y servicios; así mismo su extensión permite la ubicación y distribución de los espacios o cada una de las divisiones requeridas para la prestación del servicio en forma idónea.

El tamaño del proyecto obedece a porcentajes bastante bajos, buscando no sobredimensionar el mismo ser objetivos en los resultados esperados.

Se puede afirmar que el proceso operativo es realizable sin inconvenientes mayores. Cualquier dificultad en los inicios de las operaciones será resuelta con base en la experiencia del personal contratado. Los equipos contarán con el soporte técnico necesario, por lo que no se convierten en obstáculos para el desarrollo de las diversas actividades.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La constitución de "**GesticalWALEXGTON**" **S.A.S.** inicialmente se hará por medio de documento Privado; la copia del mismo será utilizado para la inscripción en la Cámara de Comercio de Ocaña.

En los estatutos se estipulará la responsabilidad de los socios de acuerdo con la Ley 1258 de 2.008.

4.1.1 Situación jurídica. La sociedad es de responsabilidad limitada, cuya razón social es diferente al nombre de cualquiera de los socios, cada socio tiene su participación en la empresa como de igual manera el pago sobre las utilidades netas de la misma.

- **Número de socios.** Mínimo dos socios y no hay Límite máximo.

4.1.2 Requisitos de constitución de gesticalwalexgton. Trámite de legalización y constitución de la empresa. La empresa "**GesticalWALEXGTON**" por el hecho de prestar un servicio (Son actividades de servicios las dedicadas a satisfacer necesidades de la comunidad, debe cumplir con el pago del impuesto de industria y comercio y obtener así la licencia de funcionamiento. Para la obtención de dicha licencia debe registrarse y presentar certificados de: Bomberos (además debe llenar formulario con datos personales y dirección de la empresa), certificado del suelo (datos personales y del establecimiento) y de Sayco y Acimpro.

Por estos conceptos cancelará a: Cámara de comercio, un valor de \$419.600, que depende del monto declarado en activos por dicha actividad. Bomberos por el valor de \$67.500, Planeación Municipal \$38.800 por certificado del uso del suelo. Estos trámites y los de Cámara de Comercio deben repetirse con una periodicidad anual.

Para efectos de identificación como contribuyente del impuesto de Industria y Comercio y de Avisos y Tableros en el Municipio de Ocaña Norte de Santander, debe obtener la cédula de ciudadanía ó NIT. Para la obtención del NIT debe adjuntar los recibos de pago por los anteriores conceptos.

4.1.3 Estatutos de la Constitución de la Sociedad Anónima Simplificada

Estatutos

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará:

“GesticalWALEXGTON” S.A.S, la cual será regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal: ofrecer servicios relacionados con la gestión de calidad con un excelente servicio y calidad.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto social mencionado, así como cuales quiera actividades similares, conexas o complementarias.

Artículo 3º. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Ocaña, Norte de Santander y su dirección para notificaciones judiciales será la calle 11 10-21 centro. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

CAPÍTULO II REGLAS SOBRE CAPITAL Y ACCIONES

Artículo 5º. Capital Autorizado.

Capital	Nro. De Acciones	Valor De Acción
30.000.000	1.512	19.841

Artículo 6º. Capital Suscrito.

Capital	Nro. De Acciones	Valor De Acción
30.000.000	1.512	19.841

Artículo 7º. Capital Pagado.

Capital	Nro. De Acciones	Valor De Acción
19.840.745	1.000	19.841

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto del capital pagado se dividirá en cuotas iguales y se harán efectivas al inicio de la sociedad. El excedente del monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento. De igual manera a decisión de la asamblea general, podrá incrementarse el número de socios con base en dicho excedente.

Artículo 8º. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12°. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cuales quiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en

el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13°. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14°. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15°. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra

operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

CAPÍTULO III ÓRGANOS SOCIALES

Artículo 18°. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Junta Directiva

SINDY ALEXANDRA LEONVELASQUEZ
WILLIGTONSANJUAN MUÑOZ

C. C.No 27.742.457 de La Playa
C. C. No 88.285.766 de Ocaña.

Suplente
Sin aceptación

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.

La realización de procesos de transformación, fusión o escisión. La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;

La modificación de la cláusula compromisoria;

La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y

La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008.

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas

en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad,

deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29°. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

CAPÍTULO IV DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 30°. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36°. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de Ocaña, El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de Ocaña. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de Ocaña, se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

CAPÍTULO IV DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 38°. Disolución.- La sociedad se disolverá:

Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

Por orden de autoridad competente, y

Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39°. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea

general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

Representación legal.- Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a SINDY ALEXANDRA LEONVELASQUEZ C.C. 27.742.457 de La Playa, como representante legal de "**GesticalWALEXGTON**" S.A.S., por el término de 1 año.

SINDY ALEXANDRA LEONVELASQUEZ, participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de "**GesticalWALEXGTON**" SAS, Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.- A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, "**GesticalWALEXGTON**" SAS, asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

Personificación jurídica de la sociedad.- Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, "**GesticalWALEXGTON**" SAS, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

El presente estatuto se firma a los (XXXX) días del mes de XXX de XXXX.

ACTO CONSTITUTIVO

SINDY ALEXANDRA LEONVELASQUEZ de nacionalidad COLOMBIANA identificada con C.C No 27.742.457 de la Playa, domiciliada en la ciudad de Bucaramanga Santander y WILLIGTON SANJUAN MUÑOZ de nacionalidad COLOMBIANA, identificado con C.C. No 88.285.766 de Ocaña, domiciliado en Bucaramanga Santander, declaran -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada

“GesticalWALEXGTON”SAS, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de TREINTA MILLONES DE PESOS MCTE (30.000.000), dividido en 1.512 acciones ordinarias de valor nominal de DIECINUEVE MIL OCHOCIENTOS CUARENTA Y UNO MCTE (\$19.841) cada una, que han sido liberadas en (66%), previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ACCIONISTAS

SINDY ALEXANDRA LEONVELASQUEZ
C.C No 27.742.457 de la Playa

WILLIGTONSANJUAN MUÑOZ
C.C. No 88.285.766 de Ocaña

4.2 ELEMENTOS CORPORATIVOS

4.2.1 Misión. El compromiso central de GesticalWalesgton, es la satisfacción acertada de las expectativas y necesidades del cliente mediante el suministro de soluciones integrales en el acompañamiento durante el proceso de gestión de calidad, garantizando su eficiencia y eficacia en el tiempo, buscando el fortalecimiento y liderazgo institucional, así como una apropiada rentabilidad que le permita retribuir adecuadamente a los accionistas, al cliente interno y la comunidad en general.

4.2.2 Visión. Vemos en 3 años a GesticalWalesgton, como una empresa líder en servicio al cliente, buscando nuevos negocios y servicios, y por ello altamente innovadores.

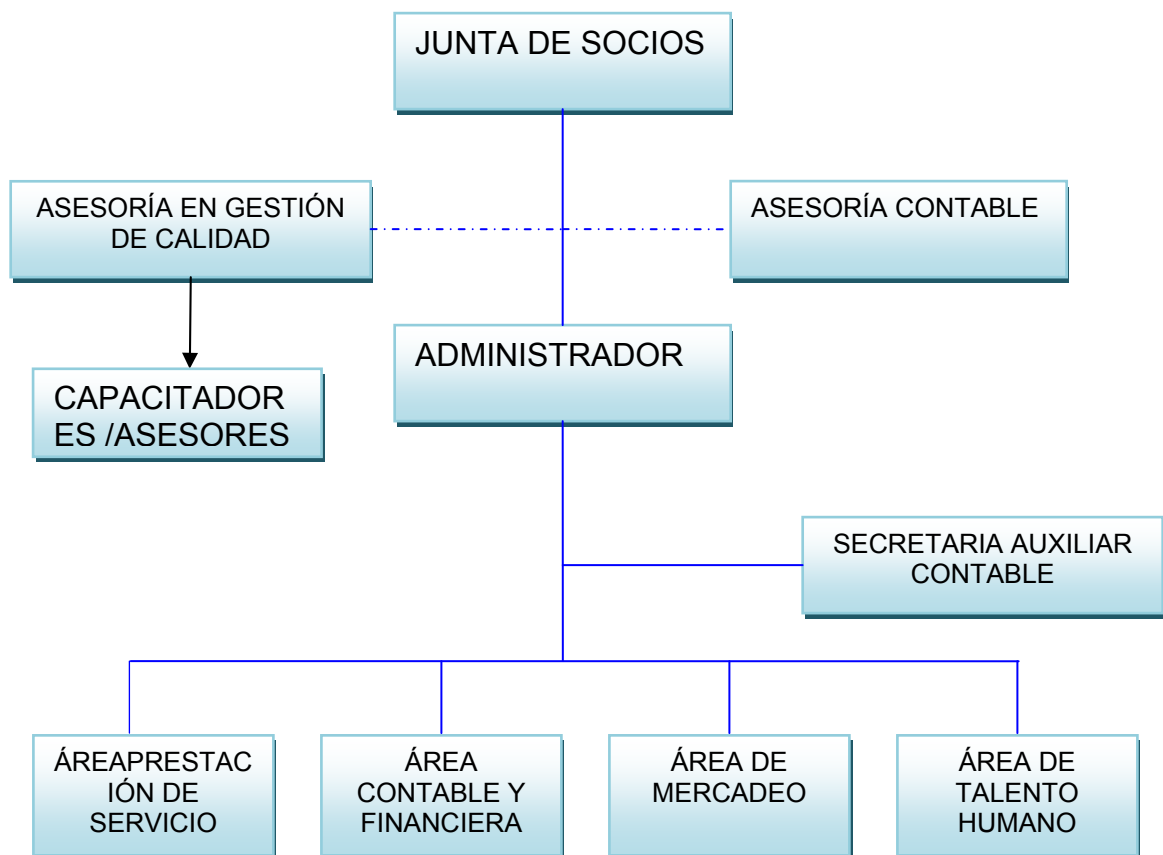
4.2.3 Objetivos. Compromiso con el cliente. El mayor patrimonio de la empresa son sus clientes.

- GesticalWalesgton, adelantará acciones que la mantengan a la vanguardia de los cambios del entorno y al diseño de estrategias que lo mantengan en su posición de liderazgo.
- El compromiso con el recurso humano será un alto grado de identificación y afiliación con los principios e ideales de la compañía.
- La empresa buscará altos niveles de productividad que aseguren su rentabilidad.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama

Figura 23. Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Tabla 37. Manual de funciones

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	JUNTA DIRECTIVA
ANÁLISIS DEL CARGO	
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> - Darse su propia organización interna, contando con un Presidente, un Vicepresidente y un Secretario. - Expedir su propio reglamento, los reglamentos internos de la entidad. - Nombrar y remover cuando fuere necesario al Administrador. - Aprobar el presupuesto para cada vigencia. - Crear los cargos y los niveles de remuneración - Autorizar al gerente para realizar operaciones y contratos relacionados con las actividades de la empresa - Designar el banco o bancos en que se deben depositar los dineros de la empresa. - Decidir sobre el ejercicio de acciones judiciales y transigir sobre cualquier litigio que tenga la entidad. - Rendir informes de gestión y de cierre de ejercicio. - Reglamentar y autorizar la inversión de fondos y aprobar el plan anual de actividades de la empresa. - Aprobar el manual de funciones para los empleados de la empresa.
REQUISITOS	<p>PERTENENCIA Ser socio de la empresa</p>

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ADMINISTRADOR
ANÁLISIS DEL CARGO	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Representar a la Empresa judicial y extrajudicialmente. - Designar a los funcionarios o empleados. - Celebrar todo acto o contrato que se requiera, que sea consistente y relacionado con las operaciones propias de la empresa. - Desarrollar las actividades inherentes a: Área financiera, de mercadeo, talento humano y de prestación del servicio. - Crear y mantener las relaciones con clientes reales y potenciales en la ciudad y la provincia.
REQUISITOS	<p>EDUCACIÓN Título de Administrador de Empresas.</p> <p>HABILIDADES Liderazgo, Empatía, Orientación hacia resultados, Capacidad de análisis, Comunicación, Capacidad de negociación Iniciativa, autonomía, Planeación y organización.</p>
	<p>EXPERIENCIA Mínimo 2 años en cargos similares Conocimiento en áreas de: Mercadeo, Finanzas y Talento humano.</p>
	<p>FORMACIÓN Inducción sobre: la empresa, el Sistema de Gestión de la Calidad y el campo de trabajo.</p>
ASIGNACIÓN SALARIAL	\$ 1.600.000
TIPO DE CONTRATO	Término Indefinido

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ASESOR EN GESTIÓN DE CALIDAD
ANÁLISIS DEL CARGO	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño del portafolio de los servicios a ofrecer a los clientes. - Planificación del trabajo diario, establecimiento de planes de acción y diseño de los procesos a desarrollar de acuerdo con las necesidades del cliente. -Acompañamiento, apoyo y motivación a los clientes, ofreciendo un servicio eficaz y eficiente. - Supervisión de las actividades relacionadas con la prestación del servicio y medición de los resultados. - Desarrollo sistemas que permitan elevar el nivel de calidad de las empresas.
REQUISITOS	<p>EDUCACIÓN Título de estudios universitarios en administración de empresas o carreras a fines. Especialización y/o diplomado en gestión de calidad y aplicación de la norma ISO 9001 – 2008.</p> <p>HABILIDADES Iniciativa, autonomía, Planeación y organización.</p>
	<p>EXPERIENCIA Mínimo 2 años en cargos similares.</p>
	<p>FORMACIÓN Inducción sobre la empresa</p>
ASIGNACIÓN SALARIAL	Este será determinado de acuerdo al número de asesorías brindadas durante el mes a cancelar
TIPO DE CONTRATO	Orden de Prestación del servicio.

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ASESOR CONTABLE
ANÁLISIS DEL CARGO	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Organización y sistematización de los registros semanalmente - Dirección y manejo de los pagos tributarios. - Exhibición de resultados mensuales, Bimensuales y anuales de todos los movimientos financieros de la empresa. - Registro de los ingresos y egresos de la empresa. - Manejo de los libros contables - Cálculo de los pagos tributarios deducciones y retenciones. - Cálculo de costos y precios de venta.
REQUISITOS	<p>EDUCACIÓN Título de estudios universitarios en contaduría pública y especialización en impuestos</p> <p>HABILIDADES Eficiente desarrollo de sus funciones, honestidad, responsabilidad, control total de las actividades a su cargo.</p>
	<p>EXPERIENCIA Mínimo 2 años en cargos similares.</p>
	<p>FORMACIÓN Inducción sobre la empresa</p>
ASIGNACIÓN SALARIAL	Estará determinado de acuerdo al número de asesorías brindadas durante el mes a cancelar
TIPO DE CONTRATO	Orden de Prestación del servicio.

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE
ANÁLISIS DEL CARGO	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Atender a los clientes y recepcionar llamadas. - Transcribir los oficios. - Dar el trámite respectivo a la correspondencia. - Atender la agenda del Administrador - Registrar los movimientos del giro del negocio. - Organizar los registros diarios. - Verificar Registrar y recibir las ventas. - Registrar y cancelar las cuentas menores - Registrar la nómina.
REQUISITOS	<p>EDUCACIÓN Titulo Bachiller Comercial y CAP del Sena en secretariado.</p> <p>Conocimientos: Manejo de computador, Excel y Windows, Manejo de libros contables.</p> <p>HABILIDADES Excelente presentación personal, Fluidez verbal, manejo de relaciones interpersonales, ágil, honesta, responsable. Control total de las actividades a su cargo.</p>
	<p>EXPERIENCIA Mínimo 1 año en cargos similares.</p>
	<p>FORMACIÓN Inducción sobre la empresa y su cargo.</p>
ASIGNACIÓN SALARIAL	\$599.200
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo.

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA	
NOMBRE DEL ÁREA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> - Planeación, coordinación, dirección y supervisión de la atención de los servicios, el cumplimiento del personal. - Organización y coordinación de las labores del personal para la prestación del servicio organizado y oportuno. - Presentación de informes. - Manejo discreto y profesional en la información.

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA	
NOMBRE DEL ÁREA	CONTABLE Y FINANCIERA
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> - elaboración de los presupuestos y el manejo de efectivo. - Realización del análisis de inversiones y la provisión de fondos.

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA	
NOMBRE DEL ÁREA	CONTABLE Y FINANCIERA
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> - Proposición de nuevas estrategias de mercadeo y ventas. - Planeación, organización, dirección y control de la actividad de mercadeo y ventas. - Divulgación de los servicios eventuales y permanentes - Atención en forma amable y clara de las consultas sobre los planes de venta del servicio. - Planeación, organización, dirección y control del conjunto de operaciones que se ejecutan en la empresa para lograr satisfacer las necesidades de información, que cambien en el tiempo, deseos de los clientes o usuarios. - Mantenimiento del contacto con los usuarios del servicio, para conocer aspectos relacionados con los servicios prestados.

Fuente: Autores del proyecto

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA	
NOMBRE DEL ÁREA	TALENTO HUMANO
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> - Planeación, organización, dirección y control de la selección de personal. - Divulgación de la información sobre las vacantes. - Diseño de las pruebas para la selección. - Establecimiento de los términos y trámites relacionados con la contratación. - Estandarización de las políticas salariales y de mantenimiento del clima organizacional.

Fuente: Autores del proyecto

4.3.3 Asignación salarial

Tabla 38. Determinación de Gastos de Nómina

Cargo	Sueldo	Sub. Transporte	Vr. Mensual	Vr. Anual
Administrador	1.600.000		1.600.000	19.200.000
Secretaria- Contable Aux	700.000	63.600	763.600	9.163.200
Aseadora	267.800	63.600	331.400	3.976.800
Total				32.340.000
2 Asesores	O.P.S.			
2 Capacitadores	O.P.S.			
Asesoría contable	O.P.S.			

Fuente: Cálculo de los autores

4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL DEL PROYECTO

Realizados los análisis pertinentes respecto a los diferentes tipos de empresas se llegó a la conclusión que la empresa se debe constituir como una Sociedad Anónima simplificada (S.A.S), llevando como nombre **“GESTICALWALESGTON”**.

La organización de la empresa se ve reflejada en una estructura lineal, esto debido a que permite el establecimiento de adecuados canales de comunicación entre jefes y subordinados y permite visualizar de manera general las características de la empresa.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión Fija

Tabla 39. Equipo de Oficina

CANT	DESCRIPCIÓN	VR UNIT.	VR. TOTAL
1	Teléfono Fax	200.000	200.000
7	Escritorios	180.000	1.260.000
7	Sillas giratorias	160.000	1.120.000
1	Caja Registradora	200.000	200.000
3	Archivador	250.000	750.000
1	Mesa Sala de Junta	200.000	200.000
6	Sillas	60.000	360.000
Total		1.250.000	4.090.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 40. Equipo de Computación y comunicación

CANT	DESCRIPCIÓN	VR UNIT.	VR. TOTAL
3	Computadores	1.500.000	4.500.000
1	Impresora	350.000	350.000
1	Equipo de Sonido	1.000.000	1.000.000
1. p	Internet	100.000	1.200.000
2	SoftwareKMKeyQuality	500.000	1.000.000
Total		3.450.000	8.050.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 41. Total Inversión fija

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	VALOR
1.	Equipos de oficina	4.090.000
2.	Equipo de Computación y comunicación	8.050.000
Total		12.140.000

Fuente: Cálculo de los autores

5.1.2 Inversión diferida

Tabla 42. Gastos de Constitución

CONCEPTO	Valor anual
C. Uso de Suelo	38.800
Bomberos	67.500
Cámara de comercio	419.600
Total	525.900

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 43. Inversión diferida

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	VALOR
1.	Estudio de Factibilidad	1.000.000
2.	Gastos de constitución	525.900
Total		1.525.000

Fuente: Cálculo de los autores

5.1.3 Inversión de Capital de trabajo

5.1.3.1 Costo del servicio

Tabla 44. Proyección de costos

Años	1	2	3	4	5
Ítem					
Total ingresos	181.500.000	218.575.000	259.638.750	299.314.648	346.679.320
x Otros costos	5%	5%	5%	5%	5%
=	9.075.000	10.928.750	12.981.938	14.965.732	17.333.966
+ Costo de venta.	2.950.000				
+ Costo por pago de Asesores y capacitadores	109.333.016	114.799.667	120.539.650	126.566.633	109.333.016
= Costo real del S.S	121.358.016	125.728.417	133.521.588	141.532.365	126.666.982

Fuente: Cálculo de los autores

El valor de los ingreso por ventas corresponden al cuadro 41. Otros costos equivalen a valores de arriendo, refrigerios, logística, otros para la capacitación y

se estiman en 5% de ventas. Gastos de ventas se relacionan con los cuadros 2 y 3. Gastos por pago de asesores y capacitadores hace mención al cuadro 34. Para la proyección de ingresos costos y gastos se toma como porcentaje de inflación el 5%.

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas

Tabla 45. Determinación de Gastos de Nómina

Cargo	Sueldo	Sub. Transporte	Vr. Mensual	Vr. Anual
Administrador	1.600.000		1.600.000	19.200.000
Secretaria- Contable Aux	700.000	63.600	763.600	9.163.200
Aseadora	267.800	63.600	331.400	3.976.800
Sub Total				32.340.000
2 Asesores O.P.S	1.500.000		3.000.000	36.000.000
2 Capacitadores	1.500.000		3.000.000	36.000.000
TOTAL				136.680.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 46. Determinación de deducciones de Nómina Personal administrativo

Total Devengado	32.340.000
Prestaciones 21.83%	7.059.822
Salud, pensión y parafiscales 30.022%	9.709.115
TOTAL	49.108.937

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 47. Determinación de deducciones de Nómina Asesores y capacitadores

Total Devengado	72.000.000
Prestaciones 21.83%	15.717.176
Salud, pensión y parafiscales 30.022%	21.615.840
TOTAL	44.533.016

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 48. Gastos de personal Administrativo

Total salarios	32.340.000
Total deducciones	16.768.937
Total a pagar	49.108.937

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 49. Costo de personal de Asesores y capacitadores

Total salarios	72.000.000
Total deducciones	37.333.016
Total a pagar	109.333.016

* Este valor se considera costo del servicio.

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 50. Proyección Gastos de Nómina personal Administrativo

Años	1	2	3	4	5
Ítem					
Total Salarios	32.340.000	35.654.850	37.437.593	39.309.416	41.274.946
Deducciones	16.768.937	17.607.384	18.487.753	19.412.141	20.382.748
*Total Dotación	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
**Honorarios	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.910.215
Total	52.108.937	54.714.384	59.232.792	62.194.488	65.297.213

* Dotación \$100.000 por persona tres veces por año.

** \$200.000 mensual para Asesor jurídico y Contable.

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 51. Proyección Gastos de Nómina personal de Asesores y capacitadores

Años	1	2	3	4	5
Ítem					
Total Salarios y deducciones	109.333.016	114.799.667	120.539.650	126.566.633	132.894.964

Fuente: Cálculo de los autores

5.1.3.3 Gastos de administración y ventas

- Gastos Generales

Tabla 52. Gastos Generales

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	1.000.000	12.000.000
Energía	100.000	1.200.000
Agua	20.000	240.000
Teléfono	100.000	1.200.000
Útiles de aseo	100.000	1.200.000
Total		15.840.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 53. Proyección gastos generales

Ítem	Años	1	2	3	4	5
Total		15.840.000	16.632.000	17.463.600	18.336.780	19.253.619

Fuente: Cálculo de los autores

- Gastos de Ventas

Tabla 54. Proyección gastos de ventas

Ítem	Años	1	2	3	4	5
Actualización pág. Weeb		2.950.000	3.097.500	3.252.375	3.414.993	3.585.742

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 55. Inversión Capital de trabajo

Concepto	Años	0
Costo del servicio		3.210.003
Gastos de nómina Personal Administrativo		52.108.937
Gastos generales		15.840.000
Gastos de ventas		2.950.000
Total capital de trabajo		74.108.937
Meses		12
Capital de trabajo mensual		6.175.745

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 56. Inversión Total

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	VALOR
1.	Inversión Capital de trabajo	6.175.745
2.	Inversión Fija	12.140.000
3	Inversión Diferida	1.525.000
Total		19.840.745

Fuente: Cálculo de los autores

5.1.4 Fuentes de Financiación

Tabla 57. Fuentes de financiación

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	VALOR
1.	Capital Social	19.840.745
2.	Pasivo	- 0-
3.	Patrimonio	19.840.745
Total	Pasivo + Patrimonio	19.840.745

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 58. Depreciación y Diferidos

Años Concepto	0	1	2	3	4	5
Equipo de Comp y C/ción.	8.050.000					
Depreciación		1.610.000	1.610.000	1.610.000	1.610.000	1.610.000
Vr en libros		6.440.000	4.830.000	3.220.000	1.610.000	-0-
Equipo de Oficina.	4.090.000					
Depreciación		409.000	409.000	409.000	409.000	409.000
Valor en libros		3.681.000	3.272.000	2.863.000	2.454.000	2.045.000
Diferidos	1.525.900					
Amortización		305.180	305.180	305.180	305.180	305.180
Saldo	1.525.900	1.220.720	915.540	610.360	305.180.	-0-

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 59. Proyección de cantidades de servicios por venta

Años	1	2	3	4	5
Asesorías	24	24	24	24	24
Capacitación	120	140	160	176	196
Ase. Capac.	54	62	70	80	88

* Datos tomados de los cuadros 5, 6 y 7.

Fuente: Cálculo de los Autores.

Tabla 60. Proyección de precios

Años	0
Asesorías	500.000
Capacitación	850.000
Ase -Cap.	1.250.000

* La información para la proyección fue tomada de 2.8

Fuente: Cálculo de los Autores

5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

5.3.1 Ingresos por Servicios Año 1

Tabla 61. Proyección de Ventas Asesorías

	Años	1
Ítem		
Cantidad		24
Precio		500.000
Total		12.000.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 62. Proyección de Ventas Capacitación

	Años	1
Ítem		
Cantidad		120
Precio		850.000
Total		102.000.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 63. Proyección de Ventas Capac. Ases

	Años	1
Ítem		
Cantidad		54
Precio		1.250.000
Total		67.500.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 64. Proyección de Ventas totales Año 1.

	Años	1
Ítem		
Asesorías		12.000.000
Capacitación		102.000.000
Ases-capac		67.500.000
Total		181.500.000

Fuente: Cálculo de los autores

5.3.2 Ingresos por Servicios Año 2

Tabla 65. Proyección de Ventas Asesorías

	Años	2
Ítem		
Cantidad		24
Precio		525.000
Total		12.600.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 66. Proyección de Ventas Capacitación

	Año	2
Ítem		
Cantidad		140
Precio		892.500
Total		124.950.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 67. Proyección de Ventas Capac. Ases

	Año	2
Ítem		
Cantidad		62
Precio		1.312.500
Total		81.375.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 68. Proyección de Ventas totales Año 2.

	Año	2
Ítem		
Asesorías		12.600.000
Capacitación		124.600.000
Ases-capac		81.375.000
Total		218.575.000

Fuente: Cálculo de los autores

5.3.3 Ingresos por Servicios Año 3

Tabla 69. Proyección de Ventas Asesorías

	Años	3
Ítem		
Cantidad		24
Precio		551.250
Total		13.230.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 70. Proyección de Ventas Capacitación

	Años	3
Ítem		
Cantidad		160
Precio		937.125
Total		149.940.000

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 71. Proyección de Ventas Capac. Ases

	Años	3
Ítem		
Cantidad		70
Precio		1.378.125
Total		96.468.750

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 72. Proyección de Ventas totales Año 3.

	Años	3
Ítem		
Asesorías		13.230.000
Capacitación		149.940.000
Ases-capac		96.468.750
Total		259.638.750

Fuente: Cálculo de los autores

5.3.4 Ingresos por Servicios Año 4

Tabla 73. Proyección de Ventas Asesorías

	Años	4
Ítem		
Cantidad		24
Precio		578.813
Total		13.891.512

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 74. Proyección de Ventas Capacitación

	Años	4
Ítem		
Cantidad		176
Precio		963.981
Total		169.660.656

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 75. Proyección de Ventas Capac. Ases

	Años	4
Ítem		
Cantidad		80
Precio		1.447.031
Total		115.762.480

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 76. Proyección de Ventas totales Año 4.

	Años	4
Ítem		
Asesorías		13.891.512
Capacitación		169.660.656
Ases-capac		115.762.480
Total		299.314.648

Fuente: Cálculo de los autores

5.3.5 Ingresos por Servicios Año 5

Tabla 77. Proyección de Ventas Asesorías

	Años	5
Ítem		
Cantidad		24
Precio		607.754
Total		14.586.336

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 78. Proyección de Ventas Capacitación

	Años	5
Ítem		
Cantidad		196
Precio		1.012.180
Total		198.387.280

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 79. Proyección de Ventas Capac. Ases

	Años	5
Ítem		
Cantidad		88
Precio		1.519.383
Total		133.705.704

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 80. Proyección de Ventas totales Año 5.

	Años	5
Ítem		
Asesorías		14.586.336
Capacitación		198.387.280
Ases-capac		133.705.704
Total		346.679.320

Fuente: Cálculo de los autores

Tabla 81. Proyección de Ingresos totales por ventas

Ítem	Años	1	2	3	4	5
Asesorías		12.000.000	12.600.000	13.230.000	13.891.512	14.586.336
Capacitación		102.000.000	124.600.000	149.940.000	169.660.656	198.387.280
Ases. Capaci		67.500.000	81.375.000	96.468.750	115.762.480	133.705.704
Total		181.500.000	218.575.000	259.638.750	299.314.648	346.679.320

Fuente: Cálculo de los autores

5.4 ESTADOS FINANCIEROS

5.4.1 Estado de resultados

Tabla 82. Estado de resultados

AÑOS CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Totales	181.500.000	218.575.000	259.638.750	299.314.648	346.679.320
Costos del Servicio	121.358.016	125.728.417	133.521.588	141.532.365	126.666.982
Utilidad Bruta	60.141.984	92.846.583	126.117.162	157.782.283	220.012.338
Gastos de Nomina	32.340.000	35.654.850	37.437.593	39.309.416	41.274.946
Deducciones	16.768.937	17.607.384	18.487.753	19.412.141	20.382.748
Gastos de Dotación	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Gastos de Honorarios	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.910.215
Gastos Generales	15.840.000	16.632.000	17.463.600	18.336.780	19.253.619
Gastos de Ventas	2.950.000				
Total de Gastos	70.898.937	73.044.234	76.696.446	80.531.212	84.550.832
Utilidad Operacional	-10.756.953	19.802.349	49.420.716	77.251.071	135.461.506
Depreciación	2.019.000	2.019.000	2.019.000	2.019.000	2.019.000
Diferido	305.180	305.180	305.180	305.180	305.180
Excedente del Ejercicio	-12.775.953	17.478.169	47.096.536	74.926.891	133.137.326
Imp. renta 33%		5.767.796	15.541.857	24.725.874	43.935.318
Utilidad líquida	-12.775.953	11.710.373	31.554.679	50.201.017	89.202.008
Reserva legal 10%		1.171.037	3.155.468	5.020.102	8.920.201
Utilidad o Pérdida Neta	-12.775.953	10.539.336	28.399.211	45.180.915	80.281.808

Fuente. Cálculo de los autores

5.4.2 Flujo de caja

Tabla 83. Flujo de Caja

Años	1	2	3	4	5
ÍTEM					
Util. o pérdida	-12.775.953	10.539.336	28.399.211	45.180.915	80.281.808
Depreciación	2.019.000	2.019.000	2.019.000	2.019.000	2.019.000
Diferidos	305.180	305.180	305.180	305.180	305.180
Flujo aj. de Caja	-10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095	82.605.988

Fuente. Cálculo de los autores

Tabla 84. Flujo de Inversión

Años	0
Ítem	
Inversión	19.840.745
Recup	
Flujo A Inv.	19.840.745

Fuente. Cálculo de los autores

Tabla 85. Flujo de Efectivo

Años	0	1	2	3	4	5	6
Ítem							
Inversión	19.840.745						
Recup							2.045.000
		-10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095	82.605.988	
Flujo Inv.	19.840.745	-10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095	82.605.988	2.045.000

Fuente: Cálculo de los autores

5.4.3 Balances proyectados

Tabla 86. Balances proyectados

BALANCES PROYECTADOS							Patrimonio Neto	PN
AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
CONCEPTO							Pasivo No Corriente	PNC
							Activo No corriente	ANC
							CT=PN + PNC - ANC	
Capital de Trabajo	6.175.745	10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095	82.605.988		
Total activo Disponible	6.175.745	10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095	82.605.988		
Equipos de Oficina	4.090.000	3.681.000	3.272.000	2.863.000	2.454.000	2.045.000		
Equipo de computación y Comunicación	8.050.000	6.440.000	4.830.000	3.220.000	1.610.000	0		
Total Activo Fijo	12.140.000	20.572.773	20.965.516	36.806.391	51.569.095	84.650.988		
Estudio de Factibilidad	1.000.000	800.000	600.000	400.000	200.000	0		
Gastos de Constitución	525.900	420.720	315.540	210.360	105.180	0		
Total Activo Diferido	1.525.900	1.220.720	915.540	610.360	305.180	0		
Total Activos	19.841.645	21.793.493	21.881.056	37.416.751	51.874.275	84.650.988		
Pasivo a corto plazo	0	0	0	0	0	0		
Pasivo a Largo Plazo	0	0	0	0	0	0		
Total Pasivo	0	0	0	0	0	0		
Capital Social	19.841.645	32.245.266	19.469.313	4.281.617	-28.765.954	2.045.000		
Utilidad del Ejercicio	0	10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095	82.605.988		
Utilidad Acumulada	0		2.411.743	33.135.134	80.640.229			
Reservas	0							
Total Patrimonio	19.841.645	21.793.493	21.881.056	37.416.751	51.874.275	84.650.988		
Total pasivo + patrimonio	19.841.645	21.793.493	21.881.056	37.416.751	51.874.275	84.650.988		

Fuente. Cálculo de los autores.

5.5 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

Se observa que la empresa no cuenta con pasivo de corto plazo, lo que significa que su capital de trabajo neto está representado en el Disponible del mismo.

Al no existir pasivo en la empresa en los diferentes periodos, el nivel de endeudamiento es del 0%.

Aplicado el margen de utilidad bruta se determina que por cada \$100 que se vende en el año 1 se obtiene una utilidad del **33%**, es decir que por cada \$1 vendido se genera \$0,33 para el primer año \$0,42 para el segundo, \$0,49 para el tercero y \$0,53 para el cuarto y 0,63 para el quinto año.

Teniendo en cuenta los costos y los gastos en que se incurren para el desarrollo de la actividad comercial se puede observar que por cada \$100 de ingresos que recibe la empresa, genera un -6%% de utilidad para el año uno, 9% para el año dos, 19% para el año tres, 26% para el año cuatro y 39% para el año quinto. Lo anterior quiere decir que de cada \$1 vendido en los años se reportaron las utilidades operacionales mencionadas.

Al aplicar el margen neto de utilidad se puede afirmar que el resultado final de la empresa con relación a los ingresos obtenidos en cada uno de los años, fue de -,7% de utilidad para el año uno, 5% para el año dos, 11% para el año tres, 15% para el año cuatro y 23% para el año quinto; significando esto lo que queda de cada peso vendido, para cubrir los impuestos y generar utilidades.

En cuanto al rendimiento del activo y patrimonio se obtienen los mismos porcentajes, debido a que no existen pasivos; significando esto que la empresa por cada \$100 que tiene invertido en el negocio, obtiene una utilidad de -64% para el año uno, 48% para el dos, 130% para el tres, 121% para el cuatro y 155% para el quinto. Es decir que por cada \$1 invertido en activo total, genero \$-64% de utilidad neta para el año 1, y para los años 2, 3, 4 y 5, \$0,48, \$1,30, \$1,21 y 1.55 respectivamente. Observándose que de un año a otro este rendimiento oscila casi entre los mismos porcentajes porque durante el transcurso del tiempo no se hicieron nuevas inversiones.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 87. Punto de Equilibrio

Años Concepto	1	2	3	4	5
Gastos fijos	70.898.937	73.044.234	76.696.446	80.531.212	84.550.832
Margen de Contribución	60.141.984	92.846.583	126.117.162	157.782.283	220.012.338
Porcentaje punto de Equilibrio	1,178859297	0,78671968	0,608136472	0,51039452	0,38430041
Ventas Totales	181.500.000	218.575.000	259.638.750	299.314.648	346.679.320
Ventas punto de Equilibrio	213.962.962	171.957.254	157.895.794	152.768.555	133.229.005

*Punto de equilibrio Costos Fijos /Margen de Contribución

Fuente: Cálculo de las autoras

Tabla 88. Comprobación punto de equilibrio

Años Concepto	1	2	3	4	5
Venta del p. de Equil	213.962.962	171.957.254	157.895.794	152.768.555	133.229.005
Porc de costos	0,668639207	0,57521865	0,514259093	0,47285479	0,36537219
-Costos	143.064.025	98.913.020	81.199.348	72.237.343	48.678.173
Util bruta	70.898.937	73.044.234	76.696.446	80.531.212	84.550.832
-Gastos	70.898.937	73.044.234	76.696.446	80.531.212	84.550.832
Util o Pérd	-0-	-0-	-0-	-0-	-0-

Fuente: Cálculo de las autoras

6.2 IMPACTO SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El impacto social de GESTAMP, en la comunidad empresarial del sector servicios, es positivo, en la medida que les permite mejorar los servicios prestados, contar con la acreditación de un ente de carácter Nacional e Internacional y ser competitivos en el ámbito Nacional con empresas similares.

Por otra parte la comunidad de usuarios de los servicios, de igual manera se ven beneficiados al mejorar los servicios recibidos y justificar el pago hecho por los mismos.

De igual manera se propicia la generación de algunas fuentes de empleo, contribuyendo con ello a la reducción del alto índice de desempleo, el cual en la ciudad alcanza porcentajes que igualan o sobrepasan el del orden Nacional. Así mismo quienes participen con su fuerza laboral, mejorarán su calidad de vida y de igual manera la de su núcleo familiar.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

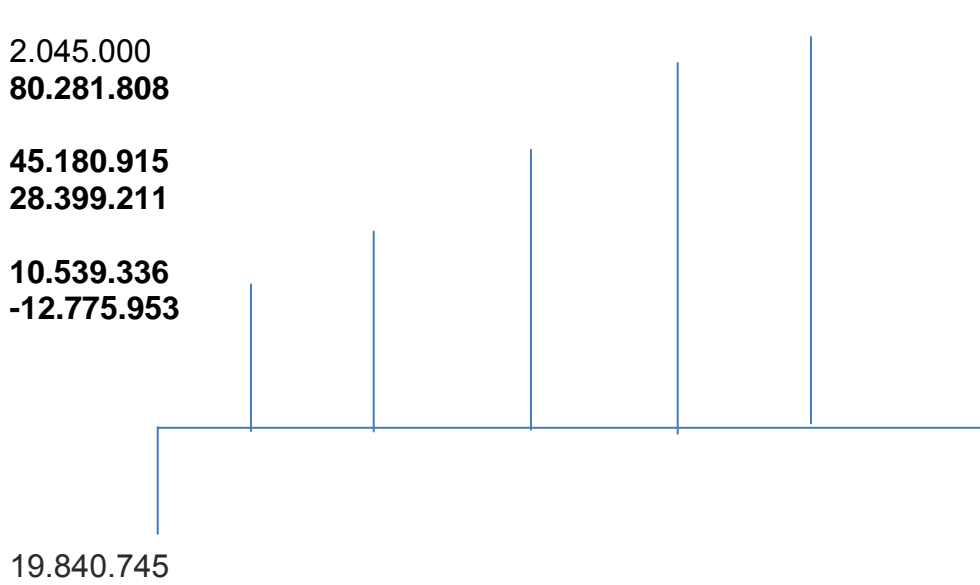
El montaje de la empresa, no tendrá consecuencias sobre los recursos naturales de la zona de localización ya que no se efectúan construcciones, ni habrá manipulación de elemento alguno que produzca alteraciones medioambientales.

Igualmente en apoyo con empresas del sector se liderará un programa de reciclaje de las basuras producidas y de las próximas al entorno. Se participara en eventos de recuperación de cuencas y de reforestación que se programen a nivel local y regional.

6.4 IMPACTO FINANCIERO

6.4.1 Valor presente neto. Este indicador muestra el valor neto de las utilidades generadas durante los cinco años de vida útil del proyecto. Se fundamenta en el valor del dinero en el tiempo, si se tiene en cuenta que no es lo mismo el valor de cierta cantidad de dinero recibida en los primeros años que en los últimos.

Figura 24 Diagrama de flujo



Fuente: Autores del proyecto

Se considera como costo de oportunidad del mercado al 8% que es la tasa de rentabilidad que generaría el capital colocado en una entidad financiera y como tasa de riesgo el 1.68%.

$$\left\{ \frac{1.968}{1.08} - 1 \right\} \times 100 = 1.68\% \quad (1.08 + 0.0168) - 1 \times 100 = 9.68$$

-19.840.745	-12.775.953	10.539.336	28.399.211	45.180.915	80.281.808	2.045.000
						PN
						\$ 107.598.176
						VAN
						\$ 87.757.431

6.4.2 Tasa Interna Retorno TIR.

-19.840.745	-12.775.953	10.539.336	28.399.211	45.180.915	80.281.808
56% T. I. R					

Tabla 89. Periodo de recuperación

PROYECTO	VALOR ACTUAL	CANTIDAD RETORNADA	SALDO
Inversión inicial	19.840.745		
Cantidad retornada		$10.539.336 + 28.399.211 =$ $38.938.547 -$ $-12.775.953$ $= 26.162.594$	
Tiempo de retorno		$26.162.594 / 12 = 2.180.216$ $19.840.745 / = 2.180.216$ $= 9 \text{ meses } 10 \text{ días.}$	

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 90. Análisis de las Razones Financieras

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ					
Capital Neto de Trabajo (\$)	6.175.745	10.451.773	12.863.516	30.723.391	47.505.095
ENDEUDAMIENTO					
Nivel de Endeudamiento (%)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
RENTABILIDAD					
Margen Bruto de Utilidad (%)	33%	42%	49%	53%	63%
Margen Operacional de Utilidad (%)	-6%	9%	19%	26%	39%
Margen Neto de Utilidad (%)	-7%	5%	11%	15%	23%
Rendimiento del Patrimonio (%)	-64%	48%	130%	121%	155%
Rendimiento del Activo Total (%)	-64%	48%	130%	121%	155%

LIQUIDEZ

CAPITAL DE TRABAJO NETO	Activo corriente - Pasivo Corriente	
ENDEUDAMIENTO NIVEL ENDEUDAMIENTO	DE Total Pasivos con Terceros Total Activo	
RENTABILIDAD		
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta Ingresos	100
MARGEN OPERACIONAL	Utilidad Operacional Ingresos	100
MARGEN NETO	Utilidad Neta Ingresos	100
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta Activos	100
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	Utilidad Neta Activos	100
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	Utilidad Neta Patrimonio	100

Fuente: Autores del proyecto

7. CONCLUSIONES

Los datos que se obtuvieron de oferta y demanda histórica, así como las proyecciones que se han hecho para los próximos años, muestran claramente que el servicio tiene una buena aceptación en el mercado local y que es factible realizar adiciones de servicios con el fin de mantener los niveles de ventas.

De acuerdo a los datos obtenidos en las diferentes encuestas que se realizaron para obtener el estudio de mercado se deduce que los demandantes de dicho servicios están dispuestos a usar el servicio ofrecido en sus diferentes modalidades (Asesoría normas de calidad y Capacitación en procesos).

El precio de comercialización del servicio, se encuentra al nivel de la capacidad de pago de los usuarios del mismo. Buscando introducir rápidamente el servicio se podría pensar en un reducción del precio manteniendo el equilibrio entre calidad y precio; ya que la disminución que se quiere tener del precio no comprometerá de ninguna forma la calidad de éste.

La comercialización del servicio se realizará por medio del canal más corto. Se pensó incluir un intermediario, denominado "agente vendedor", pero no se llevó a cabo teniendo en cuenta que esto traería la implicación de pagar un incentivo económico que tendría que absorber el usuario final.

Para lograr el desarrollo del servicio, se hace necesario realizar una inversión en el desarrollo del mismo. Para el efecto se diseña la estrategia del evento de inauguración.

Después de haber analizado individualmente cada uno las variables incidentes en la estructura técnica del proyecto, se puede afirmar que existe la viabilidad y la factibilidad necesaria para implementarlo, viéndolo desde este ángulo.

La ubicación el espacio físico, cuenta con una posición excelente hacia el centro de la ciudad, lugar donde se ubican las empresas financieras, el flujo empresarial relacionado con comercio y servicios; así mismo su extensión permite la ubicación y distribución de los espacios o cada una de las divisiones requeridas para la prestación del servicio en forma idónea.

El tamaño del proyecto obedece a porcentajes bastante bajos, buscando no sobredimensionar el mismo y ser objetivos en los resultados esperados.

Se puede afirmar que el proceso operativo es realizable sin inconvenientes mayores. Cualquier dificultad en los inicios de las operaciones será resuelta con base en la experiencia del personal contratado.

Los equipos contarán con el soporte técnico necesario, por lo que no se convierten en obstáculo para el desarrollo de las diversas actividades.

Realizados los análisis pertinentes respecto a los diferentes tipos de empresas se llegó a la conclusión que la empresa se debe constituir como una Sociedad Anónima simplificada (S.A.S), llevando como nombre **“GESTICALWALESGTON”**.

La organización de la empresa se ve reflejada en una estructura lineal, esto debido a que permite el establecimiento de adecuados canales de comunicación entre jefes y subordinados y permite visualizar de manera general las características de la empresa.

La empresa para su implementación requiere de un capital de \$19.840.745, la cual genera unos flujos que traídos a valor presente alcanzan a \$ 107.598.176 los que cubren la inversión y dejan un excedente equivalente a \$ 87.757.431. La rentabilidad de la inversión está representada en la T.I.R. que muestra un valor de 56%. La inversión se alcanza a recuperar en 9 meses 10 días. Esta información muestra lo atractivo del proyecto como alternativa de inversión.

El impacto social de la empresa, en la comunidad empresarial del sector servicios, es positivo, en la medida que permite a los usuarios de los mismos, ser competitivos en el ámbito Nacional con empresas similares y reducir el nivel de desempleo a nivel local.

El proyecto, no tiene incidencias sobre los recursos naturales de la zona de localización y por tanto no genera impacto ambiental pero colaborará en eventos y campañas que busquen el mejoramiento medioambiental.

8. RECOMENDACIONES

Capacitar a los asesores sobre Gestión y control de calidad en los procesos de producción y prestación de servicios.

Profundizar en el tema de costos y gastos del servicio con el propósito de hacer ajustes a los precios de venta buscando que garanticen márgenes de rentabilidad razonables al igual que la equidad en los precios.

Elaborar y mantener registros permanentes y actualizados de los clientes.

Inclusión de la empresa en las redes de empresa de su género para el intercambio de conocimientos y experiencias.

Formular planes de para ingresar a nuevos mercados provinciales y regionales.

Segmentar los mercados de acuerdo a los tipos de servicios que ofrecen.

Mantener constante comunicación con los clientes, realizando estudios de mercado orientados a conocer la satisfacción de los servicios prestados.

BIBLIOGRAFÍA

_____ Constitución Política de Colombia, 1991

_____ Nuevo Código de Comercio, Ley 746 de 2002. Decreto 1355, Agosto 4 de 1970. Ley 746 de 2002 Decreto 1355, Agosto 4 de 1970

DUCUARA MANRIQUE, Alberto. La cultura de la calidad bajo las normas ISO en las empresas de Neiva. Tipos de Normas. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2005.

ICHIRO, Jorge. Seminario aseguramiento de la calidad. Bogotá. 2006. p. 15

LOPEZ RODRIGUEZ, Alba Ligia, HERNANDEZ Edgard Miguel, ROZO Jesús Maria. Hospital Milton JANUARIO RUEDA VARON. Universidad Antonio Nariño, Facultad de Administración de Empresas. Implementación de las Normas de Aseguramiento de la calidad a las MIPYMES. Bucaramanga. 2005. p. 250

Disponible _____ en internet.[http://www.xuletas.es/fichas/otrosorganismos/certificadoresReglamentación de compatibilidad electromagnética](http://www.xuletas.es/fichas/otrosorganismos/certificadoresReglamentación%20de%20compatibilidad%20electromagnética) .Escrito el 07 de Julio de 2008 .

www.accionsocial.gov.co/documento/5147_NTCGP1000-2009p.1

ANEXOS

Anexo A. Encuesta dirigida a los representantes legales de las empresas de Servicios en Ocaña.

Objetivo: Recolectar información relacionada con la implantación de una Empresa de servicios en Gestión de Calidad.

1. Qué opinión le merece la prestación de servicios de gestión de calidad al sector servicios en la ciudad de Ocaña?

- | | | | |
|--------------------------------|-----|------------------------------|-----|
| a. Mejora de rentabilidad | ___ | d. Altos costos de inversión | ___ |
| b. Genera mayor competitividad | ___ | e. Todas las anteriores | ___ |
| c. Confianza | ___ | f. Ninguna de las anteriores | ___ |

2. Considera usted necesario invertir en la implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en su empresa?

- a. Si ___ b. No ___

3. De estos servicios cuál estaría dispuesto a contratar?

- | | | | |
|--------------------------------------|-----|-----------------------------|-----|
| a. Asesoría normas de calidad | ___ | b. Capacitación en procesos | ___ |
| c. Acompañamiento para certificación | ___ | d. Todos los anteriores | ___ |

4. Cuál de los montos estipulados a continuación se ajustarían a su presupuesto para cancelar el contrato por el servicio seleccionado en el ítem anterior?

- a. De \$300.000 - \$ 700.000
- b. De \$ 700.000 - \$1.000.000
- c. De \$1.000.000 - \$1.500.000
- d. Más de \$1.500.000

5. Si existiera una empresa que ofreciera los servicios de Norma ISO 9001:2008 Sistemas de Gestión de la calidad con qué frecuencia contrataría el servicio?

- a. Mensual ___ b. Trimestral ___ c. Semestral ___

6. Qué aspectos tendría en cuenta a la hora de adquirir el servicio?

- a. Puntualidad _____
- b. Experiencia _____
- c. Responsabilidad _____
- d. Trayectoria _____
- e. Precio _____
- f. Altas competencias _____

7. Conoce una empresa que preste este servicio exclusivamente para el sector servicios?

- a. Si ____Cuál _____
- b. No ____

8. Por qué medio le gustaría recibir información sobre los servicios de gestión de calidad?

- a. Radio _____
- b. Páginas amarillas _____
- c. TV _____
- d. Internet _____
- e. Referencia personal _____

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN