

**“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍAS
JURÍDICAS, EMPRESARIALES, CONTABLES Y BANCARIAS EN EL MUNICIPIO DE
MÁLAGA”**

JUAN CARLOS VEGA CRISTANCHO

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL X NIVEL
MÁLAGA
2007**

**“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍAS
JURÍDICAS, EMPRESARIALES, CONTABLES Y BANCARIAS EN EL MUNICIPIO DE
MÁLAGA”**

**PROYECTO
PARA OPTAR AL TITULO DE PROFESIONAL EN GESTION EMPRESARIAL**

**PRESENTADO POR
JUAN CARLOS VEGA CRISTANCHO**

**DIRIGIDO POR
PROF. HERNANDO RAMON MACIAS BERMUDEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL X NIVEL
MÁLAGA
2007**

DEDICATORIA

Doy infinitas gracias al **"TODOPODEROSO"** por su eterna bondad al darle fruto a mis ilusiones,
A mis padres que siempre me han colaborado en el logro de mis metas,
A la mujer que *"amo"* y que siempre amara mi ser a quien quiero ofrecer
este gran resultado, y por quien hoy florecen los más grandes sueños,
Al pequeño *"Daniel"* mi querido hijo,
A mis hermanos y familia,
A mi dilecto amigo *"Hernando"* y mi exaltada empresa "SALUDCOOP",
A nuestra laureada *"Universidad Industrial de Santander"*,
a todos los egresados de la UIS, socios y compañeros de *"ASEDUIS"*
y a todas las personas que de una u otra forma han contribuido a este logro tan meritorio.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	13
SUMMARY	14
INTRODUCCION	15
1. GENERALIDADES	16
1.1. DESCRIPCIÓN DE MÁLAGA	16
1.1.1. <i>Apreciación Histórica de Málaga</i>	16
1.1.2. <i>Evolución Económica de Málaga</i>	17
1.1.3. <i>Localización y descripción del Municipio de Málaga</i>	18
1.1.4. <i>División Político Administrativa</i>	19
1.1.5. <i>Sector Social y Educativo</i>	20
1.2. ESTRUCTURA ECONÓMICA DE MÁLAGA	26
1.2.1. <i>Sector Primario</i>	26
1.2.2. <i>Sector Secundario</i>	27
1.2.3. <i>Sector Terciario</i>	27
1.2.4. <i>Características de las personas consumidores de este sector</i>	29
1.3. ASPECTOS LEGALES DEL SERVICIO	33
1.3.1. <i>Constitución Política de Colombia</i>	33
1.3.2. <i>Código de Comercio</i>	35
1.3.3. <i>Código Contencioso Administrativo</i>	37
1.3.4. <i>Código Civil</i>	37
1.3.5. <i>Código Penal</i>	37
1.3.6. <i>Código Sustantivo del Trabajo</i>	37
1.3.7. <i>Código de Procedimiento Civil</i>	38
1.3.8. <i>Código de Procedimiento Penal</i>	38
1.3.9. <i>Código Procesal del Trabajo y de la Seguridad Social</i>	38
1.4. EVOLUCION DEL SECTOR	39
1.4.1. <i>Evolución En Colombia</i>	43
1.4.2. <i>Evolución en Málaga</i>	43
2. ESTUDIO DE MERCADOS	45
2.1. OBJETIVOS	45
2.1.1. <i>Objetivo General</i>	45
2.1.2. <i>Objetivos Específicos</i>	45
2.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	46
2.2.1. <i>Definición, Usos y especificaciones del servicio</i>	46
2.2.2. <i>Productos Sustitutos</i>	58
2.2.3. <i>Productos Complementarios</i>	58
2.2.4. <i>Atributos diferenciadores del Servicio</i>	59
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	60
2.3.1. <i>Mercado Potencial</i>	60
2.3.2. <i>Mercado Objetivo</i>	61
2.3.3. <i>La Demanda</i>	61
2.3.4. <i>Investigación de Mercados</i>	61
2.3.5. <i>Estimación de la Demanda</i>	78
2.3.6. <i>Evolución Histórica de la Demanda</i>	78
2.3.7. <i>Proyección de la Demanda</i>	78
2.4. LA OFERTA	78

2.4.1. <i>Necesidades de Información</i>	78
2.4.2. <i>Ficha Técnica (Oferta)</i>	78
2.4.3. <i>Análisis de la Situación Actual de la Competencia</i>	86
2.4.4. <i>Proyección de la Oferta (competencia)</i>	88
2.5. RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	89
2.6. CANALES DE COMERCIALIZACION	89
2.6.1. <i>Estructura de los Canales Actuales</i>	89
2.6.2. <i>Ventajas y Desventajas de los Canales Actuales</i>	90
2.6.3. <i>Selección de los Canales de Comercialización</i>	90
2.7. PRECIO	90
2.7.1. <i>Análisis de Precios</i>	90
2.7.2. <i>Estrategias de Fijación de Precios</i>	90
2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCION	91
2.8.1. <i>Objetivos</i>	91
2.8.2. <i>Logotipo</i>	92
2.8.3. <i>Lema</i>	92
2.8.4. <i>Análisis de medios</i>	93
2.8.5. <i>Selección de medios</i>	94
2.8.6. <i>Estrategias Publicitarias</i>	94
2.8.7. <i>Presupuesto de Publicidad y Promoción</i>	95
2.9. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	98
3. ESTUDIO TÉCNICO	100
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	100
3.1.1. <i>Descripción del Tamaño del Proyecto</i>	100
3.1.2. <i>Factores que Determinan el Tamaño de un Proyecto</i>	100
3.1.3. <i>Capacidad del Proyecto</i>	102
3.2. LOCALIZACIÓN	104
3.2.1. <i>Macrolocalización</i>	104
3.2.2. <i>Microlocalización</i>	104
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	109
3.3.1. <i>Ficha Técnica del Producto (Servicio)</i>	109
3.3.2. <i>Descripción Técnica del Proceso</i>	116
3.3.3. <i>Diagramas de Operación, Procesos y Procedimientos</i>	118
3.3.4. <i>Control de Calidad</i>	138
3.3.5. <i>Recursos</i>	143
3.3.6. <i>Estudio de Proveedores</i>	152
3.3.7. <i>Distribución de Planta</i>	152
3.3.8. <i>Logística de Distribución</i>	154
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	155
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	157
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	157
4.1.1. <i>Tipo de Sociedad</i>	157
4.1.2. <i>Procedimiento</i>	158
4.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA	158
4.2.1. <i>Visión</i>	159
4.2.2. <i>Misión</i>	159
4.2.3. <i>Objetivos</i>	159
4.2.4. <i>Políticas</i>	160
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	161
4.3.1. <i>Organigrama</i>	161
4.3.2. <i>Descripción y Perfil de Cargos</i>	161

4.3.3. <i>Asignación Salarial</i>	178
5. ESTUDIO FINANCIERO	180
5.1. INVERSIONES	180
5.1.1. <i>Inversión Fija</i>	180
5.1.2. <i>Inversión Diferida</i>	183
5.1.3. <i>Inversión de Capital de Trabajo</i>	183
5.1.4. <i>Inversión Total</i>	191
5.1.5. <i>Fuentes de Financiación</i>	191
5.2. COSTOS	195
5.2.1. <i>Costos Totales por Servicio</i>	195
5.2.2. <i>Costos Unitarios de Venta por Servicio</i>	202
5.2.3. <i>Precio de Venta de los Productos</i>	202
5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	203
5.3.1. <i>Egresos Proyectados</i>	203
5.3.2. <i>Ingresos Proyectados</i>	204
5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO	205
5.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	206
5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	209
5.7. BALANCE GENERAL	212
5.7.1. <i>Razón de Liquidez</i>	213
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	215
6.1. IMPACTO SOCIAL	215
6.2. IMPACTO AMBIENTAL	215
6.3. EVALUACION FINANCIERA	216
6.3.1. <i>Valor Presente Neto (VPN)</i>	217
6.3.2. <i>Tasa Interna Retorno (TIR)</i>	219
6.3.3. <i>Análisis de las Razones Financieras</i>	221
CONCLUSIONES	223
RECOMENDACIONES	225
BIBLIOGRAFÍA	226
ANEXOS	228

LISTADO DE CUADROS

Cuadro 1. Población Total de Málaga	21
Cuadro 2. Población Rural por Veredas	21
Cuadro 3. Población Total según DANE	22
Cuadro 4. Niveles Socioeconómicos	23
Cuadro 5. Tipo de Negocios	28
Cuadro 6. Entidades Bancarias	28
Cuadro 7. Entidades de Salud y Consultorios	29
Cuadro 8. Notarias	30
Cuadro 9. Funerarias	30
Cuadro 10. Cárcel Municipal	30
Cuadro 11. Emisoras	30
Cuadro 12. Gimnasios	30
Cuadro 13. Parqueaderos	31
Cuadro 14. Hoteles – Residencias – Restaurantes	31
Cuadro 15. Peluquerías y Salones de Belleza	31
Cuadro 16. Actividad Principal del Negocio	31
Cuadro 17. Población de Málaga	60
Cuadro 18. Ficha Técnica Demanda	66
Cuadro 19. Patrón de Gastos de los Consumidores	62
Cuadro 20. Tasa de Crecimiento de la Población	67
Cuadro 21. Ficha Técnica Oferta	78
Cuadro 22. Crecimiento Anual de los Establecimientos que Prestan Asesorías	88
Cuadro 23. Crecimiento Anual de la Oferta	88
Cuadro 24. Presupuesto Radial	95
Cuadro 25. Presupuesto por Concepto de Papelería	96
Cuadro 26. Presupuesto por Otros Conceptos Publicitarios	96
Cuadro 27. Presupuesto de Operación	97
Cuadro 28. Capacidad Diseñada	102
Cuadro 29. Capacidad Utilizada	104
Cuadro 30. Ponderación de Factores	107
Cuadro 31. Puntuación De Factores	107
Cuadro 32. Valoración de los Sitios	108
Cuadro 33. Ficha Técnica Elaboración Escrita de Derechos de Petición	109
Cuadro 34. Ficha Técnica Elaboración Escrita de Acciones de Tutela	110
Cuadro 35. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Asesoría Jurídica	111
Cuadro 36. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Asesoría Empresarial	112
Cuadro 37. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Capacit. Empresarial	114
Cuadro 38. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Investig. de Mercados	115
Cuadro 39. Descripción del Proceso de Llegada del Cliente	118
Cuadro 40. Diagrama de Proceso del Servicio de Elab. de Der. de Petición	120
Cuadro 41. Diagrama de Proceso del Servicio de Elab. Acciones de Tutela	123
Cuadro 42. Diagrama de Proceso del Servicio de Asesoría Jurídica	126
Cuadro 43. Diagrama de Proceso del Servicio de Asesoría Empresarial	129

Cuadro 44. Diagrama de Proceso del Servicio de Capacitación Empresarial	132
Cuadro 45. Diagrama de Proceso del Servicio de Investigación de Mercados	135
Cuadro 46. Norma ISO 9001:2000	139
Cuadro 47. Nomina Mano de Obra Directa	143
Cuadro 48. Nomina Mano de Obra Indirecta	143
Cuadro 49. Recurso Físico Área de Gerencia y Sala de Juntas	144
Cuadro 50. Recurso Físico Área de Asesorías	144
Cuadro 51. Recurso Físico Área de Recepción y Secretaría	147
Cuadro 52. Otros Recursos Físicos	149
Cuadro 53. Insumos	151
Cuadro 54. Tipo De Sociedad Comercial	157
Cuadro 55. Manual de Funciones Gerente General	163
Cuadro 56. Manual de Funciones Abogado	166
Cuadro 57. Manual de Funciones Profesional en Admón o Contad. Pública	169
Cuadro 58. Manual de Funciones Tecnólogo Jurídico	172
Cuadro 59. Manual de Funciones Secretaria	175
Cuadro 60. Estructura Salarial Mano de Obra Directa	178
Cuadro 61. Estructura Salarial Mano de Obra Indirecta	179
Cuadro 62. Presupuesto de Construcción y Adecuación	180
Cuadro 63. Presupuesto de Muebles, Enseres y Equipo de Oficina	181
Cuadro 64. Total Inversión Fija	182
Cuadro 65. Presupuesto de Inversiones Diferidas	183
Cuadro 66. Política De Cartera	183
Cuadro 67. Política De Inventarios	184
Cuadro 68. Política de Efectivo	184
Cuadro 69. Política de Inversión Fija	184
Cuadro 70. Presupuesto De Insumos	184
Cuadro 71. Presupuesto Mano de Obra Directa	185
Cuadro 72. Prestaciones Mano de Obra Directa	185
Cuadro 73. Presupuesto Mano De Obra Indirecta	186
Cuadro 74. Prestaciones Mano De Obra Indirecta	186
Cuadro 35. Presupuesto de Mantenimiento	186
Cuadro 76. Presupuesto de Depreciación	187
Cuadro 77. Presupuesto de Servicios	187
Cuadro 78. Presupuesto de Amortización de Diferidos	188
Cuadro 79. Presupuesto de Impuestos	188
Cuadro 80. Presupuesto del Costo Total de Producción	189
Cuadro 81. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas	189
Cuadro 82. Presupuesto de Gastos Financieros	190
Cuadro 83. Presupuesto De Capital De Trabajo	190
Cuadro 84. Presupuesto Total de Inversiones	191
Cuadro 85. Presupuesto Plan de Financiación	192
Cuadro 86. Porcentaje de Ocupación del Cargo Según el Servicio Prestado	195
Cuadro 87. Costos Totales del Servicio Elaboración de Der. de Petición	196
Cuadro 88. Costo Unitario Servicio de Elab. de Derechos de Petición	197
Cuadro 89. Precio de Venta Servicio de Elab. de Derechos de Petición	197
Cuadro 90. Costos Totales del Servicio de Elab. de Acciones de Tutela	197
Cuadro 91. Costo Unitario del Servicio de Elab. de Acciones de Tutela	198
Cuadro 92. Precio de Venta Servicio de Elab. de Acciones de Tutel	198
Cuadro 93. Costos Totales del Servicio de Asesoría Jurídica	198
Cuadro 94. Costo Unitario del Servicio de Asesoría Jurídica	198

<i>Cuadro 95. Precio de Venta del Servicio de Asesoría Jurídica</i>	199
<i>Cuadro 96. Costos Totales del Servicio de Asesoría Empresarial</i>	199
<i>Cuadro 97. Costo Unitario del Servicio de Asesoría Empresarial</i>	199
<i>Cuadro 98. Precio De Venta del Servicio de Asesoría Empresarial</i>	199
<i>Cuadro 99. Costos Totales del Servicio de Capacitación Empresarial</i>	200
<i>Cuadro 100. Costo Unitario del Servicio de Capacitación Empresarial</i>	200
<i>Cuadro 101. Precio De Venta del Servicio de Asesoría</i>	200
<i>Cuadro 102. Costos Totales del Servicio de Investigación de Mercados</i>	201
<i>Cuadro 103. Costo Unitario del Servicio de Investigación de Mercados</i>	201
<i>Cuadro 104. Precio de Venta del Servicio de Investigación de Mercados</i>	201
<i>Cuadro 105. Costos Unitarios por Venta de Servicio</i>	202
<i>Cuadro 106. Precio de Venta de Productos</i>	202
<i>Cuadro 107. Razón de Liquidez Proyectoado</i>	213
<i>Cuadro 108. Costo de Oportunidad</i>	216

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta N° 1. Utilización del tipo de Asesorías	68
Tabla 2. Pregunta N° 1. Frecuencias en la utilización del tipo de Asesorías	70
Tabla 3. Pregunta N° 2. Costo en la utilización de las Asesorías	72
Tabla 4. Pregunta N° 3. Dificultades en la utilización de las Asesorías	74
Tabla 5. Pregunta N° 4. Reunión en un solo sitio de todas las Asesorías	75
Tabla 6. Pregunta N° 5. Calificación del Servicio que Utiliza Actualmente	76
Tabla 7. Pregunta N° 6. Disponibilidad Futura de Utilización de las Asesorías	77
Tabla 8. Oferta según el tipo de asesorías	80
Tabla 9. Personas Atendidas al Día	82
Tabla 10. Tiempo en el Mercado	83
Tabla 11. Conocimiento del Porcentaje de Participación en el Mercado	84
Tabla 12. Medios de Promoción y Publicidad	85
Tabla 13. Amortización del Crédito	194
Tabla 14. Egresos Proyectados (Miles de Pesos)	203
Tabla 15. Servicios Proyectados (Unidades)	204
Tabla 16. Ingresos Proyectados (Miles de Pesos)	205
Tabla 17. Punto de Equilibrio por Servicio	205
Tabla 18. Flujo de Caja Proyectado (Miles de pesos)	208
Tabla 19. Estado de Resultados Proyectados (Miles de Pesos)	207
Tabla 20. Balance General Proyectado	214
Tabla 21. Flujo a Evaluar Proyectado	218
Tabla 22. Valor Presente Neto	218
Tabla 23. Flujo Ajustado a la Tasa de Descuento Proyectado	220
Tabla 24. Periodo de Recuperación de la Inversión	220

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Utilización y Frecuencia Tipo de Asesoría Personas Naturales	71
Figura 2. Utilización y Frecuencia Tipo de Asesoría Estab. de Comercio	72
Figura 3. Costo en la Utilización de las Asesorías	73
Figura 4. Dificultades en la utilización de las Asesorías	75
Figura 5. Reunión en un solo sitio de todas las Asesorías	76
Figura 6. Calificación del servicio que utiliza actualmente	77
Figura 7. Disponibilidad Futura de Utilización de las Asesorías	78
Figura 8. Oferta según el tipo de asesorías	82
Figura 9. Personas atendidas al día	83
Figura 10. Tiempo en el Mercado	84
Figura 11. Conocimiento del porcentaje de participación en el mercado	85
Figura 12. Medios de Promoción y Publicidad	86
Figura 13. Canales de Comercialización Actuales	89
Figura 14. Canal de Comercialización Seleccionado	90
Figura 15. Logotipo de JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA	92
Figura 16. Localización de JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA	106
Figura 17. Descripción Técnica del Proceso	117
Figura 18. Diagrama de Operación Llegada Cliente	119
Figura 19. Sistema de Gestión de la Calidad, JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA	139
Figura 20. Plano ó Área Física del Centro de Asesorías	153
Figura 21. Organigrama de JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA	161
Figura 22. Flujo de Caja Proyectado	209
Figura 23. Estado de Resultados Proyectados	210
Figura 24. Balance General Proyectado	212

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORÍAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES, CONTABLES Y BANCARIAS EN EL MUNICIPIO DE MÁLAGA.*

AUTOR: JUAN CARLOS VEGA CRISTANCHO.**

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, Gestión Empresarial, Derecho, Asesorías, Contabilidad, Outsourcing y Gerencia del Servicio.

DESCRIPCIÓN O CONTENIDO:

El presente trabajo intenta crear, en forma ágil, una organización que sea capaz de responder al entorno social en el cual se desarrolla. Esta organización que constituida legalmente atienda en un mismo sitio las necesidades y asesorías que en materia jurídica, empresarial, contable y bancaria sean requeridas por las personas, empresarios y empresas del municipio, de la provincia y de la región en general.

Todo ello enmarcado en un modelo administrativo que la ayude a mejorar continuamente en todas sus áreas y procesos, para alcanzar el liderazgo regional que la posiciona como única en su género. El objetivo primordial de éste es hacer un análisis profundo de la oferta existente en el mercado y su demanda futura para que mediante aspectos diferenciadores en torno a la prestación de sus servicios logre siempre la satisfacción de los interesados en la utilización de los mismos. De ahí se parte hacia la consecución de una empresa que cumpla todos los lineamientos que aseguren su viabilidad a largo plazo y la competitividad en el medio en que se encuentra.

En general, se estableció un estudio pormenorizado para cada uno de sus productos bajo la legislación vigente de su actividad y a la vez se amoldó a las necesidades de los clientes actuales y potenciales, que finalmente procure dar cumplimiento a todas las propuestas para convertirla en una sociedad que busque mantenerse y crecer al ritmo que la economía nacional y global imponen. En conclusión, por parte de su autor, hubo plena satisfacción debido a que todo lo planteado para su ejecución redundará en la buena imagen que de la futura empresa se proyecte a la comunidad.

* Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el Título de Profesional en Gestión Empresarial.

** Instituto de Educación a Distancia. Programa de Gestión Empresarial. Dirigido por: HERNANDO RAMÓN MACIAS BERMÚDEZ.

SUMMARY

TITLE: Feasibility for the creation of a company of juridical, managerial, accountants and bank consultantships in the municipality of Málaga.*

AUTHOR: JUAN CARLOS VEGA CRISTANCHO.**

KEY WORDS: Feasibility, managerial administration, Law, Consultantships, accounting, Outsourcing and Management of service.

DESCRIPTION OR CONTENT:

The present work tries to create, in agile form, an organization that is able to respond to the social environment in which the recent project is developed, this organization will be constituted in legal form and it will assist in oneself place the necessities and consultantships that in juridical, managerial matter, accountant and bank subjects, they are required by people, managers and companies of the municipality, of the county and of the region in general.

This organization will be created in an administrative model that helps it to improve continually in all its areas and processes, to reach the regional leadership that transforms it as only into its gender. The primordial objective of this project is to make a deep analysis of the existent offer in the market and of their future demand so that it is always achieved the satisfaction of the interested ones in the use of the services by means of differentiating aspects. It will get a company that fulfills all the limits that assure their long term viability and the competitiveness in the means in which is.

In general a itemized study was established for each one of the products under the effective legislation of its activity settled down and at the same time it is molded to the current and potential clients' necessities, and that finally it tries to give execution to all the proposals so that the society stays and grow to the rhythm that the national and global economy imposes. In conclusion, on the part of their author, there was full satisfaction because all that outlined for the execution of the project, will redound in the good image that is projected to the community about the future company.

* Degree work presented as a requisite to obtain the degree of Professionals in Managerial Administration.

** Managerial Administration Program. Distance Education Institute. Directed by: HERNANDO RAMÓN MACÍAS BERMÚDEZ.

INTRODUCCION

El propósito del presente trabajo de grado es el de desarrollar un documento escrito que sirva como guía y el cual tenga una excelente aplicación en todo el proceso de factibilidad para la creación de la futura empresa, teniendo en cuenta aspectos tan importantes y que se han adquirido en todo el proceso de estudio del autor del mismo y deba redundar en una excelente implementación como lo es su parte administrativa, contable, estudio técnico, de mercados, etc, y todas aquellas herramientas necesarias para ahondar en un completo documento que dé ayuda para la buena puesta en marcha de dicha organización.

Es por ello que al presentar éste, se va a dar un aclara idea de lo que se desea conocer del mercado, su futura demanda y existente oferta y lo que se pretende hacer a partir de estos datos estadísticos para crear una organización ágil y capaz de responder a todas aquellas expectativas que se creen en la mente de los clientes potenciales que a ella acudan.

1. GENERALIDADES

1.1. DESCRIPCIÓN DE MÁLAGA

1.1.1. *Apreciación Histórica de Málaga*

El conquistador español HERNAN PEREZ DE QUESADA en el año de 1539 cuando venia en busca de la “casa del sol” descubrió el “valle de los cercados” llamado así por que los indios Chitareros, primeros pobladores de la región, cercaban cada uno de sus bohíos con cañas o palos. Más tarde le dieron el nombre de “Valle de Tequia”.

En esta época don GONZALO SUAREZ RENDÓN, natural de Málaga (España) tuvo noticias de la existencia del “Valle de los cercados” y ordenó a JERÓNIMO DE AGUAYO que se dirigiera a ese lugar y fundara un pueblo que llevara el nombre de Málaga como homenaje a su tierra natal.

Para cumplir con ese mandato, don JERÓNIMO DE AGUAYO se dirige al “valle de los cercados” con 50 infantes y 20 jinetes y funda a nuestra ciudad de Málaga el 10 de marzo de 1542.

El 9 de mayo de 1695 los capitanes FRANCISCO SOTOMAYOR Y MELCHOR DE VIÑA NEGRON le dieron el nombre de “Villa de San Jerónimo y Nuestra Señora de la Soledad de Málaga” a esta hermosa, culta y acogedora ciudad de la cual hacen parte sus habitantes naturales o adoptivos. Málaga quiere decir en fenicio REINA, por ello a la capital de la provincia se le llama Reina Chitarera.

Bolívar pasó varias veces por Málaga siendo la primera el 24 de Octubre de 1813 y permaneció en la ciudad hasta finales de noviembre reclutando soldados. El 22 de Noviembre de 1815 llegó a Málaga CUSTODIO GARCIA ROVIRA el héroe de la batalla de Cachirí el 22 de Febrero de 1816.

Bolívar recibió el homenaje de sus pobladores el día 4 de Abril de 1820. El 23 de Junio de 1824 se creó el Departamento de Boyacá, perteneciendo a este el cantón de Málaga, donde se instaló la Junta de Educación Pública que construyó la primera escuela que comenzó a funcionar el 25 de Diciembre de 1827.

El 28 de Abril de 1835, se creó el Juzgado de Málaga dependiente del Tribunal de San Gil. El 11 de mayo de 1834, se creó la Diócesis de Pamplona con Jurisdicción sobre la Parroquia de Málaga.

Por decreto del 8 de Abril de 1850, se creó el estado Soberano de Santander y la provincia de García Rovira, siendo elegido como primer senador SALUSTRIANO ORTIZ y como representante JOSE MARIA DURAN. Bucaramanga fue erigida en Capital del Estado de Santander 1857¹

1.1.2. Evolución Económica de Málaga.

Esta situada en el centro de la provincia de García Rovira y ostenta el título de Capital Provincial. La Provincia de García Rovira esta en la Parte oriental del departamento de Santander (Colombia) y Málaga es la ciudad más grande de la región en cuanto a número de habitantes, con una extensión de 58 Km².

Esta ciudad cuenta con varias construcciones de extraordinaria riqueza arquitectónica como el asilo San Antonio y la catedral principal erigida el 28 de marzo de 1691.

El derroche de la alegría de los Malagueños tiene su punto culminante en los carnavales y su recogimiento y devoción en la solemne Semana Santa.

Entre los siglos XVI y XVII, se dio la introducción de cultivos como: trigo, caña, pastos y ganadería. En el siglo XVIII se vio el desarrollo de la industria artesanal (Telares), Fique (alpargatas, sogas, mochilas, cabuya, costales, cinchas, etc.) madera, herrería. Auge de cultivos comerciales (Tabaco negro) creación de la fábrica de cigarrillos en Bucaramanga.

¹ Estudios Sociales de Málaga, Alcaldía Municipal de Málaga. 2005.

Hacia el siglo XIX se introduce el cultivo del café (todo el departamento) cuyo auge decae por las luchas internas (Guerra de los 1000 días).

En el siglo XX se fortaleció la creación y puesta en marcha de la planta de tratamiento para el agua de consumo humano, construcción de destilería de Aguardiente Anisado Pichón, construcción y puesta en marcha de Electro Pardo, construcción y puesta en marcha de la Molinera de Herran, Molino San Martín, traída del primer automóvil, creación de la Empresa de Transporte Terrestre de Santander COTRANS, construcción del Aeropuerto Jerónimo de Aguayo, establecimiento del Batallón del Ejército García Rovira, y Policía Nacional, Televisión, etc. Constitución de una fábrica de Manguera, Construcción y acomodamiento del relleno sanitario, vías Málaga-Bucaramanga, Málaga-Cúcuta, Málaga-Bogotá, expansión de los cultivos de frijol, maíz, pastos así como la ganadería y sus diferentes clasificaciones, etc., Ingreso de Telecom, Hidroeléctrica de Calichal y distrito de riego Popagá-Salado Bravo, Conformación y puesta en marcha de la Fabrica de Cerveza Violeta, hoy Cerveza Negra, establecimiento de los Bancos: Colombia, Popular, Bogotá, Caja Popular Cooperativa, Caja Agraria, hoy Banco Agrario, Coopprofesores, Coomultrasan, Coopcentral, establecimiento y puesta en marcha de la Fundación Universitaria García Rovira Norte y Gutiérrez hoy seccional UIS, ingreso del Internet, antena parabólica, establecimiento de las casetas del Canal Uno, Canal Institucional y Señal Colombia y los dos (2) canales privados de televisión, entre otras.

1.1.3. Localización y Descripción del Municipio de Málaga

- Ubicación: El municipio de Málaga se encuentra localizado al Nororiente del Departamento de Santander a los 6° 42' de Latitud norte y 72° 44' de longitud.
- Área Total: El área total del municipio es de 58 Km², de donde el 4.87% (2.82 Km²) corresponde al sector urbano y el 95.13% (55.18 Km²) corresponde al sector rural.
- Altitud: La altitud del municipio es de 2.235 m s n m.
- Fecha de Fundación: 10 de Marzo de 1542
- Fundador: Don JERÓNIMO DE AGUAYO

- Primer Alcalde Municipal: Don Pedro Segovia
- Población Total: 23.766 (Proyección 30/06/2005 DANE)
 - 17.340 (SISBEN 30/10/2005)
 - Población Cabecera: 18.743 (Proyección 30/06/2005 DANE)
 - 13.678 (SISBEN 30/10/2005)
 - Población Rural Dispersa: 5.023 (Proy. 30/06/2005 DANE)
 - 3.662 (SISBEN 30/10/2005)
 - Densidad poblacional: 410 habitantes /Km² (Proy. 30/06/2005 DANE)
- Altura: 2.175 M.S.N.M. promedio área urbana
- Temperatura media: 17° C
- Distancia a Bucaramanga: 153 Km.
- Límites Municipales:
 - Norte:* Municipio Concepción y San Andrés.
 - Oriente:* Municipio de Enciso.
 - Occidente:* Municipio de Molagavita y San Andrés.
 - Sur:* Municipio de San José de Miranda

1.1.4. División Político Administrativa

Administrativamente el Municipio de Málaga se divide en dos sectores: el sector rural lo integran doce (12) veredas y el sector urbano distribuido por calles situadas de oriente a occidente y numerada en forma ascendente desde la calle 1ª, barrio Simón Bolívar, hasta la calle 31 en la zona Industrial, y las carreras están orientadas de sur a norte y numeradas ascendentemente desde la carrera 3ª en barrio Pailitas hasta la carrera 14 en el barrio El Bosque.

Dividido en 36 barrios los cuales fueron creados de la siguiente manera:

♣ POR SUBSIDIO

- Prados del Norte
- Pinos del Norte
- Maria Auxiliadora
- Poveda Florez
- Villa Andalucía

- El Mirador
- Torres de Paraíso
- Urbanización San Sebastián
- Villa Unión

♣ POR MEJORAMIENTO

- La Salle
- Simón Bolívar
- Laureano Gómez
- La Universidad

♣ POR EL INSTITUTO DE CRÉDITO TERRITORIAL (actual INURBE)

- Los Naranjitos
- La Floresta
- Los Sauces

♣ POR LA CAJA AGRARIA

- El Dorado
- Popular Modelo

♣ INDEPENDIENTES

- Pailitas
- Kennedy
- La Esperanza
- El Sagrado Corazón
- Unión
- Centro
- Tajamar
- Ricaurte
- La Esmeralda
- Los Alpes
- El Cedral
- El Bosque
- Santa Maria
- Centenario

- Libertador
- Vista Hermosa
- Medisautos
- Industrial San José

En el año 2004 se realizó la implementación del Nuevo SISBEN en el municipio de Málaga, aplicando la encuesta de clasificación socio-económica al 100% de la población la cual tomamos como fuente de información para algunos parámetros.

Cuadro 1. Población Total de Málaga

ZONA	No	No Habitantes	%
Barrios	36	13.678	78.89
Veredas	12	3.662	21.11
TOTAL	48	17.340	100

Fuente: SISBEN. Málaga Oct 30/2005.

Cuadro 2. Población Rural por Veredas

No	NOMBRE DE LA VEREDA Y/O SECTOR	No Habitantes
1	Alizal	92
2	Barzal	595
3	Buena Vista	231
4	Calichal	605
5	Guásimo	541
6	Lavadero	238
7	Pantano Grande	154
8	Pantano Hondo	77
9	Pescaderito	541
10	Pescadero	234
11	Tierra Blanca	181
12	San Luís	173
	TOTAL	3.662

Fuente: SISBEN Málaga Oct 30/ 2005.

Cuadro 3. Población Total según DANE

TOTAL	23.766
Cabecera	18.743
Resto	5.023

Según el DANE territorial Santander para el municipio de Málaga según proyección, previa aprobación metodológica, la población estimada para el 2005 es la que muestra el anterior cuadro².

Esta información se estimó con base en la población ajustada por omisión censal de 1993 y su proyección definitiva a 30 de junio de 2005.

- **Producción agrícola:** Tabaco, Maíz y Fríjol, Papa, cebada y arveja en baja escala.
- **Producción Pecuaria:** Ganadería de doble propósito: (Especializada en leche)
Aves (Gallinas ponedoras)
Caprinos.
- **Entidades Oficiales:** Alcaldía Municipal
Registraduría Municipal
Procuraduría Judicial Provincial
Bienestar Familiar
Inspección del Trabajo
INPEC zona Málaga
Notaria Primera y Segunda de Málaga
- **Entidades Judiciales:** Fiscalía Local y Seccional
Juzgado Penal Municipal y del Circuito
Juzgado Civil Municipal y del Circuito
Juzgado Promiscuo de Familia

² Proyección DANE basado en el Censo de 1993 para el municipio de Málaga,

C. T .I

SIJIN

- **Entidades de prevención:** Policía Nacional
Ejercito Nacional
Cruz Roja
Defensa Civil
Bomberos voluntarios

1.1.5. Sector Social y Educativo

Como consecuencia de la política del gobierno actual de seguridad democrática, la migración de población en Málaga disminuyó, al punto que se ha dado un retorno parcial de las personas nativas y/o oriundas del Municipio, que como consecuencia de la violencia suscitada por los actores armados se habían desplazados a otras partes del país e inclusive fuera de él.

Las personas que han retornado corresponden a los estratos medio y medio bajo y las familias más pudientes no han regresado, por lo que si bien existe una reactivación económica, es menor que la existente al momento en que se agudizo el conflicto armado.

La proyección de la población realizada por el DANE difiere de la existente en la base de datos del SISBEN, lo que ha traído como consecuencia, mayor indicador de necesidades básicas satisfechas, que no corresponden con el índice real de necesidades básicas insatisfechas que viven los residentes del Municipio de Málaga.

Cuadro 4. Niveles Socioeconómicos

NIVEL	POBLACIÓN	%
1	10.296	59.37
2	5.945	34.28
3	1.091	6.30
4	8	0.05
5	0	0
6	0	0

Fuente: Oficina SISBEN.

Además el municipio cuenta con diferentes centros educativos como:

- SECCIÓN PRIMARIA
 - Concentración Escolar Kennedy
 - Concentración Escolar Antonio Nariño
 - Concentración Escolar Marco Fidel Suárez
 - Concentración Escolar Edelmira Blanco de Álvarez
 - Concentración Escolar Anexa a la Normal
 - Concentración Escolar anexa al colegio Nuestra Señora del Rosario
 - Cuenta con otras escuelas de sección primaria las cuales se encuentran ubicadas en diferentes veredas del municipio denominadas escuelas nuevas.

- SECCIÓN SECUNDARIA
 - Colegio Nacional Custodio García Rovira
 - Normal Superior Francisco de Paula Santander
 - Colegio Nuestra Señora del Rosario
 - Instituto Técnico Industrial Emeterio Duarte Suárez
 - Instituto Politécnico Manuel Sorzano
 - Colegio Jerónimo de Aguayo
 - Colegio El Bosque

- EDUCACIÓN SUPERIOR
 - Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)
 - Universidad Industrial de Santander (UIS) Sede Málaga
 - Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)
 - Universidad Santo Tomas de Aquino
 - Universidad de Pamplona
 - Antonio Nariño

- Aeropuerto Ubicado en el sector urbano
- Hospital Regional de II Nivel
- Matadero clase C ubicado en el perímetro urbano junto a la zona industrial

- Existe un terminal de transporte propio de una empresa Malagueña, el resto de terminales están distribuidos en cada agencia.
- La plaza de mercado esta dividida:
 - Zona o pabellón de carnes
 - Bodega de Papa
 - Mercado Campesino
- Consta de un único parque conocido con el nombre de Plaza Institucional Custodio García Rovira.
- Cuenta con centros deportivos como: Estadio Municipal, Polideportivo el Camellón y Coliseo Municipal los cuales están a cargo de la administración municipal. Otros centros deportivos se encuentran ubicados en los diferentes barrios como: El Dorado, Tajamar, Pinos del Norte, Santa Maria, LA esperanza, Los Naranjitos, Pailitas, Unión y otros.
- Las vías se encuentran en buen estado un 80%
- El casco urbano cuenta con servicios de acueducto (agua tratada), alcantarillado, teléfono, recolección de basuras y correo nacional.
- El agua que surte el acueducto de Málaga viene de Cuzagueta en la Quebrada El Término y de las quebradas la Magnolia y los manzanos.
- Las aguas negras del alcantarillado, son llevadas a las quebradas de La Magnolia y Zanjón (ésta última recorre la Vereda El Barzal).

1.2. ESTRUCTURA ECONÓMICA DE MÁLAGA

1.2.1. Sector Primario

Los malagueños satisfacen sus necesidades trabajando en ganadería, agricultura, microempresas, artesanías o como empleados. La totalidad de las fincas de las veredas son minifundios cultivados por sistemas tradicionales. Se cosecha maíz, papa, frutales, hortalizas, trigo, fríjol, arveja. En las veredas de clima frío los terrenos son aptos para la cría de ganado vacuno, ovino, caballar. En las zonas templadas se desarrollan porcinos y caprinos.

En Málaga funcionan entidades comerciales, bancarias, agrarias, de bienestar y de salud, que orientan sus acciones hacia la búsqueda de la prosperidad de los malagueños.

El sector primario de la producción de Málaga se caracteriza por la explotación agrícola, pecuaria y minera. Dentro de los cultivos transitorios o temporales tenemos el caso del frijol voluble, frijol arbustivo, frijol arbustivo intercalado con maíz, frijol voluble asociado con maíz, maíz, tomate de mesa, papa, tabaco rubio y arveja principalmente, aunque hay áreas pequeñas y no representativas dedicadas a la cebada, trigo y hortalizas. Dentro de los cultivos permanentes y semi-permanentes encontramos el plátano, los frutales y la caña.

Dentro de la actividad pecuaria existente en el municipio de Málaga, el renglón bovino de leche y cría ocupa una extensión aproximada de 3.730 hectáreas en pastos y una población aproximada de 1.600 cabezas atendidas en 900 fincas de productores, en su mayoría medianos y pequeños ganaderos. En la actualidad se ha incrementado el volumen de producción lechera en razón del fortalecimiento y mejoramiento genético de las razas de producción lechera, las cuales se están comercializando en la ciudad de Bucaramanga con la empresa Fresca Leche.

Los porcinos tienen especial importancia en las fincas del municipio de Málaga por ser la alcancía del campesino, por su resistencia a las enfermedades y facilidad para “reciclar” desperdicios orgánicos provenientes de las obras de alimentación usadas por ellos. Las razas predominantes son los cruces con Landrace, York Shire y Pietrain.

La avicultura existe como explotación familiar, donde la producción de huevos se destina al autoconsumo, quedando algún excedente para el comercio. En general el sector pecuario contribuye con una producción elevada, donde los mayores aportes los hacen los bovinos, seguidos por las aves, porcinos y otras especies.

❖ **Sistemas de Producción Agrícola Transitoria:** producción de frijol voluble, frijol arbustivo, frijol arbustivo intercalado con maíz, frijol voluble asociado con maíz, maíz, tomate de mesa, papa, tabaco rubio y arveja, principalmente.

❖ **Sistemas de Producción Agrícola Anual:** producción de cebolla en rama y el tabaco negro.

- ❖ **Cultivos Permanentes y Semipermanentes:** Se encuentran el plátano, los frutales y la caña.
- ❖ **Actividad Pecuaria:** Bovinos (leche y cría), Cerdos, Aves y Otras especies (Caballar, Asnos, Mular, Conejos, Ovinos, Caprinos, Peces).
- ❖ **Actividad y/o Industria Minera:** producción de cal y ladrillo de baja o nula tecnología.

1.2.2 Sector Secundario.

También denominado manufacturero, hace muy poca presencia en la economía malagueña puesto que la única actividad manufacturera esta ligada a la producción de ladrillo y cal. La industria minera en el municipio esta directamente relacionada con la producción de cal y ladrillo, la cual se puede clasificar como industria manufacturera de baja o nula tecnología y de NO marcada continuidad.

En la economía malagueña, no tiene mucha presencia este sector, están la producción de dulces, velas, metalmecánica y herrerías.

1.2.3. Sector Terciario.

Málaga es el principal centro de actividad económica y social de la provincia de García Rovira, la economía se compone de pequeñas industrias y agencias que prestan servicios a la provincia y la de Norte y Gutiérrez (Boyacá), los sectores más representativos son el comercial y de servicios con el 51% y el 32% de establecimientos, mientras que en la industria es incipiente con el 15%.

La tipología de los negocios en el Municipio de Málaga, esta siendo depurada dentro del programa de saneamiento contable a 31 de diciembre de 2006, dado que no existe información confiable sobre el particular, por la ausencia de una base de datos unificada de los contribuyentes de industria y comercio, y los registrados en la Cámara de Comercio Seccional Málaga. En el Municipio reposa información en los documentos del PAB y EOT sobre la caracterización de las actividades comerciales y de servicios, que no corresponden con la realidad municipal.

Los niveles de ingresos de la población económicamente activa que goza de empleo son demasiado bajos, alcanzan solamente niveles de sobrevivencia afectando de manera clara el recaudo de ingresos al fisco municipal. El sector que más genera empleo es el de servicios.

La población urbana de Málaga, debido al bajo nivel de empleo y en procura de subsistir han optado por establecer sus propias microempresas, las cuales funcionan en su mayoría en las viviendas, predominando la propiedad individual y la producción de alimentos, confecciones, calzado, prefabricados, etc. En la actualidad los microempresarios tienen dificultades para acceder a recursos de crédito. No existe organización que agrupe o asocie al pequeño y mediano empresario.

El sector terciario o de servicios marca un renglón muy importante en la economía malagueña, pues en torno a ella es que se centra la actividad económica del municipio, prevaleciendo sobre el sector agropecuario como generador de ingresos, empleo, alimentación y sostenibilidad de la economía.

De igual forma debido a la escasez de fuentes de empleo, el comercio informal ha aumentado en los últimos años, sin que existan otras alternativas laborales, ni un dato exacto del número de personas que se encuentran en esta situación, ya que muchos de ellos ejercen sus actividades de forma ambulante y esporádica.

La producción comercial anual en 1999, se calculó en \$9543.258.090 basado en 35 tipos de negocios y generando 1349 empleos.

Cuadro 5. Tipo de Negocios

Tipo De Negocios	Numero	Empleos Generados
Tiendas	105	129
Supermercados	26	73
Ferreterías	4	20
Droguerías	14	49
Loncherías	13	25
Peluquerías y salones de belleza	12	78
Entidades bancarias y cooperativas ahorro y crédito	6	145
Entidades de salud y consultorías	19	168

Talleres, fabricas e industrias	63	64
Panaderías	22	16
Billares	7	7
Casas de juegos	3	150
Almacenes varios	70	34
Papelerías	7	8
Notarias	2	1
Funerarias	4	12
Cárcel	1	20
Emisoras	3	4
Prenderías	2	4
Estampados	4	2
Marqueterías	2	15
Tiendas agropecuarias	7	6
Sastrerías	3	4
Arreglos en general	3	4
Joyerías	3	3
Gimnasios	1	23
Discotecas	7	14
Imprentas	3	3
Pinturas	1	22
Estaderos canchas	7	6
Parqueaderos	3	52
Hotel – residencias- restaurante	15	20
Casas de citas	3	20
Otros negocios	6	6

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999. Diagnostico Económico Pág. 87

Sector servicios. Es un sector apto para desarrollar las actividades comerciales y económicas de la región, en este sector en Málaga se encuentran, distribuidos así:

Cuadro 6. Entidades Bancarias

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	6	78
Producción Anual calculada		\$ 608.648.040

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 90

Cuadro 7. Entidades de Salud y Consultorios

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	14	80
Unión	3	45
Popular Modelo	2	20
Total	19	145
Producción anual calculada		\$ 1.131.461.100

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 90

Cuadro 8. Notarias

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	2	8
Producción anual calculada		\$ 62.425.440

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 93

Cuadro 9. Funerarias

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	4	10
Producción anual calculada		\$ 78.031.800

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 94

Cuadro 10. Cárcel Municipal

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	1	12
Producción anual calculada		\$ 93.638.160

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 94

Cuadro 11. Emisoras

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	2	13
Popular modelo	1	7
Total	3	20
Producción anual:		\$468.190.800

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 95

Cuadro 12. Gimnasios

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	1	3
Producción anual calculada		\$ 23.409.540

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 97

Cuadro 13. Parqueaderos

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	3	6
Producción unitaria calculada:		\$ 46.819.080

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 99

Cuadro 14. Hoteles – Residencias – Restaurantes

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	14	48
Medisautos	1	4
Total	15	52
Producción anual calculada:		\$ 405.765.360

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal 1999 Diagnostico Económico Pág. 99

Cuadro 15. Peluquerías y Salones de Belleza

Barrio	Numero	Empleos Generados
Centro	12	25
Producción anual calculada		\$ 195.079.500

Fuente: Autores Propietarios, Tesorería Municipal Diagnostico Económico Pág. 90

En conclusión el siguiente cuadro nos muestra el número de negocios del municipio de Málaga, clasificados por la clase de actividad principal que desarrolla según estudio mas reciente y el cual tendremos en cuenta para el "marco muestral" del presente proyecto:

Cuadro 16. Actividad Principal del Negocio

ACTIVIDAD	Nº NEGOCIOS	PORCENTAJE (%)
1. Venta de Víveres y Tiendas	278	23.62
2. Empresas de Servicios	154	13.08
3. Cafeterías	69	5.86
4. Talleres de mecánica y reparación	65	5.52
5. Venta de materiales e insumos	63	5.35
6. Fabrica de confecciones	57	4.84
7. Venta de ropa	55	4.67
8. Artesanías	53	4.5
9. Panaderías	49	4.16
10. Venta de comidas y Restaurantes	47	3.99
11. Talleres de Ornamentación	32	2.72
12. Droguerías	28	2.38
13. Papelerías	28	2.38
14. Fábrica casera de alimentos	26	2.21
15. Actividades de recreación	26	2.21
16. Entidades oficiales	26	2.21
17. Ebanisterías	22	1.87
18. Venta de calzado	20	1.7
19. Venta de frutas y verduras	16	1.36
20. Agro veterinarias	14	1.19
21. Alpargaterías	8	0.68
22. Floristerías	8	0.68
23. Venta de electrodomésticos	8	0.68
24. Tapicerías	6	0.51
25. Carrocerías	6	0.51
26. Venta de maderas	4	0.34
27. Venta de muebles	4	0.34
28. ONG's	3	0.26
29. Venta de bicicletas	2	0.17
TOTALES	1.177	100

Estudio para el Fondo de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Municipio de Málaga. O. M. Joya. Alcaldía Municipal, Málaga. 2003.

1.2.4. Características de las Personas Consumidores de Este Sector.

Los miembros que pertenecen al grupo de personas mayores de 18 años serán todas aquellas personas de cualquier genero ya sean solteras menores de 23 años, pareja joven, casados o con y sin unión marital de hecho mayores de edad que constituyan cualquier núcleo familiar con o sin hijos, nidos unipersonales, solteros mayores de 25 años, empleados o no, pensionados, jubilados, que cuenten o no con nivel de escolaridad que vaya desde la básica hasta el Philosophical Doctor (Ph. D.), de cualquier etnia y/o

religión al igual que tampoco influirá su estilo de vida y personalidad; y los establecimientos de comercio que estén o no legalmente constituidos pertenecerán al grupo en el cual se enfocará la futura empresa.

Las principales características tanto de las personas naturales mayores de edad como de los establecimientos de comercio serán todas aquellas actividades que demanden asuntos como la celebración de contratos, utilización de los servicios bancarios, que de una u otra forma estén relacionados o tengan trato directo o indirecto con los entes estatales, que demanden o necesiten todo tipo de servicios públicos o despachos públicos, que contraten personal, adquieran obligaciones, se obliguen para con terceros y todas aquellas demás actividades que no estén explícitas en el presente y que requieran en algún momento y por algún motivo ya sea por beneficio, mejora, controversia o proceso alguna asesoría que la futura empresa este en capacidad de ofrecer.

1.3. ASPECTOS LEGALES DEL SERVICIO

1.3.1. Constitución Política de Colombia

Todos los países tienen una Constitución, si se entiende esta como el conjunto de reglas que ordenan el funcionamiento de su régimen político y es el fundamento de las democracias modernas, pues se basan en una norma suprema, donde se encuentra el fundamento, el ejercicio del poder estatal y actúa como marco de referencia y directriz del mismo.

También se dice que es el conjunto de normas que establecen los principios fundamentales para la organización y la actividad de la administración. En este texto se dice, se consigna la voluntad soberana de un Estado. Allí encontramos todos los principios que se tienen como fundamento para la dirección de todas las personas que son parte de un estado y es la LEY DE LEYES, porque no existe otra disposición legal que esté por encima y la supere

La Constitución Política de Colombia, norma fundamental del Estado colombiano, data de 1991 promulgada el 4 de julio; contiene 13 títulos, 380 artículos permanentes y 59

artículos transitorios, pero algunos de sus artículos han sido reformados; es el caso del artículo 35 sobre la extradición (modificado por acto legislativo en diciembre de 1997).

TITULO II.

DE LOS DERECHOS, LAS GARANTIAS Y LOS DEBERES

ARTICULO 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.

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

CAPITULO 2

DE LOS DERECHOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y CULTURALES

ARTICULO 53. El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales:

Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad.

El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales.

Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna.

La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.

ARTICULO 57. La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.

CAPITULO 3

DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE

ARTICULO 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 organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

1.3.2. Código de Comercio

Texto legal y conjunto de normas legales sistemáticas que regulan unitariamente las materias concernientes al comercio, los comerciantes y asuntos mercantiles

En Colombia fue expedido mediante Ley de la Republica numero 410 del 27 de marzo de 1971, concordado con la ley 222 de 1995, decreto 1080 de 1996 y ley 256 de 1996.

El Código de Comercio (Art. 20) señala que para todos los efectos legales, se tiene como actividades de servicios, en el numeral 19, los demás actos y contratos regulados por la ley comercial. (Verse Anexo A).

1.3.3. Código Contencioso Administrativo

Texto legal que define la reglamentación de los órganos, corporaciones y dependientes de las ramas del poder público en todos los órdenes, a las entidades descentralizadas, a la Procuraduría General de la República y Contraloría Regionales, a la Corte Electoral y a la Registraduría Nacional del Estado Civil, así como a las entidades privadas, cuando unas y otras cumplan funciones administrativas. Para los efectos de este código, a todos ellos se les dará el nombre de “autoridades”.

En Colombia fue expedido mediante Decreto número 01 del 2 de enero de 1984 y concordante con decretos y leyes posteriores como el decreto 2740 de diciembre 20 de 2001, sobre el Sistema de Desarrollo Administrativo, por mencionar una de ellas.

Para el caso del presente trabajo y teniendo en cuenta que uno de los principales productos que ofrecerá la futura empresa serán los derechos de petición estos están reglamentados en el Código Contencioso Administrativo en el capítulo II, artículo 5° *“Toda persona podrá hacer peticiones respetuosas a las autoridades, verbalmente o por escrito a través de cualquier medio”* y para el caso de las tutelas cuyos derechos están consagrados en el artículo 86 de la Constitución Política Colombiana.

1.3.4. Código Civil

Texto legal que contiene lo estatuido sobre régimen jurídico y disposiciones legales sustantivas que determinan especialmente los derechos de los particulares, por razón del estado de las personas, de sus bienes, obligaciones, contratos y acciones civiles.

En Colombia fue expedido mediante Ley de la República número 57 de 1887, y concordante con decretos y leyes posteriores como la ley 675 de agosto 3 de 2001, sobre el nuevo régimen de propiedad horizontal, por mencionar solo una.

1.3.5. Código Penal

Texto legal que define los delitos y las faltas, sus correspondientes penas y las responsabilidades de ello derivadas.

Cuerpo normativo jurídico-penal, que establece las diversas conductas configurativas de hechos punibles con su respectiva consecuencia jurídica.

Esto quiere significar, que el derecho penal en sentido objetivo, comprende el llamado “derecho positivo”, en el cual se describen los hechos susceptibles de ser reprimidos con una sanción (pena o medida de seguridad).

En Colombia fue expedido mediante Ley de la Republica numero 599 del 24 de julio de 2000.

1.3.6. Código Sustantivo del Trabajo

Texto legal que define la reglamentación y cuya finalidad primordial es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

Basado en los decretos 2663 y 3743 de 1950 y adoptados por la ley 141 de 1961 como legislación permanente con algunas modificaciones hechas por la ley 789 de 2002 el presente código rige en todo el territorio de la Republica de Colombia para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad y regula las relaciones de derecho individual del trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del trabajo, oficiales y particulares.

Las relaciones de derecho individual del trabajo entre la administración pública y los trabajadores oficiales y demás servidores del estado, no se rigen por este código, sino por los estatutos especiales que posteriormente se dicten.

1.3.7. Código de Procedimiento Civil

El Derecho Procesal es la herramienta encargada de evitar que los particulares solucionen sus conflictos haciendo uso de la fuerza, dotándolos así de mecanismos, instrumentos y funcionarios encargados de aplicar y lograr la efectividad del Derecho Sustancial, siendo, por lo tanto, un Derecho Instrumental que garantiza la paz social.

El Derecho Procesal ha sido definido como el conjunto de normas jurídicas dictadas por el estado para el ejercicio de la función jurisdiccional. Generalmente, cada una de las áreas del Derecho Sustantivo ha originado la aparición del Derecho Procesal respectivo; es así, que el derecho Sustantivo Civil cuenta con el respectivo Derecho Procesal que le permite la aplicación de la ley sustantiva a los casos concretos.

En Colombia, las normas reguladoras del Derecho Procedimental Civil, las encontramos en el Decreto 1400 de 1970 y las diferentes reformas que lo han modificado: básicamente el Decreto 2282 de 1989, Ley 446 de 1998 y 794 de enero 2003.

1.3.8. Código de Procedimiento Penal

Texto legal que define y estudia las formas o maneras de enjuiciar a las personas que han cometido una conducta punible, compendiadas en el decreto 906 de agosto 31 de 2004, y que permiten avanzar ordenadamente en el proceso de conocimiento de la verdad real para poder decidir sobre la existencia o no de un hecho punible, y determinar en cada caso la correspondiente sanción, materializando así el Derecho Penal, restableciendo el orden jurídico quebrantado, y sirviendo de límite a las autoridades en la persecución penal para la protección de los derechos y libertades de las personas.

1.3.9. Código Procesal del Trabajo y de la Seguridad Social

Es el conjunto de normas que regula el modo como deben ventilarse y resolverse los conflictos jurídicos y económicos que se originan directa o indirectamente del contrato de trabajo, cuyo conocimiento corresponde a la jurisdicción del trabajo y a otros funcionarios instituidos por la ley.

1.4. EVOLUCION DEL SECTOR.

Las asesorías tienen sus inicios desde que el mismo hombre comienza a ayudar a otra persona en una labor y que conlleva a que esa persona que presta esta asistencia haya adquirido algún tipo de conocimiento, con estudios adelantados en un centro universitario.

En Gran Bretaña y los demás países europeos, la Revolución Industrial probó con claridad el principio de división del trabajo. Sin embargo, fue en Estados Unidos donde Henry Ford revolucionó la producción de vehículos con la introducción y desarrollo de las técnicas de cadena de montaje en el automóvil Ford T de 1908. Estas técnicas se introdujeron rápidamente en otros ámbitos de la industria. La producción en serie exigía ventas masivas, y los fabricantes estadounidenses de la década de 1920 no tardaron en reconocer el potencial del diseño industrial. Aunque en aquel momento ya se estaba desarrollando un mercado para bienes de consumo, las empresas estadounidenses tenían gamas de productos bastante similares entre sí y vendían a precios constantes al tener una capacidad de producción similar. Las presiones adicionales surgidas del hundimiento del mercado bursátil en 1929 aumentaron el deseo de las empresas de obtener ventajas en esos mercados tan competitivos. Las empresas empezaron a aprovechar la experiencia de un grupo de personas con conocimientos de primera mano en el fomento de las ventas de un producto determinado. Entre estas personas figuraban los escaparatistas de los grandes almacenes o los artistas comerciales que dibujaban las ilustraciones de los catálogos de venta por correo. Walter Dorwin Teague, Norman Bel Geddes, Henry Dreyfus y Raymond Loewy comenzaron así sus carreras y establecieron asesorías de diseño industrial de gran éxito en Estados Unidos en las décadas de 1920 y 1930 a partir de la colaboración con grandes grupos empresariales.

En aquel periodo se empleó por primera vez el término 'diseño industrial' para describir su trabajo, que se centraba en productos de consumo, como automóviles y otros vehículos, neveras, cocinas y una amplia gama de productos domésticos mecánicos o eléctricos. Las ventajas comerciales no sólo procedían del moderno aspecto estilizado de un producto, sino muchas veces también de mejoras claras en la fabricación o el montaje y de ideas inteligentes sobre el empleo de los aparatos. Los productos de los diseñadores industriales eran con frecuencia más baratos de fabricar y más fáciles de usar que sus

predecesores, por lo que se vendían mucho más. Eso hizo que la profesión de diseñador industrial obtuviera un reconocimiento social inmediato. Aquel periodo se asocia muchas veces con el aerodinamismo, que implicaba el uso de los estudios del siglo XIX sobre formas naturales eficientes (como las de aves y peces). Ese movimiento llevó a la aplicación de formas aerodinámicas a los automóviles, trenes y aviones, pero también al diseño estilizado de objetos de consumo estáticos, como tostadoras o grapadoras, como emblema de la modernidad todo esto mezclado con una rama muy importante que iría de la mano siempre en todo tipo de asesorías *“la mercadotecnia”*.

No hay datos exactos a través de la historia que compilen un contenido y seguimiento específico de las asesorías, salvo las fechas mencionadas a comienzos del siglo XX pero las asesorías, se presume, tienen sus inicios desde la creación de las carreras de Derecho, Contabilidad, Administración, Banca, Psicología y otras cuyo objetivo es el de asesorar a las personas en asuntos cuyo tema fue la base de sus estudios; estas comienzan a aparecer o notarse con el famoso tema del marketing ya que los servicios, a diferencia de los productos, son bienes intangibles. Un servicio incluye la realización de un trabajo para el cliente. Éste paga por obtener un servicio al igual que por adquirir un artículo. En las economías más industrializadas la mayor parte de la población trabaja en el sector servicios y todo apunta a que esta tendencia seguirá así en el futuro. Los servicios más comunes son el mantenimiento y reparación de electrodomésticos, los transportes, las agencias de viajes, el turismo, el tiempo libre, la educación y la sanidad. Entre los servicios destinados a las empresas está la programación informática y las asesorías en temas que van desde lo jurídico, contable, la banca, la contabilidad y la compraventa de acciones, así como la publicidad y otros mas que requieran de este servicio.

Los servicios, al igual que los productos, utilizan el marketing para aumentar sus ventas, con la salvedad de que no existe una transferencia física. Los servicios deben diseñarse y ofrecerse de forma que satisfagan las necesidades de los clientes. Por ejemplo, las agencias que ofrecen trabajadores temporales deben estudiar con cuidado las necesidades de los empresarios en distintos lugares y en los diferentes sectores productivos. Dado que es más difícil vender un bien intangible que un bien material, las campañas publicitarias de los servicios son aún más agresivas que las de los bienes tangibles. A través de fuertes campañas de promoción, las agencias de personal temporal

han convencido a muchas empresas de que resulta más rentable contratar a trabajadores, con base en necesidades, que contratarlos por tiempo indefinido.

Una de las ideas más importantes a tener en cuenta es el continuo y rápido cambio de gustos e intereses. Los consumidores son cada vez más exigentes. Tienen más educación, leen más periódicos y revistas, ven más la televisión, las películas de cine, escuchan más la radio y viajan más que las generaciones precedentes. También tienen más relaciones sociales. Sus demandas, por tanto, son más exigentes, y sus gustos varían con mayor rapidez. Además, se defienden de las técnicas de marketing agresivas gracias a las organizaciones de defensa de los derechos del consumidor, y de publicaciones dirigidas a ellos en las que se analizan los pros y contras de los diferentes productos disponibles en los mercados. Éstos cada vez aparecen más segmentados, y cada segmento del mercado exige que las características del producto se adapten a sus gustos. El 'posicionamiento' del artículo, es decir, la determinación del segmento al que se dirige, exige un análisis serio y una extensa planificación.

La competencia en los últimos años se ha endurecido, a medida que aumentaba el número de empresas que fabrican un mismo producto, aunque cada una intenta diferenciar el suyo del de sus competidores. Los márgenes de beneficio, es decir, el porcentaje de ganancias que se obtiene por unidad de producto, disminuye de forma constante. Mientras que los costos aumentan, la competencia tiende a reducir los precios. El resultado es una reducción de la diferencia de la relación precio-costos y la necesidad de aumentar cada vez más la cantidad vendida para poder mantener los beneficios.

Los movimientos en defensa del consumidor son cada vez más fuertes y conocidos, analizan la calidad de los bienes y servicios y recomiendan los mejores. Tanto estos grupos de consumidores como las instituciones gubernamentales han aumentado los estudios y análisis de los productos, regulando el diseño de los mismos, así como los términos del contrato de garantía y las técnicas de promoción. Estas instituciones estudian con especial cuidado las cláusulas de convenios de garantía. Asimismo se han promulgado nuevas leyes para ampliar las responsabilidades del productor.

La preocupación por el medio ambiente también afecta al diseño del producto y a las técnicas de marketing, sobre todo porque el gasto adicional para modificar las cualidades

y características del artículo eleva los costos. El profesional del marketing tiene que tener en cuenta todos estos factores a la hora de diseñar su plan de marketing.

Incluso las reacciones de la empresa ante cambios políticos y sociales resultan importantes. Las grandes corporaciones ya no pueden argumentar que sus decisiones internas son asuntos privados. La opinión pública contraria a las actuaciones de algunas empresas ha logrado disminuir las ventas de éstas; de igual forma, la opinión pública favorable a determinadas actitudes ha incrementado las ventas de las empresas que han emprendido campañas de mejora de su imagen pública.³

Es decir que todas estas variables que se han establecido en torno a la producción de bienes y servicios hace que toda persona cree más la necesidad en algún momento de su vida, o en el mejor de los casos a diario, de necesitar de la ayuda profesional que le oriente a manera de asesoría en aquellos temas que no este en capacidad de sortear o manejar.

1.4.1. Evolución En Colombia.

Los conocimientos relatados sobre la evolución histórica de asesorías en Colombia como se decía en el punto anterior datan al igual que en el mundo a comienzos del siglo XX y cuando al país empiezan a llegar carreras universitarias acordes con los tipos de asesorías objeto del presente proyecto; es por ello que no exista una clara estadística en cuanto al tema de las asesorías pero ellas tienen sus inicios cuando todo aquel habitante en forma individual o grupal empieza a hacer uso del servicio que por ocasión de su estudio pueda prestarle una persona preparada profesionalmente a otra que no haya adquirido dicho conocimiento.

Como pasa con nuestra constitución la cual está inspirada en importantes apartados de la Carta Magna española de 1978. Sustituyó a la Constitución de 1886, que estuvo en vigor durante más de 100 años, y en su artículo primero proclama: "Colombia es un

³"Marketing," *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Estado social de Derecho, organizado en forma de república unitaria, descentralizada, 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". Significa lo social que el Estado tiene la obligación de buscar la justicia social en sus actuaciones, mientras que el Estado de Derecho, que no estaba contemplado en la Carta Magna anterior, subraya la preeminencia jurídica y de justicia de las instituciones. Se reitera la forma del Estado, la república unitaria, y sus implicaciones son la de preservar la unidad nacional y la forma republicana de gobierno, que en este caso es presidencialista.⁴

Ello originó que toda persona que no tuviese el conocimiento técnico en determinada ley específica que reglamentara nuestra constitución originara algún tipo de asesoría y que una persona que hubiese adelantados sus estudios en derecho estuviese en capacidad de ofrecerle.

1.4.2. Evolución en Málaga

La evolución de las asesorías en el municipio al igual que en el resto de país no tienen un registro estadístico de las mismas pero se conoce que ha sido llevada bajo los mismos contextos que el resto del país, ya que por ser una ciudad fundada en 1542 (465 años) han venido experimentado uno a uno los cambios en este servicio y los diferentes tipo de asesorías de acuerdo a la variedad de profesiones existentes en el país; ya que ha tenido incidencia la cultura de la sociedad, siendo en cierta manera influenciada por todos aquellos profesionales que son originarios de la localidad y toda la provincia y que han ido regresando y asentándose en el municipio para prestar estos servicios aproximadamente desde el año 1991 con ocasión de la promulgación de nuestra Carta Magna, pero de una empresa formada legalmente y que ofrezca todo este tipo de asesorías en un mismo sitio aun no se tiene reporte ni tampoco ha existido con certeza en el municipio y así con

⁴"Derecho colombiano," *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

ocasión de ir haciendo presencia el estado fue como se fueron creando tipos de oficinas, las cuales bajo el concepto de asesoría fueron ayudando al común de las personas y de una forma extensa a toda la población como lo son Personería Municipal, Inspección de Policía, Cámara de Comercio y Procuraduría Regional por nombrar algunas de ellas y profesionales en Contaduría Pública, Administración de Empresas, Abogados y todos aquellos profesionales que hasta el momento han explotado este tema en el municipio desde la óptica de un servicio privado y no comunitario como sí ocurre con las entidades del estado.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. *Objetivo General*

Realizar en el municipio de Málaga un estudio de mercados, a través de encuestas para identificar las características del consumidor y aprovechar las oportunidades que en este se encuentren; las cuales servirán para determinar demanda, oferta, además de analizar y fijar el precio, los canales de comercialización, la promoción y publicidad de los servicios de la empresa; con el fin de obtener un estudio que precise la durabilidad y credibilidad ante la competencia que tiene actualmente el servicio y que garantice en el corto, mediano y largo plazo la competitividad de la nueva empresa.

2.1.2. *Objetivos Específicos*

- Describir los servicios ofrecidos por “**JURÍSCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**”, mediante la definición, usos y especificaciones de los mismos, además, determinar la existencia de productos sustitutos y complementarios, con el fin de especificar los atributos diferenciadores del servicio ante la competencia.
- Definir el mercado potencial y objetivo mediante la identificación de la población objeto de estudio y su respectiva segmentación, con el fin de reconocer el perfil del cliente que “**JURÍSCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**” busca.
- Determinar la demanda de servicios, mediante recolección de información primaria (encuestas) y secundaria (fuentes bibliográficas) para estructurar las características gustos y preferencias del mercado para reconocer las posibilidades de aceptación que tendrán los nuevos servicios ofrecidos por “**JURÍSCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**”.

- Identificar la oferta actual por medio de un censo, para conocer las características de sus servicios, y determinar su posición en el mercado y de esta manera, reconocer la competencia real que tendrá **“JURÍSCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”**.
- Establecer la relación oferta-demanda mediante la comparación de la capacidad de servicios de la competencia con la cantidad demandada de los mismos, con el fin de precisar si existe algún nivel de insatisfacción o la oportunidad de entrar a competir.
- Definir claramente la introducción de precios, mediante el análisis del mercado, de modo que influya positivamente en las preferencias del cliente y sea competitivo dentro del sector.
- Establecer canales de comercialización, teniendo en cuenta las características del servicio como medio para determinar el nivel de intermediación que existe dentro del mismo.
- Definir la Mezcla de Marketing, mediante la creación de la imagen corporativa y la selección de los diferentes medios publicitarios teniendo en cuenta la existencia de los mismos en la región, con el fin de orientar de manera estratégica los costos promocionales necesarios para llegar al cliente.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.2. Definición, Usos y Especificaciones del Servicio.

En la futura empresa se encontraran servicios y asesorías relacionadas con las diferentes ramas del derecho así como las áreas de administración y contabilidad; la especialización de la empresa será el servicio de asesorías y lo relacionado con los tres profesiones mencionadas anteriormente. Es el lugar donde se pueden, tener al alcance y en un solo sitio este tipo de asesorías, así también se ofrecerán servicios complementarios e innovadores previo estudio y disponibilidad de personal profesional e idóneo para satisfacer las necesidades del mercado.

Los servicios principales y con los que inicialmente emprenderá labores y que ofrecerá la empresa son seis, agrupados por áreas de la siguiente manera:

2.2.2.1. Área Jurídica

2.2.2.1.1. Elaboración Escrita de Derechos de Petición.

Con frecuencia se observa que a las entidades estatales y personas naturales o jurídicas que prestan un servicio público, acuden las personas para hacer una petición escrita o verbal muchas veces sin recibir respuesta y desconociendo el alcance de este hecho. Algunas ocasiones las personas olvidan la importancia legal que tiene un derecho de petición, por ello se quiere a través de la futura empresa ayudar a elaborar y reconocer los fundamentos legales de este derecho

¿En que consiste?

En consecuencia el derecho de petición, es el derecho que tiene toda persona (natural o jurídica, nacional o extranjera) para presentar peticiones respetuosas a las autoridades con el objeto que sean resueltas rápidamente.

El derecho de petición se materializa en el escrito o petición verbal, por el que una persona (peticionario) solicita una determinada cosa, a la cual las autoridades y los particulares que prestan un servicio público deban resolver de manera pronta. El resolver el derecho de petición no significa que se deba dar lo que pide el petionario. También se puede resolver el derecho de petición negando lo que pide el petionario, porque es ilegal, no le corresponde o porque es improcedente la petición.

¿Quién lo puede solicitar?

- * Toda persona sea natural o jurídica, capaz o incapaz, nacional o extranjera, con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.
- * Las personas capaces por sí mismas, por medio de representante o agente oficioso.
- * Las incapaces por sí mismas, por la que el incapaz designare o agente oficioso.

¿A quien se debe dirigir?

Se dirige contra las autoridades públicas, contra las personas naturales o jurídicas que prestan un servicio público.

Contenido del Derecho de Petición.

El derecho de petición debe contener algunos requisitos, los cuales se deben tener en cuenta al momento de su elaboración y por lo menos son los siguientes:

- ◆ Ciudad y fecha
- ◆ La designación de la persona o funcionario al que se dirige
- ◆ Los nombres y apellidos completos del solicitante y de su representante o apoderado, si es el caso, con indicación del documento de identidad y de la dirección.
- ◆ El objeto de la petición.
- ◆ Las razones en que se apoya
- ◆ La relación de documentos que se acompañan
- ◆ La firma del peticionario cuando fuere el caso

Tramite del Derecho de Petición.

Una vez presentado el derecho de petición, la entidad o autoridad correspondiente tiene un término de quince (15) días hábiles siguientes para resolverlo o contestarlo.

La circunstancia de presentar un derecho de petición no significa que el peticionario, o en el caso del presente proyecto “cliente”, tenga la razón, siempre y en todo caso los derechos de petición se deben responder atendiendo el alcance y los límites de los derechos del peticionario. Lo que significa es que debe dársele respuesta oportuna al peticionario, la que deberá ser justa y objetiva, indicando las razones por las cuales se da vía positiva a la petición o ésta es negada por parte de la entidad.

La respuesta a todo derecho de petición debe contener:

- ◆ Los nombres y apellidos completos del solicitante y de su representante o apoderado, si es el caso, con indicación del documento de identificación y de la dirección.
- ◆ Las razones en que se apoya la entidad para negar la petición o para aceptarla.

- ◆ La firma del representante de la entidad a la cual se hace la solicitud o su comisionado, cuando fuere el caso.

¿Qué puede suceder cuando no se contesta un Derecho de Petición?

Si no se responde en forma oportuna un derecho de petición, dicha entidad, puede ser obligada por las autoridades que la vigilan y controlan a dar respuesta e inclusive tal conducta puede constituirse en una situación desfavorable respecto de lo solicitado en la petición.

Si no es posible resolver la solicitud antes de que se cumpla el término la entidad debe informarlo al solicitante, indicarle los motivos y fijarle un nuevo plazo para resolver la petición.

Si a los tres meses de haber presentado la solicitud no se ha respondido la petición la ley entiende el “Silencio Administrativo” como si hubiera negado la solicitud.

Cuando el derecho de petición no es resuelto en los términos establecidos, **sé esta violando el derecho fundamental de petición**. Como este es un derecho fundamental, **se puede pedir su protección presentando una Acción de Tutela** ante cualquier juez.

2.2.2.1.2. Elaboración Escrita de Acciones de Tutela.

Este mecanismo de naturaleza procesal, incorporado en la normatividad colombiana, y adquiriendo así el rango constitucional (de noble origen inglés) es conocido también como recurso de amparo, una de las mayores contribuciones del derecho mexicano. Junto con el habeas corpus son los principales instrumentos con los que se dotan a las personas para defender y proteger los derechos que la constitución le reconoce.

¿En que consiste?

Es un mecanismo para la protección de los derechos fundamentales constitucionales. Su titular tiene la facultad de recurrir a las autoridades judiciales para que tomen las medidas necesarias para la protección de los derechos vulnerados o que se tema su vulneración,

por parte de las autoridades publicas o por los particulares, derechos que son imprescriptibles, es decir, que no se pierden o extinguen por el transcurso del tiempo.

¿Quién la puede proponer?

- ✳ Cualquier persona sea natural o jurídica, capaz o incapaz, nacional o extranjera, con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.
- ✳ El defensor del pueblo.
- ✳ Las personas capaces por sí mismas, por medio de representante o agente oficioso.
- ✳ Las incapaces por sí mismas, por la que el incapaz designare o agente oficioso.

¿Cómo otorgan las personas esa representación?

Por medio de un simple escrito, carta, comunicación telegráfica, telex, fax, sin formalidad alguna como presentación personal, autenticación o reconocimiento de firmas, escritura publica, etc.

¿Contra quien se puede interponer?

- ✳ Se dirige contra los actos u omisiones individuales, personales y concretos, provenientes de autoridad pública o de un particular que vulnere o amenace un derecho fundamenta.
- ✳ Ha de dirigirse contra la autoridad pública, el particular o el representante legal de la entidad u órgano, autor de la acción u omisión.

¿Quién mas puede intervenir?

A parte del solicitante, cualquier persona que tenga interés legítimo podrá intervenir en calidad de coadyuvante. Tanto el solicitante como el coadyuvante podrán impugnar el fallo. Es decir, si no están de acuerdo con la decisión, pueden controvertir la sentencia que dicte el juez y se enviará al superior jerárquico del funcionario para que este decida.

Notificaciones

Las providencias que se dicten durante la acción deben ser notificadas y el trámite es público, pues no esta sometido a reserva.

Cuando no procede la acción de tutela

- ✘ Cuando exista otro medio de defensa judicial. (Salvo que se utilice la tutela como mecanismo transitorio para evitar un perjuicio irremediable).
- ✘ Cuando para proteger un derecho se pueda invocar el Habeas Hábeas.
- ✘ Cuando se pretende proteger derechos colectivos. Por cuanto los derechos colectivos se protegen y defienden mediante las acciones populares.
- ✘ Cuando se trate de actos de carácter general, impersonal y abstracto, por cuanto esta clase de decisiones afecta a un grupo plural e indeterminado de personas y como la acción de tutela es de carácter individual no seria el mecanismo idóneo para solicitar la protección.
- ✘ Cuando sea evidente que la violación del derecho originó un daño consumado, pues ya nada hay que hacer, pues ya se ejecuto la acción violatoria y genero perjuicios al titular del derecho. Seria mejor solicitar el pago de los perjuicios y la indemnización del daño a través de las acciones de responsabilidad patrimonial estatal del articulo 90 de la Constitución Política, si es susceptible de ser resarcido económicamente como es obvio.

¿Ante quien se interpone la Tutela?

Conforme el artículo 86 de la constitución, se propone ante cualquier autoridad judicial, es decir, ante cualquier Juez de la Republica, pues en virtud de interposición de una tutela este Juez o Magistrado se transforma en juez Constitucional, excepto los jueces penales militares en cuanto a que no pueden juzgar civiles.

Términos para la acción de tutela

Término es el lapso que se otorga para que los sujetos de una relación jurídica realicen algo. Es sinónimo de plazo, de límite. Los términos en la acción de tutela serán los siguientes:

- ✘ Para resolver la tutela: diez días.
- ✘ Para resolver en segunda instancia: veinte días.
- ✘ La Corte Constitucional tiene treinta días para decidir si revisa o no un fallo de tutela.
- ✘ La Corte Constitucional tiene tres meses para revisar un fallo
- ✘ La autoridad que causo la violación del derecho tiene cuarenta y ocho horas para realizar lo ordenado en el fallo.
- ✘ Si la tutela adolece de errores, el solicitante tiene tres días para corregirlos o enmendarlos.

Reestablecimiento inmediato

El juez podrá tutelar el derecho, sin tener en cuenta cualquier consideración formal y averiguación previa, siempre y cuando se funde en un medio de prueba del cual se deduzca una grave e inminente violación o amenaza del derecho.

Contenido del fallo de tutela

De acuerdo con el artículo 29 del decreto 2591 de 1991, el fallo que dicte el juez deberá contener:

- ◆ La identificación del solicitante
- ◆ La identificación del sujeto o sujetos de quien provenga la amenaza o vulneración.
- ◆ La determinación del derecho tutelado.
- ◆ La orden y definición precisa de la conducta a cumplir con el fin de hacer efectiva la tutela.
- ◆ El plazo perentorio para el cumplimiento de lo resuelto, que en ningún caso podrá exceder de cuarenta y ocho años.

Desacato

El que incumpla con la orden impartida por el juez de tutela, incurre en desacato sancionable con arresto hasta de seis meses y multa de veinte salarios mínimos mensuales.

2.2.2.1.3. Asesoría Jurídica en Materia Civil, Penal, Comercial, Laboral, Constitucional y Administrativo.

Es todo servicio con objeto de ayudar a las personas naturales, empresas y empresarios en el análisis de los problemas y todo aquello que involucre la legislación colombiana es sus diferentes ramas de especialización, asesorarle y, en su caso, ayudarle en la puesta en práctica de las medidas a seguir según la siguiente clasificación:

◆ **Derecho Civil:**

- *Personas: Naturaleza, Estado Civil, etc.*
- *Obligaciones: Dar, Hacer, No Hacer, Real, etc.*
- *Contratos: Unilaterales, Bilaterales, Arrendamiento, etc.*
- *Familia: Violencia Intrafamiliar, Matrimonio, Alimentos.*

◆ **Derecho Penal:**

- Supuestos de Hecho
- Consecuencia Jurídica: ☆ Penas
☆ Medidas de Seguridad

◆ **Derecho Comercial:**

- ◆ *Obligaciones de los empresarios*
- ◆ *Obligaciones Mercantiles*
- ◆ *Obligaciones laborales*
- ◆ *Obligaciones laborales periódicas*
- ◆ *Obligaciones tributarias*
- ◆ *Constitución de Empresas*
- ◆ *Actividad Financiera y Negocios Bancarios*
- ◆ *Títulos Valores*
- ◆ *Contratos y Obligaciones Mercantiles*

◆ **Derecho Laboral:**

- *Derecho Laboral Individual*
 - ◆ *Contratos a término indefinido y fijo*
 - ◆ *Contrato de obra*
 - ◆ *Contrato de prestación de servicios*
 - ◆ *Salarios*
 - ◆ *Jornada de trabajo*
 - ◆ *Servicio Doméstico*

- ◆ *Trabajadora embarazada*
- ◆ *Prestaciones Sociales*
- *Derecho Laboral Colectivo*
 - ◆ *Sindicatos*
 - ◆ *Organización de sindicatos*
 - ◆ *Fuero sindical*
 - ◆ *Negociación Colectiva*
 - ◆ *La Huelga*
 - ◆ *El Arbitramento*
 - ◆ *La Convención Colectiva de Trabajo*
- ◆ *Derecho Administrativo*
 - *Acciones Populares*
 - *Acciones de Grupo*

2.2.2.2. Área Empresarial y Contable

2.2.2.2.1. Asesoría en Materia Empresarial.

La futura empresa será una organización especializada en el campo de los servicios profesionales, conformada por un selecto equipo de profesionales de diversas disciplinas con amplia experiencia en el campo de las consultorías y prestación de servicios empresariales de alto nivel, dirigidos a la gran, mediana y pequeña empresa, con cubrimiento inicialmente en el municipio de Málaga y luego se extenderá a toda la región y Colombia.

Todos los servicios profesionales serán ofrecidos bajo la modalidad de Outsourcing, brindando a las personas y empresas herramientas técnicas y de gestión que les permitan mejorar y/o consolidar en forma significativa su posición competitiva en el mercado bajo la siguiente metodología:

- Asesorías
- Asistencias Técnicas

- Investigaciones de Mercados
- Capacitaciones empresariales

Contará con los recursos técnicos y humanos para atender en forma eficiente las siguientes áreas:

- ◆ Obligaciones mercantiles, laborales y tributarias de los empresarios.
- ◆ Instrucciones y modelos para la contabilidad.
- ◆ Imagen Corporativa
- ◆ Mercadeo
- ◆ Ventas
- ◆ Gerencia
- ◆ Exportación de productos y/o Negocios Internacionales
- ◆ Administración de Empresas
- ◆ Planeación Estratégica
- ◆ Gerencia del Servicio
- ◆ Investigaciones de Mercados
- ◆ Competitividad
- ◆ Proyectos
- ◆ Sistemas Información en Mercadeo (SIM)
- ◆ Gestión de la Calidad
- ◆ Costos
- ◆ Presupuestos
- ◆ Talento Humano
- ◆ Contabilidad
- ◆ Finanzas
- ◆ Organización Administrativa
- ◆ Marketing
- ◆ Laboral: Elaboración Escrita de Contratos de Trabajo y Prestación de Servicios
- ◆ Tramites Bancarios

2.2.2.2.2. Capacitación Empresarial

De acuerdo a la disponibilidad de la empresa, así como la oferta y demanda la futura empresa estará en capacidad de ofrecer los siguientes programas en diferentes áreas por la modalidad de Outsourcing:

A. MERCADEO

- ♣ Imagen corporativa
- ♣ Imagen personal y empresarial
- ♣ Cómo ser competitivo hoy
- ♣ Mercadeo interno (gestión del recurso humano)
- ♣ Mercadeo para empresas del sector salud
- ♣ El mercadeo como herramienta gerencial
- ♣ El plan de mercadeo – cómo implementarlo
- ♣ Merchandising – La eficiencia en el P.O.P.
- ♣ Sistemas de información en mercado

B. VENTAS

- ♣ Competitividad y profesionalismo en la venta
- ♣ Aspectos básicos de la venta
- ♣ El asesor profesional
- ♣ Planificación en las ventas
- ♣ Todos somos asesores en la empresa
- ♣ Las comunicaciones y las ventas
- ♣ Programa de cierre y manejo de objeciones
- ♣ La eficiencia en la venta interna
- ♣ La dirección dinámica de ventas

C. SERVICIO AL CLIENTE

- ♣ En el servicio está la diferencia
- ♣ Gerencia del servicio
- ♣ Primero el cliente
- ♣ La excelencia en el servicio al cliente

- ♣ Cómo implementar programas de gerencia del servicio
- ♣ Manejo adecuado de los “momentos de verdad”
- ♣ El servicio como estrategia de mercadeo
- ♣ La secretaria eficiente

D. OTROS

- ♣ Mentalidad empresarial
- ♣ Motivación al desempeño (profesionalismo)
- ♣ Liderazgo gerencial
- ♣ Planeación estratégica
- ♣ El trabajo en equipo
- ♣ Gestión humana
- ♣ Costos
- ♣ Presupuestos
- ♣ Gestión de calidad
- ♣ Gerencia estratégica
- ♣ Curvas de salarios
- ♣ Administración para mandos medios

2.2.2.2.3. Investigación de Mercados.

Este servicio será ofrecido de acuerdo a los requerimientos del cliente y se emplearán técnicas que cubran desde sondeos rápidos del mercado, hasta investigaciones más exhaustivas del mercado, con cubrimiento regional y nacional. Mediante la aplicación de diferentes técnicas de investigación y enfoques metodológicos se pretende ofrecer a las empresas la oportunidad de tomar decisiones con base en información veraz, extractada directamente del mercado, utilizando métodos conocidos de obtención de datos como:

- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| ◆ Entrevistas con profundidad. | ◆ Observación. |
| ◆ Sesiones de grupo (grupos focales). | ◆ Cliente Incógnito. |
| ◆ Encuestas dirigidas, entre otras. | ◆ Paneles. |

Con diferentes aplicaciones de la investigación en áreas y temas como:

- ◆ Posicionamiento en el mercado.
- ◆ Consumidores.
- ◆ Calidad de vida.
- ◆ Estilo de vida.
- ◆ Penetración en el mercado.
- ◆ Consumo de productos y servicios.
- ◆ Canales de distribución.
- ◆ Preferencias, expectativas.
- ◆ Segmentación del mercado.
- ◆ Cliente interno.
- ◆ Motivación de compra.
- ◆ Factibilidad mercadológica.
- ◆ Perfil del consumidor.
- ◆ Penetración y preferencia de medios, etc.

2.2.2 Productos Sustitutos

Son aquellos que se presentan en la área del derecho y a la vez también pueden ser tratados y controlados por el área de administración y todos los servicios prestados por la competencia, que en el caso específico del presente proyecto, son todas las asesorías que realizan independientemente cada uno de los profesionales que hay en el municipio de Málaga en Derecho, Contabilidad, Economía y Administración de Empresas.

2.2.3 Productos Complementarios

En el corto y mediano plazo, la futura empresa estará en condiciones de ofrecer, de acuerdo a su disponibilidad presupuestal, previo estudio de demanda y mercado objetivo, los siguientes servicios:

- ❖ Elaboración, asistencia y representación de demandas en las diferentes ramas del Derecho, previo estudio y disponibilidad de personal profesional.
- ❖ Asesorías de cobranzas y analistas de crédito en entidades de carácter financiero.
- ❖ Asesorías de cobranzas de impuestos en entes territoriales.
- ❖ Servicio de Fotocopiadora.
- ❖ Venta de Papelería de la DIAN.

- ❖ Otros servicios afines a estas áreas, previo estudio de oferta y demanda y siempre basado en las teorías de Outsourcing y Gerencia del Servicio.

2.2.4. Atributos Diferenciadores del Servicio

Los servicios de la futura empresa serán ofrecidos bajo metodologías prácticas, flexibles y participativas con servicios que cubren desde el desarrollo completo de los programas hasta la atención de actividades puntuales en forma presencial o semipresencial, con intervención total o preferible con la participación de personal de la empresa, ajustándose a los requerimientos de cada organización.

Y su orientación estratégica estará basada en llegar a ser una empresa dedicada a la prestación de servicios profesionales de Asesorías, Consultorías y Asistencia Técnica, Investigaciones de Mercados y Capacitaciones empresariales de excelente calidad, con servicios especializados en las áreas de Mercadeo, Imagen Corporativa, Ventas, Gerencia del Servicio, Negocios Internacionales, Administración, Sistemas de Información Financiera y Competitividad, que se orientan a atender las necesidades de la gran, mediana y pequeña empresa de diversos sectores, proporcionándoles herramientas técnicas y de gestión que les permitan mejorar en forma significativa su posición competitiva.

Atenderá los requerimientos de empresas privadas o estatales de diferentes sectores, en nuestras áreas de dominio, con profesionales expertos altamente calificados de amplia trayectoria en el campo de la Consultoría a organizaciones, tanto para aquellas que apenas están en gestación o proyecto, como para aquellas con muchos años de experiencia.

Consultorías: Atención de programas específicos con participación activa tanto del consultor como del(los) funcionario(s) de la empresa, en la identificación de soluciones y puesta en marcha de las mismas. El nivel de intervención del consultor o un equipo de ellos, depende de las necesidades específicas de la empresa o del proyecto mismo. Se trabaja por modalidad de horas o por objetivos, de acuerdo al plan de trabajo que se establece al inicio del programa de consultoría.

Son ofrecidas bajo metodologías prácticas, flexibles y participativas con servicios que cubren desde el desarrollo completo de los programas hasta la atención de actividades puntuales en forma presencial o semipresencial, con intervención total o parcial. De esta forma se logra involucrar al personal que dará continuidad a los programas al finalizar la consultoría, por medio de la construcción conjunta de soluciones, lo que permita alcanzar un mayor aprendizaje en el proceso, con mejores niveles de seguridad en la permanencia de las acciones emprendidas.

Asistencias Técnicas: Se trabaja bajo el mismo enfoque de la consultoría, sólo que su dedicación es por horas y se enfocan a atender requerimientos puntuales de la dirección de la empresa o del personal que ésta designe. Pueden ser empleadas en el direccionamiento de la implementación de algún programa al interior de la organización, entre otras.

Asesorías: Se caracterizan por ser menos participativas, ya que requieren mayor cantidad de tiempo dedicado al desarrollo del proyecto por parte de la firma asesora, ya sea por la baja disponibilidad tiempo o de recurso humano o por poco conocimiento por parte del personal de la empresa. Se trabaja por objetivos, se realizan reuniones especialmente al principio y al final de proyecto para la entrega del informe final. Uno de los servicios que ofrecemos bajo esta modalidad es la Investigación de Mercados.

2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1. Mercado Potencial

De acuerdo con el DANE territorial Santander para el municipio de Málaga según proyección, previa aprobación metodológica, la población estimada para el 2005 es de la siguiente manera⁵:

Cuadro 17. Población de Málaga

TOTAL	23.766
Cabecera	18.743
Resto	5.023

⁵ Proyección DANE basado en el Censo de 1993 para el municipio de Málaga,

Esta información se estimó con base en la población ajustada por omisión censal de 1993 y su proyección definitiva a 30 de junio de 2005.

2.3.2. Mercado Objetivo

El mercado objetivo estará conformado por:

1. Las personas naturales mayores de 18 años existentes en el casco urbano del municipio de Málaga, que son 10.074 personas pertenecientes a los dos sexos.
2. Las personas jurídicas legalmente reconocidas en el municipio de Málaga que son 1.177 negocios según estudio para el Fondo de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Municipio de Málaga en el año 2003.

2.3.3. La Demanda

2.3.4. Investigación de Mercados

2.3.4.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad con la tendencia de la globalización las empresas experimentan un enfoque más especializado en cuanto a servicios con alto contenido de valor agregado hacia sus clientes; por esto la creación de la empresa “**JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**” que es una empresa con un nuevo enfoque de servicio, no existente en el mercado de Málaga, la cual hace necesario la recolección de la mayor cantidad de información debido a que no existen datos escritos sobre los clientes, volumen de demanda del servicio, ni otras variables de mercados; por lo anterior es fundamental lograr centrar la idea correspondiente a la creación de este nuevo foco de actividad empresarial.

Esta investigación debe estar centrada en proporcionar al ponente del proyecto herramientas informativas acerca del mercado de las asesorías empresariales, jurídicas, contables y bancarias para determinar las diferentes necesidades y satisfacer sus tendencias; por consiguiente, adelantar el estudio de mercados sirve para observar y dimensionar sus propias características y perspectivas, con el fin de determinar la real

posibilidad de ingresar al mercado de todas estas asesorías en el municipio, analizando el potencial del servicio, la demanda existente del mismo, su sistema comercial, competitivo y de negociación en la región; de lo contrario el proyecto se basaría en suposiciones, especulaciones e información errónea, limitando la posibilidad de que sobreviva en las fases de montaje y puesta en marcha.

Lo que quiere el equipo investigador es, una vez determinada la descripción del servicio, identificar los reales usuarios teniendo en cuenta sus costumbres y hábitos de consumo ya que se piensa que la población para este sector en Málaga es mas abierta a la utilización de este tipo de producto, al mismo tiempo indagar sobre la capacidad que tienen este segmento del municipio para adquirir y usar el servicio de la asesorías de este tipo, partiendo que en el municipio existe un buen volumen de oficinas con parte de este tipo de negocio, predeterminando que es un sistema donde hay productos demasiado costosos y que no tienen mayor probabilidad de utilización, pero que si acepta un nivel intermedio de precios por un buen servicio estaría en capacidad de aumentar su demanda y ahí entra la empresa a presentar la oferta para su cobertura total.

El pensamiento del grupo de investigación es que este tipo de servicio se puede prestar en Málaga ajustándose a las condiciones, una vez se tengan en cuenta las circunstancias que afectan el consumo para determinar los pronósticos más acertados y con las bases teóricas que soporten el desarrollo del proyecto.

En conclusión podríamos decir que existe mercado pero está atendido de una forma deficiente y además ocurre que lo que se paga por estos servicios posee un costo muy elevado para el común de las personas y establecimientos que lo requieren.

2.3.4.2. Necesidades de Información

Para el estudio de factibilidad de la futura empresa se requiere obtener la siguiente información:

- Población Objetivo: Es decir las personas a quienes esta dirigido los servicios de la nueva empresa y a los cuales se les aplicará la investigación de mercado.
- Demanda potencial insatisfecha: Hace referencia a la población que no está siendo atendida actualmente por ningún profesional o empresa relacionada con este servicio.

- Establecer el tiempo de uso del servicio al año.
- Determinar los servicios que utilizan con mayor frecuencia.
- Precio más adecuado de los productos: Para la determinación de los precios se tendrá en cuenta el estudio que se adelantará sobre mercados, los costos de prestación del servicio y los precios que existan en la competencia.
- Reconocer niveles de precio promedio por los servicios
- Niveles de oferta y demanda: Se deben cuantificar con la realización del respectivo estudio de mercados.
- Conocer los centros de asesorías más frecuentados por la población
- Identificar los motivos de compra.
- Establecer los niveles de satisfacción con el servicio que reciben
- Determinar posibles costos para la publicidad y promoción de los servicios: En este ítem se estudiarán detenidamente las estrategias de promoción y publicidad de la nueva empresa y así definir dichas variables.
- Grado de aceptación de la población malaqueña con relación a la nueva empresa: La información necesaria se obtendrá con la realización de la investigación de mercados y la aplicación de las respectivas encuestas.
- Señalar los diferentes valores agregados de los servicios actuales.
- Referir los diferentes medios de promoción y publicidad usados por los diferentes centros y su incidencia en la captación de clientes.
- Y aspectos específicos de preferencias para la implantación de la nueva empresa.

2.3.4.3. Ficha Técnica Demanda. (Cuadro 18).

Tipo de Investigación	El tipo de investigación que se utilizará en el presente proyecto es descriptivo porque se realiza una investigación, se tabula, grafica, analiza e interpreta su resultado.
Método de Investigación	Estará basado en diferentes técnicas e instrumentos de observación y análisis. Se realizará observación directa con respecto de los servicios de la competencia y a las necesidades que presenta el mercado potencial y se procederá a hacer el respectivo análisis de la observación

	directa, como de los instrumentos utilizados en la recolección de la información.
Fuentes de información	Primarias: La observación directa, encuestas y entrevistas. Secundarias: Bibliotecas, Internet, Estudios realizados por la Alcaldía Municipal de Málaga, Cámara de Comercio, Dane y Revistas.
Técnicas de recolección de la información	<u>Observación Directa:</u> se realizará a consultorios de abogados, contadores y economistas; así como a entidades oficiales que oferten estos servicios como la Personería Municipal y la Procuraduría Regional <u>Entrevista:</u> A empresarios del municipio. <u>Encuestas:</u> Se diseñará y aplicará a la muestra definida de los clientes potenciales que son: 1. Las empresas legalmente constituidas. 2. Personas naturales mayores de 18 años.
Instrumento	Formato de la encuesta. (Ver Anexo C y D) Diseño de la entrevista. (Ver Anexo E)
Modo de Aplicación	Encuesta Directa y completamente al azar de manera estratificada para cada uno de los grupos de personas del marco muestral.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Serán las personas naturales mayores de 18 años existentes en el casco urbano del municipio de Málaga, que son 10.074 personas pertenecientes a los dos sexos, según dato proyectado por el Dane para el 2005; y las personas naturales y jurídicas legalmente reconocidas que desarrollen actividad económica alguna en el municipio de Málaga que son 1.177 negocios según <i>estudio para el Fondo de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Municipio de Málaga, en el año 2003.</i>

Proceso de muestreo	Para la determinación de la muestra se procedió a tomar el total de la población objetivo a la cual se le aplicó la tabla de Arkin y Colton (Ver Anexo B), determinando como muestra un número de 385 personas a quienes se procederá a aplicarle el formato de la encuesta con un margen de error del 5%.
Marco muestral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personas naturales mayores de 18 años existentes en el casco urbano del municipio de Málaga, que son 10.074 pertenecientes a los dos sexos. 2. Las personas naturales y jurídicas legalmente reconocidas que desarrollen actividad económica alguna en el municipio de Málaga que son 1.177 negocios que requieran de los servicios de la futura empresa.
Alcance	Municipio de Málaga, preferiblemente barrios donde más se concentran las unidades económicas como lo son: Centro, Ricaurte, Kennedy, Pailitas y Medisautos en la zona Industrial, que deseen y estén en capacidad de demandar los servicios de la futura empresa.
Tiempo de Aplicación	Treinta días hábiles, preferiblemente entre semana, en los cuales las unidades productivas estén laborando (Marzo 2007).

2.3.4.4. Tabulación, presentación y análisis de resultados

Se presentan los resultados obtenidos en la investigación de mercado; unos de fuentes secundarios y posteriormente de la información primaria con el fin de determinar la potencialidad del proyecto dentro del mercado en el que se va a desarrollar; la información obtenida en este estudio fue la siguiente:

2.3.4.4.1. Presentación de la información recolectada de fuentes secundarias

Se indago en la oficina en Málaga de la Cámara de Comercio de Bucaramanga sobre la vital importancia de conocer las leyes y reglamentos que rigen a los establecimientos de comercio, para mantener en funcionamiento su compañía y la cual maneja una estadística que indica que el 17% de los comerciantes en la ciudad dice no conocer dichos reglamentos.

La oportunidad radica con la normatividad vigente sobre la obligatoriedad de afiliación en Cámara de Comercio, en donde según cifras de la oficina la mayoría no cumplen con esta obligación mercantil, dándole el beneficio a la nueva empresa de cubrir este mercado, en lo posible, con capacitaciones a los empresarios sobre la legislación y que no se les apliquen medidas represivas, a la falta de control por parte de organismos gubernamentales, o incluso a la forma laxa que el gobierno municipal mira el sector, permitiendo laborar bajo muy pocas normas que controlen estas falencias.

A continuación se presenta la información de aportes de IPC del mes de marzo de 2007 con el fin de determinar el patrón de gastos de la población colombiana y determinar de manera global el consumo de servicios de asesorías y la importancia que le da el consumidor nacional a este tipo de servicios.

Cuadro 49. Patrón de Gastos de los Consumidores

Grupos	Peso en la canasta
Alimentos	29.51%
Vivienda	29.41%
Vestuario	7.31%
Salud	3.96%
Educación	4.81%
Cultura	3.6%
Transporte	13.49%
Gastos Varios	7.89%
Total	100%

Fuente: http://www.dane.gov.co/inf_est/ipc.htm

- **IPC Marzo.** En el mes de marzo, tres grupos se ubicaron por encima del promedio nacional (0,77%): alimentos 1,26%; salud 1,15%; y transporte y

comunicaciones, 0,84%. Por debajo se ubicó educación 0,71%, gastos varios 0,46%; vivienda, 0,41%; cultura, diversión y esparcimiento 0,27% y vestuario 0,12%. Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,77%), se ubicaron en los grupos de alimentos, transporte y comunicaciones, vivienda y salud, los cuales aportaron 0,67 puntos porcentuales a la variación total

- **Crecimiento Poblacional en Málaga**

Cuadro 20. Tasa de Crecimiento de la Población

Crecimiento Población de Málaga			
	Total	Cabecera	Resto
2000	22.113	17.260	4.853
2001	22.450	17.560	4.890
2002	22.785	17.859	4.926
2003	23.119	18.158	4.961
2004	23.447	18.453	4.994
2005	23.766	18.743	5.023

Fuente: http://www.dane.gov.co/inf_est/poblacion/censo/censos.zip

La tasa de crecimiento poblacional de Málaga es del 1.46% anual lo que indicaría un crecimiento gradual en la demanda de servicios.

2.3.4.4.2. Presentación de la información recolectada de fuentes primarias.

A continuación se describen y se analizan los principales resultados encontrados en el estudio de diagnóstico de aceptación que pueda tener la futura empresa en el municipio de Málaga, para los cuales se aplicó la prueba basada en la realización de la encuesta respectiva a trescientas (385) personas naturales y trescientas (385) establecimientos de comercio en el municipio de Málaga.

Tabulación y Análisis

Encuesta dirigida a personas naturales y establecimientos de comercio en el municipio de Málaga.

Pregunta Número 1

De las asesorías relacionadas a continuación cuales utiliza con más frecuencia.

ASESORIA	SI	NO	CADA CUANTO (MESES)
Jurídica	_____	_____	_____
Empresarial	_____	_____	_____
Contable	_____	_____	_____
Bancaria	_____	_____	_____
Ninguna	_____	_____	_____
Todas	_____	_____	_____

Tabla 1. Pregunta N° 1. Utilización según Tipo de Asesoría.

Asesoría	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaje (%)	N° de Rptas. Establecimientos Comercio	Porcentaje (%)	TOTAL	Porcentaje (%)
Jurídica	145	31,87	110	21,03	255	26,07
Empresarial	42	9,23	162	30,98	204	20,86
Contable	91	20	147	28,11	238	24,34
Bancaria	97	21,32	62	11,85	159	16,26
Ninguna	67	14,73	6	1,15	73	7,46
Todas	13	2,85	36	6,88	49	5,01
Totales	455	100	523	100	978	100

De acuerdo a los resultados de la Tabla N° 1, se puede concluir que de las 385 personas naturales y 385 establecimientos de comercio, tema de estudio, cada uno obtuvo en total 455 y 523 respuestas respectivamente frente al tipo de asesorías; ello quiere decir que por cada encuesta se obtuvo en promedio 1,18 selecciones de asesorías en el caso de las personas naturales y 1,36 selecciones de asesorías en el caso de los establecimientos de comercio para un total de **978** respuestas en el total de 770 de la población y un promedio de 1,27 selección de asesorías en el total de la muestra; y se concluye que la principal asesoría que demanda dicho estudio del total de 385 Personas Naturales encuestadas y 455 respuestas es la asesoría Jurídica con un total de 145 respuestas equivalente a casi una tercera parte, es decir 31,87% en este sector y en el caso de los establecimientos de comercio es la asesoría empresarial con un total de 162 respuestas del total de 523 lo que equivale al 30,98% y en promedio de los dos sectores la mayor asesoría escogida es la Jurídica con un total de 255 respuestas del total de 978 lo que corresponde al 26,07%, seguidamente en la presente encuesta llevada a cabo en el

municipio de Málaga se deduce que el segundo puesto en el promedio de los dos sectores lo ocupa la asesoría contable con el 24,34%, 238 respuestas del total de 978, lo que equivalente en el caso de las personas naturales la asesoría bancaria que ocupa el 21,32% es decir 97 de las 455 respuestas y en los establecimientos de comercio corresponde al área contable con 147 respuestas del total de 523 que representa un 28.11% de la muestra. Le sigue en importancia, tercer lugar, la asesoría empresarial con 204 respuestas (20.86%) en el promedio de los dos sectores ya que en los establecimientos de comercio este lugar lo ocupan las asesorías jurídicas con el 21,03% es decir 110 de las 523 respuestas y en las personas naturales es la asesoría bancaria con el 21,32% es decir 97 de las 455 respuestas; posteriormente está en el promedio de los dos sectores la asesoría bancaria con el 16,26% (159 de 978 respuestas) al igual que en los establecimientos de comercio con el 11,85% (62 respuestas de 523) y en las personas naturales quedan en este cuarto puesto las asesorías contables con un 20% (91 de 455 respuestas); enseguida esta en el quinto lugar con un 7,46% la respuesta de la población que no utilizan ninguna asesoría en la sumatoria de los dos sectores con 73 de las 978 respuestas al igual que en las personas naturales que representan el 14,73 con 67 de las 455 respuestas y en los establecimientos de comercio este lugar lo ocupan todas las asesorías como respuesta con un 6,88 es decir 36 de las 523 respuestas y en el último lugar de preferencia del promedio de los dos sectores en la encuesta esta la respuesta todas las asesorías con 5,01% con 49 de las 978 respuestas al igual que en las personas naturales que equivale al 2,86% (13 de 455 respuestas) y en los establecimientos de comercio quedo ninguna asesoría con un 1,15% con tan solo 6 de las 523 respuestas (**Ver Figuras 1 y 2**).

En conclusión las asesorías empresariales en los establecimientos de comercio y las asesorías jurídicas en las personas naturales son la mayor demanda en el presente estudio lo cual se constituye en una gran fortaleza y *tiene grandes implicaciones positivas en el desarrollo del presente proyecto percibido desde el punto de vista de los estudios profesionales adelantados por el autor del presente proyecto ya que el título de Profesional en Gestión Empresarial se utilizaría para brindarle el apoyo necesario a las empresas y la Tecnología Jurídica para lo que demande toda persona del común.*

Sin dejar de lado la mezcla que constituye para todo el proyecto el hecho de que exista una demanda de más del 70% en las tres principales asesorías del proyecto (Jurídica,

Empresarial y Contable) que son el fuerte de las carreras adelantadas por el autor del proyecto.

Tabla 2. Pregunta N° 1. Frecuencia en la Utilización según el Tipo de Asesorías.

Asesoría / Mes	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaje (%)	N° de Rptas. Estab. Comercio	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
Jurídica 12	47	32,41	17	15,45	64	25,1
Jurídica 6	31	21,38	15	13,64	46	18,04
Jurídica 3	29	20	23	20,91	52	20,39
Jurídica 2	17	11,73	34	30,91	51	20
Jurídica 1	21	14,49	21	19,09	42	16,47
Totales	145	100	110	100	255	100
Empresarial 12	26	61,91	12	7,41	38	18,63
Empresarial 6	6	14,29	17	10,49	23	11,27
Empresarial 3	5	11,90	73	45,06	78	38,24
Empresarial 2	4	9,52	31	19,14	35	17,15
Empresarial 1	1	2,38	29	17,9	30	14,71
Totales	42	100	162	100	204	100
Contable 12	42	45,65	7	4,76	49	20,5
Contable 6	23	25	27	18,38	50	20,92
Contable 3	17	18,48	23	15,64	40	16,74
Contable 2	6	6,52	48	32,65	54	22,59
Contable 1	4	4,35	42	28,57	46	19,25
Totales	92	100	147	100	239	100
Bancaria 12	40	41,67	19	30,65	59	37,34
Bancaria 6	27	28,12	14	22,58	41	25,95
Bancaria 3	4	4,17	13	20,97	17	10,76
Bancaria 2	3	3,12	9	14,51	12	7,60
Bancaria 1	22	22,92	7	11,29	29	18,35
Totales	96	100	62	100	158	100
Todas 12	4	30,77	4	11,11	8	16,33
Todas 6	3	23,08	8	22,22	11	22,45
Todas 3	2	15,38	11	30,56	13	26,53
Todas 2	3	23,08	8	22,22	11	22,45
Todas 1	1	7,69	5	13,89	6	13,24
Totales	13	100	36	100	49	100
Total 12	159	34,95	59	11,28	218	22,29
Total 6	90	19,78	81	15,49	171	17,48
Total 3	57	12,53	143	27,34	200	20,46
Total 2	33	7,25	130	24,86	163	16,67
Total 1	49	10,77	104	19,89	153	15,64
Ninguna	67	14,72	6	1,14	73	7,46
Gran Total	455	100	523	100	978	100

Del total de respuestas de las Personas Naturales encuestadas prefieren o se inclinan por las asesorías anuales y semestrales con un 34,95 % y 19,78% cada una respectivamente seguidas muy de cerca por las asesorías trimestrales con un 12,53 % del total de la muestra, con un 10,77% las asesorías mensuales y finalizando están las asesorías a dos (2) meses con 7,25% y con ninguna respuesta un 14,72% del total de lo observado (**Ver Tabla 2**).

En cuanto a los Establecimientos de Comercio en estudio optan o se inclinan por las asesorías trimestrales y bimensuales con un 27,34 % y 24,86% cada una respectivamente, seguidas muy de cerca por las asesorías mensuales con un 19,89 % del total de la muestra, con un 15,49% las asesorías semestrales y finalizando están las asesorías anuales con 11,85% y con ninguna respuesta un valor bajo, tan solo el 1,14% del total de lo observado (**Ver Tabla 2**).

Figura 1. Utilización y Frecuencia según el Tipo de Asesoría. Personas Naturales

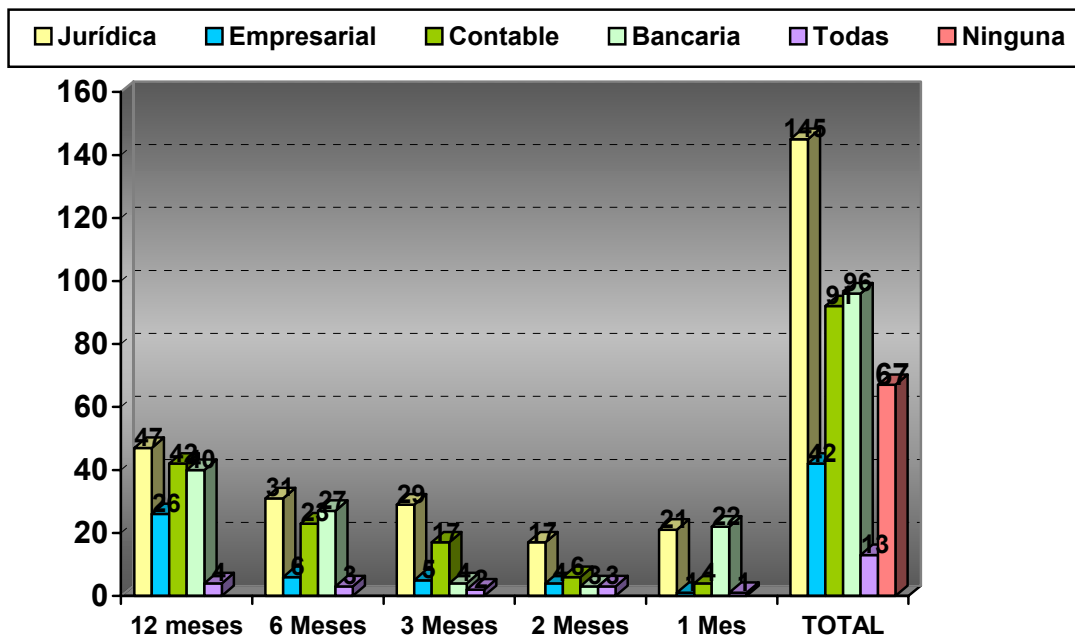
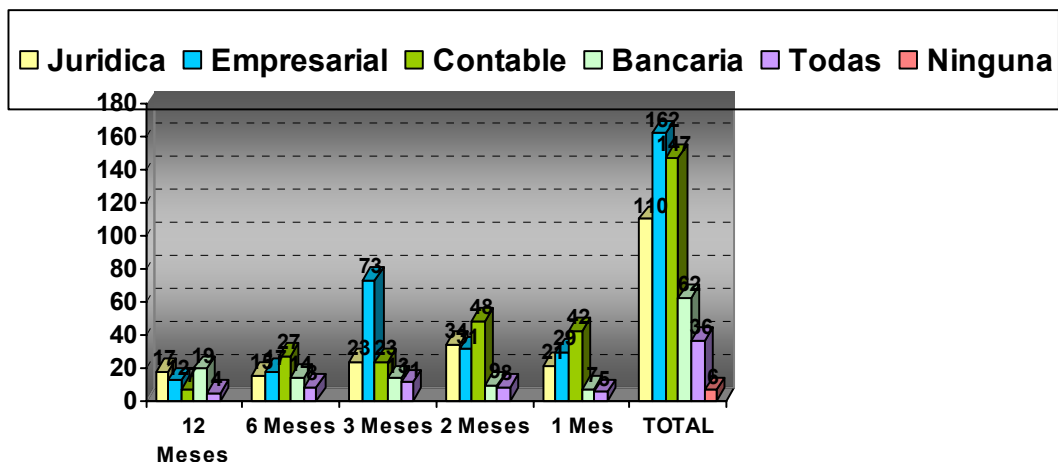


Figura 2. Utilización y Frecuencia según Tipo de Asesoría. Establecimientos de Comercio



Pregunta Número 2

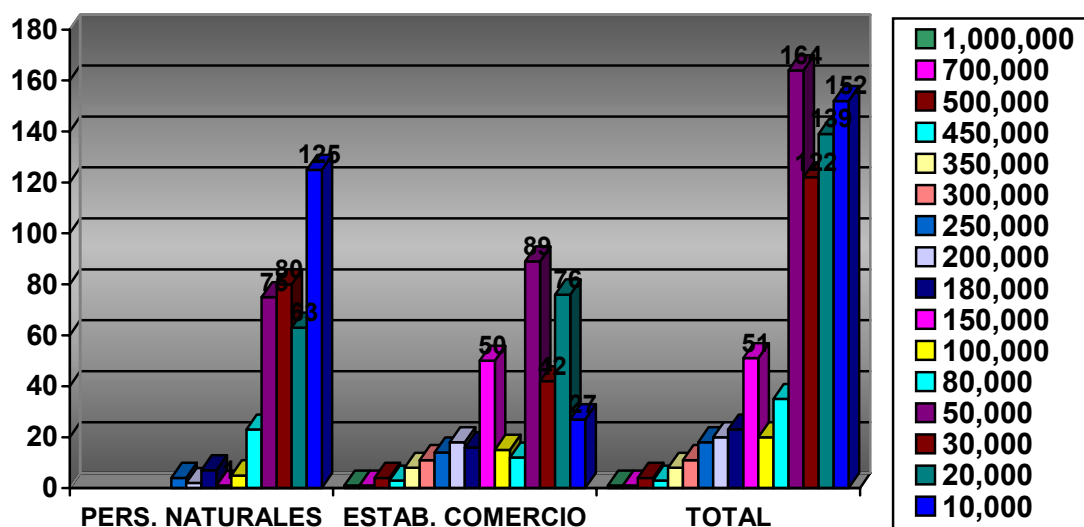
¿Cuánto paga actualmente al utilizar estas asesorías?

Tabla 3. Pregunta N° 2. Costo en la Utilización de las Asesorías.

Valor (\$)	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaje (%)	N° de Rptas. Estab. Comercio	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
1'000.000	0	0	1	0,26	1	0,13
700.000	0	0	1	0,26	1	0,13
500.000	0	0	4	1,04	4	0,52
450.000	0	0	3	0,78	3	0,39
350.000	0	0	8	2,08	8	1,04
300.000	0	0	11	2,86	11	1,43
250.000	4	1,04	14	3,64	18	2,34
200.000	2	0,52	18	4,68	20	2,6
180.000	7	1,82	16	4,16	23	2,99
150.000	1	0,26	50	12,99	51	6,62
100.000	5	1,3	15	3,9	20	2,6
80.000	23	5,97	12	3,11	35	4,55
50.000	75	19,48	89	23,11	164	21,30
30.000	80	20,78	42	10,90	122	15,84
20.000	63	16,36	76	19,74	139	18,05
10.000	125	32,47	25	6,49	150	19,48
Totales	385	100	385	100	770	100

El análisis de la anterior tabla permite deducir que por poco más de las tres cuartas partes de la muestra, un 74,67% en promedio de las personas y establecimientos, tienen un costo en la utilización de estas asesorías cuando las emplean entre mínimo \$10.000 y máximo \$50.000, ello referencia que es pertinente en la incursión de la futura empresa continuar ofreciendo uno precios bajos o en lo posible por debajo de los que ofrece la competencia para poder obtener en el corto plazo una buena tajada de la torta en estos servicios sin dejar de lado ese 25% que estaría dispuesto a seguir pagando un mayor valor por este servicio siempre y cuando sea de buena calidad. Comparado con los datos de la pregunta anterior se permite deducir que las personas encuestadas se inclinan más hacia las asesorías con una frecuencia de utilización desde el rango de un mes hasta los doce (12) meses y a bajos precios; y un bajo porcentaje paga un mayor valor por estos servicios. (Ver Figura 3).

Figura 3. Costo en la Utilización de las Asesorías.



Pregunta Número 3

Cual es la mayor dificultad para no utilizar este tipo de asesorías.

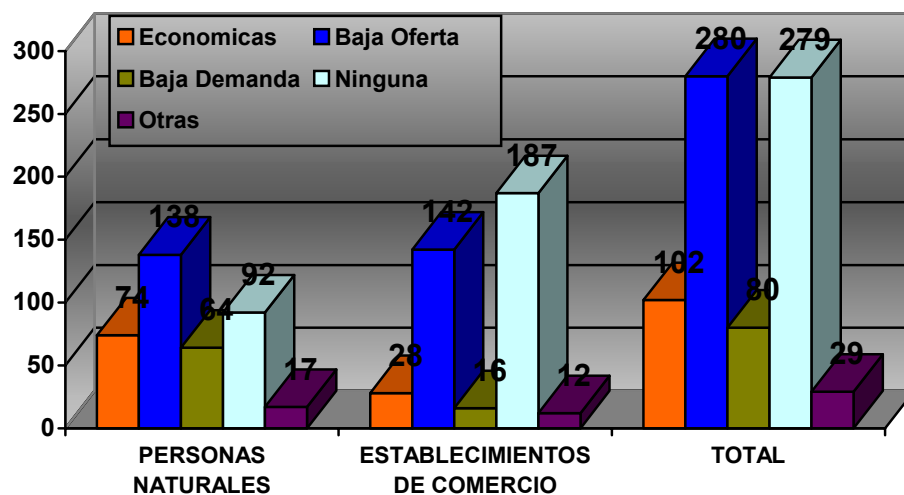
- a. Económica _____
- b. Baja oferta _____
- c. Baja Demanda _____
- d. Ninguna _____
- e. Otras _____ Cuales? _____

Tabla 4. Pregunta N° 3. Dificultades en la Utilización de las Asesorías.

Asesoría	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaje (%)	N° de Rptas. Estab. Comercio	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
<i>Económica</i>	74		28		102	13,25
<i>Baja Oferta</i>	138		142		280	36,36
<i>Baja Demanda</i>	64		16		80	10,39
<i>Ninguna</i>	92		187		279	36,23
<i>Otras</i>	17		12		29	3,77
Totales	385	100	385	100	770	

Los resultados de la encuesta demuestran, que es factible un plan de mercadeo agresivo de incursión de la nueva empresa con buena promoción y difusión para estas asesorías, ya que más de la tercera parte de la muestra es decir el 36,64 % de las personas y establecimientos materia de estudio manifiestan que la oferta de estos servicios no es apropiada, seguida muy de cerca por el 36,23% de las personas y establecimientos que manifiestan no tener ninguna dificultad para utilizar estos servicios lo que se constituye en mas del 72% de favorabilidad ya que al no existir oferta y al tiempo no tener dificultad para su utilización es una muy buena variable para tomar la empresa una buena porción del mercado en el mediano plazo; eso sí sin dejar de lado las variables económicas y la baja demanda, ya que está dado junto con las otras dos variables analizadas anteriormente, para un buen aprovechamiento de la futura empresa ya que a pesar que la baja demanda es del 10,38 % y las dificultades económicas son del 13,25 % en ello se debería centrar nuevamente la empresa por la alternativa de entrar a crearle la necesidad de utilización de este tipo de servicio y al mismo tiempo competir con unos precios justos y con buena calidad en el servicio, que constituyen el 3,77% por insatisfacción en el servicio recibido y otras causas, para que dicha demanda aumente ese porcentaje que muestra en la encuesta y por ende el porcentaje de dificultad económica disminuya (**Ver Figura 4**).

Figura 4. Dificultades en la Utilización de las Asesorías



Pregunta Número 4

Le gustaría encontrar en un solo sitio todas estas asesorías.

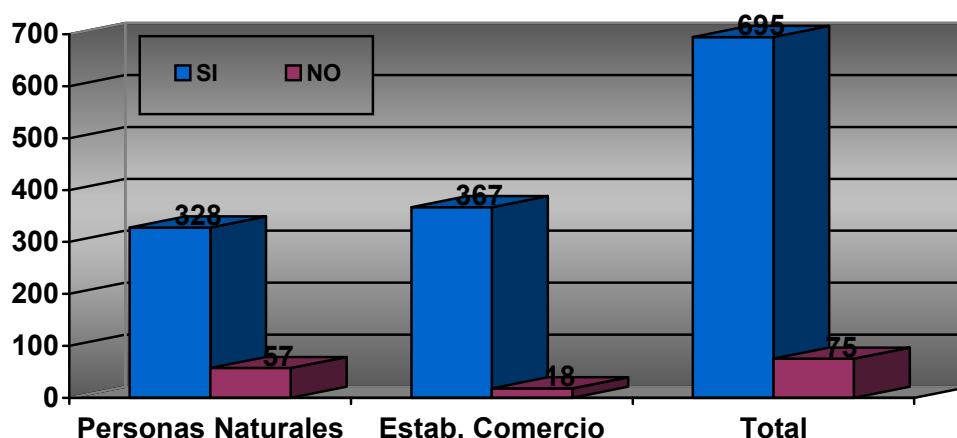
Si _____ No _____

Tabla 5. Pregunta N° 4. Reunión en un Solo Sitio de Todas las Asesorías.

Asesoría	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaje (%)	N° de Rptas. Estab. Comercio	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
Si	328	85,19	367	95,32	695	90,26
No	57	14,81	18	4,68	75	9,74
Totales	385	100	385	100	770	100

A la población, materia de estudio, les satisface la idea de encontrar todas estas asesorías en un solo sitio ya que la respuesta por el si representa el 95,32% en los establecimientos de comercio y el 85,19% en las personas naturales, lo que en promedio equivale a un contundente 90,26% del total de las respuestas porque sea factible la creación de una empresa que ofrezca todas estas asesorías en un solo sitio (**Ver Figura 5**).

Figura 5. Reunión en un Solo Sitio de Todas las Asesorías



Pregunta Número 5

Si actualmente utiliza estos servicios como los califica.

- a. Excelente____ b. Bueno ____ c. Regular____ d. Malo____

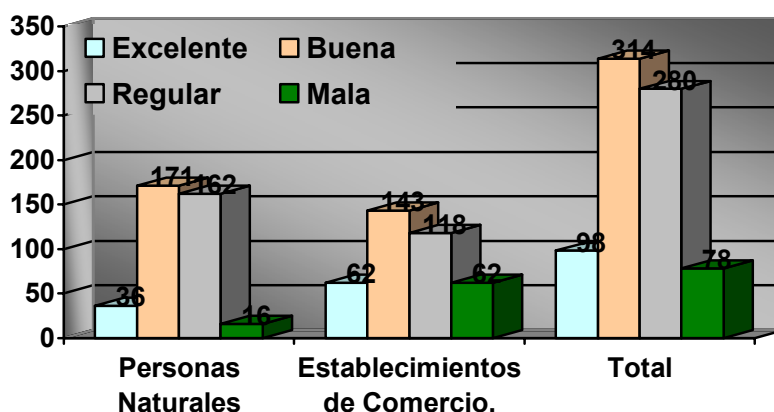
Tabla 6. Pregunta N° 5. Calificación del Servicio que Utiliza Actualmente.

Asesoría	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaje (%)	N° de Rptas. Estab. Comercio	Porcentaje (%)	Total	Porcentaje (%)
Excelente	36	9,35	61	15,85	97	12,6
Bueno	171	44,41	143	37,14	314	40,78
Regular	162	42,08	118	30,65	280	36,36
Malo	16	4,16	63	16,36	79	10,26
Totales	385	100	385	100	770	100

La prueba realizada demuestra que las personas están satisfechas, pero no del todo, con un 40,78% en promedio entre personas naturales (44,41%) y establecimientos de comercio (37,14%), de calificación buena con respecto al servicio que reciben actualmente, luego, no altamente satisfechos ya que tan solo representa el 12,6% del promedio de toda la muestra y es aquí donde entra a hacer parte importante el valor agregado de la futura empresa para captar mercado ya que un 36,36% en promedio de estos dos sectores consideran las asesorías que están recibiendo actualmente como

regulares y el 10,26% las considera malas siendo ello un buen indicador para entrar a competir con un excelente servicio el cual satisfaga las necesidades del mercado no satisfecho altamente y que considera regular y malo éste ya que sumados estos tres ítem representan el 59,22% de insatisfacción, si se podría llamar así, con los servicios recibidos actualmente (*Ver Figura 6*).

Figura 6. Calificación del Servicio que Utiliza Actualmente.



Pregunta Número 6

En el caso de existir una empresa de asesorías jurídicas, empresariales, contables y bancarias estaría en condiciones de utilizar estos servicios.

Si _____ No _____

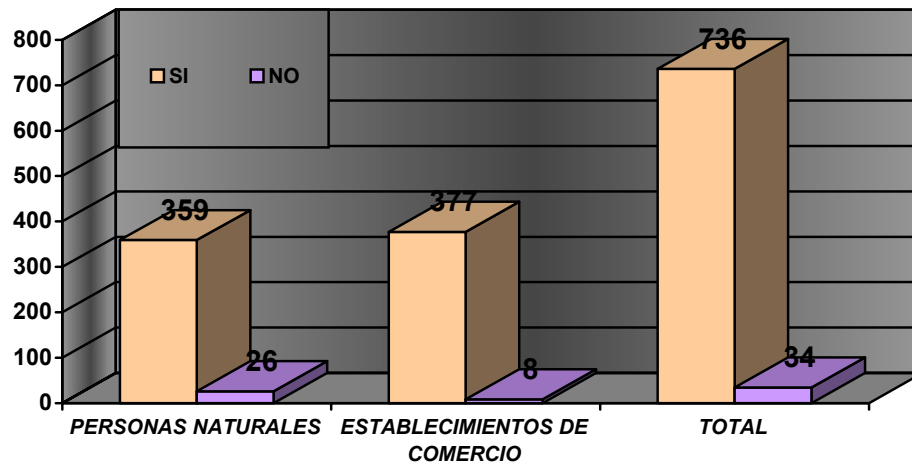
Tabla 7. Pregunta N° 6. Disponibilidad Futura de Utilización de las Asesorías.

Asesoría	N° de Rptas. Personas Naturales	Porcentaj e (%)	N° de Rptas. Estab. Comercio	Porcentaj e (%)	Total	Porcentaj e (%)
Si	359	93,25	377	97,92	736	95,58
No	26	6,75	8	2,08	34	4,42
Totales	385	100	385	100	770	100

La idea de la futura empresa tiene una atractiva, por no decirlo sorprendente acogida en la población, ya que el 95,58% en promedio del total de la población, personas naturales (93,25%) y establecimientos de comercio (97,92%), se encuentran complacientes y

dispuestos con la idea de utilizar los servicios con la puesta en marcha de la futura empresa (*Ver Figura 7*).

Figura 7. Disponibilidad Futura de Utilización de las Asesorías.



2.4. LA OFERTA

2.4.1. Necesidades de información

Para el análisis de la oferta de asesorías Jurídicas, Empresariales, Contables y Bancarias en el municipio de Málaga se tiene la necesidad de adquirir información primaria y secundaria de variables como restricciones determinadas por el gobierno, desarrollos tecnológicos, precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, número de establecimientos y profesionales en el mercado, información estadística de la cantidad de servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo y la cantidad que se proyecta ofrecer.

2.4.2. Ficha Técnica Oferta. (Cuadro 21).

Tipo de investigación	Exploratoria, para reconocer y definir el problema de decisión y sus alternativas y descriptiva para suministrar información para hacer la selección y evaluación de las líneas de acción.
-----------------------	--

Método de investigación	Análisis, examinando cada una de las variables para llegar a una descripción mas completa
Fuentes de información	Primarias mediante cuestionarios estructurados a los representantes legales o propietarios de los establecimientos de Málaga y secundarias como estudios realizados por la Alcaldía Municipal y otras entidades.
Técnicas de recolección de información	Censo
Instrumento	Cuestionario estructurado. (Ver anexo E).
Modo de aplicación	Directa
Definición de Población	3 Entidades (Procuraduría, Personería y Cámara de Comercio) y 17 Profesionales (Abogados, Contadores y Administradores)
Proceso de muestreo	20 personas jurídicas y naturales (Establecimientos y Profesionales)
Marco muestral	Población
Alcance	Municipio de Málaga
Tiempo de aplicación	Mayo 2007

Tabulación, Presentación y Análisis de Resultados.

2.4.2.2. Análisis del Censo. A continuación se describen y se analizan los principales resultados encontrados en el estudio que se llevo a cabo realizando 20 encuestas, en el

municipio de Málaga entre los cuales se encuentran establecimientos y profesionales, descritos a continuación y en el siguiente orden:

1. *Oficina en Málaga de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.*
2. *Oficina Regional de la Procuraduría.*
3. *Oficina de la Personería Municipal.*
4. *Abogados (10)*
5. *Contadores (4)*
6. *Administradores de Empresas (3)*

Pregunta Número 1

1. De las asesorías relacionadas a continuación cuales son las de más consulta

ASESORIA	SI	NO
Jurídica	_____	_____
Empresarial	_____	_____
Contable	_____	_____
Bancaria	_____	_____
Ninguna	_____	_____
Todas	_____	_____

Tabla 8. Oferta Según el Tipo de Asesorías

Asesoría	Nº de Rptas.	Porcentaje (%)
<i>Jurídica</i>	12	30,77
<i>Empresarial</i>	13	33,33
<i>Contable</i>	7	17,95
<i>Bancaria</i>	7	17,95
<i>Ninguna</i>	0	0
<i>Todas</i>	0	0
Totales	39	100

De acuerdo a los resultados de la tabla, se puede establecer que la principal asesoría que se oferta del total de 20 profesionales y establecimientos, tema de estudio, y treinta y nueve respuestas en la presente encuesta llevada a cabo en el municipio de Málaga,

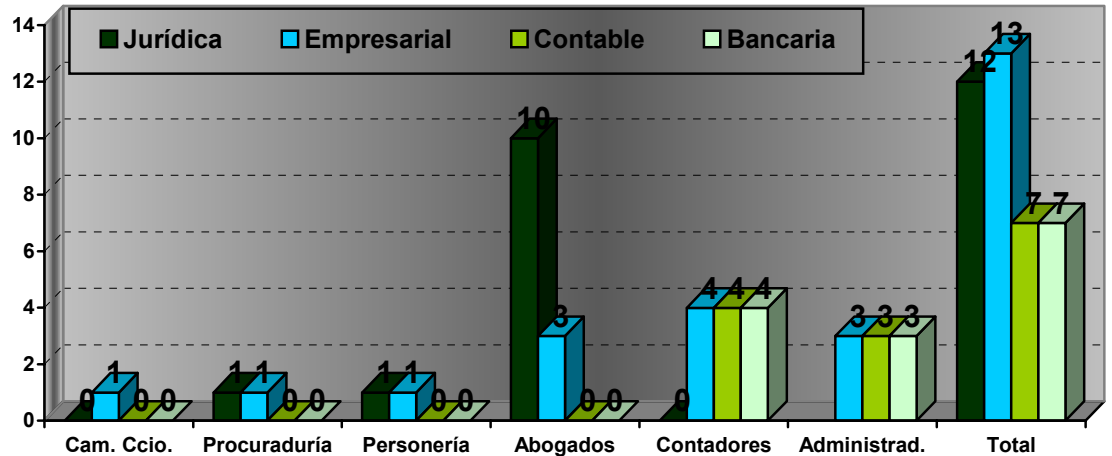
corresponde al área empresarial con un total de trece del total de las respuestas lo que constituye una tercera parte de la oferta es decir el 33,33%, seguida muy de cerca por las asesorías jurídicas con doce respuestas que representan un 30,77% de la oferta y le siguen las asesorías contables y bancarias con 7 respuestas cada una del total de 39 lo que equivaldría a un 17,95% cada una respectivamente de total de respuestas. **(Ver Figura 8).**

En Málaga la estandarización de los servicios de asesorías por una sola área de servicio es bastante frecuente, ya que su existencia radica en un único servicio, es decir que se estaría evidenciando la necesidad de encontrar una empresa con la existencia de todos estos servicios en una sola unidad económica para facilidad de los clientes y ventaja en el mercado.

Para estas empresas o profesionales es importante tener un servicio de alta calidad, con respecto a los servicios tradicionales; las nuevas empresas o profesionales que ingresen podrían representar un porcentaje alto como alternativa de cambio y buscar a través de recursos como la promoción, la publicidad, que el cliente se interese por estas novedosas empresas.

En conclusión es notorio que la Cámara de Comercio presta asesoría sólo en materia empresarial (1 respuesta), la procuraduría y personería lo hacen tanto en el área jurídica como en lo empresarial (2 respuestas cada una), los abogados lo hacen todos en el área jurídica (10 respuestas) y un número bajo en el área empresarial (3 respuestas) y los más variados en el tipo de asesorías que ofrecen, fueron los contadores y administradores los cuales obtuvieron respuesta en cada una de estas asesorías excepto en el área jurídica las cuales por obvia razón no son de su competencia **(Ver Figura 8).**

Figura 8. Oferta según el Tipo de Asesorías



Pregunta Número 2

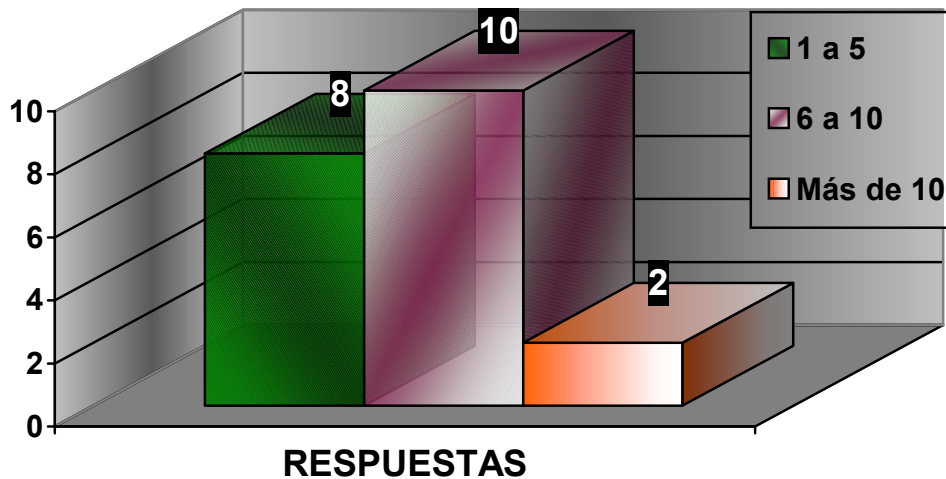
Cuántas personas o empresas atienden en promedio al día?

Tabla 9. Personas Atendidas al Día

Personas	Nº de Rptas.	Porcentaje (%)
1 a 5	8	40
6 a 10	10	50
Más de 10	2	10
Total	20	100

El análisis de la tabla permite deducir que la mitad de los profesionales o establecimientos atienden en promedio entre 6 y 10 personas al día, constituyéndose en el 50% del resultado de los censados seguido por el 40% que manifiestan atender entre 1 y 5 personas al día y muy de lejos quienes atienden más de diez (10) personas al día con tan solo el 10% del total de los censados en la presente muestra (**Ver Figura 9**)

Figura 9. Personas Atendidas al Día



Pregunta Número 3

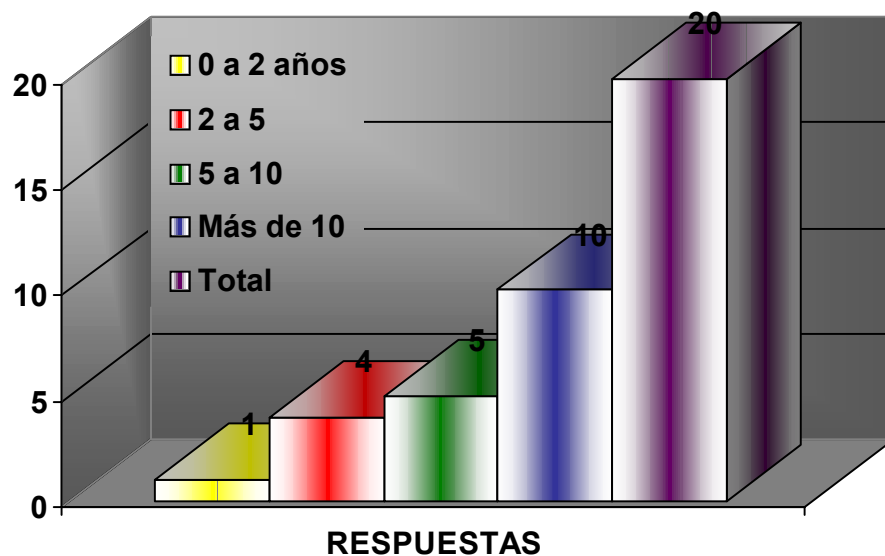
¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?

Tabla 10. Tiempo en el Mercado

Años	Nº de Rptas.	Porcentaje (%)
0 a 2	1	5
2 a 5	4	20
5 a 10	5	25
Más de 10	10	50
Total	20	100

La permanencia en el mercado, es un factor importante para aquellos establecimientos, en donde su antigüedad demuestra un posicionamiento en el entorno, predomina la característica de tradicionalidad, buen nombre y prestigio de estos centros ello se resalta con que el 75% de los censados hayan pasado los 5 años de funcionamiento. Los nuevos profesionales experimentan la entrada al mercado y el crecimiento paulatino que se aprecia en su entorno y muchas veces su agresividad en el mercado es lenta (**Ver Figura 10**).

Figura 60. Tiempo en el Mercado



Pregunta Número 4

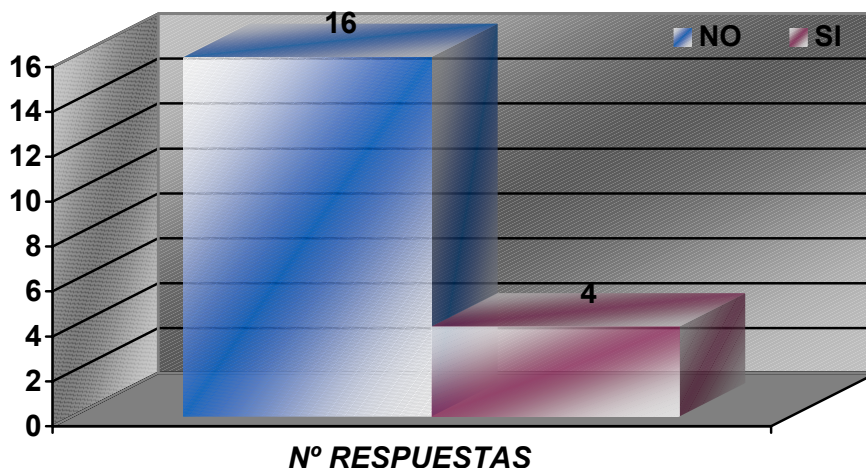
Conoce su porcentaje de participación en el mercado?

Tabla 11. Conocimiento del Porcentaje de Participación en el Mercado

	SI	NO	TOTAL
RESPUESTAS	4	16	20
PORCENTAJE	20%	80%	100%

El 80% de los censados no conocen su posición en el mercado, mientras que el otro 20% si conocen este factor, esto puede ser de gran utilidad para generar una estrategia competitiva útil para la nueva empresa de asesorías (**Ver Figura 11**)

Figura 11. Conocimiento del Porcentaje de Participación en el Mercado



Pregunta Número 4

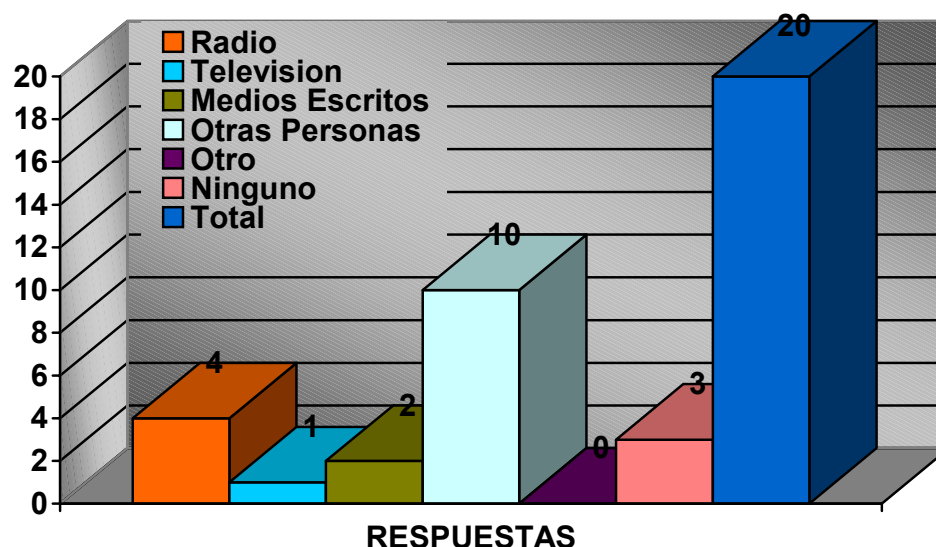
Que medio de promoción y publicidad utiliza en su establecimiento u oficina?

Tabla 12. Medios de Promoción y Publicidad

	Numero de Respuestas	Porcentaje
Radio	4	20%
Televisión	1	5%
Medios Escritos	2	10%
Otras Personas	10	50%
Otros	0	0%
Ninguno	3	15%
Total	20	100%

El principal medio utilizado por los establecimientos y profesionales censados para hacer su publicación es la divulgación de sus clientes es decir el que hacen otras personas, con el 50% de la población, el 20% utiliza la radio para dar a conocer que existen en el mercado, seguidamente están los medios escritos los cuales son utilizados por el 10 % de ellos y en el uso de otros medios ninguno lo utiliza, y cabe resaltar que un 15% de los censados no hacen ningún tipo de promoción y publicidad, ya que no consideran importante esto para mantenerse en el mercado (**Ver Figura 12**).

Figura17. Medios de Promoción y Publicidad



2.4.3. Análisis de la Situación Actual de la Competencia

En Málaga existen en la actualidad tres establecimientos que prestan de una u otra forma asesoría gratuita a la población de Málaga y la región (Cámara de Comercio de Bucaramanga, Procuraduría Regional y Personería Municipal) y 17 profesionales que tienen oficina o prestan sus servicios y además cobran honorarios por estas asesorías, enumerados de la siguiente manera: Abogados (10), Contadores (4) y Administradores de Empresas (3).

2.4.3.1. Fortalezas:

- El 75% de estos negocios cuentan con experiencia y trayectoria de mas de 5 años, lo que implica tener posicionamiento en el mercado y una imagen ante el consumidor establecida, siendo esta una ventaja diferencial con respecto al resto de los censados.
- La mayoría de los censados, mas del 60%, presta mas de una asesoría y que tanto Contadores como Administradores prestan tres de las cuatro asesorías consultadas es decir un 35% de todos ellos.
- Relaciones sinérgicas fuertes y de confianza con el mercado durante muchos años siendo los abogados los que más atención prestan.

- El número de personas atendidas al día en promedio es bastante alto en todo el censo ya que si miramos la mitad (50%) de los censados tienen un promedio de clientes entre 6 a 10 al día, esto en cifras equivaldría a más de cien (100) asesorías al día realizadas por el total de profesionales y establecimientos censados.
- Cuentan con el prestigio y el reconocimiento por parte del cliente.

2.4.3.2. Debilidades

- Tan solo el 40% de los censados prestan dos o mínimo una asesoría por área de servicio en el presente censo.
- Han mantenido la tradicionalidad, ya que el 67% de los centros la calificaron como un aspecto importante y representativo en la prestación de los servicios. Al igual se puede observar que solo el 8% prestan servicios adicionales.
- Es baja la inversión en medios publicitarios, mientras que el 50% considera que el mejor medio de promoción es el cliente. Y un 15% no consideran el uso de medios para dar a conocer sus servicios. Es decir que el 65% de los censados no hacen ningún tipo de promoción y publicidad, ya que no lo consideran importante para mantenerse en el mercado.
- El 80% de los censados desconocen su posición en el mercado y 20% restantes conjeturan con el mismo debido a que no se ha realizado ningún tipo de estudio con respecto a este sector.
- Conocen mucho su servicio, pero desconocen de estrategias de mercados.
- Muchos de los censados no cuentan con un logotipo reconocido.
- Se desconoce un sistema de costos para establecer los precios; estos se radican en los precios colocados por los “líderes” en el mercado, es decir los profesionales que mayor cantidad de personas atiende.

2.4.4. Proyección de la oferta (competencia)

La proyección de la creación de establecimientos o ingreso de nuevos profesionales, capaces de ofrecer servicios para cubrir la demanda, se determino, teniendo en cuenta, datos arrojados por el censo realizado y directorios telefónicos, así:

Cuadro 22. Crecimiento Anual de los Establecimientos que Prestan Asesorías

	1998	2000	2002	2004	2006
Establecimientos	3	3	3	3	3
Profesionales	4	7	10	14	17
Total	7	9	14	17	20

La proyección para el 2012 basados en el crecimiento cada dos años de aproximadamente 3 profesionales y mediante series de tiempo, se estima que para 2012 los centros y profesionales oferentes de asesorías estén alrededor de 30, es decir que usando este nivel de crecimiento por servicios la oferta será la siguiente.

Cuadro 23. Crecimiento Anual de la Oferta.

Asesoría	Oferta 2006	Oferta 2008	Oferta 2010	Oferta 2012
Jurídica	13.200	15.200	17.200	19.800
Empresarial	14.400	16.600	18.800	21.600
Contable	8.000	9.200	10.400	12.000
Bancaria	7.600	8.680	9.760	11.400
Total	43.200	49.680	56.160	64.800

Los datos son globales en donde se tiene en cuenta un total diario de 120 asesorías para el total de 20 censados entre establecimientos y profesionales es decir un promedio de 6 asesorías diarias por cada censado y contando que el 33,33% de las asesorías ofrecidas son empresariales, el 30,71% son jurídicas y el 17,95% son contables y bancarias cada

una, estos datos proyectados son bastante aproximados, debido a que no existen estudios anteriores para determinar, el real crecimiento de este sector. El comportamiento del mismo que se puede observar, es la permanencia de centros durante muchos años que han ofertado al mercado local, pero a su vez el crecimiento puede existir, dentro de un ámbito informal, es decir, sin registros, ni promoción, ni publicidad, manteniéndose por decirlo así sin cifras reales impidiendo un estudio del sector mas preciso. También cabe precisar que muchos de estos nuevos profesionales no sobreviven a la feroz competencia de los profesionales tradicionales que mantienen su mercado, presentándose como fenómeno la apertura y cierre de estas oficinas en lapsos de tiempo muy cortos.

2.5. RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Según el análisis hecho a las personas naturales y establecimientos de comercio del municipio de Málaga frente a los servicios de asesoría jurídicas, empresariales, contables y bancarias que demandan los mismos, presentan un margen insatisfecho de cobertura con respecto a la oferta que está en capacidad de brindar la competencia actual, así se puede deducir que hay muchas personas que no pueden acceder a estos servicios de una manera adecuada, lo que equivaldría a pronosticar que debemos cubrir una buena porción de demanda insatisfecha y a la vez entrar a competir con los centros y profesionales existentes para lograr captar y dirigir sus clientes hacia la nueva empresa con un servicio con altas dosis de calidad y que genere satisfacción en ellos.

2.6. CANALES DE COMERCIALIZACION

2.6.1. Estructura de los Canales Actuales

En la actualidad los centros y profesionales manejan un canal directo con el cliente, el servicio es de consumo directo debido a que el usuario es el que adquiere la necesidad y la consume sin intermedio de ningún otro establecimiento.

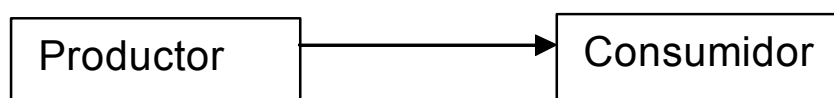


Figura 18. Canales de Comercialización Actuales

2.6.2. Ventajas y Desventajas de los Canales Actuales

Este servicio por ser directamente en la persona, es muy difícil que pueda existir otro sistema de comercialización, el profesional (productor) ejecuta su servicio directamente en el cliente (consumidor); hablar de ventajas y / o desventajas es muy difícil por que el servicio limita el canal.

2.6.3. Selección de los Canales de Comercialización

El canal que manejaría la nueva empresa sería el mismo que se maneja en la actualidad por los demás centros de asesorías

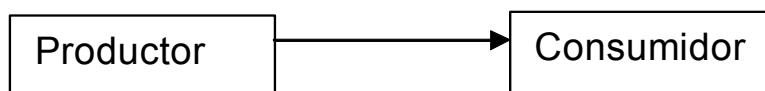


Figura 19. Canal de Comercialización Seleccionado

2.7. PRECIO

2.7.1. Análisis de Precios

Las empresas y profesionales que prestan el servicio de asesorías en la región, manejan precios muy constantes, es decir existe mucha homogeneidad en las oficinas que brindan este tipo de asesoría ya este es gratuito, los precios por el servicio en las oficinas de los profesionales si oscilan de acuerdo al tipo de asesoría, a la regularidad con que utilizan estas asesorías y la calidad de las mismas las cuales están en un rango de \$10.000 a \$50.000 por solo el servicio de consulta, o cuando son prestados a empresas y por periodos de tiempo mas largos y con alta regularidad y que tienen precios entre los \$80.000 a \$200.000 y hay servicios mas diferenciadores como el de asistencia y representación que tienen precios entre los \$500.000 y más; Ello conlleva a decir que existen factores diferenciadores que permitan diversificación en los precios, esto es muy probable que sé de, por la estandarización en los precios entre la competencia y la variedad en el tipo o clase de servicio.

2.7.2. Estrategias de Fijación de Precios

Se tendrán en cuenta los siguientes factores:

2.7.2.1. Factores demográficos. Ubicando el número de compradores potenciales que es toda persona natural mayores de 18 años equivalentes a 10.074 personas de los dos sexos y 1.177 establecimientos de comercio que puedan demandar los servicios en el área urbana.

Según los datos arrojados por el estudio realizado, se puede esperar un consumo potencial bastante alto debido a la poca oferta, alta demanda, insatisfacción frente al servicio recibido actualmente y alta aceptación por encontrar todas estas asesorías en un solo lugar.

2.7.2.2. Factores Psicológicos. La fijación de los precios tendrá en cuenta la opinión de la población en estudio, mediante el sondeo, dentro de los datos arrojados por la muestra; y la fijación debe estar muy ligada a los precios de la competencia, ya que tanto uno como el otro sector muestran sensibilidad por la consecución de un servicio de alta calidad y a un menor valor del que se encuentra actualmente en el mercado.

Aunque los clientes están en su mayoría orientados a la satisfacción de su necesidad frente a la asesoría que busquen, pagar precios demasiado altos por satisfacer ésta no está dentro de sus intenciones.

2.7.2.3. Factores de costos. La futura empresa, realizará paquetes de servicios que integren tanto servicios principales y valores agregados, también la promoción y publicidad, manejando un análisis de costos, generando un precio que los cubra, más la utilidad. Son precios con cantidad adicional al costo y recargos.

2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.8.1. Objetivos

- Familiarizar a los dos sectores objeto de estudio (personas y establecimientos) sobre la existencia de una empresa en la cual encontrar el servicio (diferentes tipos de asesorías) en un solo sitio.
- Crear un buen nombre para la empresa y posicionar su marca
- Destacar las características únicas del servicio que va a prestar
- Introducir servicios nuevos y únicos, por su calidad, frente a la competencia
- Generar afluencia de clientes a la futura empresa

- Construir lealtad por parte de los clientes
- Establecer una relación de seguimiento entre productor y consumidor

2.8.2. Logotipo

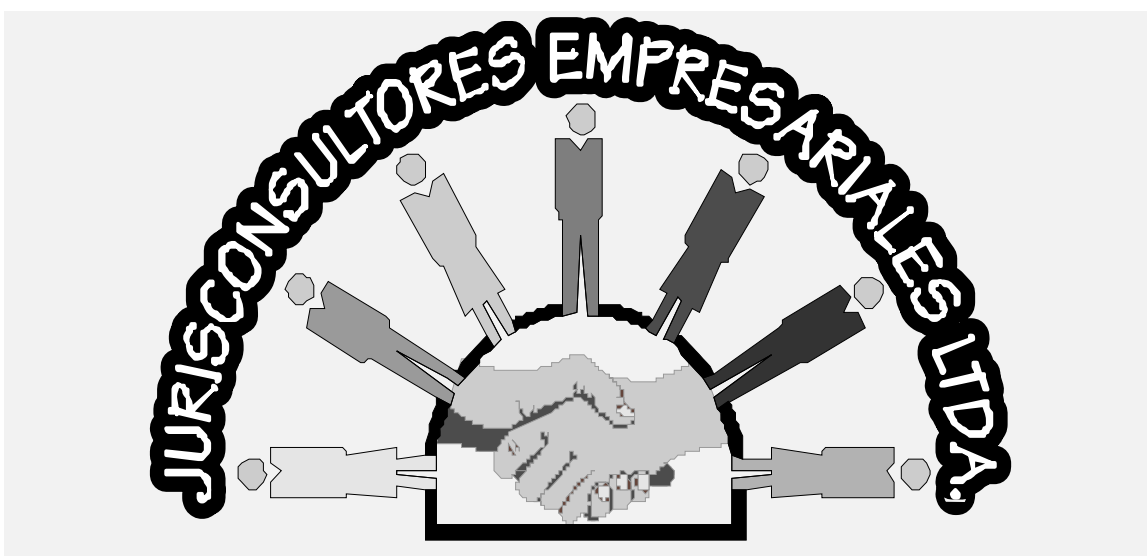


Figura 110. Logotipo “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”

Aquí interpretamos que las personas “*clientes*” se encuentran bajo el nombre “*techo*” de la empresa, ello se explica como parte del conjunto de nuestra organización que son ellos y “*guiarlos siempre de la mano*” de nuestros funcionarios para que satisfagan aquellas necesidades y a la vez resuelvan los problemas que desean rectificar o mejorar y que estamos en capacidad profesional de asesorarle y ofrecerle.

2.8.3. Lema

La calidad en el servicio que prestará la futura empresa tendrá como lema “**SENTIMOS LA SATISFACCIÓN DE SU NECESIDAD COMO LA PRINCIPAL HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA NUESTRA ORGANIZACION**”. Ya que los resultados que obtendrán por adquirir o consumir el servicio es el que tanto personas como establecimientos están

pensando, además la calidad y satisfacción del cliente este ligada a la opinión frente al servicio recibido, siendo ellos mismos los que contribuyan a concretar y perfeccionar en el corto plazo la idea de negocio.

2.8.4. Análisis de medios

En Málaga la posibilidad de acceso a medios es variada:

Radio: existen tres emisoras, una en AM y dos en FM, las cuales son ampliamente escuchadas por la ciudadanía; la primera se llama Voces Rovirences 1560 AM, es una filial de la cadena Caracol de Colombia, tiene gran cobertura no solo en Málaga sino en las provincias de García Rovira en Santander y Parte de Boyacá, esta emisora se dedica a transmitir música y noticias, tiene un perfil mas para persona adultas al igual que también tiene acogida en el sector empresarial, debido a los contenidos de sus programas; la segunda es Latina Stereo 105.7 FM, es una emisora que tiene un toque mas juvenil, mas fresco y se dedica a música y programas de entretenimiento y es escuchada tanto en hogares así como en empresas y oficinas, al igual que su homóloga Los Andes Stereo 89.7 FM, aunque esta es mas orientada a lo social por ser una emisora comunitaria.

Televisión: en el municipio se cuenta con un canal comunitario llamado ARCOMA televisión, este canal no es de emisión constante, entra en el canal 2 de la señal por cable del municipio, se dedica a programas culturales, sociales y eventuales noticias del municipio, transmite eventos que ocurren en la cotidianidad del pueblo.

Medios Escritos: el municipio no cuenta con un periódico local, aunque han existido algunos intentos por estructurarlo, pero si existen imprentas como Javil Impresores y otras empresas dedicadas a la publicidad en folletos, volantes, vallas, estampados, etc., como Melmo Publicidad.

Personal: en Málaga uno de los sistemas de mayor uso es el de persona a persona, los negocios se dan a conocer mediante divulgación oral de sus clientes satisfechos y por perifoneo.

Eventos: las empresas participan en diferentes eventos para darse a conocer; las ferias y fiestas del municipio en enero institucionalizó la feria agroindustrial, dedicada a poner en

stands, las diferentes empresas para promocionar sus productos, darse a conocer y comercializarlos, este evento es muy importante debido a la gran afluencia de personas de la región, de otras partes del país y del mundo. Otro evento es la muestra empresarial realizada por la UIS dentro de sus festividades, tiene como finalidad promocionar las empresas al igual que la feria agroindustrial pero a una menor escala.

La participación de entidades en eventos deportivos, ya sea con equipos o patrocinando los mismos, es otra forma de darse a conocer, de promocionar y publicitar sus empresas.

2.8.5. Selección de medios

“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” busca llegar a un segmento de manera exclusiva y directa, se hace viable la publicidad en radio por la emisora Latina Stereo, ya que esta es la más escuchada y aceptada por el común de la población sin descartar que a futuro también se utilice las dos restantes emisoras.

Los medios escritos son de alta recordación, y permanece con los clientes el tiempo en el que ellos lo conserven, es importante que **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”** utilice este medio, a través de volantes, folletos y tarjetas de presentación.

“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”, estará presente en eventos, para dar a conocer la empresa y posicionarla en el mercado.

2.8.6. Estrategias Publicitarias

2.8.6.1. Por medios radiales. A las personas y empresas les gusta que les satisfagan sus necesidades en materia de asesorías, tanto jurídicas como empresariales, también que estén cerca y piensen como ellas, la estrategia radial, la creación y patrocinio de un programa institucional dedicado a tratar estos temas exclusivamente en el que incluya pauta publicitaria, en donde ellos puedan participar, obtengan orientación (asesorías jurídicas, empresariales, contables y bancarias.). Esta sería una gran estrategia, yacería un gancho directo al segmento y se evitaría perder energías pautando en programas donde es más heterogénea su audiencia.

2.8.6.2. Por medios escritos. Es importante tener en cuenta que los medios escritos son de gran recordación, por eso, la empresa va a realizar publicidad en tarjetas de presentación de **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”**, que se repartirían en las empresas y oficinas, entradas de los centros comerciales y entidades bancarias y también estarían ubicadas en hoteles y restaurantes y mediante folletos y volantes que serían repartidos casa a casa para que sea reconocida y recordada en toda la población malagueña

2.8.6.3. Por medio de eventos. **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”**, participará en los eventos feriales, que se desarrollan en el municipio, pero la estrategia consiste en hacer alianzas estratégicas, con grandes empresas y organizar capacitaciones masivas con el patrocinio de entidades como la Alcaldía, Personería, Procuraduría y la Cámara de Comercio para la realización de sondeos de opinión sobre la mayor demanda de estos servicios.

La idea de la futura empresa no es saturar al cliente de información, la estrategia publicitaria es convertirse en parte de la vida de la comunidad malagueña, motivando sus gustos, generando en la mente de él, que **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”** no es una empresa en donde se va por solo buscar ayuda profesional, sino más bien que es un sitio que esta inmerso en su sentimientos, y actividades, que le va a generar satisfacción de la necesidad en la materia que necesita ya sea en la empresa igualmente que a toda persona u hogar que así lo requiera.

2.8.7. Presupuesto de Publicidad y Promoción

Cuadro 54. Presupuesto Radial

EMISORA:	Latina Stereo
TIPO DE SERVICIO:	Cuña radial
VALOR 1 CUÑA SUELTA diaria:	\$3.000 pesos
VALOR 2 CUÑAS mensuales:	\$85.000 pesos
VALOR 3 CUÑAS mensuales:	\$130.000 pesos
TIEMPO DE DURACIÓN:	30 segundos, dos veces al día.

TIPO DE SERVICIO:	PROGRAMA RADIAL
VALOR:	300.000 mensuales. Con un tiempo al aire de Lunes a Viernes en cualquier horario.
TIEMPO DE DURACIÓN:	20 minutos.

Cuadro 25. Presupuesto por Concepto de Papelería

ESTABLECIMIENTO	JAVIL IMPRESORES	
TIPO DE SERVICIO:	Volantes (Valor en \$)	
Valor 1 resma de papel en tamaño carta en un solo color:	Valor Unitario	Valor Total
	\$ 60	\$ 30.000
Valor 1 resma de papel en tamaño carta en dos colores:	\$ 70	\$ 35.000
Valor de 1 resma policromía en papel tamaño carta	\$ 150	\$ 75.000
Valor 1 resma de papel tamaño oficio un color	\$ 70	\$ 35.000
Valor 1 resma de papel tamaño oficio dos colores	\$ 80	\$ 40.000
Valor de 1 resma policromía en papel tamaño oficio	\$ 160	\$ 80.000
Valor tarjetas de presentación de 300 hojas en un solo color:	\$ 130	\$ 39.000
Valor tarjetas de presentación de 1.000 hojas en policromía	\$80	\$ 80.000

Cuadro26. Presupuesto por Otros Conceptos Publicitarios

ESTABLECIMIENTO:	MELMO PUBLICIDAD
TIPO DE SERVICIO:	Valla Publicitaria
Valor de una lámina galvanizada calibre 22 en vinilo y cinta opaca traslucida	\$200.000 pesos
Valor lámina galvanizada impresión digital	\$230.000 pesos
Valor lámina galvanizada con cinta reflectiva:	\$250.000 pesos
TIPO DE SERVICIO:	PASACALLES

Valor de un pasacalles banner print de seis metros con impresión digital.	\$ 400.000 pesos
Valor de un pasacalles normal	\$ 80.000 pesos.

2.8.7.1. Presupuesto de lanzamiento. Para el lanzamiento de “**JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**”, se planea realizar un evento social en un recinto que se alquile, que incluya cóctel, retroproyección de diapositivas de la futura empresa así como su operatividad y presentación de los diferentes productos a través de un Folleto de Servicios que estará en capacidad de ofrecer con la puesta en marcha la futura empresa.

❖ Alquiler sitio para el lanzamiento

Podría pensarse en el recinto que cuente con silletería especialmente acorde para este tipo de evento como Club del Comercio de Málaga o el teatro del edificio Panorama los cuales tienen capacidad para acoger a trescientas personas bien acomodadas cuyo valor oscilaría entre cuatrocientos y quinientos mil pesos con meseros incluidos.

❖ Presupuesto Cóctel

Por ser un evento donde concurrirán la mayor parte de personas mayores de edad y dueñas de empresas, la bebida a ofrecer será un cóctel con alcohol, el cual tiene un promedio de \$1000 vaso, el cual estará destinado para 2 vasos para 200 personas dando un valor \$400.000, para este concepto.

❖ Presupuesto Proyección con Videobeam de la empresa en el lanzamiento

Se alquilará dicho equipo para la proyección de imágenes e importancia de la futura empresa cuyo valor oscila alrededor de los \$200.000.

2.8.7.2. Presupuesto de Operación

Cuadro 27. Presupuesto de Operación

Evento	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Programa radial 1 hora a la semana	45000	48	2160000
Cuñas mensuales	85000	12	1020000
Repartir volantes poli cromáticos en colegios, universidades y centros comerciales (incluido el repartidor)	90.000	2	180000

Repartir volantes dos colores en colegios, universidades y centros comerciales (incluido el repartidor)	55000	2	110000
Valla publicitaria	230000	1	230000
Dejar tarjetas de presentación en hoteles, café Internet, etc	80000	2	160000
Eventos	200000	1	200000
Obsequios programa	12500	12	15000

2.9. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Se realizó un estudio de mercados en la población mayor de 18 años de ambos sexos y establecimientos de comercio del municipio de Málaga obteniendo como resultado, la viabilidad del proyecto y la aceptación positiva por parte de los segmentos de la población en estudio con una aprobación del 46%, permitiéndole a la nueva empresa orientarse hacia las nuevas y novedosas oportunidades de servicio que le ofrece al cliente.

Los servicios ofrecidos por la nueva empresa, permiten obtener oportunidades en el mercado de las asesorías, por que están orientados a una población que los demanda; es el caso del servicio de asesorías jurídicas con un 43% de la demanda, el 16% para las asesorías empresariales, 19% de las asesorías bancarias y contables con el 5%, esto implica que la nueva empresa esta enfocada a satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

Según el estudio realizado para la competencia, la nueva empresa, se encuentra con un mercado no muy amplio de centros y servicios similares que comprende tan solo el 33% del total de la población, impidiendo un realce dentro de la población y con barreras como la tradicionalidad, la costumbre y el buen nombre de cada empresa que ha surgido por años.

Al realizarse el censo por cada institución que presta estos servicios se observó, que el 42% de ellas, se encuentran prestando un servicio con valores agregados, que no satisfacen en su totalidad las necesidades del cliente, lo que significa que la nueva empresa entraría a competir con esas falencias que presentan los centros y profesionales antiguos para cautivar clientes.

Según los estudios realizados la oferta de estos servicios solo cubre el 61,2% para el mercado total de Málaga 25760 habitantes, presentándose según los resultados obtenidos insuficiencia para algunos servicios, y una sobre oferta en otros. Es decir que la futura empresa entrará a competir para cautivar el segmento indicado y de ser posible, clientes de la competencia.

El 80% de estos centros u oficinas de profesionales no usan sistemas estructurados de mezcla de marketing para cautivar y mantener mercados; los centros y profesionales que están posicionados, lo han logrado a través del tiempo, y de una manera empírica mediante el cliente, la creación de la nueva empresa, basado en estudios previos, haciendo un buen uso del marketing, generará expectativas en el cliente potencial, cambiando la posición de los clientes a consumir los servicios de la nueva empresa.

En conclusión el proyecto tiene un gran potencial para ser ejecutado, siempre y cuando en el proceso se tengan en cuenta las limitantes, que puedan ocasionar problemas como el tamaño del mercado, la competencia, el precio y las características del cliente.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1. Descripción del Tamaño del Proyecto

El proyecto como esta planteado presenta ciertas limitantes, por ende se definiría como una pequeña empresa, por un lado la capacidad económica y de competencia de la región no permitiría hacer apertura de un macro proyecto y por otro la cantidad de clientes que se pueden capturar.

Este negocio esta distribuido en tres áreas, una es de atención o línea de frente en el nivel de la secretaría y otra a escala profesional o área de asesorías y por último un área para oficina de la gerencia y sala de juntas de los socios.

3.1.2. Factores que Determinan el Tamaño de un Proyecto

Sirve para permitir determinar la real demanda proyectada que puede tener la futura empresa, teniendo en cuenta factores relevantes.

❖ **El tamaño del Mercado:** este es uno de los principales factores que condicionan un proyecto, como ya está estipulado, el mercado objetivo son los establecimientos de comercio de la ciudad de Málaga y la población mayor de 18 años pertenecientes a los dos sexos. Analizando los resultados del estudio de mercado, muestra una demanda potencial de 10.074 personas mayores de 18 años pertenecientes a los dos sexos que representan el 42,39% del total de la población malagueña y 1177 establecimientos de comercio que implica una proyección para incrementar su capacidad de servicio, para satisfacer la demanda.

- ❖ **Capacidad Financiera:** aunque el estudio de mercado es positivo, se debe realizar un análisis minuciosos sobre las inversiones de acuerdo a su tamaño, en el momento no se cuenta con recursos disponibles, pero la posibilidad de obtener estos recursos se limita a la obtención de créditos y aportes de futuros socios que ingresen a la sociedad.
- ❖ **Disponibilidad de Insumos:** aunque es un proyecto que presenta un sistema no convencional de prestar un servicio, en el mercado se encuentra disponible los materiales y equipos necesarios para ser adquiridos con facilidad y poder hacer el montaje de la empresa.
- ❖ **Mano de Obra:** la oferta de personas con capacidades para prestar estos servicios es abundante, hay personas con el perfil que el negocio necesita, que esta titulada y certificada constantemente por centros de educación superior, así que este factor no representa una limitante para hacer el montaje del proyecto e invitarlos a ingresar a la futura sociedad.
- ❖ **Área Física:** considerando la magnitud del proyecto se ha destinado un área que cumple con todos los requisitos exigidos para el montaje, de cada una de las tres secciones, área de atención, sala de asesorías y gerencia con su sala de juntas; cada una independiente y con sus respectivos servicios de toda oficina.
- ❖ **Medios de Comunicación:** son las principales herramientas para el conocimiento del público acerca de la existencia del nuevo establecimiento, para ello se han escogido los medios radiales, medios visuales y medios escritos para una información amplia y eficiente para la cautivación del cliente, estos medios existen en el municipio.
- ❖ **Vías de Comunicación:** se aprecia que las vías aledañas al centro de asesorías y aquellas que comunican a la empresa con el cliente se encuentran en óptimas condiciones, y además el acceso al centro comercial se determina de la siguiente manera: al norte con la calle 14, al sur con la calle 13 y parque principal, al oriente con la carrera octava mas conocida como la calle real o zona rosa de Málaga, y al occidente con la carrera 9. La orientación de la vía de acceso al establecimiento es de sur a norte, y además el edificio en el que se va a ubicar cuenta con un sótano el cual se encuentra habilitado para el parqueo de vehículos.
- ❖ **Recursos Técnicos:** la empresa de asesorías, se basa en el mercado por atender, lo que determinara la capacidad diseñada del mismo, por consiguiente la adquisición de los recursos técnicos para los servicios que se prestan, esta estrictamente ligada al porcentaje de la demanda futura.

3.1.3. Capacidad del proyecto

3.1.3.1. Capacidad Total diseñada. Como corresponde al máximo nivel posible, y teniendo en cuenta los factores que limitan el proyecto, el diseño máximo tendrá en cuenta el mercado potencial absoluto (Cuadro 1), esto da la posibilidad de crecer de acuerdo con las necesidades del mercado.

Para ser más exactos en el cálculo y poder contar con cifras reales en la capacidad diseñada se trabajará meses de veinticinco (25) días laborables y proyectados a doce (12) para su estimación anual.

Cuadro 28. Capacidad Diseñada

Descripción	Duración del proceso (horas)	Personas atendidas por día	Tiempo necesario por día (horas)	Servicios por mes	Tiempo necesario por mes (horas)	Servicio por año*	Tiempo necesario al año (horas)
Primer Contacto	0.25	64	16	1600	400	19200	4800
Elaboración Derechos de Petición	0.33	24	8	600	200	4800	2400
Elaboración Acciones de Tutela	0.5	16	8	400	200	4800	2400
Asesorías Jurídicas	0.5	32	16	800	400	9600	4800
Asesorías Empresariales	1	8	8	200	200	2400	2400
Capacitaciones Empresariales	2	4	8	100	200	1200	2400
Investigación de Mercados	8	0,5	4	12,5	100	150	1200

* Los servicios anuales son cifras aproximadas del mercado potencial absoluto ya que al hacer el cálculo por días los resultados son expresados en unidades y no en fracciones.

3.1.3.2. Capacidad Instalada. Estará establecida igual que la capacidad diseñada con el fin de poder atender el flujo de clientes determinados en el segmento estudiado.

3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada. Determinada la capacidad diseñada e instalada y teniendo en cuenta el estudio de mercado se va a determinar que la futura

empresa atenderá el 25% del mercado global (Ver Cuadro 29) y previendo que los tiempos en la prestación de los servicios pueden oscilar tanto hacia abajo como hacia arriba y es muy difícil definir un tiempo exacto para cada uno de ellos y en este caso es mejor pecar por defecto, es decir dejar pocos servicios por atender y comenzar por un bajo porcentaje de la capacidad instalada para luego aumentarla año tras año, puede haber un tiempo ocioso en los empleados pero esto se verá recompensado con el manejo del precio de venta del producto debido a los altos precios encontrados en el mercado pero la empresa incursionará con bajos precios para tener una buena aceptación del público y por ende poder captar una buena porción del mercado.

El recurso humano necesario para desarrollar y atender los servicios preliminares corresponde a una persona (secretaria) ya que en este proceso el cliente tiene el primer contacto con la empresa y ella debe saberle dirigir si requiere un nivel superior de servicio, según el cálculo hecho, pero que puede ser menor en algunas ocasiones y el tiempo que se determinare ocioso podría destinarse a otras actividades de producción

El recurso humano total para la prestación del servicio estará distribuido inicialmente así, un (1) abogado que se encargará de las asesorías jurídicas, un (1) profesional (administrador o contador público) que es el encargado de los servicios de la sección empresarial y un tecnólogo(a) jurídico(a) para cubrir la sección de elaboración de Derechos de Petición y Acciones de Tutela que sumados todos ellos corresponden al área de mayor producción de la empresa; sin dejar de lado la ayuda que podrán hacer el gerente, quien podría inicialmente encargarse de los estudios de mercados que puedan llegar y la secretaria luego de su capacitación, ya que con el transcurso del tiempo se le instruirá para que colabore en la elaboración de documentos y de ser necesario el tiempo de orientación al público podría disminuir y ser diseccionado a otra actividad mas productiva debido a la alta demanda que pueda presentarse y para tomar una porción mas alta del mercado y que conllevaría a contratar mas personal ya sea por nomina o por la modalidad de Outsourcing de acuerdo a las características de la demanda futura de los clientes y basado en las teorías de desarrollo del presente proyecto.

Cuadro 29. Capacidad Utilizada

Descripción	Duración del proceso (horas)	Personas atendidas por día	Tiempo necesario por día (horas)	Servicios por mes	Tiempo necesario por mes (horas).	Servicio por año*	Tiempo necesario al año (horas)
Primer Contacto	0.25	16	4	400	100	4800	1200
Elaboración Derechos de Petición	0.33	6	2	150	50	1800	600
Elaboración Acciones de Tutela	0.5	4	2	100	50	1200	600
Asesorías Jurídicas	0.5	8	4	200	100	2400	1200
Asesorías Empresariales	1	2	2	50	50	600	600
Capacitaciones Empresariales	2	1	2	25	50	300	600
Investigación de Mercados	8	0,125	1	3,125	25	37,5	300

3.2. LOCALIZACION

Una buena localización de la empresa **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”**, es factor fundamental para que la empresa tenga un flujo de clientes apropiado, así mismo hacer un buen estudio de localización ayuda a ubicar la empresa en un sitio con costos apropiados, y la infraestructura apropiada para su funcionamiento.

3.2.1. Macrolocalización

Las Instalaciones físicas de **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”** se ubicarán en la ciudad de Málaga, Capital de la Provincia de García Rovira en el departamento de Santander en Colombia.

3.2.2. Microlocalización

La localización de la futura empresa se hace mediante el método cualitativo por puntos; aunque en Málaga por ser una ciudad pequeña la ubicación comercial según el Esquema de Ordenamiento Territorial esta limitado a un área específica (Ver Figura 16); así se

tomaron como referencia un local en el Centro Comercial Panorama ubicado en la carrera 8 N° 13 – 37 segundo piso, otro local en el Centro Comercial Santander ubicado en la calle 13 N° 6A - 66 y otro local en segundo piso del Centro Comercial Milenium ubicado en la calle 13 N° 6A - 55.

Desarrollo del método cualitativo por puntos

Selección de factores. Entre los factores a evaluar esta la cercanía de la competencia, disponibilidad del inmueble, cercanía del mercado, servicios públicos e infraestructura y espacio físico.

3.3.2.1. Descripción de los Factores

- ❖ **Factor 1. Cercanía de la competencia.** Se toma en cuenta negocios que estén próximos y que ofrezcan este tipo de servicios.
- ❖ **Factor 2. Disponibilidad del inmueble.** Especifica la posibilidad de rentar, comprar, permutar el sitio para el proyecto, es decir que se encuentre disponible.
- ❖ **Factor 3. Cercanía del mercado.** Esta descrito por la cantidad de mercado que se aglomera en esa zona.
- ❖ **Factor 4 Servicios Públicos.** Hace referencia a la disponibilidad de servicios públicos: agua, electricidad, teléfono, alumbrado público, adecuados para el negocio y su respectivo costo.
- ❖ **Factor 5 infraestructura y espacio físico.** En este factor se tiene en cuenta la calidad y antigüedad de la construcción, la seguridad, y la capacidad de ubicar las áreas de servicio de una manera optima.

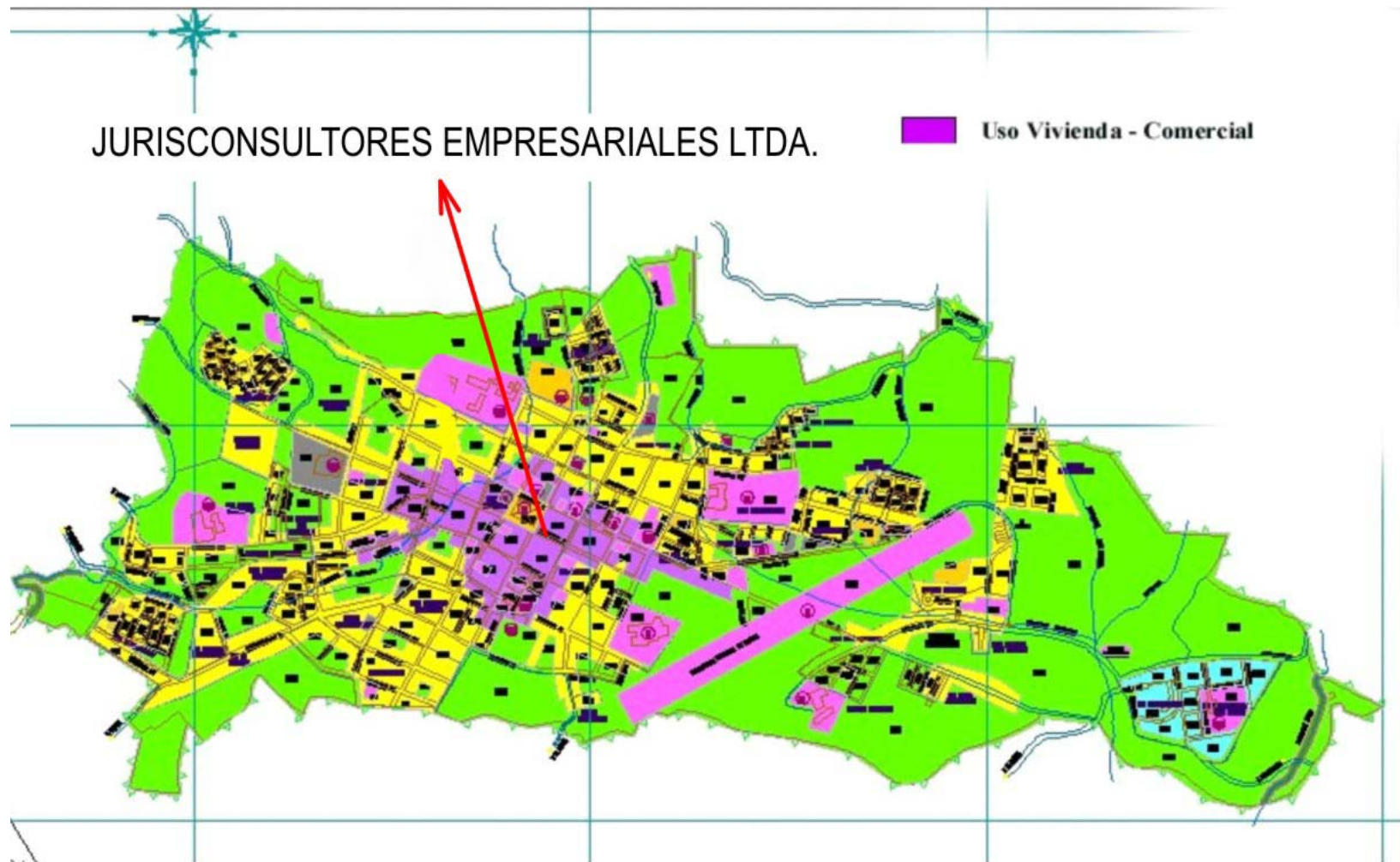


Figura 116. Localización de “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”

Ponderación de los Factores: esta se hace de manera subjetiva de acuerdo a la contribución que cada uno de ellos aporte al proyecto, con el fin de seleccionar el lugar apropiado para tal fin.

Según el grado de importancia los factores se consideran así:

Cuadro 30. Ponderación de Factores

FACTOR	PORCENTAJE (%)
Factor 1. CERCANÍA DE LA COMPETENCIA	10
Factor 2. DISPONIBILIDAD DEL INMUEBLE	20
Factor 3. CERCANÍA DEL MERCADO	30
Factor 4. SERVICIOS PÚBLICOS	10
Factor 5. INFRAESTRUCTURA Y ESPACIO FÍSICO	30

3.3.2.2. Asignación de puntos. Se establece que la puntuación es de 500 puntos que corresponden al total de la puntuación máxima de los factores repartidos proporcionalmente en la ponderación.

Cuadro 31. Puntuación De Factores

FACTOR	PUNTUACION MAXIMA	PORCENTAJE (%)	PUNTOS
Factor 1	500	10	50
Factor 2	500	20	100
Factor 3	500	30	150
Factor 4	500	10	50
Factor 5	500	30	150
TOTAL		100	500

Puntos = Puntuación máxima * ponderación (%)

Cuadro 32. Valoración de los Sitios

FACTOR	LOCAL 1er PISO CENTRO COMERCIAL PANORAMA		LOCAL CENTRO COMERCIAL SANTANDER		LOCAL 2° PISO ALMACEN TODO DE TODO	
	GRADOS	PUNTAJE	GRADOS	PUNTAJE	GRADOS	PUNTAJE
Factor 1	3	50	1	10	1	10
Factor 2	2	60	2	60	2	60
Factor 3	3	150	3	150	3	150
Factor 4	3	50	3	50	2	30
Factor 5	3	150	2	90	1	30
PUNTAJE TOTAL		460		360		280

3.3.2.3. Ubicación Óptima. El lugar seleccionado para montar el proyecto del centro de asesorías es el local del Centro Comercial Panorama ubicado en la carrera 8 N° 13 - 37 segundo piso por las siguientes razones:

- ❖ Esta ubicado a media cuadra del la Plaza Institucional de Málaga y en la calle donde se le conoce como la Zona Rosa por esta llena de solo establecimientos de comercio, o Calle de los Juzgados (carreras 8 entre calles 13 y 14), a dos cuadras de la calle de los bancos (Bancolombia y Banco Popular) y ubicado en la misma calle donde se encuentran dos Cooperativas de Ahorro y Crédito, Coopprofesores y Coopcentral, lo que significa que el reconocimiento de esta zona para este nuevo tipo de negocio estaría ya creado; por ende los clientes tendrían más facilidad para ubicarlo.
- ❖ El inmueble esta ubicado en el segundo piso del edificio, disponible para arrendar, a buen precio por ser propiedad de un familiar y la opción de ser adquirido mediante la modalidad de crédito a mediano plazo con uno de los bancos del municipio, el puntaje no es máximo por que aun necesita ser adecuado para poder ocuparlo, lo cual se encuentra en proceso.
- ❖ El local esta ubicado en el sector comercial (Zona Rosa) del municipio, este sector es paso obligado de muchos clientes potenciales, al mismo tiempo la cercanía con los Juzgados y la Plaza Institucional (Alcaldía Municipal) hace que por este sector exista buena afluencia de mercado; el puntaje es máximo debido a que el local se encuentra

cerca de la competencia, la cual se ubica en el mismo edificio, en la Plaza Institucional y en la calle de los bancos de la calle 11 lo cual seria optimo para la ejecución de l proyecto

- ❖ El sitio cuenta con servicio independiente de agua, electricidad trifásica y línea telefónica, incluso baño propio y afuera del local para uso general del edificio.
- ❖ Cuenta con aproximadamente 58 mts² por dividir en las 3 áreas que requiere el proyecto, las cuales permiten instalar toda la infraestructura y poder crecer con los requerimientos del mercado; además este sitio esta recién construido y muestra óptimas condiciones para el proyecto.

3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

La oficina de **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”** para iniciar actividades cuenta con tres principales áreas de asesorías:

- ❖ Atención al Publico
- ❖ Área de Asesorías
- ❖ Gerencia y Sala de Juntas

Los cuales están complementados con servicios secundarios (Internet, servicio personalizado y área de espera)

3.3.1. Ficha Técnica del Producto (Servicio)

La nueva empresa prestará seis servicios principales los cuales serán los servicios líderes en el establecimiento; posteriormente presentará nuevas alternativas llamadas servicios complementarios que se ofrecerán con el fin de brindar un servicio diferente y renovado.

Cuadro 33. Ficha Técnica Elaboración Escrita de Derechos de Petición

Producto N° 1	Elaboración Escrita de Derechos de Petición.
Diseño	La elaboración escrita de Derechos de Petición es un servicio que se ofrece de acuerdo a las necesidades y peticiones de cada cliente. Cada diseño es realizado según las especificaciones y necesidades del usuario.

<p>Especificaciones técnicas</p>	<p>Se dispondrá de equipo de oficina como computador y papelería para realizar cada uno de los escritos que el cliente exige, además de contar con mano de obra calificada, en este caso puede ser atendido y elaborado por el(la) secretario(a), tecnólogo(a) jurídico(a) o profesional en derecho, Abogado(a).</p> <p>El tiempo estimado de duración para la elaboración de un derecho de petición es:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Petición con tema ya resuelto: 15 minutos ✓ Petición sin tema específico: 30 minutos
<p>Vida útil</p>	<p>Esta limitada a la necesidad del usuario; cada vez que se decida por presentar una petición respetuosa ante algún organismo gubernamental o autoridad pública o persona natural o jurídica que preste un servicio público.</p>

Cuadro 34. Ficha Técnica Elaboración Escrita de Acciones de Tutela

<p>Producto N° 2</p>	<p><i>Elaboración Escrita de Acciones de Tutela</i></p>
<p>Diseño</p>	<p>La elaboración escrita de Acciones de Tutela es un servicio que se ofrece de acuerdo a las necesidades y derecho que se crea vulnerado en cada cliente. Cada diseño es realizado según las especificaciones y necesidades del usuario.</p>
<p>Especificaciones técnicas</p>	<p>Se dispondrá de equipo de oficina como computador y papelería para realizar cada uno de los escritos que el cliente exige, así como Constitución Política de Colombia y los Códigos correspondientes a los temas a tratar en el escrito; además de contar con mano de obra calificada, en este caso debe ser atendido y elaborado por el(la) tecnólogo(a) jurídico(a) o</p>

	<p>profesional en derecho, Abogado(a).</p> <p>El tiempo estimado de duración para la elaboración de una Acción de Tutela es:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tutela con previo Derecho de petición ya resuelto: 20 minutos ✓ Tutela con tema para estudio: 45 minutos
Vida útil	<p>Esta limitada a la necesidad del usuario; cada vez que se crea que está siendo vulnerado un derecho fundamental o por presentar una petición respetuosa ante algún organismo gubernamental o entidad que preste un servicio público y no haya sido resuelta en el tiempo estipulado por la ley.</p>

Cuadro 35. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Asesoría Jurídica

Producto N° 3	<i>Prestación de Asesoría Jurídica en Derecho Civil, Penal, Comercial, Laboral, Constitucional y Administrativo.</i>
Diseño	<p>Este servicio es ofrecido, para ayudar a las personas naturales y jurídicas en el análisis de los problemas y todo aquello que involucre la legislación colombiana en sus diferentes ramas de especialización, asesorarle y, en su caso, ayudarle en la puesta en práctica de las medidas a seguir sí el cliente así lo desea.</p>
Especificaciones técnicas	<p>El proceso de asesoría en materia jurídica se hará de acuerdo a las diferentes ramas del derecho como los son Civil, Penal, Comercial, Laboral, Constitucional y Administrativo y las diferentes sub-especialidades que cada uno pueda tener y deberá ser desarrollado opcionalmente por el(la) tecnólogo(a) jurídico(a) o preferiblemente por el abogado(a).</p> <ul style="list-style-type: none"> • El tiempo estimado para este servicio es de 30 minutos y máximo 60 dependiendo de la

	<p>complejidad del tema y el caso en estudio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luego se procede a comunicarle al cliente las medidas a seguir y si así lo desea elaboración de documentos, como derecho de petición, acciones de tutela, querellas, demandas, tiempo máximo 5 minutos. • Por último si el cliente lo desea se procederá a la elaboración del respectivo documento que llevará máximo 30 minutos en la elaboración del mismo.
Vida útil	<p>El servicio estará limitado a la necesidad del usuario; cada vez que se crea que está siendo lesionado en sus derechos constitucionales por parte de persona alguna y crea que este daño pueda ser reparado con base en la ley.</p>

Cuadro 36. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Asesoría Empresarial

Producto N° 4	<i>Prestación de Asesoría en Materia Empresarial</i>
Diseño	<p>Este servicio es ofrecido, para ayudar a la pequeña, mediana y gran empresa en el análisis de sus problemas internos y todo aquello que involucre su buen funcionamiento tomando los correctivos necesarios en las áreas tema de estudio y que requieran del servicio de acuerdo a las especificaciones de nuestro producto.</p>

<p>Especificaciones técnicas</p>	<p>Para realizar este proceso de manera efectiva, se requiere de una persona especializada en esta área, profesional en administración o contador(a) publico(a) y opcionalmente abogado(a), además de contar con herramientas de óptima calidad para realizarlo de una manera efectiva, como son todas aquellas que inicialmente deba aportar el cliente y basada la futura empresa bajo la metodología, preferiblemente, de asesoría, asistencia técnica o consultoría siempre con atributos diferenciadores de calidad y gerencia de servicio y si el tema lo amerita con profesionales expertos, altamente calificados, con amplia trayectoria en el campo de la consultoría organizacional y bajo la modalidad de Outsourcing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El tiempo estimado para este servicio es de 15 a 30 minutos dependiendo del tema y deberá ser prestado en la oficina de la futura empresa. • Luego se procede a comunicarle al cliente, de ser pertinente la necesidad de ayudas documentales y si así lo permite se procederá a hacer visita ocular a la empresa del cliente, tiempo máximo de duración 120 minutos. <p>Por último si el cliente lo desea derivará en un estudio mas pormenorizado con entrega de documento escrito con las acciones necesarias a seguir para corregir las posibles fallas en el proceso o área de trabajo en estudio, duración máxima para entrega al cliente 48 horas dependiendo de la necesidad del mismo.</p>
<p>Vida útil</p>	<p>Esta limitada al tiempo que el cliente lo desee utilizar y puede constituirse en términos de una sola asesoría, un día, una semana, por meses o permanentemente de acuerdo a las necesidades del cliente y los precios acordados con la futura empresa.</p>

Cuadro 37. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Capacitación Empresarial

Producto N° 5	Servicio de Capacitación Empresarial
Diseño	De acuerdo a la disponibilidad de la empresa, así como la oferta y demanda existente en el mercado la futura empresa estará en capacidad de ofrecer este servicio para ayudar a la pequeña, mediana y gran empresa en la implementación de temas específicos de dominio para sus empleados y todo aquello que involucre su buen funcionamiento, áreas para aplicación del servicio y siempre enmarcadas en las necesidades del cliente.
Especificaciones técnicas	<p>Cada sesión de capacitación estará enmarcada en el aspecto que cada usuario quiera, este servicio se ofrece con un servicio de alta calidad con profesionales expertos, altamente calificados, con amplia trayectoria en el campo de la consultoría organizacional y bajo la modalidad de Outsourcing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este procedimiento empieza con la escogencia del tema que el cliente requiera y durará máximo 30 minutos en la escogencia de los subtemas que se deberán tratar en dicha sesión. • El tiempo estimado para cada sesión es de mínimo 2 y máximo 8 horas, para desarrollar su temática en un mismo día para y atracción de los asistentes a la misma.
Vida útil	Esta limitada al tiempo que el cliente lo desee utilizar y puede constituirse en términos de una sola sesión, o en varios días, una semana completa, por varias sesiones en el mes o permanentemente de acuerdo a las necesidades del cliente y los precios pactados con la futura empresa.

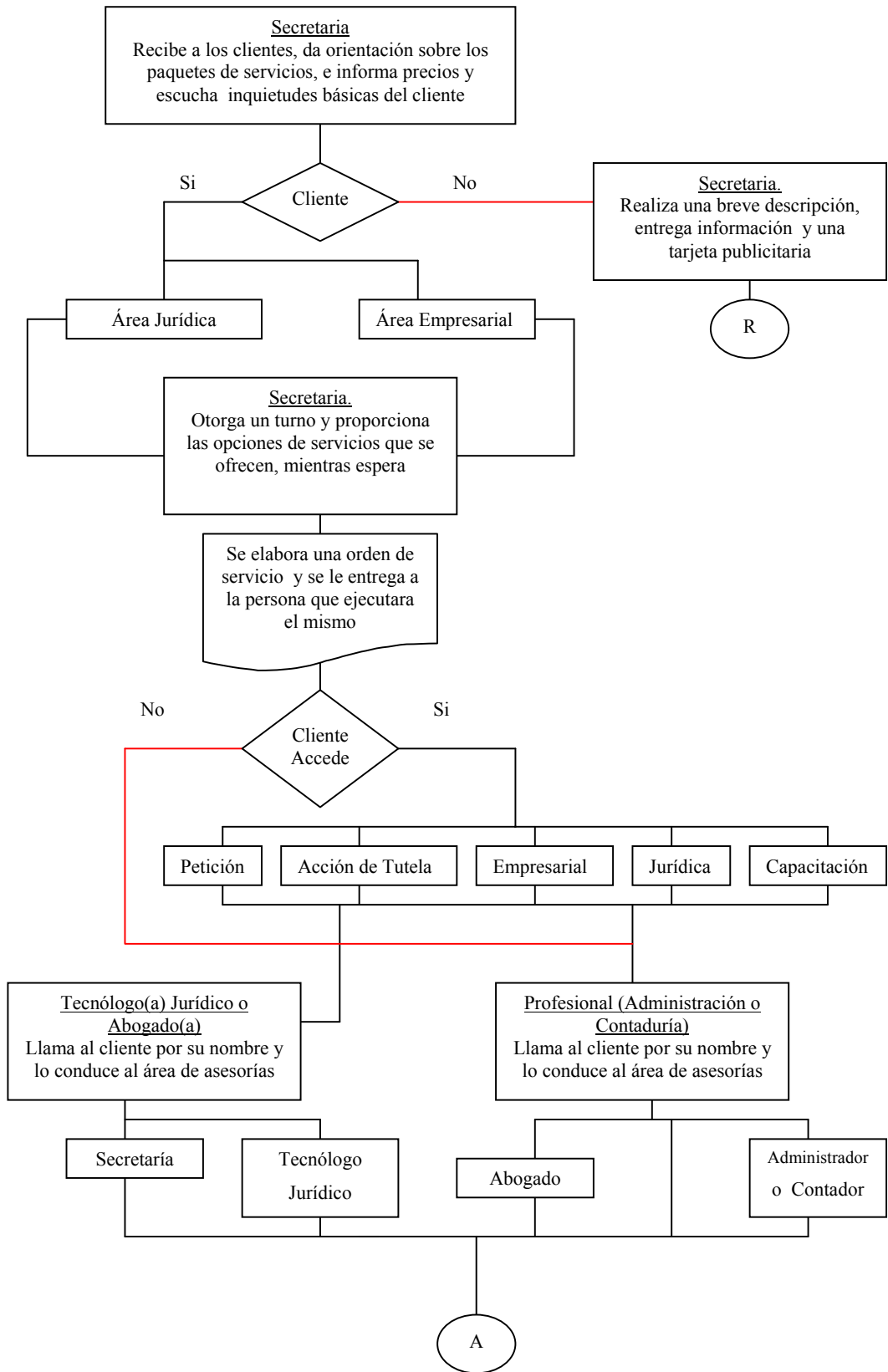
Cuadro 38. Ficha Técnica Prestación del Servicio de Investigación de Mercados

Producto N° 6	<i>Servicio de Investigación de Mercados</i>
<p style="text-align: center;">Diseño</p>	<p>La investigación de mercados es un servicio que esta dirigido especialmente a empresas; este producto ofrece la oportunidad de ser prestado de acuerdo a los requerimientos del cliente y se emplearán técnicas que cubran desde sondeos rápidos del mercado, hasta investigaciones más exhaustivas del mercado, con cubrimiento regional y nacional. Mediante la aplicación de diferentes técnicas de investigación y enfoques metodológicos y que pretende ofrecer a las empresas la oportunidad de tomar decisiones con base en información veraz, extractada directamente del mercado, utilizando métodos conocidos de obtención de datos con lo que la empresa cuenta y que el cliente escoja. Este proceso esta catalogado como un servicio que se brinda en ocasiones necesarias del cliente para incursionar en nuevos mercados, lanzamiento de nuevos productos o reposicionamiento de marca y las que la empresa le sugiera al cliente de acuerdo al portafolio existente y sus necesidades (cliente).</p>
<p style="text-align: center;">Especificaciones técnicas</p>	<p>Cada tipo de estudio tendrá diferentes variables de acuerdo a las alternativas que ofrecen la empresa y las necesidades del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este procedimiento empieza con la escogencia del tipo de método para la obtención de los datos (encuestas dirigidas, observación, etc) y el aporte del cliente del tema y área a investigar; debe durar máximo 60 minutos. • Luego se procederá a la recolección de la información par lo cual la empresa contratará personas que lleven a cabo este proceso, y

	<p>dependiendo de la complejidad del tema no debe durar más de 8 días.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Y por último se procederá a tabular la información, por parte de un profesional de la empresa, que será entregada en un tiempo no máximo, después de la recolección de la información, de 3 días.
<p>Vida útil</p>	<p>Esta limitada al tiempo que el cliente lo desee utilizar y puede constituirse en términos de una sola sesión, o en varias sesiones que no duren mas de una semana o permanentemente de acuerdo a las necesidades del cliente y los precios acordados con la futura empresa.</p>

3.3.2. Descripción Técnica del Proceso

Se trata de describir en forma grafica el proceso para la prestación de los servicios indicando de manera secuencial los pasos que se deben dar para la adquisición de los mismos; como se muestra a continuación en la figura 17.



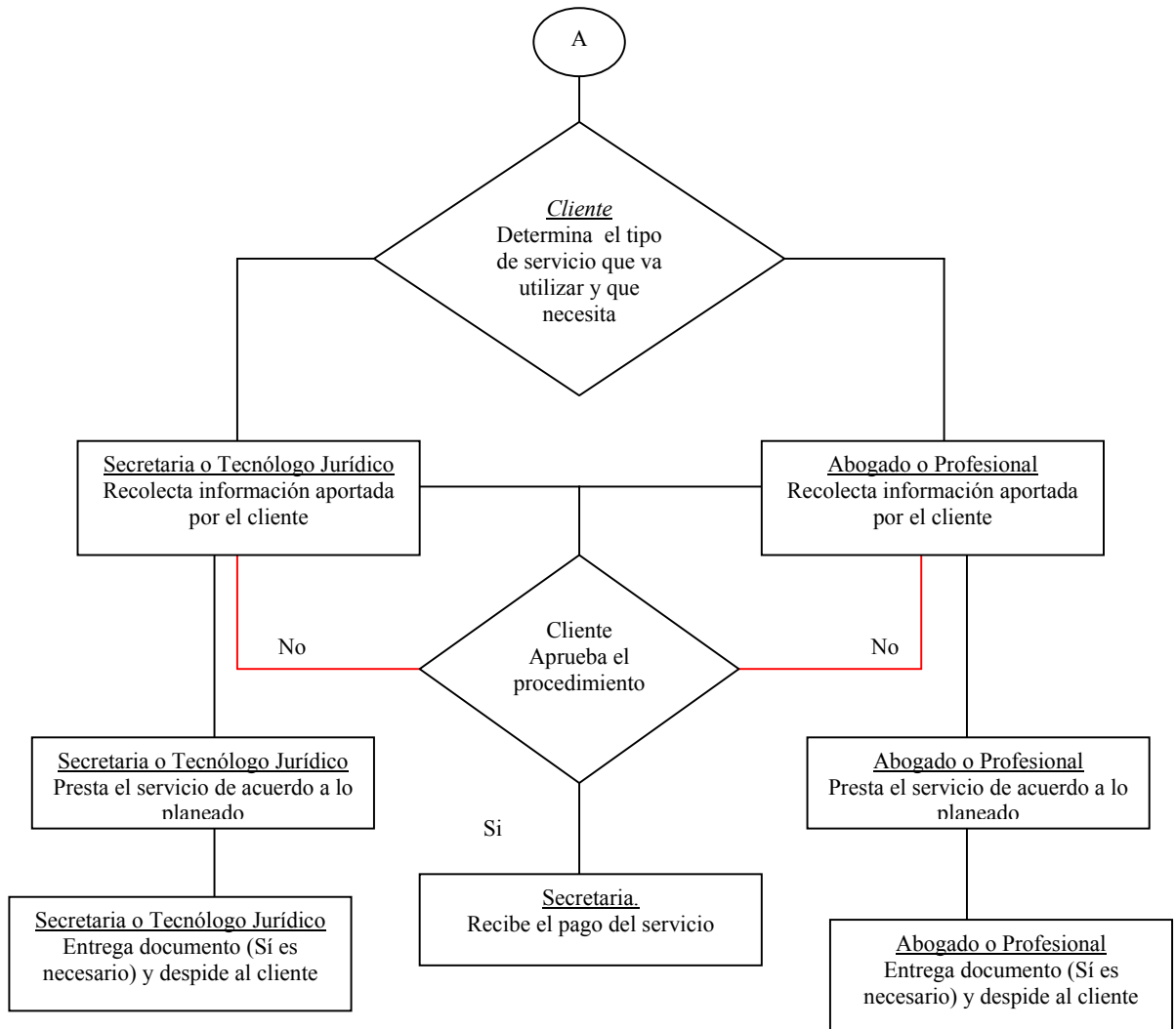


Figura 17. Descripción Técnica del Proceso

3.3.3. Diagrama de Operación, Procesos y Procedimientos

3.3.3.1. Diagrama de Operación Llegada del Cliente y Determinación de la Clase de Servicio a Utilizar. (Figura 18).

Cuadro 39. Descripción del Proceso de Llegada del Cliente

Actividad	Descripción	Responsable	Tiempo
T1	Llegada del cliente a la empresa		1 minutos
1	Acercamiento al cliente para ofrecer el servicio	Secretaria	1 minuto
2	Saludo y presentación	Secretaria	1 minuto
T2	Conocimiento al usuario(a) para	Secretaria	4 minutos

	establecer la clase de servicio		
3	Determinación de la clase de servicio que el cliente necesita	Secretaria	6 minutos
3-A	Elaboración Derecho de Petición		
3-B	Elaboración Acción de Tutela		
3-C	Asesoría Jurídica		
3-D	Asesoría Empresarial		
3-E	Capacitación Empresarial		
3-F	Investigación de Mercados		
4	Acercamiento del cliente hacia el profesional	Secretaria	1 minutos
4-A	Presentación	Secretaria	1 minuto

Duración 15 minutos

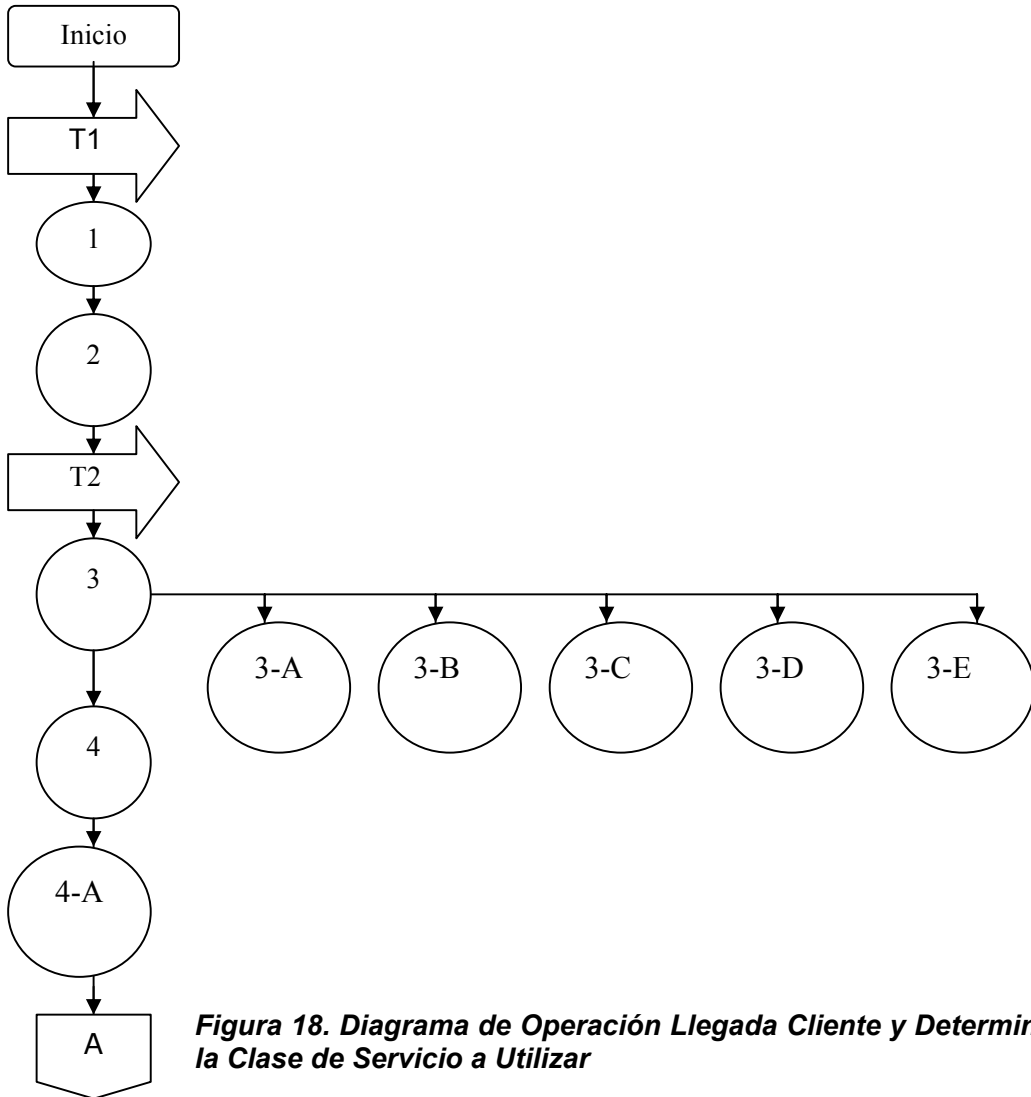

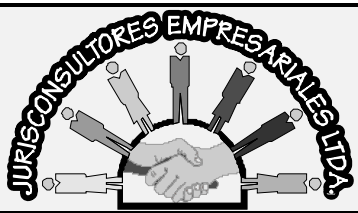


Figura 18. Diagrama de Operación Llegada Cliente y Determinación de la Clase de Servicio a Utilizar

3.3.3.2. Diagrama de Proceso del Servicio de Elaboración de Derechos de Petición. (Cuadro 40).

	SERVICIO DE ELABORACIÓN DE DERECHOS DE PETICIÓN	MANUAL DE PROCESOS		
OBJETIVO				
<p>Escuchar, analizar y elaborar el documento “Derecho de Petición” con base en la solicitud hecha por el cliente dando respuesta oportuna a su solicitud y fundado en la petición que el cliente quiere, cumpliendo con la normatividad legal vigente y las políticas de calidad y del proceso emitidas por la gerencia.</p>				
ALCANCE				
<p>Este proceso comienza desde que el cliente llega a solicitar el servicio y finaliza cuando la persona que ha solicitado el servicio recibe el documento ya elaborado.</p>				
DOCUMENTO DE APOYO				
<ul style="list-style-type: none"> • Constitución Política Colombiana • Código Contencioso Administrativo 				
AUTORIDAD DEL PROCESO				
<p>Gerencia General</p>				
RESPONSABLES DEL PROCESO				
Cargo	Responsabilidad			
<p>Secretaria</p>	<p>Orientación al usuario</p>			
<p>Tecnólogo Jurídico</p>	<p>Ejecución del proceso</p>			
<p>Gerencia</p>	<p>Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas</p>			
INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR				
Insumos / Recursos	Proveedor			
<p>Útiles y Papelería</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Software</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Aprobado:</p>	<p>Revisado:</p>	<p>Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.</p>	<p>Actualización Fecha: 01/06/07</p>	<p>Página: 1 de 3</p>



**SERVICIO DE ELABORACIÓN DE
DERECHOS DE PETICIÓN**

**MANUAL DE
PROCESOS**

ENTRADAS / PROCESOS PROVEEDOR

Entrada	Proceso Proveedor
Solicitud del Cliente	Elaboración documento escrito

SALIDAS O RESULTADOS Y CLIENTES

Salida o Resultado	Proceso Cliente
Documento escrito	Auditoria calidad en el servicio

INDICADORES DE GESTION

Nombre del Indicador	Responsabilidad
Total de derechos solicitados / Total de derechos elaborados	Orientación al usuario
Retroalimentación: Total de derechos elaborados / Total de derechos de petición respondidos	Ejecución del proceso
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas

FUNCIONES

1. Recibir solicitud del cliente
 Dentro de esta solicitud se presentan los siguientes procedimientos:

- Escuchar al cliente
- Indagar sobre el formato de elaboración del documento
- Digitar el documento
- Imprimir el documento
- Expedir Factura

2. Entregar el documento al cliente

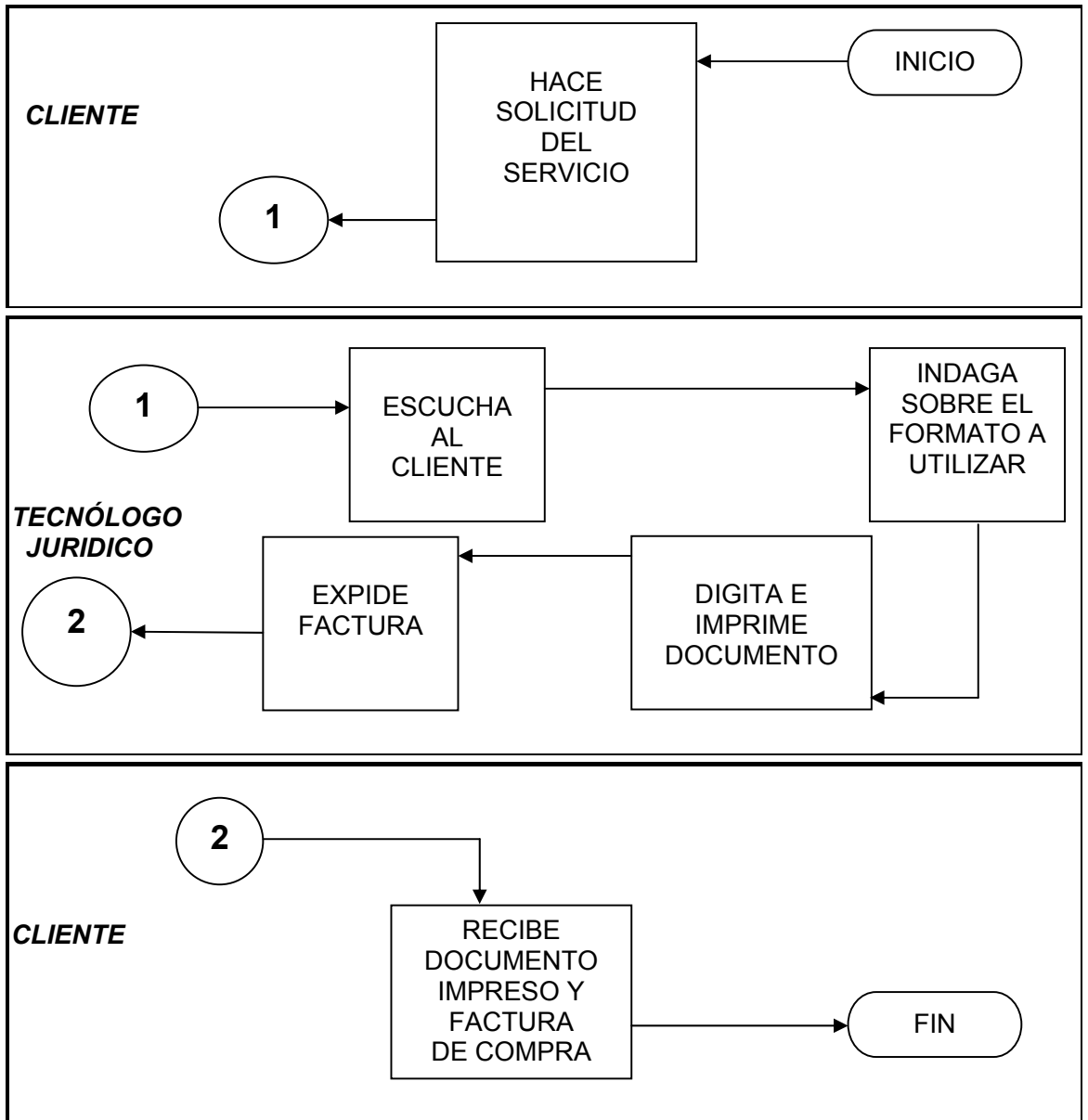
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 2 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------



**SERVICIO DE ELABORACIÓN DE
DERECHOS DE PETICIÓN**


**MANUAL DE
PROCESOS**

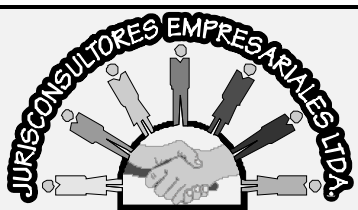
PROCESO ELABORACIÓN DERECHO DE PETICION



Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 3 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------

3.3.3.3. Diagrama de Proceso del Servicio de Elaboración Acciones de Tutela. (Cuadro 41).

	SERVICIO DE ELABORACIÓN DE ACCIONES DE TUTELA	MANUAL DE PROCESOS		
OBJETIVO				
<p>Escuchar, analizar y elaborar el documento “Acción de Tutela” con base en la información del cliente dando respuesta oportuna a su solicitud y con base en el derecho fundamental que vea amenazado o vulnerado en cliente, cumpliendo con la normatividad legal vigente y las políticas de calidad y del proceso emitidas por la gerencia.</p>				
ALCANCE				
<p>Este proceso comienza desde que el cliente llega a solicitar el servicio y finaliza cuando la persona que ha solicitado el servicio recibe el documento ya elaborado.</p>				
DOCUMENTO DE APOYO				
<ul style="list-style-type: none"> • Constitución Política Colombiana • Código de Procedimiento Civil 				
AUTORIDAD DEL PROCESO				
<p>Gerencia General</p>				
RESPONSABLES DEL PROCESO				
Cargo	Responsabilidad			
<p>Secretaria</p>	<p>Orientación al usuario</p>			
<p>Tecnólogo Jurídico</p>	<p>Ejecución del proceso</p>			
<p>Gerencia</p>	<p>Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas</p>			
INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR				
Insumos / Recursos	Proveedor			
<p>Útiles y Papelería</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Software</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Aprobado:</p>	<p>Revisado:</p>	<p>Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.</p>	<p>Actualización Fecha: 01/06/07</p>	<p>Página: 1 de 3</p>



SERVICIO DE ELABORACIÓN DE ACCIONES DE TUTELA

MANUAL DE PROCESOS

ENTRADAS / PROCESOS PROVEEDOR

Entrada	Proceso Proveedor
Solicitud del Cliente	Elaboración documento escrito

SALIDAS O RESULTADOS Y CLIENTES

Salida o Resultado	Proceso Cliente
Documento escrito	Auditoria calidad en el servicio

INDICADORES DE GESTION

Nombre del Indicador	Responsabilidad
Total de Acciones solicitadas / Total de Acciones elaboradas	Orientación al usuario
Retroalimentación: Total de Acciones elaboradas / Total de Acciones de Tutela resueltas	Ejecución del proceso
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas

FUNCIONES

1. Recibir solicitud del cliente
Dentro de esta solicitud se presentan los siguientes procedimientos:
 - Escuchar al cliente sobre el derecho fundamental amenazado
 - Indagar sobre el formato de elaboración del documento
 - Digitar el documento
 - Imprimir el documento
 - Expedir Factura
2. Entregar el documento al cliente

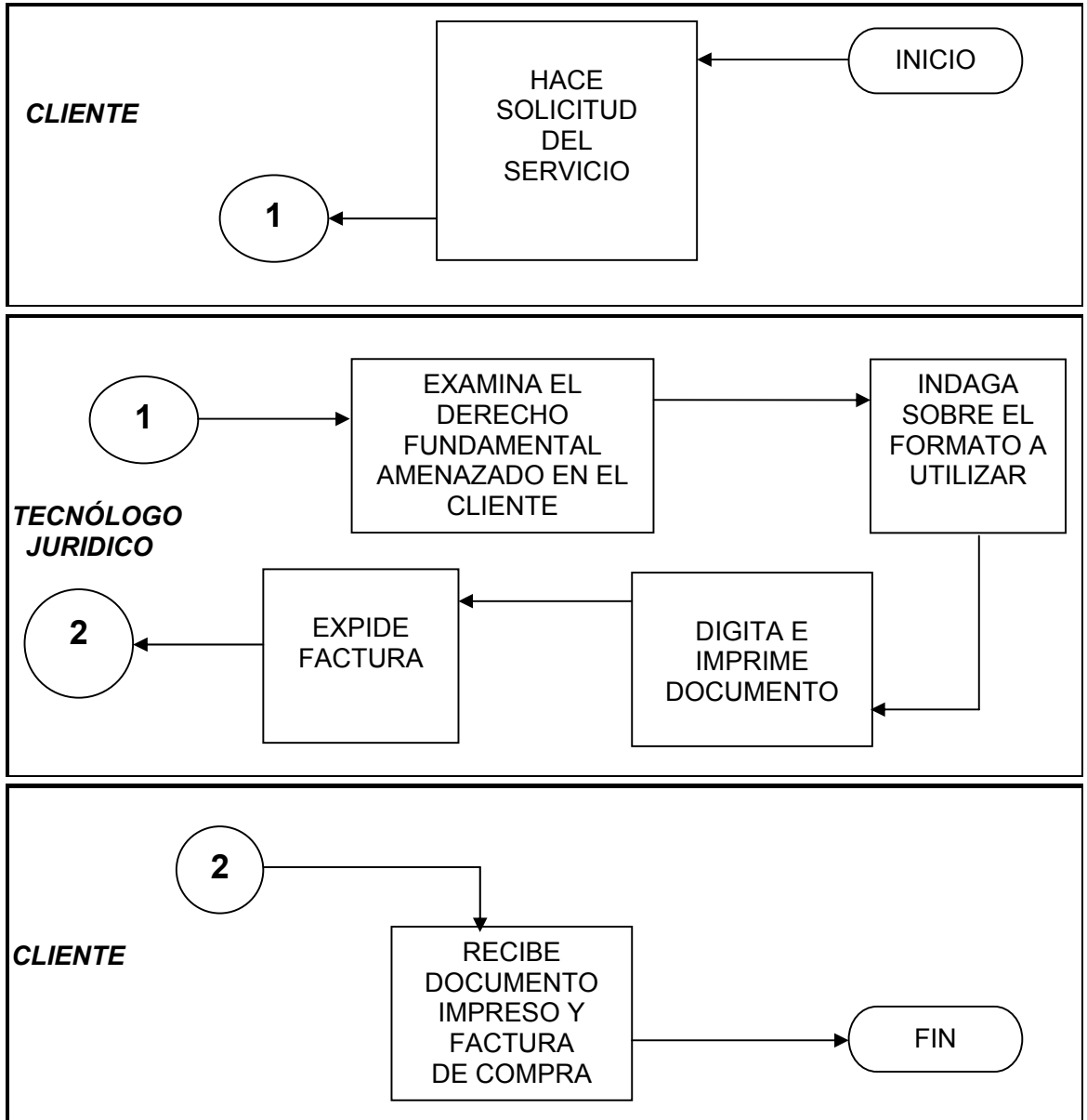
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 2 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------



SERVICIO DE ELABORACIÓN DE ACCIONES DE TUTELA


MANUAL DE PROCESOS


PROCESO ELABORACIÓN ACCIONES DE TUTELA



Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 3 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------

3.3.3.4. Diagrama de Proceso del Servicio de Asesoría Jurídica. (Cuadro 42).

	SERVICIO DE ASESORIA JURIDICA	MANUAL DE PROCESOS		
OBJETIVO				
<p>Escuchar, analizar y asesorar, procurando dar solución a las diferentes consultas jurídicas de acuerdo a la normatividad vigente con base en la información aportada por el cliente dando respuesta oportuna a su solicitud, cumpliendo con las políticas de calidad y del proceso emitidas por la gerencia.</p>				
ALCANCE				
<p>Este proceso comienza desde que el cliente llega a solicitar el servicio y finaliza cuando la persona que ha solicitado el servicio recibe la asesoría verbal o por escrito entregándosele documento escrito sobre el caso materia de estudio.</p>				
DOCUMENTO DE APOYO				
<ul style="list-style-type: none"> • Constitución Política Colombiana • Todos los Códigos de la Legislación Colombiana. 				
AUTORIDAD DEL PROCESO				
<p>Gerencia General</p>				
RESPONSABLES DEL PROCESO				
Cargo	Responsabilidad			
Secretaria	Orientación al usuario			
Abogado	Ejecución del proceso			
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas			
INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR				
Insumos / Recursos	Proveedor			
Útiles y Papelería	Gerencia			
Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)	Gerencia			
Recursos Tecnológicos Software	Gerencia			
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 1 de 3

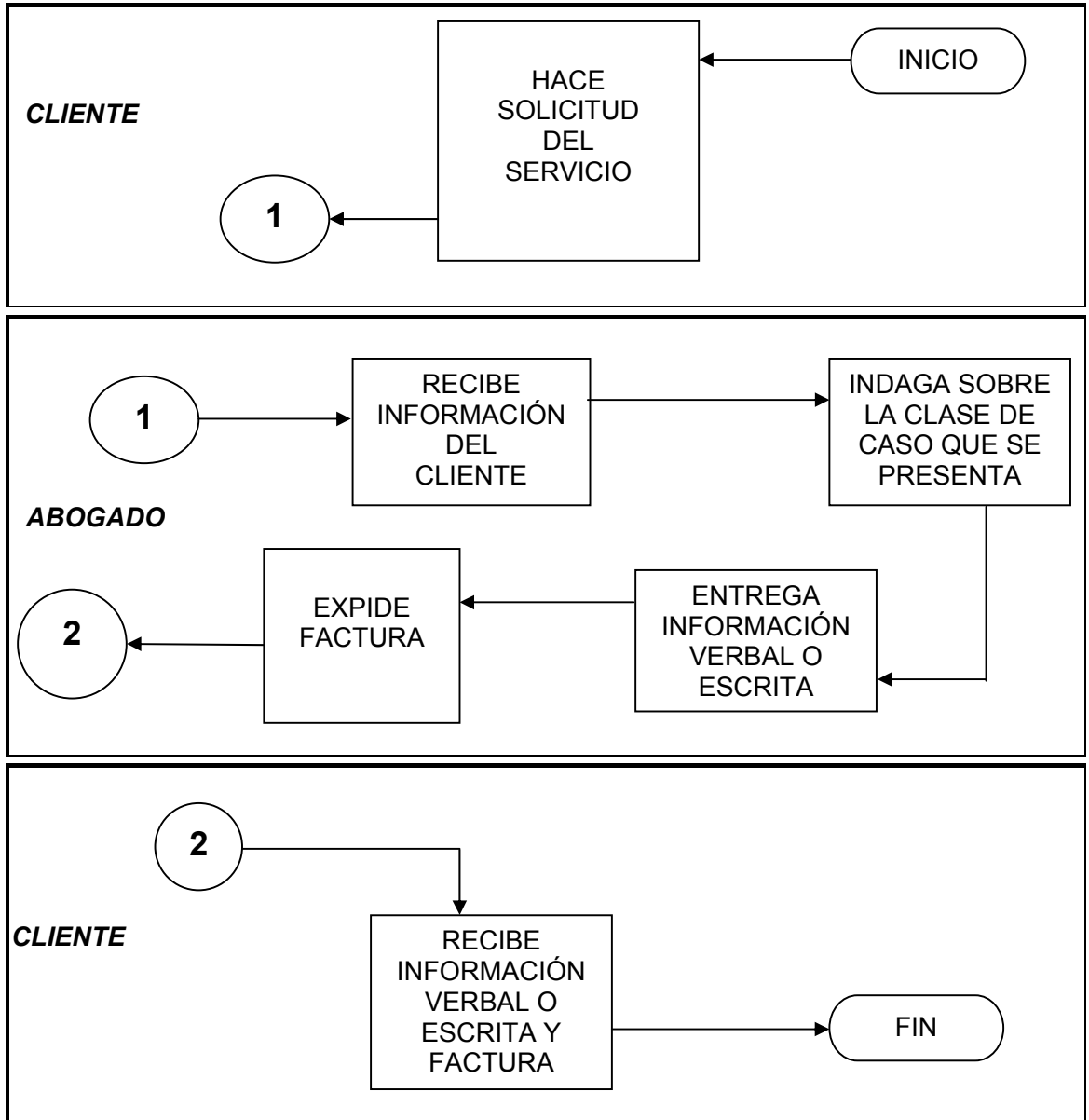
	SERVICIO DE ASESORIA JURIDICA	MANUAL DE PROCESOS		
ENTRADAS / PROCESOS PROVEEDOR				
Entrada	Proceso Proveedor			
Solicitud del Cliente	Información verbal o documento escrito			
SALIDAS O RESULTADOS Y CLIENTES				
Salida o Resultado	Proceso Cliente			
Información Verbal o documento escrito	Auditoria calidad en el servicio			
INDICADORES DE GESTION				
Nombre del Indicador	Responsabilidad			
Total de asesorías solicitadas / Total de asesorías prestadas	Orientación al usuario			
Retroalimentación: Total de asesorías prestadas / Total de asesorías resueltas	Ejecución del proceso			
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas			
FUNCIONES				
<p>1. Recibir información del cliente Dentro de esta solicitud se presentan los siguientes procedimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibe información del cliente • Indagar sobre la clase de caso que se presenta • Dar orientación verbal o digitar documento (Imprimir) • Expedir Factura <p>2. Entregar información verbal o escrita al cliente</p>				
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 2 de 3



**SERVICIO DE ASESORIA
JURIDICA**

**MANUAL DE
PROCESOS**

PROCESO PRESTACIÓN SERVICIO DE ASESORIA JURIDICA



Aprobado:


Revisado:


Elaborado:
JUAN CARLOS VEGA C.

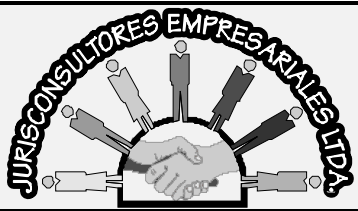
Actualización
Fecha: **01/06/07**

Página:
3 de 3

3.3.3.5. Diagrama de Proceso del Servicio de Asesoría Empresarial. (Cuadro 43).

	SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL	MANUAL DE PROCESOS		
OBJETIVO				
<p>Escuchar, analizar y asesorar, procurando dar solución a las diferentes consultas empresariales de acuerdo a la normatividad vigente con base en la información aportada por el cliente dando respuesta oportuna a su solicitud, cumpliendo con las políticas de calidad y del proceso emitidas por la gerencia.</p>				
ALCANCE				
<p>Este proceso comienza desde que el cliente llega a solicitar el servicio y finaliza cuando la persona que ha solicitado el servicio recibe la asesoría verbal o por escrito entregándosele documento escrito sobre el caso materia de estudio.</p>				
DOCUMENTOS DE APOYO				
<ul style="list-style-type: none"> • Código Laboral Colombiano • Material Administrativo, Contable y demás que se requiera para la buena prestación del servicio. 				
AUTORIDAD DEL PROCESO				
<p>Gerencia General</p>				
RESPONSABLES DEL PROCESO				
Cargo	Responsabilidad			
Secretaria	Orientación al usuario			
Administrador o Contador Público	Ejecución del proceso			
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas			
INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR				
Insumos / Recursos	Proveedor			
Útiles y Papelería	Gerencia			
Documentos para estudio	Cliente			
Recursos Tecnológicos Software	Gerencia			
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 1 de 3

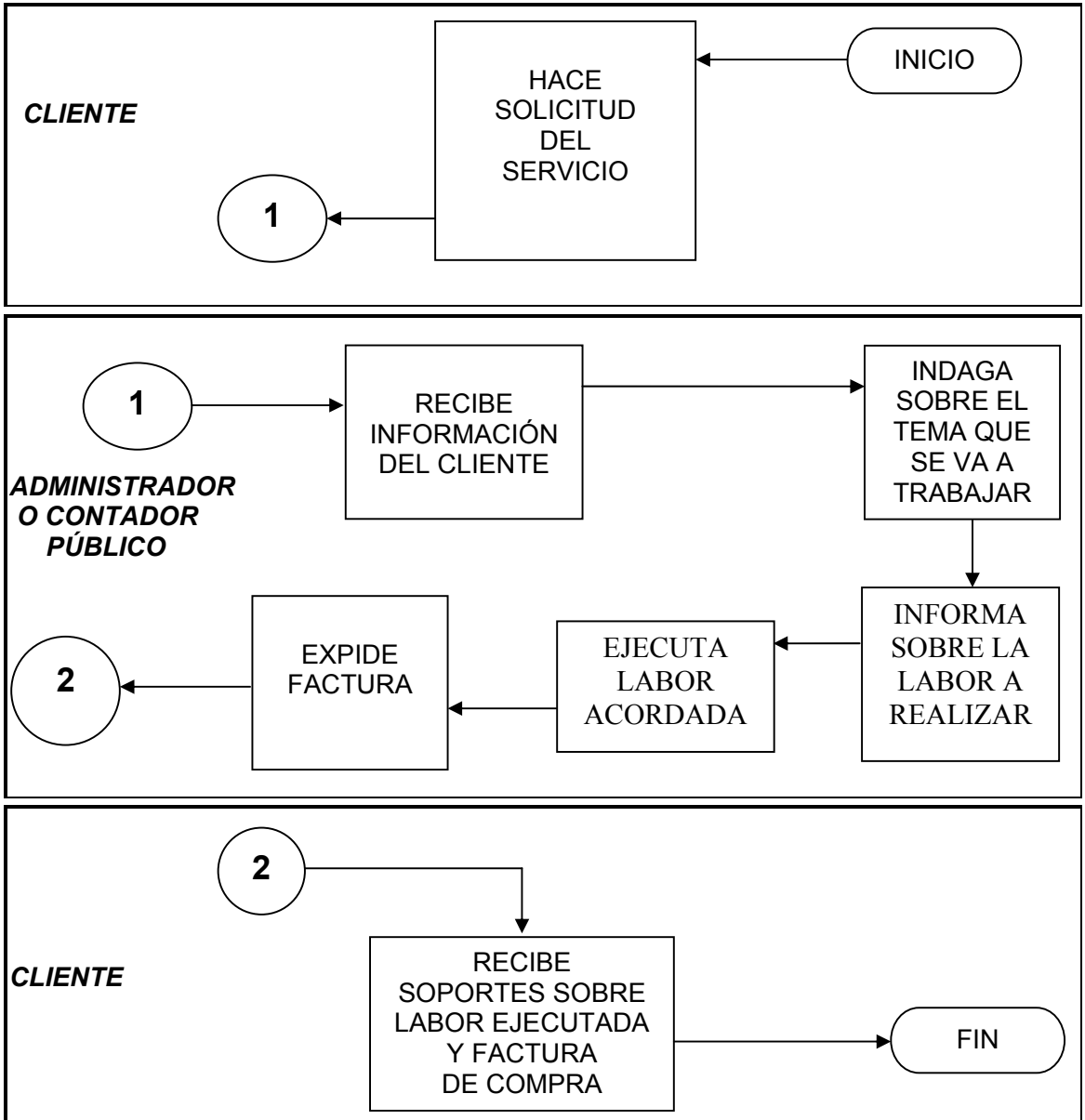
	SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL	MANUAL DE PROCESOS		
ENTRADAS / PROCESOS PROVEEDOR				
Entrada	Proceso Proveedor			
Solicitud del Cliente	Información verbal o documento escrito			
SALIDAS O RESULTADOS Y CLIENTES				
Salida o Resultado	Proceso Cliente			
Información verbal o documento escrito	Auditoria calidad en el servicio			
INDICADORES DE GESTION				
Nombre del Indicador	Responsabilidad			
Total de asesorías solicitadas / Total de asesorías prestadas	Orientación al usuario			
Retroalimentación: Total de asesorías prestadas / Total de asesorías resueltas	Ejecución del proceso			
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas			
FUNCIONES				
<p>1. Recibir solicitud del cliente Dentro de esta solicitud se presentan los siguientes procedimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibe información del cliente • Indagar sobre el tema que se va a corregir, mejorar o implementar • Entrega información sobre labor que se va a realizar • Ejecuta la labor acordada • Expide Factura <p>2. Entregar soportes sobre labor ejecutada al cliente</p>				
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 2 de 3



**SERVICIO DE ASESORIA
EMPRESARIAL**


**MANUAL DE
PROCESOS**

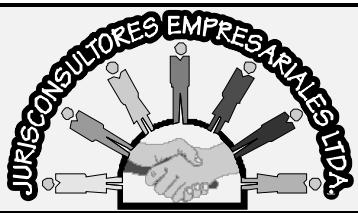
PROCESO PRESTACIÓN SERVICIO DE ASESORIA EMPRESARIAL



Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 3 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------

3.3.3.6. Diagrama de Proceso Servicio de Capacitación Empresarial. (Cuadro 44).

		SERVICIO DE CAPACITACION EMPRESARIAL		MANUAL DE PROCESOS	
OBJETIVO					
Capacitar completamente a las diferentes personas requeridas de acuerdo al tema escogido por el cliente dando respuesta oportuna a su solicitud y satisfaciendo las necesidades del personal a capacitar, cumpliendo siempre con las políticas de calidad y del proceso emitidas por la gerencia.					
ALCANCE					
Este proceso comienza desde que el cliente llega a solicitar el servicio y finaliza cuando las personas quedan capacitadas frente al tema solicitado y servicio prestado al cliente.					
DOCUMENTO DE APOYO					
<ul style="list-style-type: none"> Material Administrativo, Contable y ayudas audiovisuales que se requieran para la buena capacitación de las personas escogidas para la prestación del servicio. 					
AUTORIDAD DEL PROCESO					
Gerencia General					
RESPONSABLES DEL PROCESO					
Cargo			Responsabilidad		
Secretaria			Orientación al usuario		
Administrador o Contador Público			Ejecución del proceso		
Gerencia			Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas		
INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR					
Insumos / Recursos			Proveedor		
Útiles y Papelería			Gerencia		
Sitio para prestación del servicio			Cliente		
Recursos Tecnológicos Software			Gerencia		
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.		Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 1 de 3



**SERVICIO DE CAPACITACION
EMPRESARIAL**

**MANUAL DE
PROCESOS**

ENTRADAS / PROCESOS PROVEEDOR

Entrada	Proceso Proveedor
Solicitud del Cliente	Capacitación personal escogido por el cliente

SALIDAS O RESULTADOS Y CLIENTES

Salida o Resultado	Proceso Cliente
Personal Capacitado	Auditoria calidad en el servicio

INDICADORES DE GESTION

Nombre del Indicador	Responsabilidad
Total de capacitaciones solicitadas / Total de capacitaciones prestadas	Orientación al usuario
Retroalimentación: Total de capacitaciones prestadas / Total de capacitaciones productivas para el cliente	Ejecución del proceso
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas

FUNCIONES

1. Recibir información del cliente y escoger tema
Dentro de esta solicitud se presentan los siguientes procedimientos:
- Recibe información del cliente
 - Indagar sobre el tema que se va a capacitar
 - Entrega información sobre el tema que se va a tratar
 - Ejecuta la capacitación
 - Expide Factura
2. Entrega soportes sobre labor ejecutada al cliente

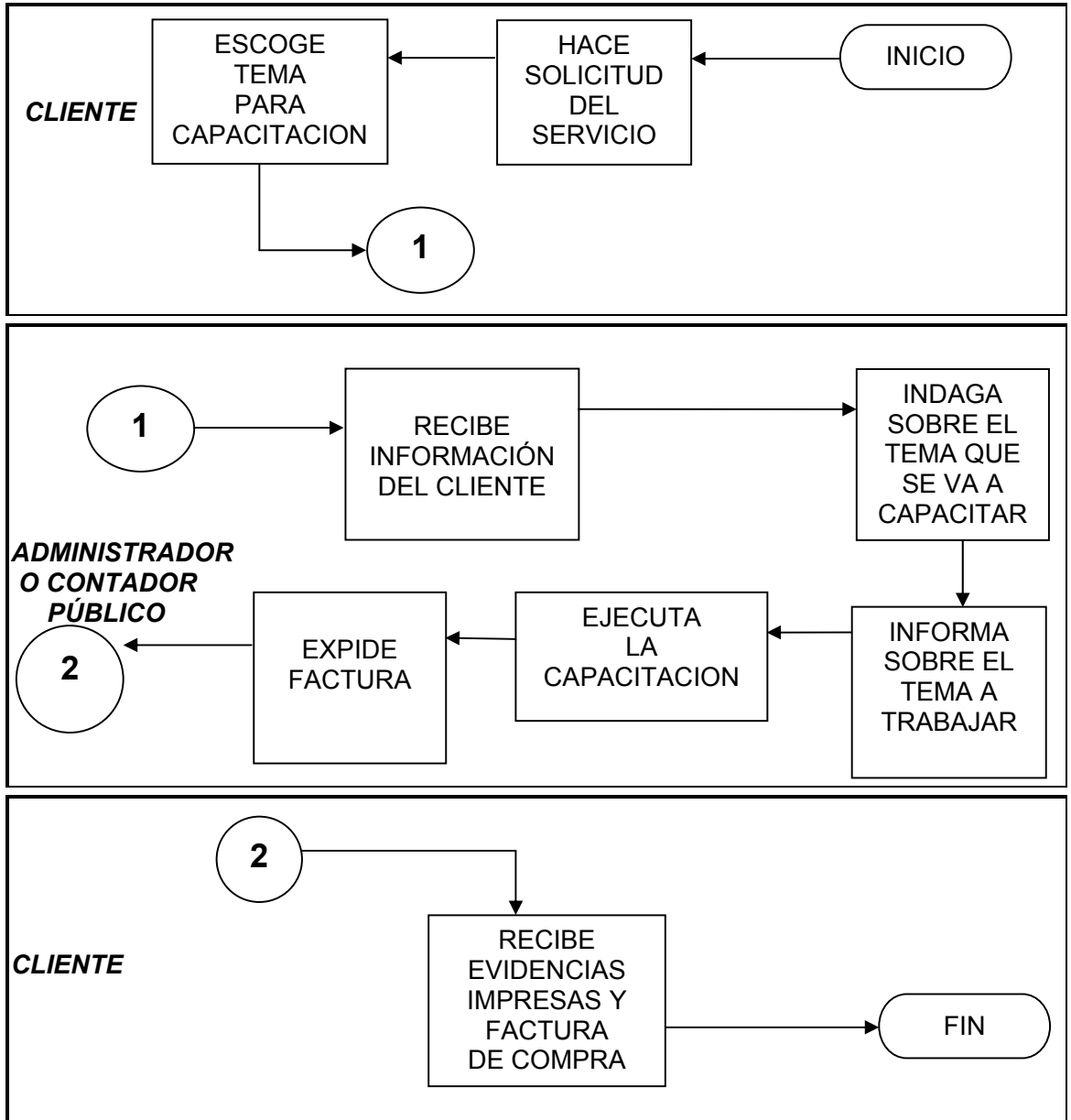
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 2 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------



**SERVICIO DE CAPACITACION
EMPRESARIAL**


**MANUAL DE
PROCESOS**


PROCESO PRESTACIÓN SERVICIO DE CAPACITACION EMPRESARIAL

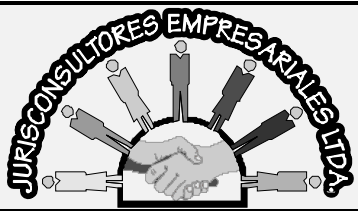


Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 3 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------

3.3.3.7. Diagrama de Proceso Servicio de Investigación de Mercados. (Cuadro 45).

		INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		MANUAL DE PROCESOS	
OBJETIVO					
Realizar investigaciones de mercado confiables de acuerdo a la clase de técnica de investigación a utilizar y escogida conjuntamente con el cliente, dando respuesta oportuna a su solicitud y satisfaciendo las necesidades del estudio a ejecutar y área de estudios en que se lleva a cabo, cumpliendo siempre con las políticas de calidad y del proceso emitidas por la gerencia.					
ALCANCE					
Este proceso comienza desde que el cliente llega a solicitar el servicio y finaliza cuando la persona que ha solicitado el servicio recibe la información completamente tabulada.					
DOCUMENTO DE APOYO					
<ul style="list-style-type: none"> Libros, manuales y demás soportes escritos para la óptima y eficaz escogencia de técnicas de investigación y enfoques metodológicos que redunden en una buena prestación del servicio. 					
AUTORIDAD DEL PROCESO					
Gerencia General					
RESPONSABLES DEL PROCESO					
Cargo		Responsabilidad			
Secretaria		Orientación al usuario			
Administrador o Contador Público		Ejecución del proceso			
Gerencia		Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas			
INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR					
Insumos / Recursos			Proveedor		
Útiles y Papelería			Gerencia		
Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)			Gerencia		
Personas para realizar encuestas			Gerencia		
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.		Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 1 de 3

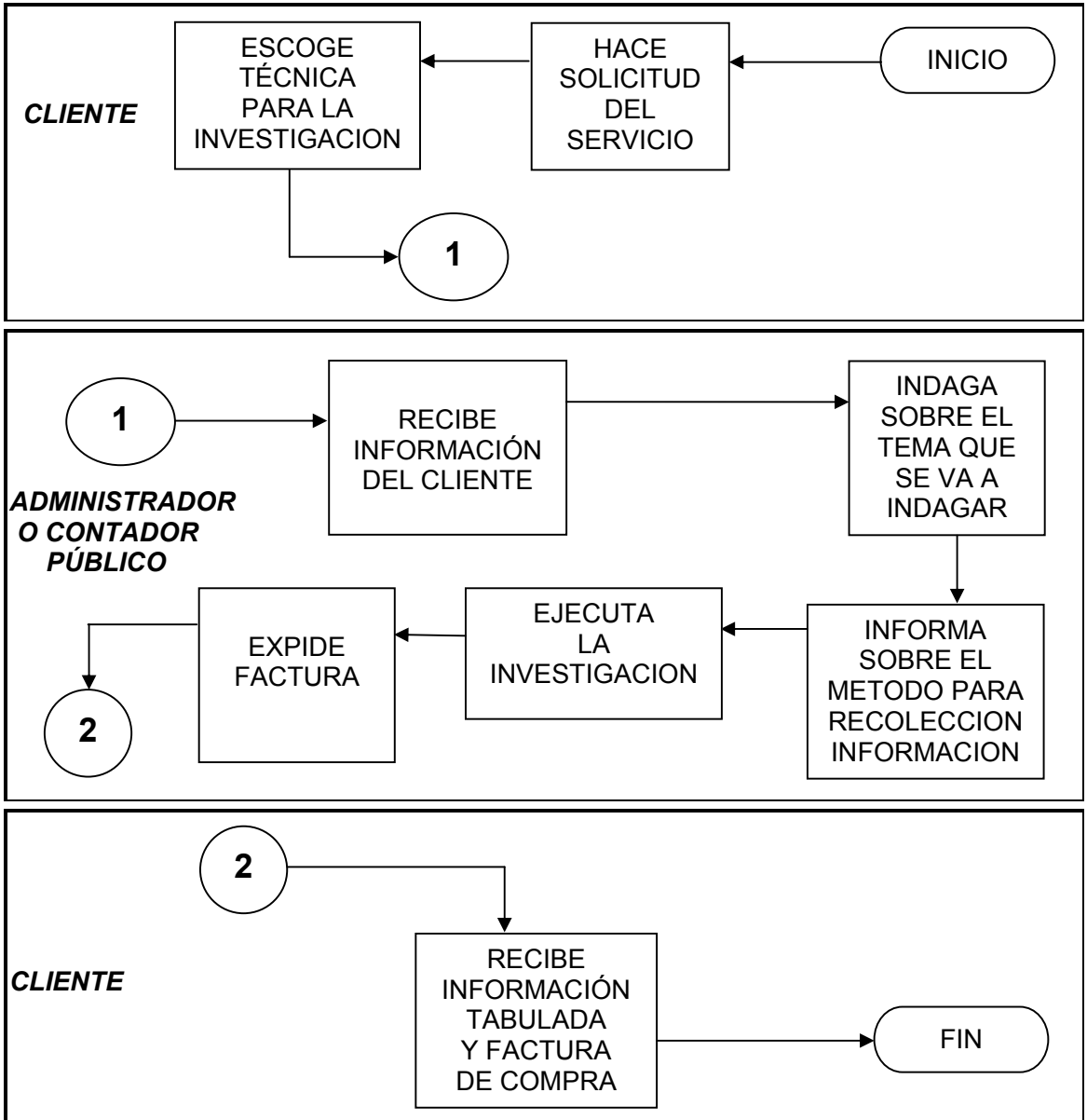
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	MANUAL DE PROCESOS		
ENTRADAS / PROCESOS PROVEEDOR				
Entrada	Proceso Proveedor			
Solicitud del Cliente	Elaboración investigación			
SALIDAS O RESULTADOS Y CLIENTES				
Salida o Resultado	Proceso Cliente			
Información tabulada (Documento escrito)	Auditoria calidad en el servicio			
INDICADORES DE GESTION				
Nombre del Indicador	Responsabilidad			
Total investigaciones solicitadas / Total de investigaciones hechas	Orientación al usuario			
Retroalimentación: Total investigaciones hechas / Total investigaciones productivas para el cliente	Ejecución del proceso			
Gerencia	Medición, seguimiento y control a las políticas establecidas			
FUNCIONES				
<p>1. Recibir información del cliente y escoger técnica de investigación Dentro de esta solicitud se presentan los siguientes procedimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibe información del cliente • Indagar sobre el tema que se va a investigar • Comunica sobre el método y documento para recolección de información • Ejecuta la investigación • Expide Factura <p>2. Entrega soportes sobre labor ejecutada al cliente</p>				
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 2 de 3



**INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS**

**MANUAL DE
PROCESOS**

PROCESO PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 3 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------

3.3.4. Control de Calidad

Para “**JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**” el uso adecuado de cada una de las normas de calidad, se resume en su provecho y excelente aplicabilidad, para brindarle al cliente un servicio en óptimas condiciones que satisfaga cada una de sus expectativas y necesidades.

La norma internacional de calidad ISO 9001:2000, aporta a “**JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**”, una orientación hacia el sistema de GESTION DE LA CALIDAD, basado en el servicio al cliente, gestión de los recursos y la aplicación de un análisis orientado hacia el mejoramiento.

Las normas de gestión de la calidad identifican rasgos que pueden ayudar a que la empresa satisfaga consistentemente los requisitos del cliente, evalúan el cómo y el porqué se hacen las cosas en cada proceso de servicio.

La Gestión de la Calidad ayuda a la organización a:

- ❖ Mejorar el desempeño, la coordinación y la productividad
- ❖ Enfocar los objetivos del negocio en las expectativas del cliente
- ❖ Lograr mantener la calidad del producto para satisfacer las necesidades implícitas y explícitas de los clientes
- ❖ Confianza en que la calidad que se busca, se esta logrando y manteniendo
- ❖ Evidencia a los clientes de las capacidades de la organización
- ❖ Apertura de un nuevo mercado con éxito
- ❖ Oportunidad de competir en igualdad de condiciones con otras organizaciones.

A continuación se encontrara la implementación de todo el sistema de aseguramiento de la calidad del proyecto a desarrollar.

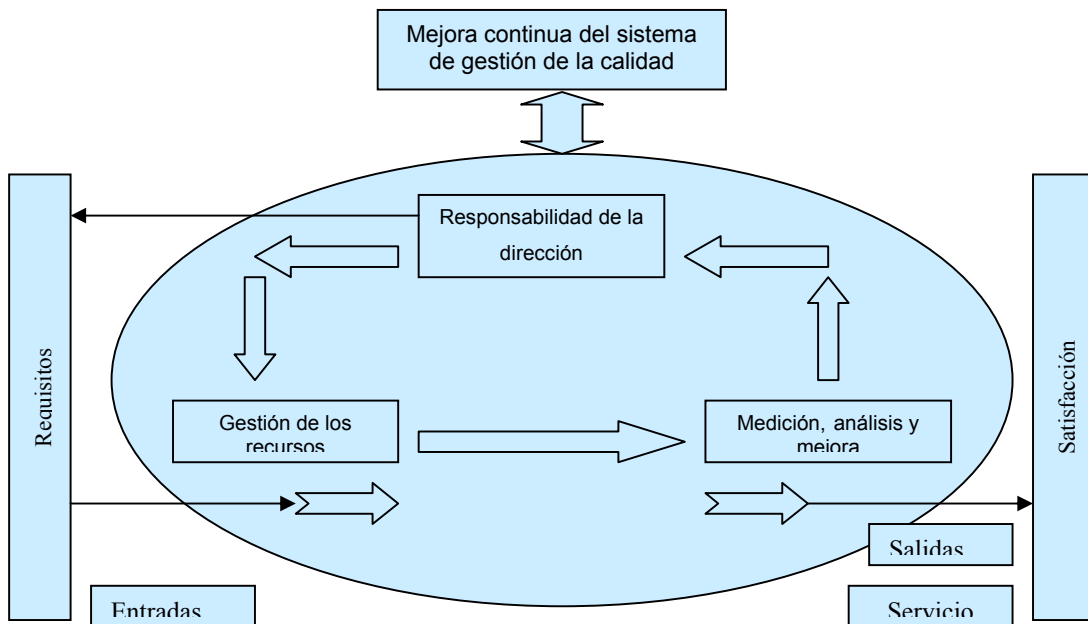


Figura 129. Sistema de Gestión de la Calidad, “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”

Cuadro 46. Norma ISO 9001:2000, “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”

ISO 9001:2000	CARACTERISTICAS
1. OBJETIVO	Garantizar el desarrollo de las actividades de calidad y aplicación, de cada una de las normas que rigen el sistema de calidad internacional en “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”
CAMPO DE APLICACION	Cada una de las secciones de servicio de la empresa “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” .
APLICACIONES	
RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN	La alta dirección debe proporcionar evidencia del compromiso para el desarrollo y mejora del sistema de calidad, a través de:
<ul style="list-style-type: none"> ■ Compromiso de la dirección 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comunicados a toda la organización sobre la importancia de satisfacer los requisitos del cliente por medio del buen servicio. ■ Estableciendo políticas y objetivos de calidad. ■ Llevando a cabo revisiones periódicas por parte de la dirección, para establecer si se están cumpliendo los objetivos propuestos del

<ul style="list-style-type: none"> ■ Enfoque hacia el cliente <p>PLANIFICACION</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Objetivos de calidad <p>Responsabilidad y autoridad</p>	<p>sistema de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Asegurando la disponibilidad de los recursos necesarios. <p>La alta dirección debe asegurar que las necesidades y expectativas del cliente se determinan y se convierten en requisitos que se proporcionan con el propósito de lograr su satisfacción.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Posicionar a “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” como el mejor en el mercado, garantizando un servicio basado en la calidad de atención al cliente. ■ Buscar la integración de cada uno de los integrantes, como eje principal del desarrollo del proyecto de Gestión de la Calidad. ■ Proporcionar información amplia y adecuada para la búsqueda de interrogantes, que existan acerca del desenvolvimiento de cada uno de los servicios, por parte del cliente interno y externo, para establecer un mejor desarrollo del sistema ■ Buscar la excelencia en la calidad de los servicios por medio de la capacitación del personal en el programa de calidad, buen mantenimiento de la maquinaria y la correcta atención al cliente. ■ Evaluar el servicio a través de encuestas a los usuarios acerca de la efectividad del sistema y como lo está afectando en la prestación del servicio. <p>Las funciones y las interrelaciones dentro de la organización, están definidas en responsabilidades y autoridad, las cuales deben definirse y comunicarse con el objeto de facilitar una gestión de la calidad efectiva.</p>
<p>GESTION DE LOS RECURSOS</p> <p>Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Asignación de personal <ul style="list-style-type: none"> ■ Formación, toma de conciencia y competencia 	<p>El personal tendrá responsabilidades definidas en el sistema de gestión de la calidad deberá ser competente con base en la educación aplicable, formación, habilidades y experiencias para “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”</p> <p>“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Identificar necesidades de la competencia

	<p>confirmarán la capacidad continua del proceso de calidad para satisfacer la finalidad del servicio prevista.</p> <p>La empresa medirá y hará un seguimiento de las características del servicio para verificar que se cumplan los requisitos que el cliente requiere para realizar, cada una de las etapas del proceso de atención.</p>
<p>■ Mejora</p>	<p>“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” planificará y proporcionará los procesos necesarios para la mejora continua, del sistema de calidad, por medio de políticas de calidad, objetivos, resultados de las mediciones, análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas de las mediciones y las revisiones por parte de la dirección.</p>
<p>■ Acciones preventivas</p>	<p>La empresa adoptará acciones correctivas para eliminar las causas de las conformidades, con el fin de prevenir su reaparición. Las acciones correctivas deben ser apropiadas al impacto de los problemas encontrados. Las acciones correctivas se definirán en los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Identificar las no conformidades (incluyendo las reclamaciones de los clientes) ■ Determinar las causas de dichas reclamaciones ■ Evaluar la necesidad de adoptar acciones correctivas para asegurar que las inconformidades no vuelvan a aparecer ■ Determinar e implantar las acciones correctivas necesarias ■ Registrar los resultados de las acciones que se lleven a cabo ■ Revisar las acciones correctivas adoptadas
<p>■ Acciones Preventivas</p>	<p>La organización deberá identificar acciones preventivas para eliminar las causas potenciales de las no conformidades, con el fin de prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas adoptadas deberán ser apropiadas al impacto de los problemas potenciales.</p> <p>“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” definirá los siguientes requisitos para documentar las acciones preventivas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Identificar las inconformidades potenciales de los clientes y sus causas

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Determinar y asegurar la implantación de las acciones preventivas necesarias ■ Registrar los resultados de las acciones adoptadas ■ Revisar las acciones preventivas realizadas.
--	--

3.3.5. Recursos

3.3.5.1. Recurso Humano: Para establecer el personal administrativo y operativo, de “**JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**”, se tuvo en cuenta las características de cada uno de los servicios, y los aportes patronales y prestaciones sociales, con el fin de reglamentar los sueldos dictaminados por ley.

Cuadro 47. Nomina Mano de Obra Directa

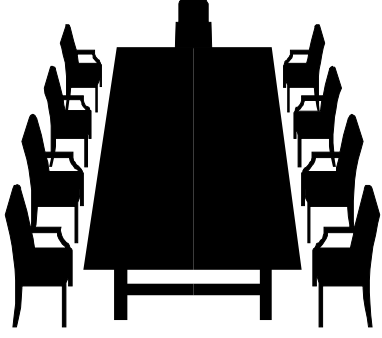

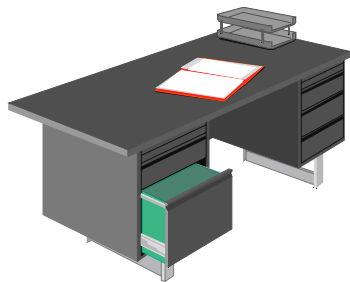

Cargo	Personas a atender por día	Número de horas día	Tiempo estimado (Horas)	Nº de personas en el cargo
ABOGADO	16	8	8	1
PROFESIONAL (ADMINISTRADOR O CONTADOR)	16	8	8	1
TECNÓLOGO JURIDICO	16	8	8	1
TOTAL	48		24	3

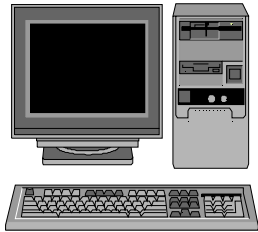

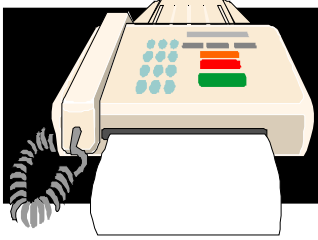
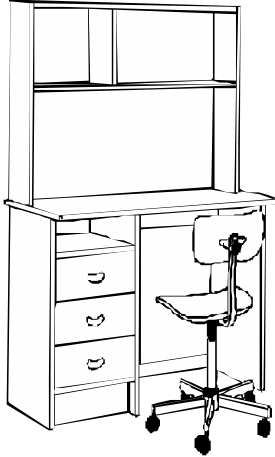
Cuadro 48. Nomina Mano de Obra Indirecta

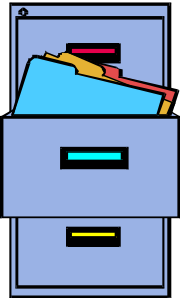
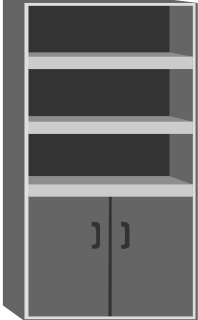
Cargo	Personas a atender por día	Número de horas día	Tiempo estimado (Horas)	Nº de personas en el cargo
GERENTE	16	8	8	1
SECRETARIA	32	8	8	1
TOTAL	48		16	2

3.3.5.2. Recurso Físico: Para el buen funcionamiento de la futura empresa, ésta, debe contar con los siguientes recursos, distribuidos por área, así:

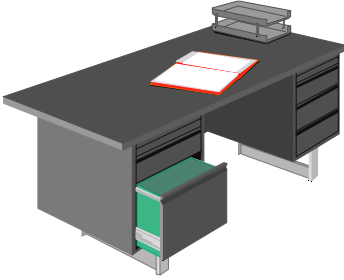

3.3.5.2.1. Recurso Físico Área de Gerencia y Sala de Juntas. (Cuadro 49)

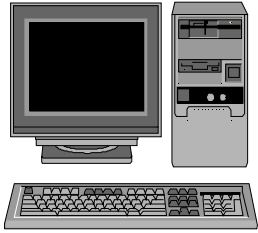

<p>MESA DE JUNTAS <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborada en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 90 cms, • Largo 150 cms x 60 cms de ancho. <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$800.000</p>	
<p>SILLAS FIJAS <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapicería en cordoban color negro • Estructura en tubo calibre 18 • Estáticas • Sin elevación <p>CANTIDAD: 8 PRECIO: \$250.000 c/u.</p>	
<p>ESCRITORIO <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborado en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 90 cms, Ancho 70 cms • Largo 120 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$750.000</p>	
<p>SILLA GIRATORIA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapicería en cordoban color negro • Estructura en tubo cromado calibre 18 • Giratoria • Con elevación <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$450.000</p>	

<p>COMPUTADOR COMPLETO</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Disco Duro 160 Gb • Memoria 1.024 Mb • Monitor TFT 17" • Teclado y mouse inalámbrico <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$2'600.000</p>	
<p>IMPRESORA MULTIFUNCIONAL</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución óptica de 1200 x 1200 dpi • Impresión Láser • Escáner <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$500.000</p>	
<p>TELEFAX</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Función manual y automática • Marca Panasonic <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$500.000</p>	
<p>MUEBLE COMPUTADOR</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborado en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 180 cms • Ancho: 150 cms • Fondo: 55 cms <ul style="list-style-type: none"> • CANTIDAD: 1 <p>PRECIO: \$500.000</p>	

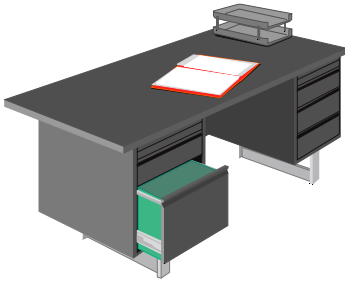

<p>MUEBLE ARCHIVADOR <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborada en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 150 cms • Ancho: 60cms • Fondo: 80 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$400.000</p>	
<p>MUEBLE BIBLIOTECA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborada en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 180 cms • Ancho: 150 cms • Fondo: 50 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$400.000</p>	

3.3.5.2.2. Recurso Físico Área de Asesorías. (Cuadro 50).

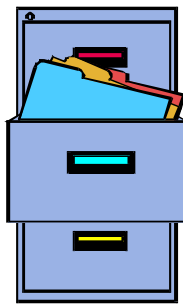
<p>ESCRITORIO <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborado en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 90 cms, Ancho 60 cms • Largo 120 cms <p>CANTIDAD: 3 PRECIO: \$400.000</p>	
<p>SILLA GIRATORIA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapicería en cordoban color negro • Estructura en tubo cromado calibre 18 • Giratoria • Con elevación <p>CANTIDAD: 3 PRECIO: \$250.000 c/u</p>	

<p>COMPUTADOR COMPLETO <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Disco Duro 120 Gb • Memoria 512 Mb • Monitor TFT 14" • Teclado y mouse puerto USB <p>CANTIDAD: 3 PRECIO: \$2'300.000 c/u</p>	
<p>SILLA DE ESPERA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapicería en cordoban color negro • Estructura en tubo calibre 18 • Estáticas • Sin elevación <p>CANTIDAD: 6 PRECIO: \$150.000 c/u</p>	


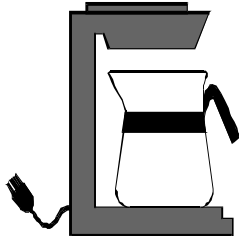
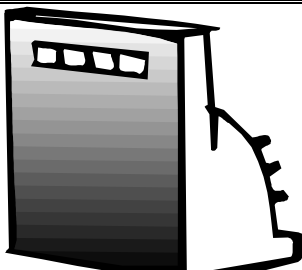
3.3.5.2.3. Recurso Físico Área de Recepción y Secretaría (Cuadro 51).

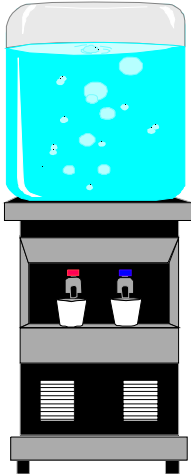
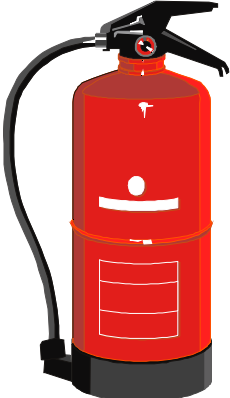
<p>ESCRITORIO <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborado en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 90 cms, Ancho 50 cms • Largo 100 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$350.000</p>	
<p>SILLA GIRATORIA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapicería en cordoban color negro • Estructura en tubo cromado calibre 18 • Giratoria • Con elevación <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$200.000</p>	

<p>COMPUTADOR COMPLETO</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Disco Duro 80 Gb • Memoria 256 Mb • Monitor TFT 14" • Teclado y mouse puerto USB <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$2'000.000</p>	
<p>SILLA DE ESPERA</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tapicería en cordoban color negro • Estructura en tubo calibre 18 • Estáticas • Sin elevación <p>CANTIDAD: 4 PRECIO: \$150.000</p>	
<p>IMPRESORA MULTIFUNCIONAL</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución óptica de 1200 x 1200 dpi • Impresión Láser • Escáner <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$500.000</p>	
<p>TELEFONO</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Memoria para 20 números • Tablero visualizador <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$100.000</p>	

<p>MUEBLE ARCHIVADOR <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborada en madera (cedro) • Color a elegir • Altura: 150 cms • Ancho: 60cms • Fondo: 80 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$300.000</p>	
--	---

3.3.5.2.4. Otros Recursos Físicos (Cuadro 52).

<p>NEVERA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto 180 cms • Ancho 60 cms • Fondo 60 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$800.000</p>	
<p>CAFETERA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Eléctrica • Vaso de Vidrio <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$150.000</p>	
<p>REGISTRADORA <i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • CASIO PCR T-465 • Genera Factura y discrimina IVA <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$600.000</p>	

<p>DISPENSADOR DE AGUA</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Soporte en metal • Color a elegir • Altura: 140 cms <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$200.000</p>	
<p>PROBADOR DE BILLETES</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborado en metal • Con bombillo morado <p>CANTIDAD: 1 PRECIO: \$50.000</p>	
<p>EXTINTORES</p> <p><i>Especificaciones Generales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Solkaflan 123 • 10 Libras • Válvula Progen <p>CANTIDAD: 2 PRECIO: \$300.000 c/u</p>	

3.3.5.2.2. *Recurso de Insumos.*

Por tratarse de una empresa de prestación de servicio de asesorías, su principal factor de utilización de insumos queda sujeto al nivel de asesorías y realización de documentos escritos entregados a los clientes que a ella acudan, por tal motivo estos se esgrimieron por área de trabajo, ya que todas sus áreas pueden conjuntamente encargarse de la prestación del servicio según la demanda futura, así:

Cuadro 53. Insumos

Lista De Materiales	Cantidad Anual	Unidad	Costo unitario	Costo total
Área de Gerencia				
Papel Tamaño Oficio	12	Resma	12.000	144.000
Papel Tamaño Carta	12	Resma	12.000	144.000
Tinta	12	Cartucho	75.000	900.000
CD's	240	Unidad	600	144.000
Block de Notas	12	Unidad	2.000	24.000
Lapiceros	36	Unidad	1.000	36.000
Total				1'392.000
Área de Asesorías				
Papel Tamaño Oficio	24	Resma	12.000	288.000
Papel Tamaño Carta	24	Resma	12.000	288.000
Tinta	24	Cartucho	75.000	1'800.000
CD's	120	Unidad	600	72.000
Block de Notas	36	Unidad	2.000	72.000
Lapiceros	72	Unidad	1.000	72.000
Total				2'592.000
Área de Secretaría				
Papel Tamaño Carta	6	Resma	12.000	72.000
Block de Notas	12	Unidad	2.000	24.000
Lapiceros	12	Unidad	1.000	12.000
Total				108.000

3.3.6. Estudio de Proveedores

Como se comentó anteriormente, por ser una empresa de prestación de un servicio su manejo de proveedores queda sujeto a una compra mensual de papelería que la secretaria hará según indicaciones dada por la gerencia de la empresa de acuerdo a la demanda y necesidades de todas las áreas de la empresa y tomando la mejor oferta encontrada en las papelerías del municipio.

3.3.7. Distribución de Planta

“**JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA**” contará con las siguientes áreas de trabajo y su distribución esta fijado en la figura 20 de la siguiente pagina:

a) Área de Gerencia y Sala de Juntas

Es el sitio donde se fijan las directrices que ha de seguir la futura empresa y el lugar en el que se presta el servicio de asesorías y elaboración de documentos a escala empresarial, p.ej. desarrollo de capacitaciones y otros que después se le prestaran a los clientes (empresas) que a la futura empresa acudan y además será la sala de junta de socios y reuniones de empleados para fijar políticas y metas de la empresa y de los servicios que allí se presten.

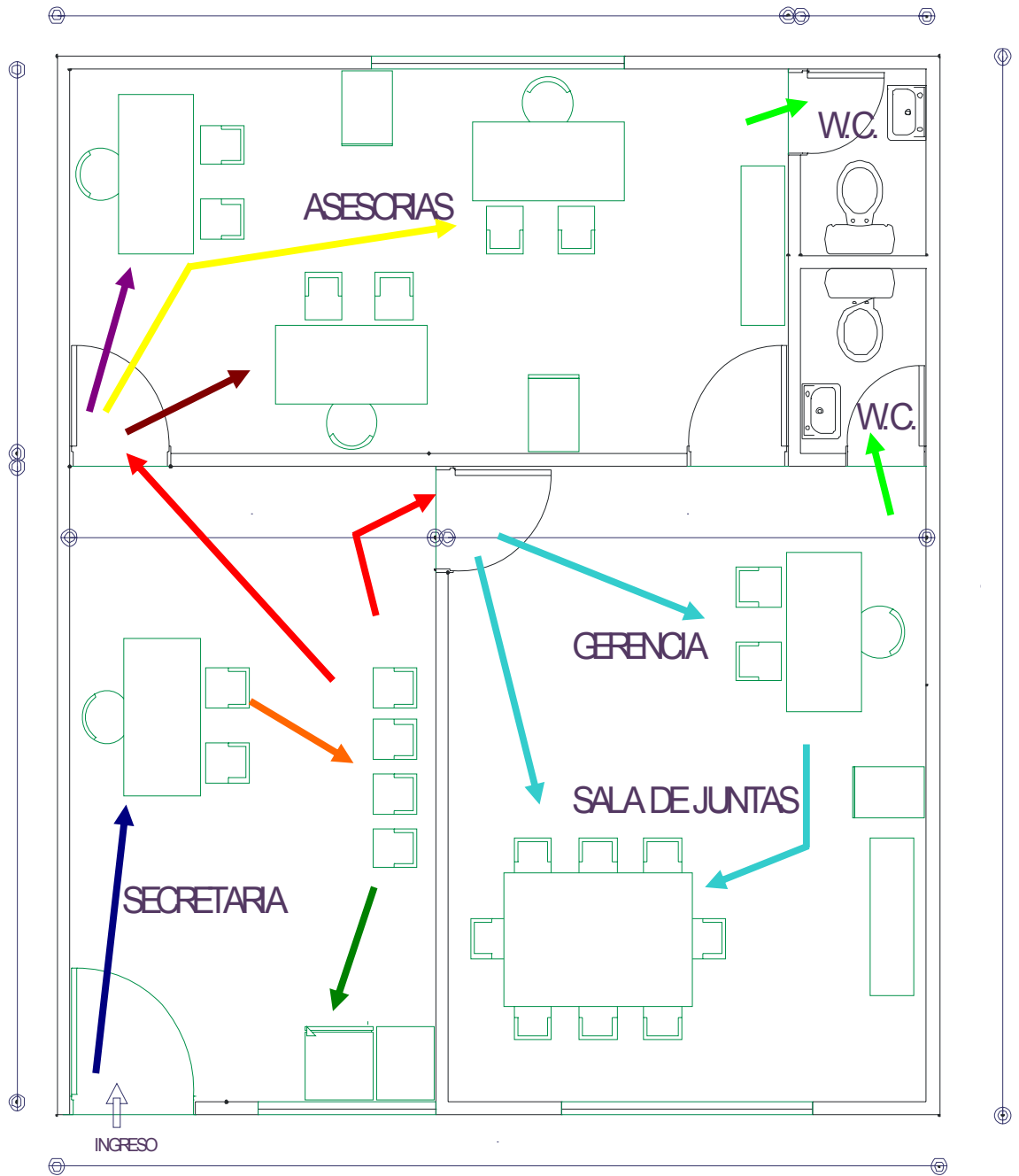
b) Área de Asesorías

Aquí se presta el servicio en forma amplia y general de asesorías y elaboración de documentos tanto a personas Naturales y Establecimientos de Comercio en materia Jurídica, Empresarial, Contable y Bancaria, es el área de mayor afluencia y atención de personas en el día.

c) Área de Secretaría y Sala de espera

En este lugar se realiza la recepción de los clientes del centro, cuenta con la sala de espera y la cafetería; con escritorio y su respectivo computador propios, además de nevera, cafetera, dispensador de agua, etc.

d) Baño



PLANTA GENERAL

Figura 20. Plano ó Área Física del Centro de Asesorías

3.3.8. *Logística de Distribución*

Así mismo la figura 20 muestra la forma de organización de la empresa teniendo en cuenta que el Área que maneja más servicios es donde están ubicados los profesionales o área de asesorías; con excepción del Área de recepción que es donde convergen los usuarios para luego acceder a los diferentes servicios de asesoría, estos movimientos están distribuidos de la siguiente manera:

- ❖ **Área de Secretaría y Sala de espera:** dividida en los colores azul (→) para los clientes usuarios que llegan a solicitar información sobre el procedimiento para la utilización del servicio de cualquier tipo de asesorías, naranja (→) para los usuarios que van a utilizar el servicio y permanecen en la sala de espera para ser atendidos, y si desean pueden disponer de los beneficios de la cafetería que esta indicado con el color verde (→) que es donde se encuentra la nevera, el dispensador de agua y la cafetera, para ser mas agradable su espera. Las flechas en la figura muestran que el cliente al llegar al centro tiene diferentes opciones para iniciar el proceso del servicio de asesoría que va a utilizar; reconocida con el color rojo (→) puede estar dirigida hacia dos áreas, hacia las asesorías sencillas atendidas por los profesionales y hacia la gerencia para una atención mas personalizada, que deba manejarse por dicha área o que el cliente solicite su atención confidencialmente.
- ❖ **Área de Asesorías:** en tres posibilidades, la primera radica en la sección para la elaboración de documentos (Derechos de Petición y Acciones de Tutela) indicado con el color violeta (→), la segunda que hace referencia a todas las consultas que tengan que ver con la legislación colombiana demarcado con el color amarillo(→) y las asesorías empresariales se diferencia con las demás debido a que la flecha esta en color café (→) y su respectivo baño (→).
- ❖ **Área de Gerencia y Sala de Juntas:** Identificada con el color azul claro (→) determina la sección para la atención preferencial o personalizada de clientes, tanto internos como externos, y su paso hacia las diferentes reuniones de socios y/o empleados de la futura empresa y su respectivo baño(→).

3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Se determinó el tamaño del proyecto teniendo en cuenta el tamaño del mercado, la capacidad financiera, la disponibilidad de recurso y la mano de obra, concluyendo que la futura empresa en el municipio de Málaga estará determinado como una pequeña empresa debido a dos limitantes, la primera esta relacionada con el tamaño del mercado el cual tiene una población preestablecida pero incierta a la hora de utilizar este servicio y en segundo lugar la capacidad financiera debido a la ausencia de capital lo que implica la consecución del mismo por intermedio de terceros; en cuanto a los otros dos factores los recursos se pueden conseguir tanto en el mercado local como en el mercado nacional no existiendo ausencia de estos que limiten el proyecto o con la ampliación de socios que a ella decidan ingresar.

Se estableció la capacidad del proyecto; teniendo en cuenta principalmente la limitante del mercado y los resultados arrojados en el estudio de demanda, en este punto se determinó la capacidad diseñada, la capacidad instalada y la capacidad utilizada, teniendo en cuenta este resultado se determinó la cantidad de recursos humano adecuado para el tamaño, iniciando con 3 personas para la atención de los servicios de asesorías; con miras a crecer a 3 tecnólogos jurídicos y 2 abogados en el mediano plazo, los cuales necesitan tener su propio equipo de computación para cumplir con sus funciones, ya que es el servicio con mas proyección de crecimiento.

Conociendo el tamaño se realizó un estudio para conocer la localización del local para la empresa mediante el método cualitativo por puntos, teniendo en cuenta factores que ayudan a que la empresa se desempeñe en condiciones óptimas y mantenga un flujo de clientes adecuado; en esta evaluación se tuvo en cuenta locales nuevos en los recientes centros comerciales de la calle 13 y la zona rosa llegando a la conclusión que en este último se encuentra el adecuado, ya que esta bastante cerca de la competencia, cuenta con los servicios públicos necesarios y tiene la infraestructura física más nueva, lo cual es lo ideal para el funcionamiento de la futura empresa; encontrado el sitio adecuado se soluciona la barrera de ubicación y se procede a determinar los servicios teniendo en cuenta las dimensiones del sitio.

Basados en los anteriores puntos se procede a hacer la Ingeniería del proyecto iniciando con una descripción completa de los servicios estableciendo los diagramas de procesos con el fin de tener claro los procedimientos y los tiempos de cada uno de los mismos, este estudio es fundamental para determinar las necesidades de recursos de muebles, enseres y equipo de oficina así como los insumos que en todas su áreas se requieren.

Una vez estipulado todo lo referente a la parte técnica se proceden a ubicar, estos recursos en el área establecida como óptima para poner en funcionamiento la empresa, llegando a la conclusión que en el sitio existe el espacio adecuado para instalar los equipos y presenta las dimensiones adecuadas al crecimiento del proyecto; por esto y por los datos arrojados en los análisis anteriores se establece que la implantación técnica del proyecto no representa ningún inconveniente que pueda estropear la viabilidad del mismo.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCION

4.1.1. Tipo de sociedad

Cuadro 54. Tipo De Sociedad Comercial

Clase de Sociedad	Limitada
Razón Social	“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”
Numero de Socios	Mínimo dos (2); máximo veinticinco (25).
Nombre de los Socios	1. “Juan Carlos Vega Cristancho” 2. Otro (Por definir en el momento de la puesta en marcha del proyecto)
Capital	Estará dividido en cuotas o partes iguales y cada uno de los socios aportará un número de acciones cuyo valor de cada una será de \$100.000 y deberán ser pagados en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así mismo como al momento de solemnizar cualquier aumento o cambio estatutario.
Como se Constituye	Para el caso de las sociedades con menos de 10 empleados o menos de 500 SMLMV de patrimonio se elaboran sus estatutos, se autentican en notaria las firmas de los socios, y junto con la aceptación de cargos se paga la boleta fiscal en el Banco Agrario y luego se cancelan los respectivos derechos mercantiles en Cámara de Comercio para su inscripción, entidad que a la vez también se encarga de hacer la respectiva inscripción en la Dirección de Impuestos y Aduana Nacionales (DIAN).
Duración	El que se pacte en sus estatutos.
Administración	La representación de la sociedad y administración de los negocios sociales corresponde a todos y cada uno de los socios. La Junta de socios podrá delegar la representación y la administración de la sociedad en un gerente, estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

Responsabilidad	Cada socio responde hasta por el valor de su aporte, pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.
Disolución	Aparte de los causales generales de disolución, artículo 218 del Código de Comercio (ver Anexo D), este tipo de sociedad prevé dos especiales, consistentes en: 1. Perdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento (50%). 2. Incremento del numero de socios a mas de veinticinco (25).

Fuente: Guía Legis para la Pequeña Empresa, Bogotá 2004 Legis Editores S.A. 9ª edición.

4.1.2. Procedimiento

4.1.2.1. Estatutos

La constitución de la presente empresa estará sujeta y se registrará bajo los estatutos que se creen para la futura empresa y que para mayor apoyo del presente proyecto se elaborarán conjuntamente con el nuevo socio de la futura empresa y quedaran sujetos a acomodamiento de acuerdo a la puesta en marcha del proyecto y su entrada en funcionamiento.

4.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA

4.2.1. Visión

“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”, se consolidará en el año 2012 como la más importante y preferida empresa de este tipo en el municipio y la región, con atractivos servicios de asesorías y buscará alianza con los mejores profesionales de las diferentes áreas de trabajo de la empresa para brindarle al cliente un servicio novedoso y con altos niveles de valor agregado, que satisfagan las necesidades que requiere el mercado, y que busque a través de la excelencia en el servicio una garantía de honestidad, lealtad, eficiencia y eficacia que cumpla con los requerimientos ofrecidos por

el entorno, para llegar al cumplimiento de las normas de calidad regional y nacional y alcanzar la competitividad y estabilidad en el mercado.

Una vez cumplido el proceso de posicionamiento en el mercado en el año 2013, **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”**, iniciara un proceso de expansión tanto de servicios como de mercados, con el fin de diversificarla y hacerla crecer en el ámbito nacional.

4.2.2. Misión

“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” es una organización orientada al desarrollo de las perspectivas que los clientes buscan en el servicio de las asesorías que esta en capacidad de ofrecer, a través de la incorporación de valores agregados a las mismas y la disponibilidad de un servicio de fácil acceso por la comodidad de sus precios en donde cada cliente se integre con sus políticas y su forma de trabajo a través de orientación profesional hacia la búsqueda de altos niveles de productividad tanto en los clientes como en la empresa misma.

“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA” esta comprometido con un servicio especializado en cada área en donde el cliente lo requiera y se centrará en la atención y la comodidad del usuario, brindando de esta manera un ambiente que contribuya a la productividad y calidad de vida de las personas, empresas y la región.

4.2.3. Objetivos

- ❖ Lograr a través de los nuevos productos de valor agregado en el servicio de asesorías, un incremento del 10% en ventas para el año 2010 en el mercado en el nivel local.
- ❖ Realizar para el año 2013, una expansión de la empresa en diferentes zonas de la Provincia de García Rovira, para el crecimiento y la consolidación de la nueva empresa en el mercado.
- ❖ Realizar cada año evaluaciones y encuestas a nuestros clientes para determinar la efectividad y satisfacción en el servicio.

- ❖ Determinar cada semestre metas a los trabajadores y establecer parámetros de crecimiento en función de la calidad del trabajo, para obtener resultados basados en la productividad y el rendimiento.
- ❖ Buscar alianzas con sectores tecnológicos y nuevos profesionales, para competir en el mercado con equipos y servicios basados en principios de calidad y nuevas tecnologías, para entregarle al cliente opciones que satisfagan sus necesidades de servicio.

4.2.4. Políticas

- ❖ Se fomentará que todos los integrantes de la empresa, participen activamente en los programas de calidad y servicio al cliente para formar un desarrollo integral de cultura organizacional dirigida al usuario.
- ❖ Se buscará afianzar la gestión en servicios y asesorías, que identifiquen a la empresa como una entidad eficiente, eficaz, innovadora y competitiva
- ❖ Se fortalecerán alianzas con sectores productivos y grupos de profesionales, que permitan ofrecer un servicio basado en la calidad y en la innovación.
- ❖ Planear y establecer convenios para concretar asesorías con programas de formación en recursos humanos y en nuevas tendencias en el ramo de las consultorías y al igual que la normatividad y legislación que vayan apareciendo.
- ❖ La cartera estará determinada en pago de contado aunque en algunos casos se puede hacer ciertas excepciones, que no superen el 10% de las ventas y los 30 días, después de la venta del servicio.
- ❖ La reserva legal estará determinada como mínimo en un 10% hasta un máximo de un 90% dependiendo de los requerimientos de liquidez y de reinversión que necesite la empresa y que estipulen sus estatutos.
- ❖ La liquidación de depreciables estará determinada en un 20% del valor comercial de compra, máximo a los 10 años de trabajo.

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1. Organigrama

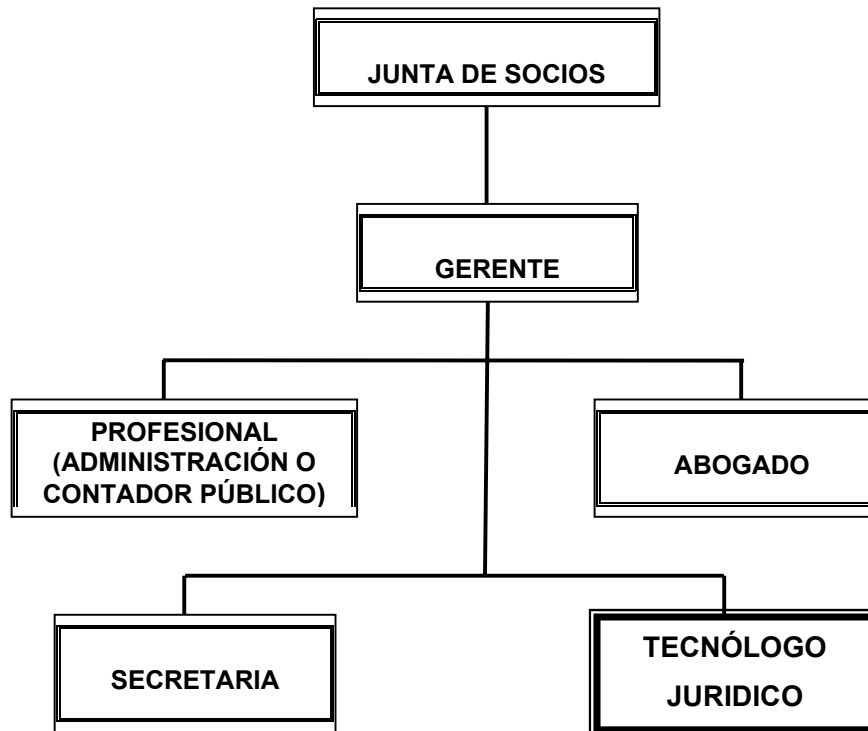


Figura 213. Organigrama “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”

4.3.2. Descripción y Perfil de Cargos

Descripción de cargos se implantó un sistema de manual de funciones que se presentará según las especificaciones de cada cargo, nivel de estudios y otras variables desglosadas a continuación.

4.3.2.1. Manual de Cargos y Funciones

Estructura de la Información

Este documento contiene la información total de la descripción de los cargos de la empresa “JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”.

Definición.

El Manual de Cargos y Funciones es fundamental para cada empleado, para definir funciones y responsabilidades de modo que se apropie de ellas, para contribuir con calidad en los servicios sin tener confusiones a la hora de realizar sus labores y evitar conflictos interpersonales que se verán reflejados en el servicio al cliente.

Objetivo

Lograr la mayor capacidad productiva de los trabajadores, garantizando la calidad en sus labores y por ende calidad en el servicio.

Plan De Actividades

- ❖ Designación de cargos
- ❖ Distribución de funciones
- ❖ Asesoramiento acerca del diseño del manual de funciones

Instructivo del Manual

Este manual es de uso exclusivo de cada uno de los empleados, vinculados a la empresa; se entrega a todos y cada uno de para adaptación a las funciones correspondientes a su cargo, para que tengan conocimiento de las tareas que deben desempeñar y los indicadores de gestión que deben cumplir permanentemente.

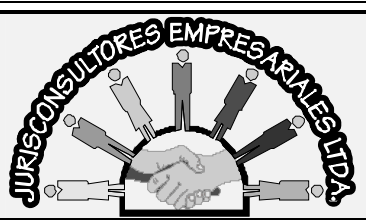
Codificación de los Cargos

La codificación se realiza con el fin de llevar un control estricto, sobre los cargos existentes y lo que se creara mas adelante.

Para la codificación se tiene en cuenta el área a la que pertenece y los dígitos para cada cargo; en la identificación del área se utiliza PA para el personal administrativa, PO para el personal operativo.

Cuadro 55. Manual de Funciones Gerente General

	<p>GERENTE GENERAL</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>		
<p>MISION DEL CARGO</p>				
<p>Orientar y proyectar el desarrollo de la empresa, buscando el logro de los objetivos indicados por la Junta de Socios, asegurando que los procesos definidos se cumplan oportuna y eficientemente</p>				
<p>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</p>				
<ul style="list-style-type: none"> ▣ Prestación de Servicios ▣ Gestión de Nomina ▣ Gestión de Talento Humano ▣ Gestión Administrativa ▣ Gestión Comercial ▣ Gestión Contable ▣ Gestión de Operaciones 				
<p>INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR</p>				
<p>Insumos / Recursos</p>	<p>Proveedor</p>			
<p>Útiles y Papelería</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Software</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Hardware</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>				
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>GERENTE GENERAL</p> </div>				
<p>Aprobado:</p>	<p>Revisado:</p>	<p>Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.</p>	<p>Actualización Fecha: 01/06/07</p>	<p>Pagina: 1 de 3</p>



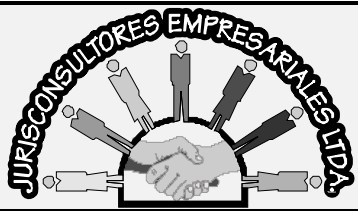
GERENTE GENERAL

**MANUAL DE
FUNCIONES**

RESPONSABILIDADES BASICAS

1	Asegurar la idoneidad del personal, mediante una adecuada selección y capacitación, en coordinación con la Junta de Socios.
2	Planear estratégicamente la gestión general de la empresa.
3	Realizar el seguimiento y control de los procesos bajo su responsabilidad, así como los de todos y cada uno de los diferentes puestos de trabajo.
4	Operativizar y ejecutar las políticas asignadas por la Junta de Socios.
5	Coordinar las áreas a su cargo y en general todas y cada una de las demás áreas de la empresa.
6	Propender por el mantenimiento de un adecuado clima organizacional en coordinación con la Junta de Socios.
7	Desarrollar la cultura de servicio que deben asumir los funcionarios de la empresa.
8	Procurar y administrar los recursos físicos de propiedad de la empresa.
9	Procurar y administrar los recursos financieros en coordinación con la Junta de Socios.
10	Dar orientación clara a los funcionarios en cuanto a metas e indicadores asignados por la Gerencia y Junta de Socios.
11	Velar por la entrega oportuna de información solicitada por la Junta de Socios.
12	Velar por el mejoramiento continuo de todos los procesos con el fin de apoyar la Gestión de la Calidad Total de le empresa.
13	

Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 2 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------



GERENTE GENERAL

**MANUAL DE
FUNCIONES**

COMPETENCIAS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES

NIVEL EDUCATIVO

Profesional con conocimientos en el área administrativa

HABILIDADES

- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Capacidad de comunicación
- Buena Presentación
- Alto poder de resolución
- Trabajo bajo presión
- Manejo de grupos
- Organización

CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

Conocimientos sobre legislación colombiana

EXPERIENCIA

Mínimo dos (2) años en cargo de coordinación

COMPETENCIAS BASICAS

COMPETENCIA/ NIVEL	ALTA	MEDIA	BAJA
AUTOCONTROL	X		
PRODUCTIVIDAD	X		
FLEXIBILIDAD	X		
INNOVACION	X		
PLANEACION	X		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	X		
FACILIDAD DE COMUNICACION	X		
CAPACIDAD DE ANALISIS	X		
ORGANIZACION	X		
SEGUIMIENTO	X		
USO EFECTIVO DEL TIEMPO	X		

Aprobado:



Revisado:

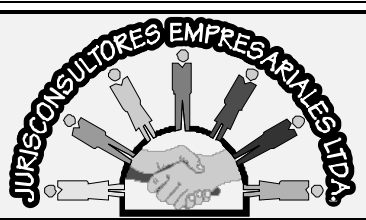
Elaborado:
JUAN CARLOS VEGA C.

Actualización
Fecha: **01/06/07**

Página:
3 de 3

Cuadro 56. Manual de Funciones Abogado

	<p>ABOGADO</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>		
<p>MISION DEL CARGO</p>				
<p>Asesorar, orientar y dar solución a los diferentes temas jurídico-legales, de acuerdo con la normatividad vigente, para defender los intereses de los clientes que acudan a la empresa así como asegurar que las decisiones y actos de la esta se ajusten a la reglamentación actual.</p>				
<p>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</p>				
<ul style="list-style-type: none"> ▣ Prestación de Servicios ▣ Gestión Administrativa (soporte) ▣ Gestión de Nómina (soporte) ▣ Gestión Jurídica 				
<p>INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR</p>				
<p>Insumos / Recursos</p>	<p>Proveedor</p>			
<p>Útiles y Papelería</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Software</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Hardware</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>				
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- ABOGADO[ABOGADO] </pre>				
<p>Aprobado:</p>	<p>Revisado:</p>	<p>Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.</p>	<p>Actualización Fecha: 01/06/07</p>	<p>Página: 1 de 3</p>



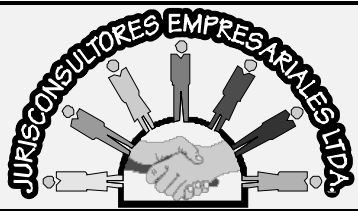
ABOGADO

**MANUAL DE
FUNCIONES**

RESPONSABILIDADES BASICAS

- | | |
|-----------|--|
| 1 | Asesorar, orientar y preparar respuestas para atender los diferentes procesos legales de los clientes que a la empresa lleguen con relación a los asuntos o actos jurídicos que consulten. |
| 2 | Atender consultas verbales de los diferentes clientes que consulten en la empresa en los asuntos jurídicos de su importancia. |
| 3 | Dar orientación clara a los clientes, tanto internos como externos, en cuanto a temas y asesorías jurídicas que estos consulten. |
| 4 | Atender recobros y demás procesos ejecutivos que los clientes soliciten a la empresa, mediante autorización de representación, ya sea el caso. |
| 5 | Mantener actualizado el archivo de normas de la empresa y la base de datos de procesos jurídicos. |
| 6 | Elaborar y revisar los distintos documentos que requieran los clientes que correspondan a la naturaleza de su cargo. |
| 7 | Realizar el seguimiento y control de los procesos bajo su responsabilidad. |
| 8 | Preparar informes y respuestas sobre los diferentes asuntos jurídicos de su área |
| 9 | Controlar los libros de procesos y mantener actualizados los archivos y bases de datos que se manejan en su área. |
| 10 | Entrega oportuna de informes solicitados por la Gerencia y Junta de Socios. |
| 11 | Velar por el mejoramiento continuo de todos los procesos a su cargo con el fin de apoyar el proceso de calidad conjunto de la empresa. |
| 12 | Asesorar, preparar respuestas y atender los diferentes procesos legales de la empresa en los asuntos o actos jurídicos que desarrolle. |
| 13 | Las demás funciones asignadas por el jefe inmediato, propias de su cargo. |

Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 2 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------



ABOGADO

**MANUAL DE
FUNCIONES**

COMPETENCIAS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES

NIVEL EDUCATIVO

Profesional con conocimientos en el área de la legislación colombiana.

HABILIDADES

- Ordenado en el desempeño de sus funciones
- Capacidad para trabajar en equipo
- Capacidad de comunicación
- Capacidad de análisis
- Buena Presentación
- Dinámico y recursivo
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Liderazgo

**CONOCIMIENTOS
ESPECIFICOS**

Conocimientos de Word y Office

EXPERIENCIA

Mínimo dos (2) años en el desempeño de responsabilidades dentro áreas similares

COMPETENCIAS BASICAS

COMPETENCIA/ NIVEL	ALTA	MEDIA	BAJA
AUTOCONTROL	X		
PRODUCTIVIDAD	X		
FLEXIBILIDAD	X		
INNOVACION	X		
PLANEACION	X		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	X		
FACILIDAD DE COMUNICACION	X		
CAPACIDAD DE ANALISIS	X		
ORGANIZACION	X		
SEGUIMIENTO	X		
USO EFECTIVO DEL TIEMPO	X		

Aprobado:

Revisado:

Elaborado:

JUAN CARLOS VEGA C.


Actualización

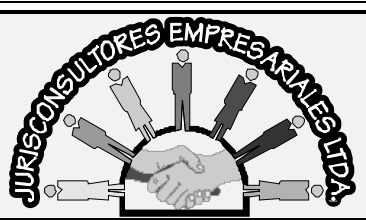
Fecha: **01/06/07**

Página:

3 de 3

Cuadro 57. Manual de Funciones Profesional en Administración o Contaduría Pública

	<p>PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN O CONTADURÍA PÚBLICA</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>		
<p>MISION DEL CARGO</p>				
<p>Llevar a cabo con eficiencia y oportunidad la orientación de clientes que a la empresa lleguen en busca de asesoría en materia empresarial buscando el óptimo desarrollo de herramientas que satisfagan las necesidades del cliente.</p>				
<p>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</p>				
<ul style="list-style-type: none"> ▣ Prestación de Servicios ▣ Gestión Administrativa (soporte) ▣ Gestión Comercial (soporte) ▣ Gestión Contable (soporte) ▣ Gestión de Operaciones 				
<p>INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR</p>				
<i>Insumos / Recursos</i>	<i>Proveedor</i>			
Útiles y Papelería	Gerencia			
Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)	Gerencia			
Recursos Tecnológicos Software	Gerencia			
Recursos Tecnológicos Hardware	Gerencia			
<p>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>				
<div style="border: 1px solid black; width: 200px; margin: 0 auto; padding: 5px; text-align: center;"> <p>GERENTE</p> </div> <div style="border: 1px solid black; width: 200px; margin: 10px auto; padding: 5px; text-align: center;"> <p>ADMINISTRADOR O CONTADOR PÚBLICO</p> </div>				
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Pagina: 1 de 3



**PROFESIONAL EN
ADMINISTRACIÓN O
CONTADURÍA PÚBLICA**

**MANUAL DE
FUNCIONES**

RESPONSABILIDADES BASICAS

1	Asegurar la prestación óptima de asesorías empresariales a todas aquellas personas naturales y jurídicas que acudan buscando este servicio
2	Recepcionar y archivar la documentación que los clientes aporten en el desarrollo de las diferentes asesorías que se le brinden.
3	Organizar las diferentes actividades para el desarrollo de la prestación de capacitaciones empresariales e investigación de mercados.
4	Gestionar el proceso de selección y contratación de personal para la prestación de los servicios que se ofrezcan y que requieran de personal adicional.
5	Realizar el seguimiento y control de los procesos bajo su responsabilidad.
6	Preparar informes y respuestas sobre los diferentes procesos de su área y cargo.
7	Controlar los libros de registro de asesorías que se presten y mantener actualizados los archivos y bases de datos que se manejan en su área.
8	Procurar y administrar los recursos físicos de propiedad de la empresa.
9	Elaborar y revisar los distintos documentos que requieran los clientes que correspondan a la naturaleza de su cargo.
10	Realizar el seguimiento y control de los procesos bajo su responsabilidad.
11	Velar por la entrega oportuna de informes solicitado por la Gerencia y Junta de Socios.
12	Velar por el mejoramiento continuo de todos los procesos a su cargo con el fin de apoyar el proceso de calidad conjunto de la empresa.
13	Las demás funciones asignadas por el jefe inmediato, propias de su cargo.

Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 2 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------



**PROFESIONAL EN
ADMINISTRACIÓN O
CONTADURÍA PÚBLICA**

**MANUAL DE
FUNCIONES**

COMPETENCIAS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES

NIVEL EDUCATIVO

Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industria, Economía, Contaduría Pública o carreras afines a la gestión administrativa.

HABILIDADES

- Ordenado en el desempeño de sus funciones
- Capacidad para trabajar en equipo
- Capacidad de comunicación
- Capacidad de análisis
- Buena Presentación
- Dinámico y recursivo
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Liderazgo

**CONOCIMIENTOS
ESPECIFICOS**

Manejo de Windows y Office

EXPERIENCIA

Mínimo dos (2) años en cargo de coordinación

COMPETENCIAS BASICAS

COMPETENCIA/ NIVEL	ALTA	MEDIA	BAJA
AUTOCONTROL	X		
PRODUCTIVIDAD	X		
FLEXIBILIDAD	X		
INNOVACION	X		
PLANEACION	X		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	X		
FACILIDAD DE COMUNICACION	X		
CAPACIDAD DE ANALISIS	X		
ORGANIZACION	X		
SEGUIMIENTO	X		
USO EFECTIVO DEL TIEMPO	X		

Aprobado:


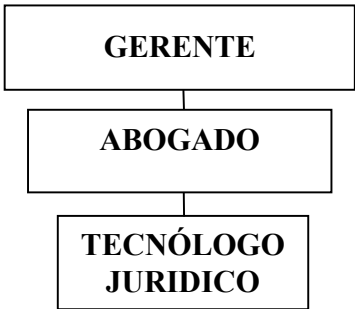
Revisado:

Elaborado:
JUAN CARLOS VEGA C.

Actualización
Fecha: **01/06/07**

Página:
3 de 3

Cuadro 58. Manual de Funciones Tecnólogo Jurídico

	<p>TECNÓLOGO JURÍDICO</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>		
<p>MISION DEL CARGO</p>				
<p>Asesorar, orientar y dar solución a los diferentes temas jurídico-legales, de acuerdo con la normatividad vigente, especialmente elaboración de derechos de petición y acciones de tutela de clientes que acudan a la empresa así como asegurar que los mismos se ajusten a la reglamentación actual.</p>				
<p>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</p>				
<ul style="list-style-type: none"> ▣ Prestación de Servicios ▣ Administrativos ▣ Operaciones 				
<p>INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR</p>				
<p>Insumos / Recursos</p>	<p>Proveedor</p>			
<p>Útiles y Papelería</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Software</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>Recursos Tecnológicos Hardware</p>	<p>Gerencia</p>			
<p>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</p>				
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- ABOGADO[ABOGADO] ABOGADO --- TECNÓLOGO_JURIDICO[TECNÓLOGO JURIDICO] </pre>				
<p>Aprobado:</p>	<p>Revisado:</p>	<p>Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.</p>	<p>Actualización Fecha: 01/06/07</p>	<p>Página: 1 de 3</p>



**TECNÓLOGO
JURÍDICO**

**MANUAL DE
FUNCIONES**

RESPONSABILIDADES BASICAS

1	Asesorar, orientar y preparar documentos para atender los diferentes requerimientos legales de los clientes que a la empresa acudan con relación a los asuntos o actos jurídicos que consulten, especialmente derechos de petición y acciones de tutela.
2	Atender consultas verbales de los diferentes clientes que consulten en la empresa en los asuntos jurídicos de su importancia.
3	Dar orientación clara a los clientes, en cuanto a temas y asesorías jurídicas que estos consulten y que sean de su capacidad resolutive.
4	Atender recobros y demás procesos ejecutivos que los clientes soliciten a la empresa, mediante autorización de representación, siempre y cuando sean de mínima cuantía, por la naturaleza de su cargo.
5	Mantener actualizado el archivo de su área y la base de datos de documentos jurídicos elaborados de su puesto de trabajo.
6	Realizar el seguimiento y control de los procesos bajo su responsabilidad.
7	Preparar informes y respuestas sobre los diferentes asuntos jurídicos de su área
8	Controlar los libros de procesos y mantener actualizados los archivos y bases de datos que se manejan en su área.
9	Entrega oportuna de informes solicitados por la Gerencia y Junta de Socios.
10	Velar por el mejoramiento continuo de todos los procesos a su cargo con el fin de apoyar el proceso de calidad conjunto de la empresa.
11	Asesorar, preparar respuestas y atender los diferentes procesos legales de la empresa en los asuntos o actos jurídicos que desarrolle.
12	Las demás funciones asignadas por el jefe inmediato, propias de su cargo.

Aprobado:

Revisado:

Elaborado:


Actualización

Página:

JUAN CARLOS VEGA C.

Fecha: **01/06/07**

2 de 3

	TECNÓLOGO JURÍDICO	MANUAL DE FUNCIONES	
COMPETENCIAS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES			
NIVEL EDUCATIVO	Tecnólogo Jurídico con conocimientos amplios en legislación colombiana		
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Facilidad de comunicación • Buena Presentación • Trabajo bajo presión • Capacidad de concentración • Capacidad de interactuar y relacionarse con los demás • Organización 		
CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS	Conocimiento amplio sobre legislación colombiana		
EXPERIENCIA	Mínimo un (1) años en su profesión.		
COMPETENCIAS BASICAS			
COMPETENCIA/ NIVEL	ALTA	MEDIA	BAJA
AUTOCONTROL	X		
PRODUCTIVIDAD	X		
FLEXIBILIDAD		X	
INNOVACION	X		
PLANEACION	X		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	X		
FACILIDAD DE COMUNICACION	X		
CAPACIDAD DE ANALISIS	X		
ORGANIZACION	X		
SEGUIMIENTO	X		
USO EFECTIVO DEL TIEMPO	X		
Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07
		Pagina: 3 de 3	

Cuadro 59. Manual de Funciones Secretaria



SECRETARIA

**MANUAL DE
FUNCIONES**

MISION DEL CARGO

Cumplir con la eficiencia y oportunidad en los procesos de buen trato y momentos de la verdad que los clientes tengan con la empresa, así como proyectar la pulcritud en sus instalaciones para el buen desarrollo de las actividades de sus funcionarios y normal ejercicio de esta.

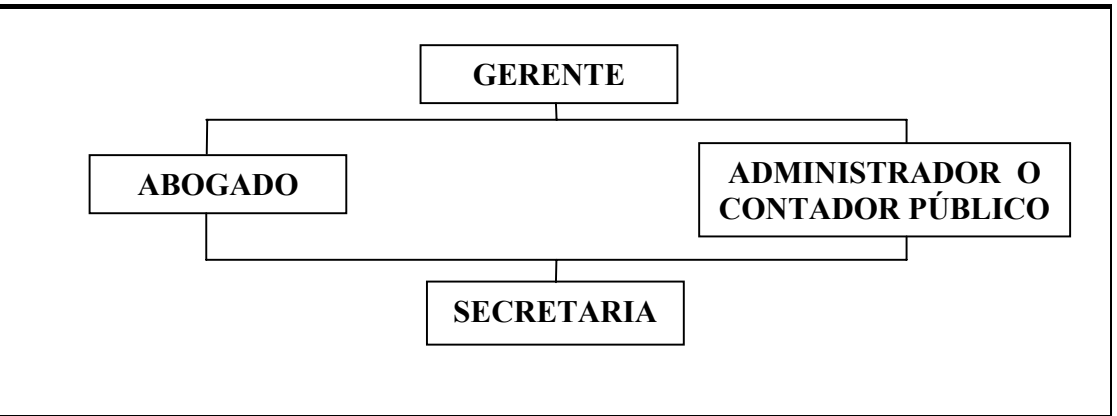
PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE

- ▣ Prestación de Servicios
- ▣ Administrativa
- ▣ Operativa

INSUMOS Y RECURSOS REQUERIDOS Y SU PROVEEDOR

<i>Insumos / Recursos</i>	<i>Proveedor</i>
Útiles, Libros y Papelería Preimpresa	Gerencia
Puesto de Trabajo (Escritorio – Silla)	Gerencia
Recursos Tecnológicos Software	Gerencia
Recursos Tecnológicos Hardware	Gerencia

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Aprobado:

Revisado:

Elaborado:
JUAN CARLOS VEGA C.

Actualización
Fecha: **01/06/07**

Pagina:
1 de 3



SECRETARIA

**MANUAL DE
FUNCIONES**

RESPONSABILIDADES BASICAS

1	Asegurar el buen trato y amabilidad que debe brindársele al cliente en el primer contacto que tenga con la empresa.
2	Asegurar el correcto direccionamiento de los clientes hacia el profesional indicado para la prestación directa del servicio que este busca.
3	Recepcionar, direccionar y archivar la documentación que llegue a la empresa
4	Manejar correspondencia enviada y recibida, así como la organización del archivo para mantener la documentación.
5	Codificar, registrar, cobrar y archivar correctamente las facturas de venta, los comprobantes de egreso e ingreso de la empresa.
6	Propender por el mantenimiento adecuado de las instalaciones, siempre con niveles altos de pulcritud así como el manejo óptimo de la cafetería.
5	Mantener actualizado el archivo de su área y la base de datos de documentos de su puesto de trabajo.
6	Realizar el seguimiento y control de los procesos bajo su responsabilidad.
7	Preparar informes y respuestas sobre los diferentes asuntos de su área
9	Entrega oportuna de informes solicitados por la Gerencia y Junta de Socios.
10	Velar por el mejoramiento continuo de todos los procesos a su cargo con el fin de apoyar el proceso de calidad conjunto de la empresa.
11	Asesorar, preparar y atender los diferentes eventos de la empresa en los asuntos administrativos que desarrolle.
12	Las demás funciones asignadas por el jefe inmediato, propias de su cargo.

Aprobado:

Revisado:

Elaborado:

JUAN CARLOS VEGA C.

Actualización

Fecha: **01/06/07**

Página:

2 de 3



SECRETARIA

**MANUAL DE
FUNCIONES**

COMPETENCIAS TÉCNICAS Y/O PROFESIONALES

NIVEL EDUCATIVO

Bachiller Académico con estudios técnicos o tecnológicos en el área contable o administrativa

HABILIDADES

- Trabajo en equipo
- Facilidad de comunicación
- Buena Presentación
- Trabajo bajo presión
- Capacidad de concentración
- Capacidad de interactuar y relacionarse con los demás
- Organización

CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

Dominio de Windows y Office, especialmente hoja electrónica.
Conocimiento de la codificación y registro de todas las operaciones contables

EXPERIENCIA

Mínimo dos (2) años en cargo similares

COMPETENCIAS BASICAS

COMPETENCIA/ NIVEL	ALTA	MEDIA	BAJA
AUTOCONTROL	X		
PRODUCTIVIDAD	X		
FLEXIBILIDAD		X	
INNOVACION	X		
PLANEACION	X		
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	X		
FACILIDAD DE COMUNICACION	X		
CAPACIDAD DE ANALISIS	X		
ORGANIZACION	X		
SEGUIMIENTO	X		
USO EFECTIVO DEL TIEMPO	X		

Aprobado:	Revisado:	Elaborado: JUAN CARLOS VEGA C.	Actualización Fecha: 01/06/07	Página: 3 de 3
-----------	-----------	--	---	--------------------------

4.3.3. Asignación Salarial

En ella se tuvieron aspectos como el nivel de estudios, los requisitos del cargo, los indicadores de gestión a llevar y basados en las ofertas existentes en el mercado y normatividad vigentes sobre salario mínimo legal; además se tendrán en cuenta los siguientes indicadores de ineludible cumplimiento por parte del empleador a las diferentes entidades y sistemas del estado:

- ❖ **Aportes Seguridad Social.** Equivalente a la Administradora de Fondos de Pensiones (AFP[IVM]) 11.625%, Entidad Promotora de Salud (EPS[EGM]) 8,5% y Administradora de Riesgos Profesionales (ARP[ATEP]) 0.522%; para un total del 20,647%.
- ❖ **Aportes Parafiscales.** Equivalente a Caja de Compensación Familiar (CCF) 4%, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) 3% y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) 2%; para un total del 9%.
- ❖ **Costos Prestaciones Sociales.** Cesantías (8.33%), Intereses sobre Cesantías (1%), Prima de servicios (8.33%) y Prima de Vacaciones (4.16%).

4.3.3.1. Asignación Salarial Mano de Obra Directa

Cuadro 60. Estructura Salarial Mano de Obra Directa

APORTES PATRONALES Y PRESTACIONES SOCIALES				
Personal Operativo	Salario Mensual (\$)	Aportes Seguridad Social (%)	Aportes Parafiscales (%)	Prestaciones Sociales (%)
		20,647%	9%	21,82%
ABOGADO	1'500.000	309.705	135.000	327.300
PROFESIONAL (CONTAB. O ADMÓN.)	1'200.000	247.764	108.000	261.840
TECNOLOGO JURIDICO	800.000	165.176	72.000	174.560
TOTAL	3'500.000	722.645	315.000	763.700

4.3.3.2. Asignación Salarial Mano de Obra Indirecta

Cuadro 61. Estructura Salarial de la Mano de Obra Indirecta

APORTES PATRONALES Y PRESTACIONES SOCIALES				
Personal Operativo	Salario Mensual	Aportes Seguridad Social	Aportes Parafiscales	Prestaciones Sociales
		28,522%	9%	21,82%
GERENTE	2'000.000	570.440	180.000	436.400
SECRETARIA	500.000	142.610	45.000	109.100
TOTAL	2'500.000	713.050	225.000	545.500

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.2. INVERSIONES

5.1.1. Inversión Fija

Se asumen todas las compras de elementos indispensables para poner en funcionamiento el proyecto, clarificando cuales son las necesidades iniciales de capital.

5.1.1.1. Terreno. La necesidad de terreno no esta incluida en el proyecto ya que esto implicaría una inversión de gran magnitud y no se considera pertinente hacerla con la puesta en marcha del proyecto pero no se descarta del todo ya que en el largo plazo es una necesidad de la empresa si su gran dinamismo y crecimiento lo requieren para la construcción de un edificio que proyecte la futura demanda y oferta del mercado.

5.1.1.2. Construcción y adecuación. Ya determinada la localización de la futura empresa, se ha establecido la necesidad de hacer adecuaciones, las cuales consisten en la creación de una oficina para el gerente con su respectiva sala de juntas, área de asesorías y una oficina de recepción (línea de frente o primer contacto), esto mediante el sistema de modulares, así mismo el local hace falta ponerlo a punto en cuanto a pintura y adecuaciones optimas incluido su baño.

Cuadro 62. Presupuesto de Construcción y Adecuación

Construcción y adecuación	Cantidad Metros ²	Valor unitario	Total
Modulares	20	160.000	3.200.000
Pintura	100	9.000	900.000
Acabados del baño	1	200.000	200.000
Total			4.300.000

5.1.1.3. Muebles, Enseres y Equipo de Oficina

Comprende las inversiones necesarias para la prestación del servicio, así como los equipos correspondientes a los servicios complementarios, y los demás necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, también trata de la dotación de sillas, mesas y estanterías en la oficina, y el área de espera necesarias para el buen desempeño de la futura empresa así como todo el equipo de oficina: computadores, impresoras, fax, teléfono, etc.; estos artículos se cotizaron en la carpintería de Oscar Orlando Ayala en el municipio de Málaga, Almacén Éxito en la ciudad de Bucaramanga y Compugreiff ubicado en el Centro Comercial de Alta Tecnología en la ciudad de Bogotá.

Cuadro 63. Presupuesto de Muebles, Enseres y Equipo de Oficina

N°	Descripción	Cantidad (Unidades)	Valor Unitario Pesos (\$)	Valor Total Pesos (\$)
	Área De Gerencia y Juntas			
1	Sillas Fijas	8	250.000	2'000.000
2	Mesa de Juntas	1	800.000	800.000
3	Escritorio	1	750.000	750.000
4	Silla Giratoria	1	450.000	450.000
5	Computador Completo	1	2'600.000	2'600.000
6	Impresora Multifuncional	1	500.000	500.000
7	Telefax	1	500.000	500.000
8	Mueble Computador	1	500.000	500.000
9	Mueble Archivador	1	400.000	400.000
10	Mueble Biblioteca	1	400.000	400.000
	Área De Asesorías			
11	Escritorio	3	400.000	1'200.000
12	Silla Giratoria	3	250.000	750.000
13	Computador Completo	3	2'300.000	6'900.000
14	Sillas de espera	6	150.000	900.000

	Área de Recepción y Secretaría			
15	Escritorio	1	350.000	350.000
16	Silla Giratoria	1	200.000	200.000
17	Computador Completo	1	2'000.000	2'000.000
18	Impresora Multifuncional	1	500.000	500.000
19	Mueble Archivador	1	300.000	300.000
20	Silla de espera	4	150.000	600.000
21	Teléfono	1	100.000	100.000
	Otros			
22	Nevera	1	800.000	600.000
23	Cafetera	1	150.000	150.000
24	Dispensador de Agua	1	200.000	200.000
25	Registradora	1	600.000	600.000
26	Probador De Billetes	1	50.000	50.000
27	Extintores	2	300.000	600.000
	Total			24'900.000

5.1.1.4. Total de Inversión Fija. Hace referencia a la sumatoria de los costos equivalentes a los terrenos, la maquinaria, equipos, construcciones, muebles y herramientas considerados como necesarios para poner en marcha la futura empresa.

Cuadro 64. Total Inversión Fija

DESCRIPCION	VALOR (\$)
Inversiones fijas	29'200.000
No Depreciables	0
Depreciables	29'200.000

5.1.2. Inversión Diferida

Incluye todos los gastos necesarios para poner en funcionamiento la empresa, esto contiene los gastos del presente estudio, los gastos de puesta en marcha, que reúne el presupuesto de lanzamiento, y lo referente a la legalización de la empresa como constitución, inscripción en cámara de comercio, el pago de licencias y lo referente a la inscripción y pago del impuesto de Industria y Comercio. Como existe cierto nivel de incertidumbre se ha considerado una partida de imprevistos del 10% del la sumatoria de los gastos por estudios y de los gastos de puesta en marcha para sanear este proceso.

Cuadro 65. Presupuesto de Inversiones Diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS	En Pesos (\$)
Estudios	2'500.000
Gastos de Organización	1'000.000
Gastos de Montaje	0
Gastos de Puesta en Marcha	2'500.000
Capacitación	0
Imprevistos (10%)	600.000
Total	6'600.000

5.1.3. Inversión de Capital de Trabajo

Corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo; es decir corresponde a la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos de los egresos con respecto a los ingresos.

Cuadro 66. Política de Cartera

Política de Cartera	Días	%	Días de Cartera
Contado	5	90	4,5
Crédito	30	10	3
Total		100	7,5

Cuadro 67. Política de Inventarios

Días De Periodo	360
Días De Insumos	1

Cuadro 68. Política de Efectivo

Días De Periodo	360
Días De Efectivo	4

Cuadro 69. Política de Inversión Fija

Año 3	5'000.000
Año 5	7'000.000
Año 7	9'000.000
Año 9	11'000.000

5.1.3.1. Costos de producción

5.1.3.1.1. Materiales Directos.

Hace referencia a las necesidades de insumos que tendrá la empresa anualmente, estos recursos son referenciados en el numeral 3.3.5.2.2 recursos de insumos. Por lo que a continuación se hace un resumen de los costos por área.

Cuadro 70. Presupuesto de Insumos

Insumos	Costo total (\$)
Área de Gerencia	1'392.000
Área de Asesorías	2'592.000
Área de Secretaría	108.000
Total	4'092.000

5.1.3.1.2. Mano Obra Directa

Se estima la cantidad de empleados que participan directamente en la prestación de los servicios los cuales son un (1) abogado(a), un (1) profesional (Administrador o Contador Publico) y un Tecnólogo Jurídico(a) los cuales devengan el salario de acuerdo a su nivel

de estudios, experiencia y la estructura salarial definida anteriormente y descrita en manual de funciones.

Cuadro 71. Presupuesto Mano de Obra Directa.

CARGO	Numero de Cargos	Costos Total Mes (\$)	Costo Total Anual(\$)
ABOGADO	1	1'500.000	18'000.000
PROFESIONAL (CONTAB. O ADMÓN.)	1	1'200.000	14'400.000
TECNOLOGO JURIDICO		800.000	9'600.000
Total			41'600.000

5.1.3.1.2.1. Prestaciones Mano Obra Directa

Lo constituyen todos los aportes obligatorios a la Seguridad Social, los aportes parafiscales y las Prestaciones Sociales a que tiene derecho todo trabajador según el Código Sustantivo del Trabajador

Cuadro 72. Prestaciones Mano de Obra Directa

Aportes Seguridad Social (\$)	Aportes Parafiscales (\$)	Costos Prestaciones Sociales (\$)	Costo Total Mes (\$)	Costo Total Anual (\$)
20,647%	9%	21,82%	51.467%	X 12
309.705	135.000	327.300	772.005	9'264.060
247.764	108.000	261.840	617.604	7'411.248
165.176	72.000	174.560	411.736	4'940.832
722.645	315.000	763.700	1'801.345	21'616.140

5.1.3.1.3. Costos Indirectos Fabricación

Están constituidos por la Mano de obra indirecta que necesita la empresa para su apoyo y operación y que presenta dificultad ya que cumple con funciones complementarias a las del personal operativo y según la estructura salarial se debe, también, asumir los costos indirectos de fabricación que corresponde a la seguridad social de los empleados (ESP, ARP y AFP), los aportes parafiscales (ICBF, SENA y CCF) y las prestaciones sociales de los trabajadores (Primas, Cesantías, Vacaciones e Interese de Cesantías).

5.1.3.1.3.1. *Mano de Obra Indirecta*

Salarios correspondientes al servicio que interviene indirectamente en la prestación del servicio de asesoría.

Cuadro 73. Presupuesto Mano De Obra Indirecta

CARGO	Numero de Cargos	Costo Total Mes (\$)	Costo Total Anual(\$)
Secretaria	1	500.000	6'000.000
Total			6'000.000

5.1.3.1.3.2. *Prestaciones Mano Obra Indirecta*

Aportes de seguridad social, aportes parafiscales y prestaciones sociales del personal correspondiente al servicio que interviene indirectamente en la prestación del servicio de asesoría.

Cuadro 74. Prestaciones Mano De Obra Indirecta

Aportes Seguridad Social (%)	Aportes Parafiscales (\$)	Costos Prestaciones Sociales (\$)	Costo Total Mes (\$)	Costo Total Anual (\$)
20,647%	9%	21,82%	51,467%	X 12
103.235	45.000	109.100	257.335	3'088.020
103.235	45.000	109.100	257.335	3'088.020

5.1.3.1.3.3. *Mantenimiento*

Corresponde a un rubro del 1% del total de inversión destinado a pagos por reparaciones de los equipos y muebles con los que cuenta la empresa.

Cuadro 75. Presupuesto de Mantenimiento

MANTENIMIENTO	COSTO MES	MESES	COSTO TOTAL
Equipo de Oficina	249.000	4	996.000
TOTAL			996.000

5.1.3.1.3.4. Depreciación

Se ha determinado el tiempo de desgaste de las inversiones que la futura empresa realiza con el fin de establecer un proceso de recuperación de las inversiones dentro de un proceso contable donde se toma cada una de las inversiones y se dividen en el periodo de tiempo de vida establecido para el mismo; este tiempo oscila entre los 5 y los 10 años según la magnitud del proyecto.

Cuadro 76. Presupuesto de Depreciación

	Tiempo De Depreciación (Años)	Depreciación Anual
Construcciones Y Obras Civiles	10	430.000
Muebles, Enseres y Equipos de Oficina	5	4'980.000
Total		5'410.000

5.1.3.1.3.5. Servicios

El cálculo de los servicios se deriva de un presupuesto en donde se consideran los que el centro de asesorías va a utilizar y los que en el municipio se encuentran disponibles, así mismo se tuvo en cuenta los costos y tarifas de estos y se investigo el costo mensual que se paga en otros locales del mismo edificio para poder establecer una estructura de costos para los servicios.

Cuadro 77. Presupuesto de Servicios

Servicio	Costo Unitario	Cantidad Meses	Costo Total
Arriendo	450.000	12	5'400.000
Energía Eléctrica	150.000	12	1.800.000
Agua	50.000	12	600.000
Teléfono	100.000	12	1.200.000
Internet	100.000	12	2.400.000
Total			11'400.000

5.1.3.1.3.6. Amortización de Diferidos

Estos costos se obtienen de dividir cada una de las inversiones diferidas en el periodo estipulado para su saldo.

Cuadro 78. Presupuesto de Amortización de Diferidos

	Tiempo Depreciación Años	Depreciación Anual
Estudios	5	500.000
Gastos De Puesta En Marcha	5	500.000
Gastos de Organización	5	200.000
Imprevistos	5	120.000
Total		1'320.000

5.1.3.1.3.7. Impuestos

En el municipio de Málaga es necesario cubrir unos gastos legales para mantener en funcionamiento el centro, estos datos fueron otorgados por el despacho del alcalde por intermedio del departamento de tesorería municipal.

Cuadro 79. Presupuesto de Impuestos

Impuestos	Costo Total
Industria y Comercio, Avisos y Tableros	48.000
Licencia De Funcionamiento	12.000
Uso De Suelos	18.000
Inscripción	40.000
Total	118.000

5.1.3.1.3.8. Total Costos De Producción

Estos se determinan mediante una sumatoria del total de los costos involucrados directamente en el proceso del servicio y los gastos adicionales generados por la labor del centro de estética.

Cuadro 80. Presupuesto del Costo Total de Producción

COSTO DIRECTO DE PRODUCCION	PESOS (\$)
Insumos	4'092.000
Mano de Obra Directa	41'600.000
Aportes Seguridad Social y Parafiscales y Prestaciones Sociales	21'616.140
Total	67'308.140
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta	6'000.000
Aportes Seguridad Social y Parafiscales y Prestaciones Sociales	3'088.020
Total	9'088.020
OTROS GASTOS INDIRECTOS	
Depreciación de Fabrica	5'410.000
Servicios	11'400.000
Mantenimiento	996.000
Impuestos	118.000
Amortización de Diferidos	1'320.000
Total	19'244.000
TOTAL COSTOS DEL SERVICIO	95'640.160

5.1.3.2. Gastos de Administración y Ventas

El centro debe destinar recursos que garanticen la gestión del mismo y además sostengan una infraestructura comercial para mantenerse competitivo; se ha determinado en la estructura salarial un gerente con un salario de \$2'000.000 mensuales y un recurso para gastos de ventas del 5% de total anual de las mismas.

Cuadro 81. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Salarios	24'000.000
Aportes Seguridad Social y Parafiscales y Prestaciones Sociales (51,467%)	12'352.080
Otros (Papelería membretada, Facturación, Comprobantes, Libros etc.)	1'500.000
Total	37'852.080

GASTOS DE VENTAS	
5 % de las Ventas	7'755.000
Total	7'755.000

5.1.3.3. Gastos Financieros

Comprende las obligaciones contraídas por el centro en la adquisición del crédito por un valor de \$27'300.000; por el pago de intereses durante el periodo de amortización del mismo.

Cuadro 82. Presupuesto de Gastos Financieros

Año	1	2
Intereses	\$5'542.385	\$2'164.687

5.1.3.4. Total Capital de Trabajo

Se ha estipulado que es suficiente tener efectivo para atender las necesidades de 4 días de servicio, así mismo se determinó que los mecanismos de suministros de insumos son adecuados lo que implica mantener un inventario de 10 días como medida de precaución; en cuanto a las cuentas por cobrar el centro maneja una política de mínimos créditos lo que implica que solo 7.5 días se tendrá en cartera; los cálculos de estos costos se determinaron mediante las formulas descritas en el cuadro siguiente.

Cuadro 83. Presupuesto de Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	DESCRIPCIÓN FORMULA
Efectivo	$\frac{\text{Costos del Servicio}}{\text{Días Periodo}} \times \text{Días de Efectivo}$ $\frac{\$95'640.160}{360} \times 4 = \$1'062.668$

Inventario de Insumos	$\frac{\text{Costos Insumos}}{\text{Días Periodo}} \times \text{Días de Insumos}$ $\frac{\$4'092.000}{360} \times 10 = \113.667
Cartera	$\frac{\text{Ventas Totales}}{\text{Días Periodo}} \times \text{Días de Cartera}$ $\frac{\$155'100.000}{360} \times 7.5 = \323.125
TOTAL	\$1'499.460

5.1.4. *Inversión Total*

Corresponde a la sumatoria de todas las inversiones fijas y diferidas junto con el capital de trabajo calculado:

Cuadro 84. Presupuesto Total de Inversiones

INVERISIONES FIJAS	29'200.000
INVERSIONES DIFERIDAS	6'600.000
CAPITAL DE TRABAJO	1'499.460
FLUJO DE INVERSION	37'299.460

5.1.5. *Fuentes de Financiación*

Se determino que el proponente del proyecto al momento de constituirse la sociedad con otro socio cada uno aportará partes iguales correspondientes a cincuenta (50) acciones a razón de cien mil pesos (\$100.000) cada una para un total aportado inicialmente por los

dos socios de \$10'000.000 y el excedente se recurrirá a la banca comercial específicamente Bancolombia ya que el autor del proyecto es cliente de dicha entidad, además por la facilidad con que son otorgados los recursos y por el interés que se estimó como bajo, con respecto a otras entidades financieras.

Cuadro 85. Presupuesto Plan de Financiación

Descripción	Porcentaje	Valor (\$)
Recursos Propios (Acciones)	26,81%	\$10'000.000
Crédito	73,19%	\$27'299.460
Total	100%	\$37'299.460

5.1.5.1 Crédito Para Proyectos Productivos De Bienes y Servicios Bancolombia

Es un crédito exclusivo para clientes que deseen y demuestre la constitución de un proyecto productivo viable y que deben cumplir con lo establecido a continuación:

- ❖ Asistencia a un programa de formación no formal y acreditar su participación en el mismo.
- ❖ Radicar el plan de empresa elaborada bajo la metodología desarrollada por la Unidad de Proyectos.
- ❖ Diligenciar la solicitud de crédito.
- ❖ Entregar los documentos para la garantía

Una vez realizado esto el director de la seccional del banco realiza una preevaluación y le da viabilidad si el monto es inferior a 20 salarios mínimos legales mensuales vigentes, si el monto es superior a 20 e inferior a 50 SMLV, la aprobación la hará la oficina regional, si el monto supera esta cifra la Unidad de Proyectos realiza un análisis técnico – financiero al plan, el cual si es viable lo aprueban y el departamento Comercial aprueba el desembolso de los recursos al asociado.

a. Monto máximo de crédito por empresa: hasta el 100% de las necesidades del beneficiario del crédito; por consiguiente, se hará la solicitud por el 73.19% que equivale

a un valor de \$27'300.000 que es el excedente después de los aportes de los dos socios fundadores y que busca cubrir las necesidades de inversión del centro de asesorías.

b. Plazo del crédito: existe la posibilidad de negociar la deuda a 12, 24, 36 y hasta 60 meses, pero para el caso del presente proyecto se tendrá en cuenta un plazo de 24 meses, solamente.

c. Amortización: Mensual a una tasa de interés del 25,12% Efectiva Anual

Ver tabla 13 en la siguiente pagina la cual muestra el comportamiento de la amortización del presente crédito.

Tabla 13. Amortización del Crédito

MES	SALDO	ABONO K'	CUOTA	% MES
0	\$ 27'300.000	\$0	\$ 0	\$ 0
1	\$ 26'412.852	\$ 887.148	\$ 1'458.628	\$ 571.480
2	\$ 25'507.133	\$ 905.719	\$ 1'458.628	\$ 552.909
3	\$ 24'582.455	\$924.678	\$ 1'458.628	\$ 533.949
4	\$ 23'638.420	\$944.035	\$ 1'458.628	\$ 514.593
5	\$ 22'674.623	\$963.797	\$ 1'458.628	\$ 494.831
6	\$ 21'690.650	\$983.973	\$ 1'458.628	\$ 474.655
7	\$ 20'686.080	\$1'004.570	\$ 1'458.628	\$ 454.058
8	\$ 19'660.481	\$1'025.599	\$ 1'458.628	\$ 433.029
9	\$ 18'613.412	\$1'047.069	\$ 1'458.628	\$ 411.559
10	\$ 17'544.425	\$1'068.987	\$ 1'458.628	\$ 389.641
11	\$ 16'453.060	\$1'091.365	\$ 1'458.628	\$ 367.263
12	\$ 15'338.849	\$1'114.211	\$ 1'458.628	\$ 344.418
TOTAL AÑO 1	-	\$11'961.151	\$17'503.536	\$5'542.385
13	\$ 14'201.314	\$1'137.535	\$ 1'458.628	\$ 321.093
14	\$ 13'039.967	\$1'161.347	\$ 1'458.628	\$ 297.281
15	\$ 11'854.309	\$1'185.658	\$ 1'458.628	\$ 272.970
16	\$ 10'643.831	\$1'210.478	\$ 1'458.628	\$ 248.150
17	\$ 9'408.013	\$1'235.817	\$ 1'458.628	\$ 222.811
18	\$ 8'146.326	\$1'261.687	\$ 1'458.628	\$ 196.941
19	\$ 6'858.228	\$1'288.098	\$ 1'458.628	\$ 170.530
20	\$ 5'543.166	\$1'315.062	\$ 1'458.628	\$ 143.565
21	\$ 4'200.575	\$1'342.591	\$ 1'458.628	\$ 116.037
22	\$ 2'829.879	\$1'370.696	\$ 1'458.628	\$ 87.932
23	\$ 1'430.490	\$1'399.389	\$ 1'458.628	\$ 59.239
24	\$ 0	\$1'430.490	\$ 1'458.628	\$ 28.138
TOTAL AÑO 2	-	\$15'338.849	\$17'503.536	\$2'164.687

5.2. COSTOS

Dentro de la prestación de los servicios del centro de asesorías están identificados las dos clases de costos, los que están directamente relacionados con el servicio y los que complementan el servicio pero no hacen parte directa del mismo.

5.2.1. Costos Totales por Servicio

Los costos directos de los servicios están determinados por el uso de insumos y mano de obra directa; en el caso de los insumos se tomara el total de estos en las áreas de asesorías y secretaría y se dividirá por partes iguales para cada uno de los seis(6) productos de la empresa, algunos insumos son utilizados tanto en el área de asesorías como en el área de secretaría, al igual que su mano de obra, por lo tanto estos recursos fueron divididos, como ya se dijo, en partes iguales para los estos servicios.

Los otros costos se determinaron mediante el porcentaje estimado por el margen de ocupación de las personas que intervienen en la prestación del servicio de la siguiente manera:

Cuadro 86. Porcentaje de Ocupación del Cargo Según el Servicio Prestado

Descripción	Duración del proceso (horas)	Personas atendidas por día	Tiempo necesario por día (horas)	Porcentaje de Ocupación Día	Cargo responsable por el producto
Elaboración de Derechos de Petición	0.33	6	2	50%	Tecnólogo Jurídico
Elaboración Acciones de Tutela	0.5	4	2	50%	Tecnólogo Jurídico
Asesorías Jurídicas	0.5	8	4	100%	Abogado
Asesorías Empresariales	1	2	2	40%	Administrador
Capacitaciones Empresariales	2	1	2	40%	Administrador
Investigación de Mercados	8	0,125	1	20%	Administrador

Los demás gastos también se determinaran por el porcentaje estimado de ocupación de los mismos. Una vez determinado este porcentaje se multiplico el total de otros gastos de fabricación por el porcentaje de contribución y se determino la capacidad que tiene cada uno de los servicios y la venta de productos de asumir estos gastos.

El costo unitario por servicio se determina mediante la división del costo total entre el número de servicios a prestar o de productos a vender.

El precio de venta se estimó mediante un significativo descuento con respecto a la competencia ya que se trata de un centro que presta los servicios de una manera convencional, estos precios se encuentran dentro del intervalo de aceptación determinados por el estudio de demanda.

Para hallar el margen de utilidad se hizo mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Margen Utilidad} = 1 - \left(\frac{\text{Costo Unitario}}{\text{Precio Venta}} \right) * 100$$

5.2.1.1. Costos Totales Servicio de Elaboración de Derechos de Petición

Según los datos para los cálculos que se deben hacer se explica mejor que para este caso se toma la mitad de la ocupación de la persona encargada de este servicio y los insumos y demás gastos, como se comentó se dividirá por partes iguales en el número de productos ofertados, inicialmente seis (6). Y así para el total de productos.

Cuadro 87. Costos Totales del Servicio Elaboración Derechos de Petición

Costo del Servicio	Mes (\$)	Año (\$)
Costo Directo		
Insumos (1/6)		682.000
Mano De Obra Directa (50%) T.J.	400.000	4'800.000
Aportes y Prestaciones (51,467%)	207.848	2'494.170
Total		5'482.000
Costos Indirectos de Fab. (MOI)		
Mano de obra y prestaciones (1/6)		1'514.670
Total		1'514.670
Otros Costos Indirectos		
Varios		3'207.333
Total		3'207.333
Gran Total		10'204.003

Cuadro 88. Costo Unitario Servicio de Elaboración de Derechos de Petición

Servicios Prestados	Costo Unitario (\$)
1800	5.669

Cuadro 89. Precio de Venta Servicio de Elaboración de Derechos de Petición

Margen de Utilidad	43,3%	
Precio Venta		\$ 10.000

Precio del mercado \$30.000 (Alto)

5.2.1.2. Costos Totales Servicio de Elaboración de Acciones de Tutelas.

Cuadro 90. Costos Totales del Servicio de Elaboración de Acciones de Tutela

Costo de Servicio	Mes (\$)	Año (\$)
Costo Directo		
Insumos (1/6)		682.000
Mano De Obra Directa (50%) T.J.	400.000	4'800.000
Aportes y Prestaciones (51,467%)	207.848	2'494.170
Total		5'482.000
Costos Indirectos de Fab. (MOI)		
Mano de obra y prestaciones (1/6)		1'514.670
Total		1'514.670
Otros Costos Indirectos		
Varios		3'207.333
Total		3'207.333
Gran Total		10'204.003

Cuadro 91. Costo Unitario del Servicio de Elaboración de Acciones de Tutela

Servicios Prestados	Costo Unitario (\$)
1200	8.503

Cuadro 92. Precio de Venta Servicio de Elaboración de Acciones de Tutela

Margen De Utilidad	43,3%	
Precio Venta		\$ 15.000

Precio del mercado: \$50.000 (Muy Alto)

5.2.1.3. Costos Totales del Servicio de Asesorías Jurídicas

Cuadro 93. Costos Totales del Servicio de Asesoría Jurídica

Costo de Servicio	Mes (\$)	Año (\$)
Costo Directo		
Insumos (1/6)		682.000
Mano De Obra Directa (100%) Abog.	1'500.000	18'000.000
Aportes y Prestaciones (51,467%)	772.005	9'264.060
Total		27'946.060
Costos Indirectos de Fab. (MOI)		
Mano de obra y prestaciones (1/6)		1'514.670
Total		1'514.670
Otros Costos Indirectos		
Varios (1/6)		3'207.333
Total		3'207.333
Gran Total		32'668.063

Cuadro 94. Costo Unitario del Servicio de Asesoría Jurídica

Servicios Prestados	Costo Unitario (\$)
2400	13.612

Cuadro 95. Precio de Venta del Servicio de Asesoría Jurídica.

Margen De Utilidad	45,56%	
Precio Venta		\$ 25.000

Precio del mercado \$50.000 (Muy Alto)

5.2.1.4. Costos Totales Servicio de Asesorías Empresariales

Cuadro 96. Costos Totales del Servicio de Asesoría Empresarial

Costo de Servicio	Mes (\$)	Año (\$)
Costo Directo		
Insumos (1/6)		682.000
Mano De Obra Directa (40%) Administ.	480.000	5'760.000
Aportes y Prestaciones (51,467%)	247.042	2'965.500
Total		9'406.500
Costos Indirectos de Fab. (MOI)		
Mano de obra y prestaciones (1/6)		1'514.670
Total		1'514.670
Otros Costos Indirectos		
Varios (1/6)		3'207.333
Total		3'207.333
Gran Total		14'128.503

Cuadro 97. Costo Unitario del Servicio de Asesoría Empresarial

Servicios Prestados	Costo Unitario (\$)
600	23.548

Cuadro 98. Precio De Venta del Servicio de Asesoría Empresarial

Margen De Utilidad	21,51%	
Precio Venta		\$ 30.000

Precio del mercado: \$50.000 (Alto)

5.2.1.5. Costos Totales del Servicio de Capacitación Empresarial

Cuadro 99. Costos Totales del Servicio de Capacitación Empresarial

Costo de Servicio	Mes (\$)	Año (\$)
Costo Directo		
Insumos (1/6)		682.000
Mano De Obra Directa (40%) Administ.	480.000	5'760.000
Aportes y Prestaciones (51,467%)	247.042	2'965.500
Total		9'406.500
Costos Indirectos de Fab. (MOI)		
Mano de obra y prestaciones (1/6)		1'514.670
Total		1'514.670
Otros Costos Indirectos		
Varios (1/6)		3'207.333
Total		3'207.333
Gran Total		14'128.503

Cuadro 100. Costo Unitario del Servicio de Capacitación Empresarial

Servicios Prestados	Costo Unitario (\$)
300	47.095

Cuadro 101. Precio De Venta del Servicio de Asesoría Empresarial

Margen De Utilidad	52,91%	
Precio Venta		\$ 100.000

Precio del mercado: \$150.000 (Alto)

5.2.1.6. **Costos Totales del Servicio de Investigación de Mercados**

Cuadro 102. Costos Totales del Servicio de Investigación de Mercados

Costo de Servicio	Mes (\$)	Año (\$)
Costo Directo		
Insumos (1/6)		682.000
Mano De Obra Directa (40%) Administ.	240.000	2'880.000
Aportes y Prestaciones (51,467%)	123.562	1'482.750
Total		5'044.750
Costos Indirectos de Fab. (MOI)		
Mano de obra y prestaciones (1/6)		1'514.670
Total		1'514.670
Otros Costos Indirectos		
Varios (1/6)		3'207.333
Total		3'207.333
Gran Total		9'766.753

Cuadro 103. Costo Unitario del Servicio de Investigación de Mercados

Servicios Prestados	Costo Unitario (\$)
37	263.966

Cuadro 104. Precio de Venta del Servicio de Investigación de Mercados

Margen De Utilidad	12,01%	
Precio Venta		\$ 300.000

Precio del mercado: \$500.000 (Alto)

5.2.2. Costos Unitarios de Venta por Servicio

Cuadro 105. Costos Unitarios por Venta de Servicio

	Cantidad Vendida	Costo Unitario (\$)
Derechos de Petición	1800	5.669
Acciones de Tutela	1200	8.503
Asesorías Jurídicas	2400	13.612
Asesorías Empresariales	600	23.548
Capacitaciones Empresariales	300	47.095
Investigación de Mercados	37	263.966

5.2.3. Precio de Venta de los Productos

La idea de la futura empresa no es dañar el mercado con la introducción de precios muy por debajo de los de la competencia (ya existentes) porque a pesar del elevado margen de utilidad para la empresa esto apalancara los gastos de administración que son muy altos con la puesta en marcha del proyecto de la empresa y el porcentaje del mercado que inicialmente se quiere captar es del (25%); lo ideal es dar un producto con precios justos y que a la postre redunde en buena aceptación de la empresa y por ende aumento de sus ventas lo cual a futuro pondría a funcionar al 100% la capacidad instalada del proyecto y sus empleados y la utilidad y productividad de la organización aumentarían considerablemente.

Cuadro 106. Precio de Venta de Productos

Productos	Margen De Utilidad (%)	Precio De Venta (\$)	Precio Del Mercado (\$)
Derechos de Petición	43,3%	10.000	30.000
Acciones de Tutela	43,3%	15.000	50.000
Asesorías Jurídicas	45,56%	25.000	50.000
Asesorías Empresariales	21,51%	30.000	50.000
Capacitaciones Empresariales	52,91%	100.000	150.000
Investigación de Mercados	12,01%	300.000	500.000

5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1. Egresos proyectados

Representa todos los gastos determinados como necesarios durante la vida del proyecto, estos son tomados de los cuadros de costos y gastos mencionados con anterioridad y proyectados a 10 años con un ajuste en costos de fabricación y gastos de administración del 5% para cada año, equivalente a la posibilidad que el aumento salarial sea este porcentaje y el IPC (para insumos y servicios) también varíe dentro de este rango; en el caso de los gastos de ventas se tomara el 5% de las ventas proyectadas en el cuadro de ingresos.

Tabla 14. Egresos Proyectados (Miles de Pesos)

PERIODO (Año)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS DEL SERVICIO	95.640	100.422	105.443	110.715	116.251	122.063	128.167	134.575	141.304	148.369
GASTOS ADMINISTRATIVOS	37.852	39.745	41.732	43.818	46.009	48.310	50.725	53.262	55.925	58.721
GASTOS DE VENTAS	7.755	8.145	8.554	8.979	9.426	10.886	11.438	11.999	12.590	13.226
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	141.247	148.312	155.729	163.512	171.686	181.259	190.330	199.836	209.819	220.316

5.3.2. Ingresos Proyectados

Está representado por el dinero recibido por concepto de las ventas de servicios y están calculadas multiplicando el precio de ventas por la cantidad de servicio vendidos del centro año por año, así mismo se proyecta las mismas basados en un incremento de atención por cada año del 5% hasta llegar al 70% de producción y participación del mercado así:

Tabla 15. Servicios Proyectados (Unidades)

SERVICIO	Personas atendidas por día	Servicios por mes	Servicio por año 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Derechos de Petición	6	150	1800	1890	1985	2084	2188	2297	2412	2533	2659	2792
Acciones de Tutela	4	100	1200	1260	1323	1389	1458	1532	1608	1688	1773	1862
Asesorías Jurídicas	8	200	2400	2520	2646	2778	2916	3064	3216	3376	3546	3724
Asesorías Empresariales	2	50	600	630	661	695	729	766	804	844	886	931
Capacitaciones Empresariales	1	25	300	315	331	347	365	383	402	422	443	465
Investigación de Mercados	0,125	3	37	39	41	43	45	47	50	52	54	57

En cuanto a los precios, estos se mantendrán sin incrementos hasta el año quinto de la proyección y al año sexto los precios de los servicios en general tendrán un incremento del 10% solo por este año y el resto de la proyección se hará con base en estos nuevos precios ajustados.

Tabla 16. Ingresos Proyectados (Miles de Pesos).

PERIODO (Año)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Derechos de Petición	18.000	18.900	19.850	20.840	21.880	25.267	26.532	27.863	29.249	30.712
Acciones de Tutela	18.000	18.900	19.845	20.835	21.870	25.278	26.532	27.852	29.254	30.723
Asesoría Jurídica	60.000	63.000	66.150	69.450	72.900	84.260	88.440	92.840	97.515	102.410
Asesoría Empresarial	18.000	18.900	19.830	20.850	21.870	25.278	26.532	27.852	29.238	30.723
Capacitación Empresarial	30.000	31.500	33.100	34.700	36.500	42.130	44.220	46.420	48.730	51.150
Investigación de Mercados	11.100	11.700	12.300	12.900	13.500	15.510	16.500	17.160	17.820	18.810
Ventas Totales	155.100	162.900	171.075	179.575	188.520	217.723	228.756	239.987	251.806	264.528

5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Corresponde a la cantidad de ventas de servicios y productos en que los ingresos totales son iguales a los costos totales teniendo en cuenta el precio de venta da cada uno de los servicios.

Tabla 17. Punto de Equilibrio por Servicio

SERVICIO	1 Precio Unitario Pesos (\$)	2 Costos Directos Unitarios	3 Contribución (1) –(2)	4 Gastos Indirectos	5 Punto De Equilibrio (4) / (3)	Unidad
Derechos de Petición	10.000	3.046	6.954	4'722.003	679	servicios
Acciones de Tutela	15.000	4.568	10.432	4'722.003	453	servicios
Asesoría Jurídica	25.000	11.644	13.356	4'722.003	354	servicios
Asesoría Empresarial	30.000	15.678	14.322	4'722.003	330	servicios
Capacitación Empresarial	100.000	31.355	68.645	4'722.003	69	servicios
Investigación de Mercados	300.000	136.345	163.655	4'722.003	29	servicios

La futura empresa tiene unos gastos indirectos que ascienden a \$28'332.018 que para los cálculos para cada producto se hizo dividiendo en partes iguales este valor por el total de servicios (6); y todos y cada uno de los servicios tienen unos costos directos los cuales son divididos en la cantidad de ventas (por ejemplo las asesorías jurídicas tienen unos costos directos de \$27'946.060 y vende 2400 servicios la división de estos datos nos arroja el costo directo unitario estimado en \$11.644; para hallar el punto de equilibrio se toma el precio unitario y se le resta el costo directo unitario (1-2) para obtener la contribución 3, los gastos indirectos distribuidos según enunciado al comienzo genera la columna (4), el punto (5) se determina dividiendo (4) entre (3), este resultado se puede comprobar dividiendo (4) entre (5) y sumando el resultado con (2) para obtener un resultado igual o aproximados de (1).

El resultado obtenido en (5) representa la cantidad de servicios y productos a vender para cubrir los costos del centro de asesorías, dentro de este análisis se tienen en cuenta dos suposiciones, la primera radica en que los gastos indirectos son constantes y que los costos directos permanecen constantes por unidad de venta, la limitante de un punto de equilibrio radica en que los gastos indirectos pueden cambiar, aunque no a corto plazo, y que los costos directos normalmente fluctúan; por consiguiente el punto de equilibrio no corresponde a un análisis concluyente para manejar el centro pero constituye una herramienta que ayuda para enfocar el camino que debe transitar el proceso comercial para obtener resultados positivos

5.5. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero al proyecto permitiendo, aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero.

Los ingresos corresponden a las ventas totales sin tener en cuenta la cartera morosa la cual se debe recuperar en el mismo periodo lo que al finalizar nos da, sin contar con dicho ítem, el total de ingresos, lo correspondiente a los egresos se estipula el total de costos y gastos menos la amortización del crédito en los dos primeros años, para el caso de las cuentas por pagar no habrá ya que estas deben ser canceladas de contado como

lo son la compra de insumos, las cuales según política serán derogadas en el momento de la compra, al finalizar este proceso se obtiene los egresos totales; los ingresos menos los egresos dan como resultado la Caja Operacional, así mismo para hallar la caja final se tiene en cuenta las inversiones fijas para los años 3, 5, 7 y 9 para la recuperación de equipo de oficina que requiera actualización, los aportes de recursos y los recursos generados en la caja del periodo inmediatamente anterior. Los resultados del flujo de caja se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 18. Flujo de Caja Projectado (Miles de pesos)

Periodo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Periodo	155.100	162.900	171.075	179.575	188.520	217.723	228.756	239.987	251.806	264.528
(Cartera Comercial)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recaudo Cartera Periodo Anterior	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Ingresos Operacionales	155.100	162.900	171.075	179.575	188.520	217.723	228.756	239.987	251.806	264.528
Egresos Operacionales	141.247	148.312	155.729	163.512	171.686	181.259	190.330	199.836	209.819	220.316
Proveedores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Proveedores Periodo Anterior	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Egresos	141.247	148.312	155.729	163.512	171.686	181.259	190.330	199.836	209.819	220.316
Flujo De Caja Operacional	13.853	14.588	15.346	16.063	16.834	36.464	38.426	40.151	41.987	44.212
Inversión Fija	-29.200	0	-5.000	0	-7.000	0	-9.000	0	-11.000	0
Inversión Diferida	-6.600	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Inversión	-35.800	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo Después de Inversión	-21.947	14.580	10.346	16.063	9.834	36.464	29.426	40.151	30.987	44.212
Aportes Socios	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Crédito	27.300	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Abono De K	11.961	15.339	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses	5.542	2.165	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Fin	19.797	-17.504	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo Desp De Fin	-2.150	-2.924	10.346	16.063	9.834	36.464	29.426	40.151	30.987	44.212
Flujo Periodo Anterior	0	-2.150	-5.074	10.346	16.063	9.834	36.464	29.426	40.151	30.987
Caja Final	-2.150	-5.074	5.272	26.409	25.897	46.298	65.890	69.577	71.138	75.199

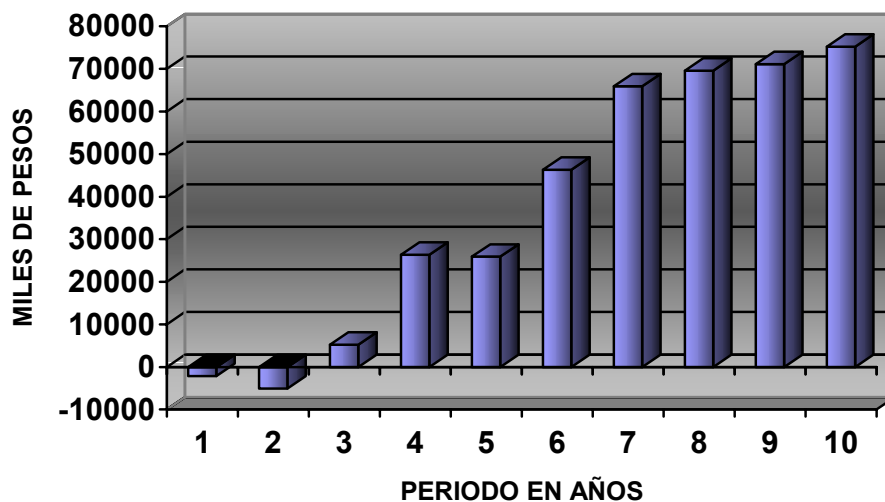


Figura 22. Flujo de Caja Proyectado

Se puede observar que para el año 1 la consecución de recursos para poner en marcha el centro genera un déficit normal debido a las inversiones necesarias para su puesta en marcha, el cual corresponde a los recursos que se utilizaran en el capital de trabajo, en el siguiente año el flujo también es negativo debido a la amortización total del préstamo en estos dos primeros años y que corresponde al periodo necesario para saldar las deudas adquiridas al iniciar el negocio; a partir del año 3 el centro presenta un flujo de caja positivo con una rentabilidad del 3% con respecto a las ventas, con un incremento gradual durante los siguientes años, presentando al final de año 10 una rentabilidad del 28,5% con respecto a las ventas.

Este flujo de caja será tenido en cuenta en la evaluación financiera para determinar el valor presente neto y la tasa interna de retorno

5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El estado de resultados determina la posible utilidad una vez realizados todos los procesos contables que se generan en el periodo, este estado de resultados determina tanto los ingresos como los egresos establecidos en el estudio financiero; así mismo el pago de intereses como gastos financieros establecidos y al igual que el pago de impuestos por ventas y la reserva legal para reinversión, también tiene en cuenta

la recuperación de las inversiones realizadas mediante la depreciación y la amortización; lo cual genera una utilidad Neta ajustada según el cuadro en la siguiente pagina. (Ver Tabla 19)

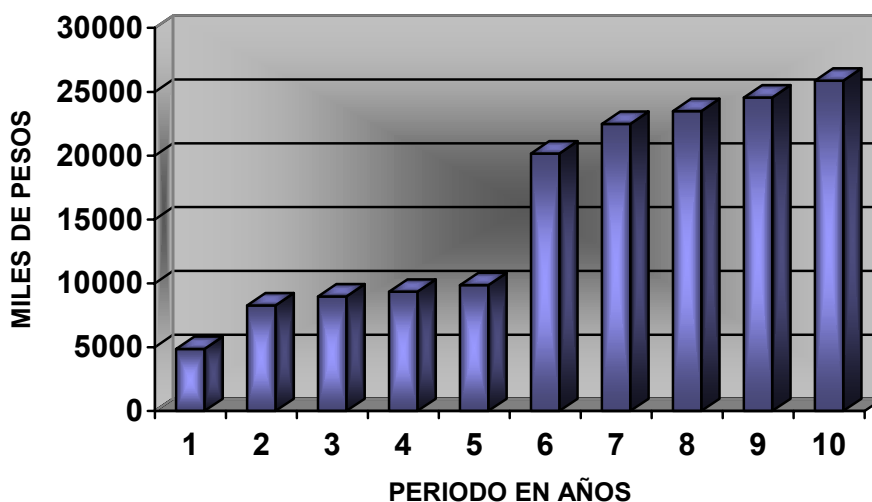


Figura 23. Estado de Resultados Proyectados

El estado de resultados ajustado es positivo, la utilidad por distribuir que es el real interés de los socios presenta el comportamiento descrito en la figura 23; en esta se muestra al año 1 como bueno a pesar que corresponde al año de estudio y consecución de recursos y compra de equipos ya que el margen es positivo, 3%, a pesar de todas las inversiones necesarias; en el año 2 muestra un margen positivo del 5,% con respecto a las ventas, a partir del año 3 se puede observar un crecimiento constante y positivo iniciando con el 5,25% en este y culminando con el 9,8% en el año 10, lo que implica la aparición de utilidades a repartir entre los socios del centro en todos y cada uno de los periodos y al finalizar su ejercicio.

El análisis con respecto a caja implica una utilidad operacional similar a la caja operacional salvo que en el estado de resultados se asumen el total de las ventas como realizadas y el total de costos como pagos, lo cual se ajusta a la realidad; en cuanto a la utilidad neta por distribuir y la caja final demuestra al centro de asesorías como una empresa que genera utilidades a partir del tercer año; y solo hasta el cuarto año genera la liquidez necesaria para asumir con reservas las operaciones financieras que las actividades comerciales del centro originan.

Tabla 19. Estado de Resultados Proyectados (Miles de Pesos)

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS POR VENTAS	155.100	162.900	171.075	179.575	188.520	217.723	228.756	239.987	251.806	264.520
COSTO TOTAL	141.247	148.312	155.729	163.512	171.686	181.259	190.330	199.836	209.819	220.310
UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMP	13.853	14.588	15.346	16.063	16.834	36.464	38.426	40.151	41.987	44.212
- INTERESES DE CREDITO	5.542	2.165	0	0	0	0	0	0	0	0
MARGEN AJUST. ANTES IMPUESTOS	8.311	12.423	15.346	16.063	16.834	36.464	38.426	40.151	41.987	44.212
IMPUESTOS (35%)	2.909	4.348	5.371	5.622	5.892	12.062	13.449	14.053	14.95	15.474
UTILIDAD NETA AJUSTADO	5.402	8.075	9.975	10.441	10.942	22.402	24.977	26.098	27.292	28.738
RESERVA LEGAL (10%)	540	807	997	1.044	1.094	2.240	2.498	2.610	2.729	2.874
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	4.862	8.268	8.978	9.336	9.848	20.162	22.479	23.488	24.563	25.864
+ AMORT DIFERIDOS.	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	0	0	0	0	0
+ RESERVA LEGAL	540	807	997	1.044	1.094	2.240	2.498	2.610	2.729	2.874
+ DEPRECIACIONES	5.410	5.410	5.410	5.410	5.410	430	430	430	430	430
UTILIDAD AJUSTADA	12.132	15.805	16.705	17.171	17.672	22.832	25.407	26.528	27.722	29.168

5.7. BALANCE GENERAL

Asume la evaluación total del centro teniendo en cuenta los resultados del flujo de caja, la presencia de cartera que se puede convertir en liquidez y los equipos, herramientas, e inversiones útiles que en el momento de liquidar la empresa se transforman en efectivo mediante su venta; esto se enfrenta a la totalización de todos los pasivos generados en el proceso contable, esto estima el total de patrimonio que tiene cada uno de los socios en los periodos evaluados (Ver Tabla 20)

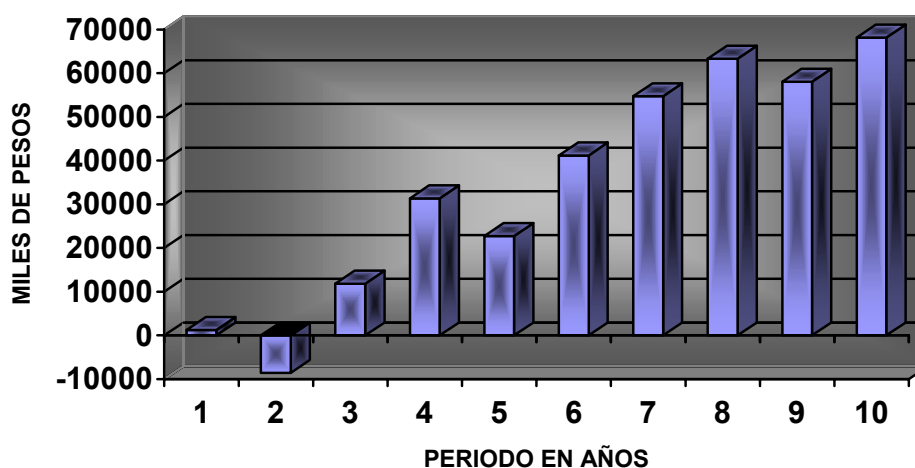


Figura24. Balance General Proyectado

La tabla 20 muestra el comportamiento del balance general debido a las siguientes razones:

La política de inversión fija para la reposición de equipos de oficina prevé que a partir del año 3 se invertirán \$5'000.000 en este rubro y cada dos años dicha inversión aumentara \$2'000.000 hasta llegar al año nueve con \$11'000.000 invertidos en este factor, los cuales se deben tener en cuenta en el cálculo del activo fijo y su depreciación.

La grafica con respecto al cuadro muestra una tendencia positiva hasta el año 10, a excepción del segundo año donde se termina de amortizar el crédito para la puesta en marcha del proyecto, debido a que el centro de asesorías cuenta con la capacidad de pagar oportunamente sus deudas y obligaciones, es decir que los activos corrientes disponibles o líquidos y los realizables permiten pagar los compromisos del ciclo normal de operaciones.

5.7.1. Razón de Liquidez

Para el cálculo del valor de la razón ácida se tomará el mismo de la razón corriente ya que la empresa por prestar servicios de asesorías no tiene inventarios que deba manejar cada año por tal motivo ambos valores, en el presente proyecto, serán exactamente iguales.

Cuadro 107. Razón de Liquidez Proyectado

Periodo Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Razón ácida		-0,23	0,51	4,70	2,01	3,84	4,60	2,94	4,95	2,74
Razón Corriente		-0,23	0,51	4,70	2,01	3,84	4,60	2,94	4,95	2,74

$$Razon\ Acida = \frac{Act\ Cte - Inventario}{Pasivo_Cte} \quad Razon\ Corriente = \frac{Activo\ Cte}{Pasivo\ Cte}$$

>1 es favorable = Liquidez

< 1 desfavorable = Ilíquida

La grafica con respecto al cuadro muestra una tendencia negativa hasta el segundo año debido a que el centro de asesorías no cuenta con la capacidad de pagar oportunamente sus deudas y obligaciones, es decir que los activos corrientes disponibles o líquidos y los realizables no permiten pagar los compromisos del ciclo normal de operaciones, debido a la amortización del crédito el cual se deberá pagar en los dos primeros años de operación.

El tercer año presenta una incertidumbre pues no indica un crecimiento real, es decir que es posible tanto que exista liquidez como que no exista.

A partir del cuarto año la grafica muestra un incremento lo que indica la existencia de liquidez, teniendo en cuenta los resultados de la tabla 18.

Tabla 20. Balance General Proyectado

Periodo	1	2	3	4	5	6	7	8
Activo Corriente (Caja)	-2.150	-5.074	5.272	26.409	25.897	46.298	65.890	69.5
Total Activo Corriente	-2.150	-5.074	5.272	26.409	25.897	46.298	65.890	69.5
Activo Fijo								
Construcciones y Obras Civiles	3.870	3.440	3.010	2.580	2.150	1.720	1.290	86
Muebles, Enseres y Equipo de Oficina	19.920	14.940	13.960	7.980	7.600	5.200	10.000	6.90
Total Activo Fijo	23.790	18.380	16.970	10.560	9.750	6.920	11.290	7.70
Total Activo Diferido	5.280	3.960	2.640	1.320	0	0	0	0
Total Activo	21.640	13.306	22.242	36.969	35.647	53.218	77.180	77.3
Pasivo								
Obligaciones Corto Plazo	17.504	17.504	5.000	0	7.000	0	9.000	0
Impuestos	2.909	4.348	5.371	5.622	5.892	12.062	13.449	14.0
Total Pasivo Corriente	20.413	21.852	10.371	5.622	12.892	12.062	22.449	14.0
Obligaciones Financiera Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Pasivos	20.413	21.852	10.371	5.622	12.892	12.062	22.449	14.0
Patrimonio	1.227	-8.546	11.871	31.347	22.755	41.156	54.731	63.2
Capital Socios	10.000	0	0	0	0	0	0	0
Crédito	27.300	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Neta	1.227	-8.546	11.871	31.347	22.755	41.156	54.731	63.2

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1. IMPACTO SOCIAL

El centro de asesorías generara beneficio tanto en la comunidad como para el entorno local; a través de la contratación de 5 empleos directos contribuyendo con el alivio al desempleo malagueño, y de esta forma incentivando el desarrollo profesional de cada persona. En cuanto al gobierno se contribuirá con el pago oportuno de impuestos y con la creación de una nueva empresa, que propiciará el encuentro de un centro poco usual en el municipio con un espacio adecuado donde encontrar todos estos servicios.

La creación de este centro de asesorías influirá en la competencia directa por estos servicios, perjudicando posiblemente a algunos que mantengan una participación baja en el mercado y a unos precios exageradamente altos.

También puede generar un malentendido con respecto a la prestación del servicio debido a la entrada en funcionamiento con unos precios muy por debajo del mercado los que pondrá en duda la calidad de nuestros servicios y ahí es donde la empresa debe mostrar su fuerte siempre con calidad en el servicio, para en el corto plazo lograr una mayor participación del mercado y no generar incertidumbre que pueda llegar a debilitar el proyecto.

6.2. IMPACTO AMBIENTAL

El centro de asesorías contribuirá con el cuidado del medio ambiente de la siguiente forma:

❖ Ruido: este elemento no contaminará el ambiente a causa que la emisión de música será en un bajo volumen, acorde para una empresa de prestación de servicios y más aun para la concentración de empleados y clientes en el desarrollo de sus asesorías.

- ❖ El suministro de agua será potable o por medio de ozonificación.
- ❖ El depósito y la eliminación de residuos se hará en una forma normal ya que por tratarse de una oficina, solo generará desechos no orgánicos como papel y otros.
- ❖ Contribuirá también con la utilización de productos biodegradables para la normal limpieza de las diferentes áreas de la futura empresa.
- ❖ Hará un estudio de proveedores para determinar que los productos que comercializan son aptos para el hombre y su medio.

6.3. EVALUACION FINANCIERA

El análisis del proyecto pretende establecer si los recursos de los que se pretende concertar estén dispuestos de la forma más racional posible teniendo en cuenta la capacidad que tiene el proyecto de ofrecer mayor o menor rentabilidad con respecto a la posibilidad de invertir los mismos recursos en inversión fija (costo de oportunidad); según el cuadro 107, se opto por enfrentar el proyectos a un CDT de Bancolombia, llamado CDT Leasing que ofrece una renta fija del 6,5% efectivo anual; y se determino un factor de riesgos medio el cual esta determinado como:

$$\text{Factor riesgo Medio} = \text{Costo Oportunidad} \leq \text{Facto Riesgo} \leq 2 * \text{Costo Oportunidad}$$

$$\text{Factor riesgo Medio} = \text{Costo Oportunidad}$$

Cuadro 108. Costo de Oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD	6.5%		
FACTOR DE RIESGO	BAJO	MEDIO	ALTO
		X	
	0	6.5	0

Una vez conocido el costo de oportunidad y determinado el factor de riesgo se procede a determinar la tasa de rentabilidad esperada o tasa de descuento la cual esta descrita de la siguiente manera

$$\text{Tasa Descuento} = [(1 + \text{Costo Oportunidad}) (1 + \text{Factor Riesgo})]^{-1} * 100$$

$$\text{Tasa Descuento} = [(1 + 0.065) (1 + 0.065)]^{-1} * 100$$

$$\text{Tasa Descuento} = 13.42\%$$

Determinados estos factores se procede a establecer el Valor Presente Neto del proyecto.

6.3.1. Valor Presente Neto (VPN)

Corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos, teniendo en cuenta la tasa de rentabilidad esperada o tasa de descuento, en primera instancia se determina el flujo a evaluar (Ver tabla 21) que comprende los flujos líquidos disponibles y los esperados en el futuro así como las inversiones y su recuperación mediante la amortización y la depreciación.

Tabla 21. Flujo a Evaluar Proyectado

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIONES FIJAS	-29.200	0	-5.000	0	-7.000	0	-9.000	0	-11.000	0
INVERSIONES CORRIENTES	-1.499	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVERSIONES DIFERIDAS	-6.600	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	-37.299	0	-5.000	0	-7.000	0	-9.000	0	-11.000	0
FLUJO DE CAJA	-2.150	-5.074	5.272	26.409	25.897	46.298	65.890	69.577	71.138	75.199
DEPRECIACION	5.410	5.410	6.410	6.410	7.810	2.830	4.630	4.630	6.830	6.830
AMORTIZACION DIFERIDOS	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	0	0	0	0	0
TOTAL	4.580	1.656	13.002	34.139	35.027	49.128	70.520	74.207	77.968	82.029
FLUJO A EVALUAR	-32.719	1.656	8.002	34.139	28.027	49.128	61.520	74.207	66.968	82.029

El calculo del VPN se establece mediante una formula que tiene en cuenta la tasa de rentabilidad

$$VPN = \frac{\text{Total Flujo Evaluar}}{(1 + \text{Tasa Descuento})^n}$$

$n = \text{Periodo Años}$

Por ejemplo

$$VPN = \frac{-32.719}{(1 + 0.1342)^0} = -32.719$$

$n = 0 \text{ Años}$

Tabla 22. Valor Presente Neto

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
VPN RECURSOS PROP	-32.719	1.460	6.220	23.399	16.937	26.175	28.899	30.734	24.454	26.410
VPN ACUMULADO	-31.259	-25.039	-1.640	15.297	41.472	70.371	101.105	125.559	151.969	0

6.3.2. Tasa Interna Retorno (TIR)

En definitiva un criterio adecuado de decisión es establecer una comparación entre la Tasa Interna de Retorno y la Tasa de Rentabilidad Esperada. El cálculo se realiza ajustando del Flujo a evaluar (Tabla 22) mediante una formula lo cual permite que los recursos de cada periodo sé reinviertan en la tasa de rentabilidad esperada y no en la tasa TIR.

$$\text{Valor ajustado} = \text{Flujo Evaluar} (1 + \text{Tasa Rentabilidad})^{n_j - n}$$

$$n_j = \text{Periodo Proyecto}$$

$$n = \text{Periodo año}$$

Por ejemplo: para el año cero

$$\text{Valor ajustado} = -32.719 (1 + 0.1342)^{9-0} = -101.625$$

$$n_j = 9$$

$$n = 0$$

❖ TIR Ajustada a la Tasa de Descuento

Una vez ajustados todos los resultados o llevados a valor futuro el año (9) que es el plazo o periodo utilizado para evaluación, se calcula la verdadera TIR. La cual esta estimada en 24%.

Tabla 63. Flujo Ajustado a la Tasa de Descuento Proyectado

Periodo Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Flujo Ajustado	-101.625	4.535	19.319	72.677	52.606	81.300	89.760	95.460	75954	82.029

6.3.3. Periodo de recuperación. Es el tiempo esperado para que el centro de asesorías recupere la inversión realizada, este periodo se determina restando el ultimo negativo VPN acumulado o en su defecto el primer positivo menor que la diagonal del VPN el cual determina el año de recuperación como lo demuestra el valor de la tabla 21, y los valores de la tabla 23; para hallar el periodo en meses se tiene en cuenta la siguiente formula.

$$Meses = \frac{VPN \text{ Acumulado} \times 12}{VPN}$$

$$Meses = \frac{15'297.000 \times 12}{16'937.000} = 10,84$$

Hallado los meses se procede a determinar los días de la siguiente manera

$$Días = Residuos \times 30$$

$$Días = 0,84 \times 30 =$$

Tabla 74. Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACION	VPN ACUMULADO	DIG VPN	RESIDUO
	\$15'297.000	16'937.000	0,84
AÑOS	3		
MESES	10,84		
DIAS	25		

6.3.3. Análisis de las Razones Financieras

Los resultados obtenidos en el estudio financiero, están sujetos a las inversiones con costos reales y las ventas están estipuladas con precios adecuados al mercado sin ser especulativos.

❖ La principal limitante con que se encuentra el proyecto esta relacionada con su capacidad de liquidez durante los primeros 2 años lo cual esta referenciado en el numeral 5.7.1; implicando que el centro de asesorías debe manejarse de manera muy austera en estos primeros años, con el fin de no crear nuevos pasivos que incrementen la deudas y prolonguen sus problemas de dinero. En este punto cabe anotar que el pronostico en este caso es bueno ya que culminando estos primeros años de acoplamiento el centro presenta liquidez e incremento de la misma las cuales le permiten al centro de asesorías ajustar su poder de endeudamiento.

❖ Si el dinero utilizado en la inversión del centro de estética se utilizara en abrir un CDT Leasing de Bancolombia su rendimiento seria:

$$F = P(1 + i)^n$$

$$F = \$37'299.460 (1 + 0,065)^{10}$$

$$F = \$70'016.211$$

Generaría un incremento de riqueza de \$32'716.751

En cambio el proyecto de tener el comportamiento establecido en el estudio, presenta el siguiente rendimiento teniendo en cuenta la TIR:

$$F = P(1 + i)^n$$

$$F = \$37'299.460 (1 + 0,24)^{10}$$

$$F = \$320'567.420$$

El proyecto aunque es más riesgoso puede presentar una generación de riqueza por valor de \$283'267.960, es decir casi 8 veces más que la inversión fija lo que lo hace bastante atractivo para los socios. Este resultado establece la primera viabilidad para aprobar el proyecto.

❖ La razón financiera referente al valor presente neto (VPN), esta determinada de la siguiente manera:

$$\sum VPN > 0 = \textit{Acepto}$$

$$\sum VPN < 0 = \textit{Re chazo}$$

$$\sum VPN = 151.969$$

La sumatoria del VPN es positiva y esta bastante alejada de cero lo que establece otro punto comprobable que da la viabilidad del proyecto,

❖ La evaluación del proyecto realizada comparando la Tasa de rentabilidad esperada con la TIR obtenida teniendo en cuenta los siguientes parámetros

$$TIR > \textit{Tasa Rentabilidad Esperada} = \textit{Acepta Proyecto}$$

$$TIR < \textit{Tasa Rentabilidad Esperada} = \textit{Rechaza Proyecto}$$

TIR (24%) > Tasa de Descuento (13.42%) = lo cual implica que dentro de este aspecto también se acepta el proyecto

CONCLUSIONES

- ❖ Se realizó un estudio de mercados para determinar la demanda y la oferta, para la creación del nuevo Centro de Asesorías, dando como resultado la aceptación y la viabilidad de la idea dentro del entorno malagueño; constituyéndose como una empresa generadora de necesidades y de oportunidades para los usuarios.
- ❖ Dentro del ambiente de la competencia se observó la necesidad de implementar un nuevo estilo de servicio y de nuevas costumbres compartidas con el género de la población dando al nuevo centro de asesorías la posibilidad de entrar en el mercado de una manera fuerte, captando la atención de usuarios insatisfechos dentro del entorno del municipio de Málaga
- ❖ El estudio de los resultados para definir precio, da como conclusión la homogeneidad de los centros en cuanto se refiere a la colocación de precios, con una estandarización de servicios los cuales oscilan entre los \$30.000 y \$50.000 para los dos servicios mas importantes (Derechos de Petición y Acciones de Tutela); la asesoría jurídica y empresarial con \$50.000 y \$150.000 y \$300.00 para capacitación empresarial e investigación de mercados; concluyendo que el nuevo centro de asesorías entraría a competir tanto con servicios con alta dosis de capacidad resolutive y calidad como con precios mas al alcance del común de la población.
- ❖ Al realizarse el censo para los centros y profesionales que prestan estas asesorías, los cuales contestaron con un 75% que la publicidad radial y escrita no tiene gran acogida entre ellos; lo verdaderamente importante es la opinión y el servicio que se le presta al cliente, y la acogida que puedan tener entre ellos para generar día a día un mercado más amplio.
- ❖ Al trabajar acerca de la constitución de la nueva empresa se definieron nuevos

parámetros a partir de la opinión de los establecimientos de comercio y personas naturales del estudio los cuales contestaron, con un 46% la aceptación de un nuevo centro creado especialmente donde se encuentren reunidas todas estas asesorías, dando la seguridad de que la futura empresa sería una empresa que obtendría gran acogida y crecimiento durante su apertura, el transcurso de su puesta en marcha y ejecución año tras año.

❖ Se analizó las posibilidades de empleo que generaría el nuevo centro de asesorías, precisando que estaría aportando al sector económico cinco empleos conformados con normatividad legal y con todas las garantías que una empresa oficialmente constituida pueda brindar al crecimiento de las personas allí empleadas.

❖ Mediante la realización de estudio financiero, se concluye la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta que las razones financieras dieron resultados positivos para la puesta en marcha de **“JURISCONSULTORES EMPRESARIALES LTDA”**.

RECOMENDACIONES

- ❖ Motivar la innovación y creación de servicios adicionales que complementen el servicio de asesorías jurídicas para generar en el usuario más necesidades.
- ❖ Comprender la importancia de la publicidad y la captación del cliente a través de este medio, reforzarlo y aplicarlo de modo que satisfagan las necesidades del centro de asesorías para la captación del mercado insatisfecho.
- ❖ Aplicar todos los ítems expuestos en este trabajo, para llegar al objetivo final, el cual consiste en lograr que las expectativas de los clientes (establecimientos de comercio y personas naturales) sean resueltas y sus necesidades sean escuchadas para permitir realizar una asesoría más eficaz creando posicionamiento de marca en sus clientes.
- ❖ Es posible que en un futuro el centro de asesorías ubique sus expectativas en abrir sus instalaciones en una ciudad con un potencial de mercado más grande, lo cual permitiría diversificar aun más sus servicios, agregando, productos novedosos basados siempre en las necesidades del cliente, lo cual implicaría realizar los estudios pertinentes para concretar este proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Constitución Política de Colombia 1991.

Código Civil Colombiano.

Código de Comercio de Colombia.

Código Contencioso Administrativo.

Código Penal Colombiano.

Código de Procedimiento Civil.

Código de Procedimiento Penal.

Biblioteca Práctica de Negocios. Ed. McGraw-Hill. 1996.

Enciclopedia del empresario. Ed. Océano/Centrum. 1999

Diccionario de Administración y Finanzas. Ed. Océano/Centrum. 1998.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Bogota: MM Editores, 2005

Departamento Nacional de Estadística, Proyección de población por Área, según municipios.

PEREZ, Carmen Zoraida. Estudios Sociales de Málaga. Málaga: 1992

ABRECHT, Karl. ZEMKE Ron. Gerencia del servicio.

ABRECHT, Kart. BRDFORD Lawrence J. La excelencia del Servicio. Editorial LEGIS 1990.

CIRCULO DE LECTORES. Gran enciclopedia Ilustrada Circulo

BIBLIOTECA de consulta Microsoft ENCARTA 2005

III Congreso Internacional de Administración. INNOVACION ideas para construir futuro.
Universidad de los Andes. Facultad de Administración

STANTON J, William. ETZEL J, Michael. Walker J, Bruce. Fundamentos de Marketing.
Bogotá. 1997

www.monografias.com

www.soyentrepreneur.com/chispazoseideas

www.camaradirecta.com

ANEXOS

ANEXO A

Código de Comercio (Art. 20)

Por su parte, las actividades de servicios son las dedicadas a satisfacer necesidades de la comunidad mediante la realización de una o varias de las siguientes o análogas actividades:

- Expendio de bebidas y comidas.
- Servicio de restaurante, cafés, hoteles, casas de huéspedes, moteles, amoblados, transporte y apartaderos.
- Formas de intermediación comercial, tales como el corretaje, la comisión, los mandatos y la compraventa y administración de inmuebles.
- Servicios de publicidad.
- Interventoría, construcción y urbanización.
- Radio y televisión.
- Clubes sociales, sitios de recreación.
- Salones de belleza, peluquerías, portería, servicios funerarios.
- Talleres de reparaciones eléctricas, mecánicas, automoviliarias y afines.
- Lavado, limpieza y teñido.
- Salas de cine y arrendamiento de películas y de todo tipo de reproducciones que contengan audio y video.
- Negocios de prenderías.
- **Servicios de consultoría profesional prestados a través de sociedades regulares o de hecho.**

ANEXO B

Tabla 1. Determinación de una muestra sacada de la población finita para márgenes de error del 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, 10% en la hipótesis de P = 50%

MARGEN DE CONFIANZA: 95 por 100.

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error abajo indicados					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	—	—	—	—	222	83
1.000	—	—	—	385	286	91
1.500	—	—	638	441	316	94
2.000	—	—	714	476	333	95
2.500	—	1.250	769	500	345	96
3.000	—	1.364	811	517	353	97
3.500	—	1.458	843	530	359	97
4.000	—	1.538	870	541	364	98
4.500	—	1.607	891	549	367	98
5.000	—	1.667	909	556	370	98
6.000	—	1.765	938	566	375	98
7.000	—	1.842	959	574	378	99
8.000	—	1.905	976	580	381	99
9.000	—	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100

NOTA: Cuando no se indica la cifra, significa que la muestra debería tener una amplitud superior a la mitad de la población.
FUENTE: ARKIN, H. AND R.R. COLTON, 1992. TABLES FOR STATISTICIANS

ANEXO C

Encuesta Personas Naturales Mayores de 18 años

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER SEDE MALAGA

Fecha: _____ Municipio: _____

OBJETIVO: Conocer la aceptación que pueda tener una empresa de asesorías Jurídicas, Empresariales, Contables y Bancarias en el municipio de Málaga.

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

1. De las asesorías relacionadas a continuación cuales utiliza con más frecuencia.

ASESORIA	SI	NO	CADA CUANTO (MESES)
Jurídica	_____	_____	_____
Empresarial	_____	_____	_____
Contable	_____	_____	_____
Bancaria	_____	_____	_____
Ninguna	_____	_____	_____
Todas	_____	_____	_____

2. Cuanto estaría dispuesto a pagar al utilizar estas asesorías \$ _____

3. Cual es la mayor dificultad para no utilizar este tipo de asesorías.

a. Económica _____ b. Baja oferta _____ c. Baja Demanda _____
d. Ninguna _____ e. Otras _____ Cuales? _____

4. Le gustaría encontrar en un solo sitio todas estas asesorías.

Si _____ No _____

5. Si actualmente utiliza estos servicios como lo califica.

a. Excelente _____ b. Bueno _____ c. Regular _____ d. Malo _____

6. En el caso de existir una empresa de asesorías jurídicas, empresariales, contables y bancarias estaría en condiciones de utilizar estos servicios.

Si _____ No _____

ANEXO D

Encuesta Establecimientos Comerciales

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER SEDE MALAGA

Fecha: _____ Municipio: _____

OBJETIVO: Conocer la aceptación que pueda tener una empresa de asesorías Jurídicas, Empresariales, Contables y Bancarias en el municipio de Málaga.

Nombres y Apellidos: _____
Establecimiento: _____

1. De las asesorías relacionadas a continuación cuales utiliza con más frecuencia.

ASESORIA	SI	NO	CADA CUANTO (MESES)
Jurídica	_____	_____	_____
Empresarial	_____	_____	_____
Contable	_____	_____	_____
Bancaria	_____	_____	_____
Ninguna	_____	_____	_____
Todas	_____	_____	_____

2. Cuanto paga actualmente al utilizar estas asesorías \$ _____

3. Cual es la mayor dificultad para no utilizar este tipo de asesorías.

a. Económica _____ b. Baja oferta _____ c. Baja Demanda _____
d. Ninguna _____ e. Otras _____ Cuales? _____

4. Le gustaría encontrar en un solo sitio todas estas asesorías.

Si _____ No _____

5. Si actualmente utiliza estos servicios como lo califica.

a. Excelente _____ b. Bueno _____ c. Regular _____ d. Malo _____

6. En el caso de existir una empresa de asesorías jurídicas, empresariales, contables y bancarias estaría en condiciones de utilizar estos servicios.

Si _____ No _____

ANEXO E

Censo Oferta

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER SEDE MALAGA

OBJETIVO: Conocer las empresas y oferta de asesorías Jurídicas, Empresariales, Contables y Bancarias que se están brindando en el municipio de Málaga.

Nombres y Apellidos: _____
Empresa o Profesión: _____

1. De las asesorías relacionadas a continuación cuales son las de más consulta?

ASESORIA	SI	NO
Jurídica	_____	_____
Empresarial	_____	_____
Contable	_____	_____
Bancaria	_____	_____
Ninguna	_____	_____
Todas	_____	_____

2. Cuantas personas o empresas atienden en promedio al día?

1 a 5 _____
6 a 10 _____
Más de 10 _____

3. Cuanto tiempo lleva en el mercado

0 a 2 años _____
2 a 5 años _____
5 a 10 años _____
Más de 10 años _____

4. Conoce su porcentaje de participación en el mercado?

Si _____ No _____

5. Que medio de promoción y publicidad utiliza en su establecimiento u oficina?

Radio _____ Televisión _____ Medios Escritos _____ Otras Personas _____
Otros _____ Cuales _____ Ninguno _____

ANEXO F

Código de Comercio (Art. 218)

De acuerdo con el artículo 218 del Código de Comercio son causales de disolución de la sociedad comercial:
1. Vencimiento del termino previsto para la duración del contrato, a menos que sea prorrogado validamente antes de su expiración
2. Imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma o por la extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto.
3. Reducción del número de asociados requerido en la ley para su formación o funcionamiento, o por aumento que exceda del límite fijado por la misma ley.
4. Por apertura de liquidación obligatoria.
5. Por las causales que se expresen en el contrato.
6. Por decisión de los socios, adoptadas conforme a las leyes y el contrato social.
7. Por decisión de autoridad competente.
8. Por las demás causales legales, de acuerdo con los diferentes tipos de sociedad.