



Universidad
Industrial de
Santander

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA EMPRESAS, EN EL
MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER**

JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ

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

2017

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA EMPRESAS, EN EL
MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER**

JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ

**Proyecto de grado para optar el título de Profesional en
Gestión Empresarial**

Directora

LAURA MARCELA JAIMES RODRIGUEZ

Administradora de empresas

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

2017

DEDICATORIA

A mi familia fuente de mi inspiración y motivación día a día para no rendirme y siempre salir adelante.

Jhorman Fernando.

AGRADECIMIENTOS

A Dios porque él es el dueño de la vida, por darme la sabiduría y la tenacidad para nunca desfallecer.

A la universidad industrial de Santander, por todos los conocimientos transmitidos durante la carrera.

A todas las personas que con su aporte lograron la realización de este proyecto.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. GENERALIDADES	20
1.1 PANORAMA DEL SECTOR	20
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	23
1.2.1 Barbosa	23
1.2.2 Puente Nacional	26
1.2.3 Vélez	29
1.3 MARCO DE REFERENCIA LEGAL	33
1.3.1 Ley 115 del 8 de febrero de 1994 (Ley general de la educación)	34
1.3.2 Ley 1064 de 2006 (Educación para el trabajo y el desarrollo humano)	34
1.3.3 Ley 590 de 2000 (Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa)	36
1.3.4 Ley 905 de 2004 (Modifica la ley 590)	39
1.3.5 Ley 1607 de 2012 (Reforma tributaria)	39
2. ESTUDIO DE MERCADOS	41
2.1. OBJETIVOS	41
2.1.1 General	41
2.1.2 Específicos	41
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	42
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto	42
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	48
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	48
2.3.1 Mercado potencial	48
2.3.2 Mercado objetivo	48
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	49
2.4.1 La demanda	49
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados	50
2.4.1.2 Necesidades de información	52
2.4.1.3 Ficha técnica	54
2.4.2. Tabulación, presentación y análisis de resultados	55
2.4.3 Estimación de la demanda	66
2.4.4 Proyección de la demanda	67
2.5 LA OFERTA	68
2.5.1 Necesidades de información	68
2.5.2 Ficha técnica de la oferta	69
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta	70
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	73

2.5.5 Estimación de la oferta	76
2.5.6 Proyección de la oferta	76
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	77
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	77
2.7.1 Estructura de los canales actuales	78
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización	78
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	79
2.8 PRECIO	79
2.8.1 Análisis de precios	79
2.8.2 Estrategia de fijación de precios	79
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	80
2.9.1 Objetivos	80
2.9.2 Logo. Figura de círculos formando otro círculo	80
2.9.3 Nombre y lema	81
2.9.4 Análisis de medios	81
2.9.5 Selección de medios	82
2.9.6 Estrategias publicitarias	83
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	84
2.9.7.1 De lanzamiento	84
2.9.7.2 De operación	84
2.10 RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	84
3. ESTUDIO TÉCNICO	86
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	86
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	86
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	86
3.1.3 Capacidad del proyecto	88
3.1.3.1 Capacidad total diseñada	88
3.2 LOCALIZACIÓN	90
3.2.1 Macro localización	91
3.2.2 Micro localización	92
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	96
3.3.1 Ficha técnica del producto	96
3.3.2 Descripción técnica del servicio	100
3.3.3 Diagrama de operación	102
3.3.4 Control de calidad	103
3.3.5 Recursos	105
3.3.5.1 Talento Humano	105
3.3.5.2 Recursos Físicos	105
3.3.6 Distribución de la planta	111
3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	113
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	114
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	114
4.1.1 Constitución de la empresa	114

4.1.2 Legalización tributaria	120
4.1.3 Legalización laboral	122
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	123
4.2.1 Misión	123
4.2.2 Visión	123
4.2.3 Objetivos administrativos	124
4.2.4 Políticas empresariales	124
4.2.4.1 Políticas de personal	125
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	126
4.3.1 Organigrama	127
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	127
4.3.3 Asignación salarial	131
4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO	132
5. ESTUDIO FINANCIERO	133
5.1 INVERSIONES	133
5.1.1 Inversión Fija	133
5.1.1.1 Adecuación	133
5.1.1.2 Muebles y encerres	134
5.1.1.3 Equipos de Oficina	134
5.1.1.4 Total de Inversión fija	135
5.2 PLAN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	135
5.2.1 Inversión Diferida	135
5.2.2 Inversión de capital de trabajo	136
5.2.2.1 Costos de producción	136
5.2.2.2 Total inversión capital de trabajo	139
5.2.3 Inversión Total	139
5.2.4 Fuentes de financiación	139
5.3 COSTOS Y GASTOS	140
5.3.1 Costos y gastos fijos	140
5.3.2 Costos variables	141
5.3.3 Costo y Gasto Total unitario	141
5.4 PRECIO DE VENTA	142
5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS	142
5.5.1 Ingresos	142
5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A CINCO AÑOS	145
5.6.1 Estado de resultados proyectados a cinco años	145
5.6.2 Flujo de caja proyectado	146
5.6.3 Balance Inicial y Proyectado	147
5.7 CONCLUSIONES SOBRE LA VIAVILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	148
6. EVALUACION DEL PROYECTO	149
6.1 EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	149

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL	150
6.2.1 Matriz de Evaluación de Impactos	150
6.3 EVALUACION FINANCIERA	151
6.3.1 valor presente neto.	151
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR	153
6.3.3 Periodo de recuperación	154
6.3.4 análisis de las razones financieras	154
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	156
6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	157
7. CONCLUSIONES	158
BIBLIOGRAFÍA	161
ANEXOS	162

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Mapa del municipio de Barbosa, Santander	24
Figura 2. Vocación productiva de uso del suelo en el municipio de Puente Nacional	27
Figura 3. Mapa del municipio de Puente Nacional, Santander	29
Figura 4. Mapa del municipio de Vélez, Santander	31
Figura 5. Uso del suelo en el municipio de Vélez	32
Figura 6. Uso de Servicios de Capacitación Empresarial	55
Figura 7. Clase de Servicios de Capacitación Empresarial	56
Figura 8. Interés de uso de Capacitación Integral Por una Empresa creada en Barbosa	58
Figura 9. Regularidad de adquisición del Servicio de Capacitación Empresarial	59
Figura 10. Evaluación del servicio de capacitación	60
Figura 11. Factores de influencia al adquirir un Servicio de Capacitación	61
Figura 12. Empresa de preferencia en capacitación empresarial	62
Figura 13. Método preferido de Capacitación Empresarial	63
Figura 14. Costo a pagar por un servicio Capacitación empresarial	64
Figura 15. Medio publicitario para obtener información del servicio	65
Figura 16. Proyección de la demanda estimada.	67
Figura 17. Logo SENA	73
Figura 18. Capacitaciones SENA	74
Figura 19. Cámara De Comercio Barbosa	75
Figura 20. Proyección de la oferta estimada	77
Figura 21. Estructura canales de comercialización actuales	78
Figura 22. Canal de comercialización	79
Figura 23. Logotipo	81
Figura 24. Mapa municipio de Barbosa, Santander	92
Figura 25. Diagrama de flujo de atención al cliente.	102
Figura 26. Distribución física de la empresa.	112
Figura 27. Organigrama de la empresa	127

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Ficha técnica de la capacitación administrativa	45
Tabla 2. Ficha técnica de la capacitación reclutamiento de personal	46
Tabla 3. Ficha técnica de la capacitación financiera	47
Tabla 4. Ficha técnica de la demanda	54
Tabla 5. Uso de Servicios de Capacitación Empresarial	55
Tabla 6. Clase de Servicios de Capacitación Empresarial	56
Tabla 7. Interés de uso de Capacitación Integral por una Empresa creada en Barbosa	57
Tabla 8. Regularidad de adquisición del Servicio de Capacitación Empresarial	59
Tabla 9. Evaluación del servicio de capacitación	60
Tabla 10. Factores de Influencia al adquirir un Servicio de Capacitación	61
Tabla 11. Empresa de preferencia en capacitación empresarial	62
Tabla 12. Método preferido de Capacitación Empresarial	63
Tabla 13. Costo a pagar por un servicio de Capacitación empresarial	64
Tabla 14. Medio publicitario para obtener información del servicio	65
Tabla 15. Datos estimados de Demanda	66
Tabla 16. Proyección de la demanda estimada	67
Tabla 17. Ficha técnica de la oferta	69
Tabla 18. Servicios de capacitación ofertados por las empresas	70
Tabla 19. Características de los Servicios de capacitación ofertados por las empresas	71
Tabla 20. Cantidad de Servicios de capacitación ofertados por las empresas	71
Tabla 21. Medios publicitarios usados por la competencia	72
Tabla 22. Segmento del mercado al cual dirige la competencia sus servicios	72
Tabla 23. Datos estimados de la oferta	76
Tabla 24. Proyección de la oferta estimada	76
Tabla 25. Presupuesto publicitario de lanzamiento	84
Tabla 26. Presupuesto publicitario de operación	84
Tabla 27. Horario de capacitación	88
Tabla 28. Plan de Capacitación	88
Tabla 29. Características instalaciones	89
Tabla 30. Características talento humano	89
Tabla 31. Características recursos físicos técnicos y tecnológicos	90
Tabla 32. Posibilidades de localización de la empresa	93
Tabla 33. Descripción de factores	94
Tabla 34. Ponderación y puntuación de factores	95
Tabla 35. Selección de ubicación de la empresa	95
Tabla 36. Ficha técnica de la capacitación administrativa	97
Tabla 37. Ficha técnica de la capacitación en reclutamiento de personal	98

Tabla 38. Ficha Técnica de la Capacitación Financiera	99
Tabla 39. Características del Talento Humano	105
Tabla 40. Recursos físicos y tecnológicos	106
Tabla 41. Descripción perfil gerente general	127
Tabla 42. Descripción perfil secretaria	129
Tabla 43. Descripción perfil Capacitadores	130
Tabla 44. Descripción perfil Servicios Generales	131
Tabla 45. Asignación salarial de la empresa	132
Tabla 46. Adecuación	133
Tabla 47. Muebles y encerres	134
Tabla 48. Equipos de comunicación y cómputo	134
Tabla 49. Total inversión fija	135
Tabla 50. Inversión diferida	135
Tabla 51. Insumos	136
Tabla 52. Mano de obra directa	136
Tabla 53. Depreciación	137
Tabla 54. Insumos indirectos	137
Tabla 55. Otros costos indirectos	137
Tabla 56. Total costos indirectos prestación del servicio	138
Tabla 57. Total Costos Prestación del Servicio	138
Tabla 58. Gastos de Administración y de Ventas	138
Tabla 59. Total capital de trabajo	139
Tabla 60. Inversión total	139
Tabla 61. Amortización del crédito	140
Tabla 62. Costos Fijos	140
Tabla 63. Costos Variables	141
Tabla 64. Costos Totales Unitarios	141
Tabla 65. Plan de capacitación	142
Tabla 66. Horarios de capacitación	143
Tabla 67. Proyección de ventas	144
Tabla 68. Estado de resultados proyectados a cinco Años	145
Tabla 69. Flujo de caja proyectado a cinco (5) años	146
Tabla 70. Balance Inicial y Proyectado	147
Tabla 71. Matriz de identificación de aspectos y evaluación de impactos ambientales	150
Tabla 72. Valor Presente Neto VPN	152
Tabla 73. Tasa Interna de Retorno TIR	153
Tabla 74. Periodo de Recuperación de la Inversión	154

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta	162
Anexo B. Cotización publicidad RCN	165

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA EMPRESAS, EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER*

AUTOR: JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ**

PALABRAS CLAVES: Capacitación, Personal, Metodología, Barbosa, Factibilidad.

DESCRIPCIÓN: El objetivo principal del presente proyecto fue realizar un estudio con el propósito de determinar la factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de capacitación integral para empresas en la ciudad de Barbosa, para ello se realizó un estudio de mercados, donde se encuesta una muestra de la población objetivo de investigación, la cual permitió determinar, los gustos, las preferencias y las necesidades de la misma, elaborando de igual forma un estudio de la oferta existente en la zona geográfica en mención , arrojando un resultado positivo para el proyecto al hallar una demanda insatisfecha.

Como complemento a esta información, se realizó un estudio técnico, el cual determino el tamaño óptimo de la empresa, los equipos y el personal necesario para la prestación del servicio. Posteriormente se realizó, un estudio administrativo, indicando la constitución de la empresa, el personal, sus funciones y su asignación salarial.

El estudio financiero determinó el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la empresa, su tasa interna de retorno (TIR), el valor presente neto (VPN) y las utilidades generadas en un horizonte de (5) años.

Finalmente, la evaluación dio a conocer la ausencia de impactos ambientales y sociales negativos, y la oportunidad de generar empleo en la región, mejorando la calidad y el nivel de vida de los integrantes de la organización, de sus inversionistas y de los participantes del presente proyecto.

*Trabajo de grado

**Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, Escuela de Gestión Empresarial, Directora: Laura Marcela Jaimes Rodríguez, Administradora de empresas.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY TO ESTABLISH A PROVIDER OF SERVICES COMPANY OF INTEGRAL TRAINING FOR COMPANIES IN THE MUNICIPALITY OF BARBOSA SANTANDER*

AUTHOR: JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ**

KEY WORDS: Training, personnel, methodology, Barbosa, Feasibility.

SUMMARY: The main objective of the present project was to carry out a study with the purpose of determining the feasibility for the creation of a company providing integral training services for companies in the city of Barbosa. Sample of the target population of research, which allowed to determine the tastes, preferences and needs of the same, also elaborating a study of the existing supply in the geographical area mentioned, yielding a positive result for the project at Finding unsatisfied demand.

As a complement to this information, a technical study was carried out, which determined the optimal size of the company, the equipment and the personnel needed to provide the service. Subsequently, an administrative study was carried out, indicating the constitution of the company, the staff, their functions and their salary allocation.

The financial study determined the amount of economic resources needed to carry out the project, the total cost of operating the company, its internal rate of return (IRR), the net present value (NPV) and the profits generated over a horizon of (5) years.

Finally, the evaluation revealed the absence of negative environmental and social impacts and the opportunity to generate employment in the region, improving the quality and standard of living of the members of the organization, its investors and the participants of the present project.

*Degree work

**Institute of regional projection and distance education, School of Business Management, Director: Laura Marcela Jaimes Rodríguez, Business manager.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa constituida, sea grande, mediana o pequeña requiere apoyo en su gestión administrativa que sirva de soporte para el establecimiento y logro de objetivos.

Una característica de la estructura productiva colombiana es la marcada existencia de pequeños establecimientos productivos, llamadas microempresas; estas han experimentado una apreciable expansión durante los últimos años, jugando un papel importante en el desarrollo de la economía generando empleo, contribuyendo con el crecimiento económico y una distribución equitativa del ingreso estas unidades productivas afrontan determinados problemas que son:

- Problema de gestión, falencia en la existencia de planificación de trabajo, insuficiencia en la administración de recursos, problemas en el manejo y la distribución del dinero, falta de manejo de las leyes laborales.
- Problema de carácter financiero, fallas en aspectos como vulnerabilidad ante los cambios en las condiciones macroeconómicas, escaso conocimiento para la toma de decisiones y el manejo financiero de sus microempresas.
- Problema de comercialización, acceso a mercados más rentables para la venta de sus productos, falta de realismo en los estudios de mercado, desconfianza de sus productos por parte del público.
- Problemas en las condiciones de trabajo, tendencia a un bajo nivel de ingresos debido a que ocupa una alta proporción de trabajadores con escasa calificación.

- Problemas en el ámbito tecnológico, técnicas de producción simples y artesanales y falta de capital para mejorar la tecnológica productiva.

Con el presente proyecto se busca evaluar la factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de capacitación integral para las micro y pequeñas empresas de la región del río Suárez, esto con el propósito de implementar programas de capacitación en el área financiera, área de reclutamiento de personal, y área administrativa; ajustando estos programas a las características requeridas a partir de un previo análisis situacional actual, enfatizando la importancia de una capacitación integral que enfoca desde diferentes ángulos y perspectivas, los problemas y retos que se les presenten a los empresarios.

La metodología utilizada para evaluar la factibilidad se expone de forma lógica y ordenada, lo cual se desarrolla con una parrilla curricular en los temas pertinentes para facilitar el entendimiento y determinar la conveniencia de los resultados de cada estudio. Dicha metodología se compone de los siguientes pasos a seguir:

1. Realización de un Estudio de mercados que permita identificar oportunidades comerciales y las principales necesidades de capacitación a solucionar en las microempresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, a partir del análisis de las características de la oferta y la demanda.
2. Realización de un Estudio Técnico que permita identificar el tamaño del proyecto, con relación a la capacidad diseñada, instalada y proyectada; además de los procesos necesarios para realizar las capacitaciones, así como recursos (humanos, físicos y tecnológicos) requeridos.
3. Elaboración de un Estudio Administrativo en el que se defina la forma de constitución y estructura empresarial de la organización, de acuerdo a los requerimientos para la misma.

4. Aplicación de un Estudio Financiero en el que se identifiquen las inversiones, ingresos, costos y gastos operacionales, así como proyecciones de estados financieros como: balances, estado de resultados y flujo de caja, que permita la toma de decisiones adecuadas.
5. Desarrollar la correspondiente evaluación del impacto que tendrá la puesta en marcha del proyecto a nivel financiero, social y ambiental.
6. Conclusiones y recomendaciones como instrumento de referencia durante la puesta en marcha del proyecto con el propósito de garantizar los resultados planteados durante el estudio de factibilidad.

Con el desarrollo de la presente propuesta se pretende crear un empresa prestadora de servicios de capacitación, que brindará apoyo profesional a las empresas de los municipios de Barbosa, Puente Nacional y Vélez, contando con un equipo multidisciplinario de profesionales certificados por la Universidad Industrial de Santander, altamente capacitados, con experiencia y con una visión acorde a las tendencia del mercado nacional e internacional, en la que prima la actualización de conocimiento y la atención personalizada al cliente, comprometidos a trabajar conjuntamente, para proporcionar a los microempresarios una amplia variedad de servicios de capacitación.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

La realidad empresarial de hoy se caracteriza por su dinamismo y su necesidad de adecuarse a las nuevas situaciones que le obligan a estar en permanente innovación si es que desean continuar en el mercado como protagonistas de primera línea. La tecnología, la globalización y la abolición de las fronteras hacen que los colaboradores se conviertan en factores determinantes al momento de entender y aplicar las estrategias empresariales.

La capacitación se convierte en elemento diferenciador cuando se entiende como inversión y no como gasto, cuando se reconoce que las horas dedicadas al entrenamiento específico son un tiempo que asegurará la calidad del trabajo y evitará el reproceso que termina por aumentar los ciclos de producción. Valorar el conocimiento y la habilidad de llevarlo al puesto de trabajo hace que efectivamente la productividad se refleje en el mejoramiento de la calidad de los productos y la competitividad se evidencie en la recompra, en el valor que le den los clientes a los productos y a la empresa¹.

Se puede exaltar en el ámbito internacional el trabajo de diversas empresas dedicadas a la capacitación entre ellas se puede mencionar, La empresa ELG ASESORES, es una empresa Peruana con más de 10 años de experiencia y presencia ininterrumpida en el mercado de capacitación empresarial en Marketing, gestión comercial, Head Hunting, Web Marketing y E-mailing, brindando soluciones a clientes corporativos, PYMES y MYPES. Actualmente tiene presencia en Lima y

¹ VECINO, Jose Manuel. La capacitación como protagonista de la productividad empresarial [Citado el 22 de diciembre de 2016]. Disponible en internet: <<http://www.degerencia.com/articulo/la-capacitacion-como-protagonista-de-la-productividad-empresarial>>

Provincias. Cuenta con más de 25 clientes en países como: Colombia, Venezuela, Ecuador, Argentina, Panamá, Estados Unidos, Francia, Japón y España.

En Colombia, la capacitación empresarial pertenece al sector servicios. La capacitación empresarial en Colombia, no es alta, los recursos disponibles son escasos y la calificación real del trabajo es muy precaria.

Históricamente, la formación empresarial ha sido fruto del Gobierno a través de instituciones como el SENA, Ministerio de Desarrollo Económico, y el Ministerio de Educación. Lamentablemente, no se han realizado avances concretos en la cobertura de formación empresarial, y la información técnica industrial, aunque ha aumentado el nivel de cobertura, no deja de ser insuficiente ante las necesidades de la nación. El sector privado, ha jalonado en alguna medida la formación empresarial, pero de una manera precaria y segmentada, existe gran desigualdad social del conocimiento.

La oferta de formación y capacitación empresarial en Colombia presenta debilidades como: la falta de claridad conceptual y política acerca de su función social, de su estructura institucional y de sus relaciones con los sistemas productivos y educativo formal; su dispersión y desarticulación, tanto entre sus distintas modalidades como con las diferentes metodologías y ámbitos educativos; su baja cobertura agregada; su gran heterogeneidad en términos de disponibilidad de recursos, de eficiencia y de calidad educativa, que refleja una regresiva segmentación social tanto en la oferta como en la demanda de estas modalidades educativas; y su generalizada desarticulación con el sistema productivo. Todo ello, con el trasfondo de una educación básica que presenta serios problemas de calidad.

Esta oferta puede clasificarse en los siguientes cuatro campos: a) el sistema de educación formal, en sus vertientes de educación técnica y tecnológica; b) las instituciones de capacitación no formal; c) el Servicio Nacional de Aprendizaje,

SENA; y d) la capacitación que se realiza dentro de las empresas, sea ella de tipo estructurado o informal. Orientada desde la perspectiva de los servicios que ofrece a los trabajadores o a las unidades productivas del sector informal. Se deja de lado el sistema educativo formal, porque en la práctica este no tiene ninguna oferta dirigida específicamente al sector informal.

De las 500 empresas, de más de diez empleados, del sector industrial, localizadas en las cinco principales ciudades del país.; Sólo el 53% de las empresas de esta muestra reportó brindar capacitación más o menos estructurada a sus trabajadores, el 15% no suministró ningún tipo de capacitación, y el 32% sólo suministró la capacitación básica sobre el puesto a desempeñar, lo que indica que cerca de la mitad o no califica o no brinda actualización o recalcificación a sus empleados. A pesar de que se observa una relación directa entre tamaño de empresa y los programas de capacitación estructurados, el 20% de las empresas de mayor tamaño aparezcan sin este tipo de programas².

Los datos de la encuesta referenciada son ratificados en términos gruesos por otro estudio que muestra que “de cada cien establecimientos industriales, cuarenta y cuatro ofrecen mensualmente capacitación a los trabajadores en el momento que ingresan al establecimiento y durante 2010 y 2013 treinta y seis asumieron el entrenamiento bien para facilitar el cambio de ocupación, bien para lograr una mayor eficiencia de los trabajadores vinculados.” Estos dos valores relativos no son excluyentes entre sí, ni tampoco el primero contiene el segundo, en la medida en que ciertas empresas, particularmente aquellas con adecuados procesos de selección, sólo actualizan los conocimientos de sus empleados una vez ha transcurrido cierto tiempo después de su ingreso.

² RAMÍREZ GUERRERO, Jaime, Diagnóstico de la Formación para el Trabajo en Colombia. Programa de Formación para el Trabajo. Bogotá: OIT, 1998. 60 p.

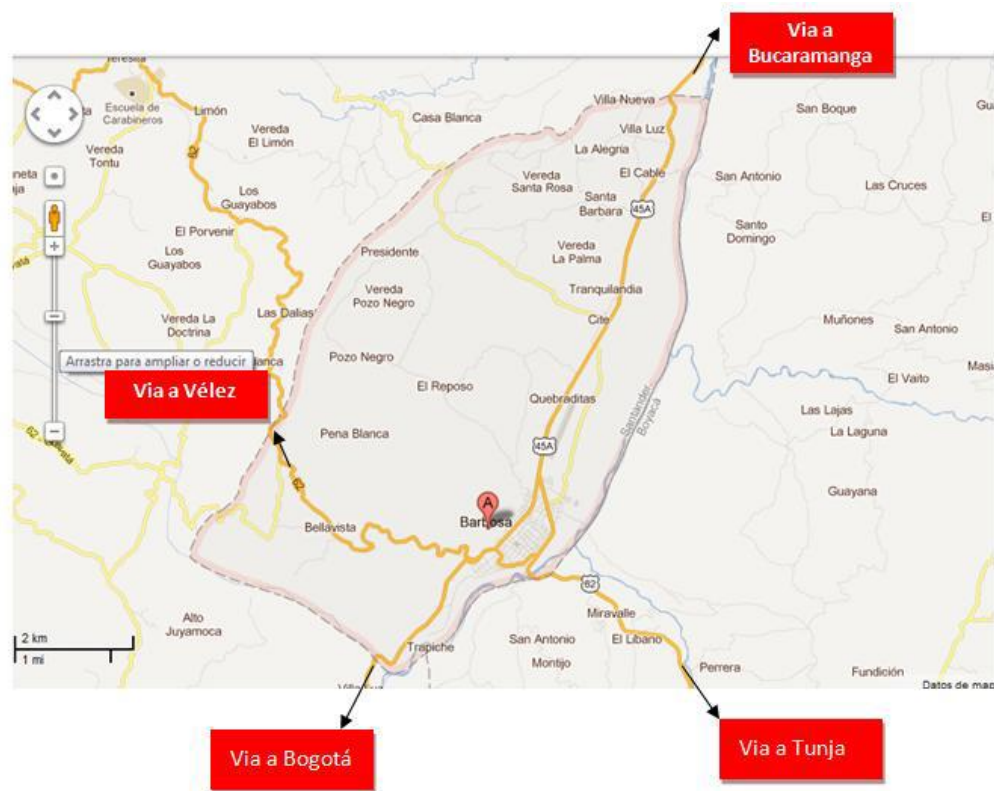
En el primer estudio mencionado las empresas se clasificaron de acuerdo con la estrategia de capacitación adoptada: primero, empresas que llevan a cabo la capacitación con recursos humanos y físicos propios, lo cual es realizado únicamente por el 6% del total; segundo, empresas que utilizan instalaciones propias pero delegan en personal externo la capacitación (16%), un 31% de empresas que delegan la capacitación a personal externo y en instalaciones fuera de la empresa; y, finalmente, el 47% de empresas sin programas estructurados de formación. Las dos primeras modalidades son utilizadas preferencialmente por la mediana y gran empresa.

La percepción sobre el relativamente bajo interés de las empresas en la capacitación es ratificada por un estudio realizado por la Subdirección de Planeación del SENA en 2012, que indica que el 80% de las personas que toman cursos en esta entidad acude a ella por iniciativa propia u otras razones y sólo el 20% restante son enviados por sus empresas.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

1.2.1 Barbosa. Está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y Ricaurte, sobre la ribera del río Suárez entre las montañas que conforman la cordillera Oriental, a una distancia de la capital del país de 285 Km. y de Bucaramanga a 214 Km. Territorialmente posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N° 45 que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”.

Figura 1. Mapa del municipio de Barbosa, Santander



Fuente: ALCALDIA DE BARBOSA. Mapas del municipio [Citado el 20 de septiembre de 2017]. Disponible en internet <http://www.barbosa-santander.gov.co/calendario/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1369984>

Aspectos geográficos: La cabecera municipal de Barbosa está localizada sobre la margen izquierda del río Suárez, presenta las siguientes coordenadas a los 05° 55' 57" de latitud Norte y 73° 37' 16" de longitud al Oeste del meridiano de Greenwich. El área total del Municipio es de 46.43 Km², de los cuales corresponden al área rural que se distribuyen entre los 1570 msnm, básicamente en el extremo norte del territorio, sobre el río Suárez. El municipio de Barbosa se comunica con Bogotá por Tunja y Chiquinquirá, carretera pavimentada en su mayor parte y da inicio a la transversal del Carare (Puerto Berrío, sobre el río Magdalena). También posee un Aeropuerto, de utilidad para equipos de aviación bimotor.

La ubicación de la empresa corresponde al municipio de Barbosa, en la carrera novena frente a Bancolombia, es un lugar que cuenta con alta afluencia comercial, lo que beneficia a la empresa. En este sector están ubicados locales comerciales y entidades financieras, es el sector comercial del municipio de Barbosa.

Aspectos económicos: El municipio de Barbosa ha tenido en los últimos años una dinámica poblacional positiva, como resultado de la tasa de crecimiento natural y de los procesos de inmigración que se han registrado, en algunos casos como resultado de la violencia que se vive en el Magdalena Medio que ha llevado a que sus pobladores busquen un mayor bienestar en lugares estratégicos como Barbosa. Este crecimiento se traduce en la configuración de una sociedad más compleja desde el punto de vista sociopolítico y económico y ha potenciado la demanda por servicios públicos y sociales básicos y por la existencia de una infraestructura física y vial adecuada; además de aumentar los niveles de desconfianza y de inseguridad y de presionar por la generación de oportunidades de empleo. La dinámica económica del municipio está basada fundamentalmente en el papel que cumple como un gran centro catalizador de la producción regional, lo que hace que los sectores comerciales y de transporte sean importantes, al lado de la construcción y de las oportunidades de empleo que genera el mismo sector público y privado.

Aspectos de desarrollo empresarial: Para el caso concreto del municipio de Barbosa, las cifras dejan ver que el sector terciario (servicios) presenta el mayor dinamismo, lo cual se debe a la configuración de su ubicación geográfica, que favorece la actividad comercial, pues se ha desarrollado gracias a que satisface las necesidades a nivel local y regional. Es importante resaltar el hecho de que gran parte de la población devenga sus ingresos de este tipo de actividad.

Estas cifras destacan que el renglón que más pesa es el comercio, restaurantes y hoteles con más del 75% de la dinámica económica del sector, tanto en número de empresas con el 78.8% como en empleos generados con 56.4%. Dentro de esta

actividad el ítem que más pesa es el del comercio al por menor, caracterizado por la venta de comestibles, bebidas, rancho y licores; que ocupa el 46.5% de las empresas del sector y genera el 54.5% de los empleos. 36% empresas dedicadas a la agroindustria (panela, caña, guayaba y otros frutarles). Actividades ligadas a los sectores agrícolas (variados cultivos), ganadera (principalmente la bovina), con un 45% de actividad.³

Se sintetiza de estas cifras que la disponibilidad geográfica del municipio y las actividades conexas al sector transportador (pasajeros, transportadores, entre otros) potencializan el comercio al de tal que circunda al eje vial, desprendiéndose de ello otras actividades complementarias, de servicios principalmente, que convierten la economía de Barbosa en una economía altamente de subcontratación. Esto tiene de un lado la ventaja que absorbe la población económicamente activa no especializada, pero conlleva una gran desventaja puesto que los ingresos percibidos son muy bajos, originando un bajo nivel de vida de los trabajadores de este sector. Una consecuencia inmediata de la tercerización de la economía de Barbosa, es el incremento de la actividad informal y de ella resultan gran parte de los ingresos de muchas familias. Esto se debe a la precaria situación económica y financiera del sector secundario, que no permite la absorción de la oferta de empleo. Dentro de este sector, el más representativo es el de los vendedores ambulantes, dedicados al expendio de bocadillo, queso, perros calientes, empanadas, jugos etc. Su ubicación está en la zona alrededor del llamado terminal de transporte.

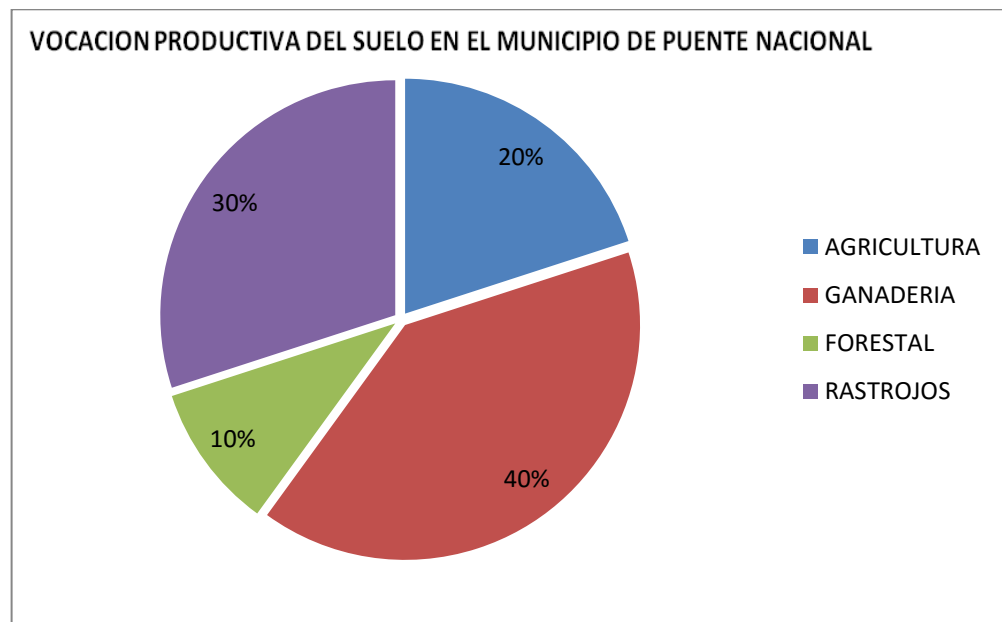
1.2.2 Puente Nacional. El municipio de Puente Nacional cuenta con una población de 14.538 habitantes; se halla ubicado al Sur del Departamento de Santander. La Cabecera dista a 219 Km, de la Capital Bucaramanga y 157 Km de Bogotá. Pertenece a la Provincia de Vélez cuya capital es el Municipio de Vélez. La cabecera municipal está situada a 1625 metros sobre el nivel del mar, tiene una Temperatura

³ ALCALDIA DE BARBOSA. Nuestro municipio [En línea]. Disponible en internet: <http://www.barbosa-santander.gov.co/informacion_general.shtml>

media de 19 Grados Centígrados, Hidrográficamente el municipio se localiza sobre la Cuenca del Rio Suarez.

Aspectos geográficos: Es importante señalar la construcción de la vía a Chiquinquirá como factor potenciador de la dinámica de atracción poblacional de allí, y proveniente de Jesús María y Florián. Chiquinquirá es también polo de atracción de Boyacá en virtud de haber quedado conectada al corredor turístico de ese departamento, del cual depende su dinámica estacional en temporadas semestrales. Aunque la aptitud del suelo de la subregión es de conservación en la mayor parte del municipio, se presenta una desarticulación por la presencia de actividades pecuarias que han incidido en la ampliación de la frontera agrícola para convertir en porteros el territorio, siendo una de las zonas de mayor actividad agropecuaria destacándose la introducción de la piscicultura como una actividad en pequeña escala que tiende a generalizarse en toda la región. Los usos del suelo inventariados indican a grosso modo: uso agrícola el 20%, ganadería el 40%, uso forestal el 10%, rastrojos en un 30%.

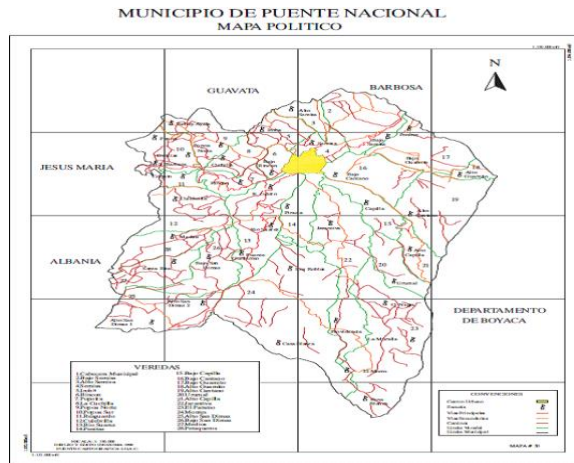
Figura 2. Vocación productiva de uso del suelo en el municipio de Puente Nacional



Aspectos económicos: Su comercio se desarrolla principalmente alrededor del parque central, sobre el eje vial de la carrera sexta y en los alrededores de la casa de mercado. Está caracterizado por ser un comercio de escala menor, tipo tienda de vecindario, ventas al por menor, cacharrería, droguería, papelería, ferretería, almacenes menores de abarrotes, etcétera. Aun así, genera flujos considerables de personas y vehículos alrededor del mismo. No hay tampoco sectores especializados en el comercio de algún tipo de producto en volúmenes mayores, lo que en cierta forma ha permitido que la actividad comercial se desarrolle en forma paralela y compatible con la vivienda o el uso residencial. En las cabeceras de estos municipios se tiene presencia de pequeñas fami empresas de transformación agroindustrial y en la elaboración de conservas y dulces con base en la guayaba y otras frutas; productos que surten los mercados de Bogotá y Boyacá y una mínima parte llega a los mercados de Socorro, San gíl y Bucaramanga. De la misma manera es una región potencialmente rica alrededor de elementos de ecoturismo y folclor expresados en torbellinos, guabinas, requintos y tiples. La vocación primordial de la subregión es agropecuaria, encontrándose que el total del área sembrada se dedica a cultivos de caña panelera, maíz, café, plátano, mora, cacao, guayaba, frijol, yuca y Papa, de lo cual se observa que Puente Nacional tiene el 52.88 % del total del área sembrada de la subregión⁴.

⁴ ALCALDIA DE PUENTE NACIONAL. Nuestro municipio [En línea]. Disponible en internet: <http://puentenacional-santander.gov.co/informacion_general.shtml>

Figura 3. Mapa del municipio de Puente Nacional, Santander



Fuente: ALCALDIA DE PUENTE NACIONAL. Mapas del municipio [En línea], Disponible en internet: <https://www.google.com.co/search?q=mapa+puente+nacional+santander&espv=210&es_sm=93&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ei=bbzaUtueKPOssQS8mICoDg&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1366&bih=600>

Lo anterior y sumado el epicentro subregional, hace que este Municipio sea el principal potenciador del comercio diversificado en productos agrícolas, paralelamente que se ha posicionado como un agente prestador de servicios en educación y salud para el área de influencia subregional; además que se observa un aumento sobre su potencial turístico por poseer 5 estaciones ferroviarias, entre otros de los sitios de interés histórico y arquitectónico, las cuales se presentan para su restauración como una de las estrategias de desarrollo territorial.

1.2.3 Vélez. El municipio de Vélez es el eje central de la economía de la provincia hacia allí confluyen las personas de los diferentes municipios a comercializar los productos agrícolas y pecuarios, es considerado como el principal mercado regional de bovinos, equinos, porcinos y un excelente distribuidor de productos agrícolas.

Aspectos turísticos: En Vélez se celebra el festival de la guabina y el tiple, cada año el primer fin de semana del mes de Agosto, fiesta de gran colorido, en la que concursan los mejores intérpretes de requinto y el tiple del país, además se realiza

el desfile de las flores, en la cual participan diversos grupos locales exponiendo bellas silletas y carrozas adornadas con flores, mientras que los pobladores desfilan con bellos trajes típicos y bailan las danzas típicas torbellino, pasillos y canto de guabina⁵.

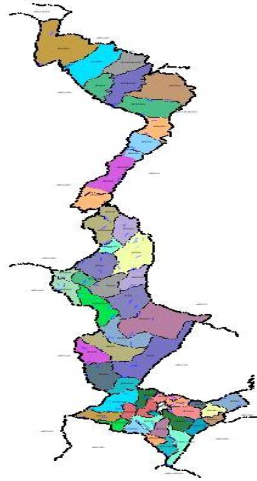
Aspectos económicos: De acuerdo con el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, oficina de Vélez, que lleva el registro y control de los animales que ingresan a la feria los días jueves y sábado, el movimiento de la feria de ganado los días jueves citamos el mes de agosto año 2001, ingresaron 944 bovinos distribuidos: 111 novillas, 489 novillos, 260 vacas y 84 toros, los animales provenían de los municipios: Landazurí, Santa Helena, La Paz, Peñón, Bolívar, Sucre, Chipatá y Vélez; se comercializaron 912 para sacrificio y 32 volvieron a fincas. El destino Monquirá, Santa Ana, San José, Chitaraque, Barbosa, Güepsa, Puente Nacional, Suaita, Chipatá, Villa de Leyva, Vélez y Guavatá. Movimiento de ganado en la feria los días sábado, durante el mes de agosto año 2001, ingresaron 688 bovinos distribuidos: 66 novillas, 167 novillos, 87 vacas y 57 toros, provenientes de: Socorro, Puente Nacional, Monquirá, Barbosa, Chipatá, Guavatá, Florián, Vélez, Cimitarra, Bucaramanga, Jesús María y Saboya, Los 688 animales comercializados salieron a fincas de los municipios de la Paz, Chipatá, Barbosa, Vélez y Oiba. Lo anterior nos indica que hay dos días a la semana para la compra venta de animales en donde intervienen comparadores y vendedores de los diferentes municipios de la provincia y fuera de ella. El número de fincas ganaderas en Vélez, estimadas 1.500 y censadas 572, a junio del 2001 con unos 15.000 bovinos, 2.500 equinos, 2100 cerdos 207 ovinos, sacrifican 50 bovinos semanales y 8 porcinos.

Aspectos de desarrollo: La ganadería que predomina es doble propósito con la tendencia a mantener este tipo de ganado por los rendimientos en carne y leche hay opiniones de los ganaderos que si se dedican exclusivamente a leche inundan

⁵ WIKIPEDIA. Vélez (Santander) [Citado el 22 de diciembre de 2016]. Disponible en internet: <[https://es.wikipedia.org/wiki/V%C3%A9lez_\(Santander\)](https://es.wikipedia.org/wiki/V%C3%A9lez_(Santander))>

el mercado de Vélez, si se hace un análisis económico a una finca Doble propósito, es probable que los resultados económicos que sean mejores que una finca lechera, por los terneros que se venden para ceba.

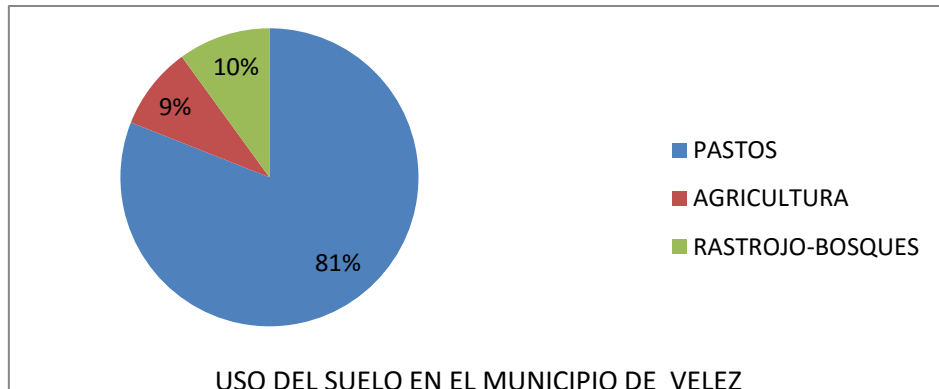
Figura 4. Mapa del municipio de Vélez, Santander



Fuente: CASTELLANOS, Paola. Cuna santandereana de la guabina [Citado el 20 de diciembre de 2016]. Disponible en internet: <<http://cunasantandereanadelaguabina.blogspot.com.co/2012/04/velez-parque-central-nuestras-fachadas.html>>

El 81 % del área en las fincas de clima medio y caliente se dedican a pasto, el 9 % lo dedican a la agricultura, el 10 % en rastrojo y bosque, la vocación es más hacia forrajes que para cultivos permanentes. El pasto *Brachiariadecumbens* es el más frecuente junto con el imperial y gramas; hay presencia de malezas: Cortadera, Alhucema (olor exquisito), paja puya, maciega, bandera. Usan herbicidas para el control de arbustos y malezas de hoja ancha, la capacidad de carga está entre 1 y 2 animales adultos de 500 kilos por hectárea.

Figura 5. Uso del suelo en el municipio de Vélez



La guayaba es una explotación tradicional asociada a la explotación ganadera, tiene importancia para los ingresos de los campesinos en época de cosecha octubre, noviembre, diciembre y en mitaca.

En el sector de los Guayabos, Aco Peña blanca, La Doctrina y la Capilla están ubicados los industriales del bocadillo, hay 9 fábricas que se consideran grandes, 16 medianas y 10 pequeñas, el tamaño está determinado por la cantidad de fruta que procesan.

La producción de cacao por hectárea en promedio es de 247 kilos se considera muy baja atribuido a cacaotales viejos, al ataque de enfermedades como la escoba de bruja, Monilia, Roselinia, Phytophora, al ataque de plagas como Xileborus, a la hormiga arriera, a los bajos precios del cacao, al manejo del cultivo, a los híbridos que son poco productivos, al empobrecimiento de los suelos, a la falta de una asistencia técnica permanente.

El cultivo que genera los mejores ingresos es la caña, los otros cultivos son para autoconsumo, el café lo ataca la broca, lo afectan las heladas y muy poco se fertiliza, en cambio a la caña se le aplican por hectárea hasta 15 bultos de triple 15. El mercado de productos agrícolas se realiza en la plaza de mercado los días sábados,

en este intercambio intervienen personas de los diferentes municipios vecinos a Vélez.

Con el resultado de este diagnóstico se pretende formular programas a corto, mediano y largo plazo, con el deseo de ejecutar proyectos productivos en las diferentes comunidades que cambien la estructura económica del municipio de Vélez, asociado a una estrategia técnica y de capacitación que garantice continuidad en el proceso de producción e implemente mediante el fortalecimiento de la Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria UMATA con proyectos que logren el mejoramiento de las condiciones del campesino.

Por las anteriores razones y pensando en el futuro agropecuario del municipio y de cada región en particular el análisis que se hace es lo más aproximado a la realidad con el fin de que sirva como marco orientador y guía en la formulación de los proyectos.

Dado que hay una dinámica de planeación y desarrollo de las condiciones técnicas de producción es necesario destacar la necesidad de articular este desarrollo del sector primario con la oferta de cursos de capacitación en temas administrativos, de mercados y reclutamiento de personal para completar el ciclo que potencialice todo el sistema socio productivo.

1.3 MARCO DE REFERENCIA LEGAL

Se referencia el marco de las principales leyes de orden nacional que inciden de una u otra manera en el contexto de la idea de negocio, es de anotar que las ordenanzas departamentales y los acuerdos municipales generalmente se remiten a las leyes en lo pertinente al tema que tenemos como marco de referencia legal.

1.3.1 Ley 115 del 8 de febrero de 1994 (Ley general de la educación)

CAPITULO 3. EDUCACIÓN INFORMAL

ARTICULO 43. Definición de educación informal. Se considera educación informal todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados.

1.3.2 Ley 1064 de 2006 (Educación para el trabajo y el desarrollo humano)

Artículo 1°. Reemplácese la denominación de Educación no formal contenida en la Ley General de Educación y en el Decreto Reglamentario 114 de 1996 por Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.

Artículo 2°. El Estado reconoce la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano como factor esencial del proceso educativo de la persona y componente dinamizador en la formación de técnicos laborales y expertos en las artes y oficios. En consecuencia, las instituciones y programas debidamente acreditados, recibirán apoyo y estímulo del Estado, para lo cual gozarán de la protección que esta ley les otorga.

Parágrafo. Para todos los efectos, la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano hace parte integral del servicio público educativo y no podrá ser discriminada.

Artículo 3°. El proceso de certificación de calidades de las Instituciones y programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano queda comprendido en lo establecido actualmente dentro del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo. El Gobierno Nacional reglamentará los requisitos y procedimientos que deberán

cumplir las Instituciones y programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano con el fin de obtener la Acreditación.

Parágrafo. A los programas de educación no formal que al momento de entrar en vigencia la presente ley se hallen reconocidos por las autoridades de educación departamentales, se les aplicarán los beneficios que ella establece, mientras el Gobierno expide la reglamentación sobre acreditación de programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano de que trata este artículo.

Artículo 4°. Los empleados y trabajadores del sector público o privado podrán solicitar el retiro parcial de sus cesantías de las entidades administradoras de fondos de cesantías para el pago de matrículas en instituciones y programas técnicos conducentes a certificados de aptitud ocupacional, debidamente acreditados, que impartan educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano del empleado, trabajador, su cónyuge, compañera o compañero permanente o sus descendientes, conforme a los procedimientos establecidos en la ley.

Artículo 5°. Los certificados de aptitud ocupacional, expedidos por las instituciones acreditadas como de “Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano”, serán reconocidos como requisitos idóneos de formación para acceder a un empleo público en el nivel técnico que se señala en el Decreto 785 del 3 de marzo de 2005 y las disposiciones que lo modifiquen o adicionen.

Artículo 6°. Incorpórese al texto del artículo 387 literal c) del Estatuto Tributario el siguiente texto “los programas técnicos y de educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente acreditadas”.

Artículo 7°. Los programas conducentes a certificado de Aptitud Ocupacional impartidos por las instituciones de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente certificadas, podrán ser objeto de reconocimiento para la

formación de ciclos propedéuticos por las Instituciones de Educación Superior y tendrán igual tratamiento que los programas técnicos y tecnológicos.

Artículo 8°. El Instituto Colombiano para la Educación Técnica en el Exterior (Icetex) y demás instituciones del Estado que ofrezcan créditos educativos y las instituciones del Estado que ofrezcan incentivos para proyectos productivos o creación de empresas, darán igual tratamiento en la asignación de recursos y beneficios a los Estudiantes de las instituciones de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente acreditadas.

Artículo 9°. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

1.3.3 Ley 590 de 2000 (Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa)

Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

- Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro y pequeñas.
- Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.

- Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.
- Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de relaciones empresariales y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales.
- Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes.
- Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de los micros, y pequeñas y medianas empresas.

La ley MIPYME presenta las siguientes características:

- Política de Estado para la Promoción del Desarrollo de las MIPYMES
- Crea espacios de concertación entre entidades públicas y privadas: Consejo Superior de la Microempresa, Consejo Superior de la Pequeña y Mediana empresa y Consejos Regionales.
- Crea el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- Estableció incentivos fiscales para la creación de Mipymes, al facultar a los entes territoriales para establecer regímenes impositivos especiales (períodos de exclusión, tarifas inferiores, etc.).
- Estableció incentivos parafiscales para la creación de Mipymes. Redujo los aportes (SENA, ICBF y Cajas de Compensación) durante los tres primeros años de operación de estas empresas.
- La Ley Mipymes creó el ámbito para que las entidades financieras y las ONG's especializadas en crédito micro empresarial dirijan sus recursos a este segmento.
- La superintendencia bancaria estableció la modalidad de microcrédito.
- Concurrencia de las Mipymes a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado.
- Promoción de la organización de ferias locales y nacionales para dinamizar mercados en beneficio de las Mipymes.

- Estímulos tributarios a la creación de empresas.
- Promueve el acceso a mercados financieros.

1.3.4 Ley 905 de 2004 (Modifica la ley 590). Todas las Mipymes serán beneficiarias de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la ley 550 de 1999.

Regímenes tributarios especiales: Se faculta a los municipios, distritos y departamentos, a fin de establecer regímenes especiales sobre impuestos, tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de las Mipymes.

Apoyo a la creación de empresas mediante estímulo tributario: Los aportes parafiscales destinados al SENA, al ICBF y las Cajas de Compensación Familiar a cargo de las Mipymes que se creen a partir de la promulgación de la Ley 590 de 2000.

Programa de Jóvenes Emprendedores y líneas de crédito para creadores de empresa: El Gobierno Nacional formulará políticas para fomentar la creación de empresas gestionadas por jóvenes profesionales, técnicos y tecnólogos. El IFI o quien haga sus veces y el Fondo Nacional de Garantías, establecerán el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas.

1.3.5 Ley 1607 de 2012 (Reforma tributaria). La ley 1607 consta de 198 artículos que desarrollan diferentes aspectos como el impuesto de renta para personas naturales que sufre un cambio sustancial, el impuesto de renta para personas jurídicas, se crea el impuesto llamado CREE que reemplaza los aportes parafiscales aunque no del todo por cuanto los aportes parafiscales seguirán vigentes para algunos casos. Se modifican aspectos del IVA en cuanto a tarifas,

bienes exentos y excluidos, el periodo gravable que incluso llega a ser anual para los responsables con menos movimientos.

Se modifica también el impuesto al consumo y a la gasolina y algunos aspectos relacionados con el procedimiento tributario llamando la atención la creación de la figura del abuso en materia tributaria y la fijación de una serie de principios a seguir en la aplicación de las sanciones tributarias por parte de la administración de impuestos.

Es una ley compleja que tomará un tiempo digerirla pues se sale de lo corriente que estamos acostumbrados a seguir.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar una investigación de Mercados que permita determinar las variables de mercadeo a tener en cuenta en el análisis de la viabilidad de la creación de una Empresa Prestadora de Servicios de Capacitación Integral para Empresas en el Municipio de Barbosa, Vélez y Puente Nacional Santander, que responda a las necesidades de las micro y pequeñas empresas de la región.

2.1.2 Específicos

- Determinar el mercado objetivo mediante la investigación a las micro y pequeñas empresas ubicadas del municipio de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, identificando el nicho en el cual se debe enfocar el presente estudio.
- Determinar la demanda actual y futura de los posibles clientes de la Empresa Prestadora de Servicios de Capacitación Integral, y las características de preferencia del servicio.
- Establecer la oferta para precisar el grado de competencia sobre la prestación de servicios de capacitación dirigida a las micro y pequeñas empresas ubicadas del municipio de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
- Identificar los canales de comercialización más eficientes para realizarla prestación del servicio mediante una estrategia comercial que permita la atracción de clientes.

- Analizar los precios de la competencia para establecer las políticas de valor del servicio.
- Diseñar las estrategias de comunicación, difusión promoción y publicidad de la Empresa Prestadora de Servicios de Capacitación empresarial Integral.
- Conocer los productos, programas o temas empresariales más sensibles en las necesidades de capacitación.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto. La empresa proyectada brindará servicios de capacitación integral a las micros y pequeñas empresas del municipio de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.

El servicio de capacitación no es otra cosa que el conjunto de procesos formativos, organizados y dirigidos a perfeccionar las labores de los trabajadores mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional de cada una de las empresas objeto de capacitación.

Entre el portafolio de servicios de capacitación que ofrecerá la empresa encontramos:

Capacitación Administrativa: Apoyar a las organizaciones a enfocar su actividad comercial en torno a la buena administración a través de la implementación de sistemas, en cualquiera de los siguientes módulos.

- Normas ISO
- Direccionamiento estratégico
- Ciclo PHVA o PCDA
- Indicadores de Gestión
- Evaluación de Proveedores y Gestión de competencias
- Acciones Correctivas y Preventivas
- Herramientas estadísticas para mejoramiento
- Técnicas de Auditorías internas
- Buenas Prácticas de manufactura (BPM)
- Análisis de riesgos y puntos críticos de control (HACCP)

Capacitación Financiera: Este paquete de capacitación contiene la planeación de los recursos económicos para que su aplicación sea de la forma más óptima posible, además de investigar sobre las fuentes de financiamiento para la captación de recursos cuando la empresa tenga necesidades de los mismos, busca la reducción de incertidumbre de inversión, todo esto con la finalidad de obtener máximas utilidades por acción o la rentabilidad de una empresa.

Mediante la capacitación financiera se deben brindar las herramientas al administrador para que pueda prever, planear, organizar, integrar, dirigir y controlar los recursos económicos de la empresa; esta función se divide en tres áreas de decisiones.

- De inversión: Dónde invertir los fondos y en qué proporción.
- De financiamiento: De donde obtener los fondos y en qué proporción.
- De políticas de dividendos: Como remunerar a los accionistas de la empresa.

Capacitación en reclutamiento de personal: Las empresas ahorran tiempo y dinero si planifican y llevan a cabo un buen proceso de selección; se logrará un ajuste entre el candidato/a y el puesto de trabajo. El ajuste consiste en que las

competencias del trabajador sean las adecuadas para desempeñar el puesto de trabajo, pero además, en que la personalidad y los valores del candidato/a sean afines con el puesto, así como con la cultura de empresa con la puesta en marcha de las siguientes actividades:

- Aplicación de pruebas psicométricas.
- recolección referencias. Saber los comentarios de las personas que trabajaron alrededor del candidato.
- Realización de estudios socio-económicos. Conocer el medio ambiente en el que se desenvuelve un candidato.
- Información personal
- Información familiar
- Características físicas o estado de salud del candidato
- Información sobre su situación económica
- Condiciones y datos de la vivienda, así como del mobiliario
- información escolar y académica
- Referencias laborales y de desempeño
- Causa de salida
- Referencias personales
- Dictamen final como recomendable, recomendable con reservas o no recomendable

Base tecnológica. La componen las fichas técnicas de los cursos.

Tabla 1. Ficha técnica de la capacitación administrativa

REVISIÓN:		CAPACITACION ADMINSTRATIVA	
CÓDIGO: 01			
PÁGINA: 1 DE 1			
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO O RESULTADO		Capacitación Administrativa.	
CLIENTES		Gerentes y/o administradores de Micro y pequeñas empresas	
PROCESO	Capacitación	PROCEDIMIENTO ASOCIADO	Gestión Administrativa Eficaz.
RESPONSABLE DEL SERVICIO		JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO		La capacitación administrativa se encarga de brindar las herramientas necesarias para realizar las operaciones de:	
Planeación: función en la que se definen los objetivos, se fijan las estrategias y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades.			
Organización: Como función administrativa que consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quien rinde cuenta a quien y donde se toman las decisiones.			
Dirección. Proceso interpersonal mediante el cual los administradores tratan de influir sobre sus empleados. Gestionar recursos y dirigir al personal.			
Control: Función de la administración que consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieran falta. Establecimiento de estándares de calidad, medición de desempeño y corrección de desviaciones			
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES		Identificación e implementación de técnicas gerenciales y administrativas que permitan optimizar la rentabilidad empresarial.	
REQUISITOS LEGALES		Ley 115 del 8 de febrero de 1994	
REQUISITOS TÉCNICOS		Depende de los convenios vigentes. (Equipos de cómputo, video bean).	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD		REQUISITOS DE TIEMPO	
Al tiempo que sea solicitado por la empresa contratante.			
SITIO DE ENTREGA			
Dirección contractual de la empresa contratante.			
REQUISITOS AFINES AL TIEMPO DE ENTREGA		No aplica	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de gestión	Informes de estadísticas	
VIGENCIA ESPERADA		Durante todo el tiempo de las labores contratadas	
PERIODICIDAD		Acordada con el cliente	
FECHA	ELABORO	DESCRIPCION	
Marzo 2013	Jhorman Beltrán	Versión Original	

Tabla 2. Ficha técnica de la capacitación reclutamiento de personal

REVISIÓN:		CAPACITACION RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	
CÓDIGO: 03			
PÁGINA: 1 DE 1			
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO O RESULTADO		Capacitación de reclutamiento de personal	
CLIENTES		Gerentes y/o administradores de Micro y pequeñas empresas	
PROCESO	Capacitación	PROCEDIMIENTO ASOCIADO	Formulación de un plan de acción
CARGO O ROL RESPONSABLE DEL PRODUCTO / SERVICIO		JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO		<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicación de pruebas psicométricas. . 2. recolección referencias. Saber los comentarios de las personas que trabajaron alrededor del candidato. 3. Realización de estudios socio-económicos. Conocer el medio ambiente en el que se desenvuelve un candidato. 	
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES		Lograr la vinculación de personas con las capacidades para desempeñar los trabajos.	
REQUISITOS LEGALES		Ley 115 del 8 de febrero de 1994	
REQUISITOS TÉCNICOS		Depende de los convenios vigentes. (Equipos de cómputo, video bean).	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD		REQUISITOS DE TIEMPO	
Al tiempo que sea solicitado por la empresa contratante.			
SITIO DE ENTREGA			
Dirección contractual de la empresa contratante.			
REQUISITOS AFINES AL TIEMPO DE ENTREGA		No aplica	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de gestión	Informes de estadísticas	
VIGENCIA ESPERADA		Durante todo el tiempo de las labores contratadas	
PERIODICIDAD		Acordada con el cliente	
CONDICIONES DE CONFIDENCIALIDAD		Bajo clausulas de contrato	
FECHA	DESCRIPCION	ELABORO	
Marzo 2013	Versión Original	JhormanBeltran	

Tabla 3. Ficha técnica de la capacitación financiera

REVISIÓN:		CAPACITACION FINANCIERA	
CÓDIGO: 02			
PÁGINA: 1 DE 1			
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO O RESULTADO		Capacitación Financiera	
CLIENTES		Gerentes y/o administradores de Micro y pequeñas empresas	
PROCESO	Capacitación	PROCEDIMIENTO ASOCIADO	Planeación de recursos financieros.
RESPONSABLE DEL SERVICIO		JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO		Análisis de datos financieros: Esta función se refiere a la transformación de datos financieros a una forma que puedan utilizarse para controlar la posición financiera de la empresa, a hacer planes para financiamientos futuros, evaluar la necesidad para incrementar la capacidad productiva y a determinar el financiamiento adicional que se requiera.	
Determinación de la estructura de activos de la empresa: El administrador financiero debe determinar tanto la composición, como el tipo de activos que se encuentran en el Balance de la empresa.			
Al determinar la estructura de activos de la empresa, se da forma a la parte del activo y al fijar la estructura de capital se están construyendo las partes del pasivo y capital en el Balance. <i>También debe cumplir funciones específicas como:</i> Evaluar y seleccionar clientes Evaluación de la posición financiera de la empresa Adquisición de financiamiento a corto plazo Adquisición de activos fijos Distribución de utilidades			
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES		Adquirir habilidades técnicas para la administración eficiente de los recursos económicos de la empresa	
REQUISITOS LEGALES		Ley 115 del 8 de febrero de 1994	
REQUISITOS TÉCNICOS		Depende de los convenios vigentes. (Equipos de computo, video bean).	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD		REQUISITOS DE TIEMPO	
Al tiempo que sea solicitado por la empresa contratante.			
SITIO DE ENTREGA			
Dirección contractual de la empresa contratante.			
REQUISITOS AFINES AL TIEMPO DE ENTREGA		No aplica	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de gestión	Informes de estadísticas	
VIGENCIA ESPERADA	Durante todo el tiempo de las labores contratadas		
PERIODICIDAD	Acordada con el cliente		
CONDICIONES DE CONFIDENCIALIDAD	Bajo clausulas de contrato		
FECHA	DESCRIPCION	ELABORO	
Marzo 2013	Versión Original	Jhorman Beltran	

2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

Con la presente idea de negocio “Empresa Prestadora de Servicios de Capacitación Integral para Empresas en el Municipio de Barbosa Santander”, se pretende apoyar a los micros y pequeñas empresas mediante la capacitación en las áreas administrativas y de gestión, atendiendo los requerimientos y necesidades particulares de cada empresa y realizando un seguimiento con el fin de medir los resultados obtenidos.

Su principal atributo es la prestación de servicios de capacitación personalizada a cada empresa detectando las necesidades específicas de cada empresa.

A partir de un diagnóstico de la situación de la empresa a capacitar se crea un paquete personalizado.

Posterior a la capacitación la empresa lleva un control sobre la evolución y cambio de la empresa.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. La empresa de capacitación tendrá como mercado potencial todas las Micro Empresas y Pequeñas Empresas, ubicadas en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, según información de la Cámara de Comercio de Bucaramanga son 2.644 micro empresas y 103 pequeñas empresas ubicadas en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional⁶.

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo de esta investigación son solo las Micro Empresas y Pequeñas Empresas, ubicadas en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional que regularmente adquieren servicios de capacitación.

⁶CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Boletín de registros. Seccional de Barbosa Santander. [Boletín]. Bucaramanga: CCB, Marzo de 2012. 501 p.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda. La capacitación empresarial en Colombia, no es alta, los recursos disponibles son escasos y la calificación real del trabajo es muy precaria. Históricamente, la formación empresarial ha sido fruto del Gobierno a través de instituciones como el SENA, el Ministerios de Desarrollo Económico, y el Ministerio de Educación.

Lamentablemente, no se han realizado avances concretos en la cobertura de formación empresarial, y la información técnica industrial aunque ha aumentado el nivel de cobertura, no deja de ser insuficiente ante las necesidades de la nación. El sector privado, ha jalonado en alguna medida la formación empresarial, pero de una manera precaria y segmentada, existe gran desigualdad social del conocimiento.

La capacitación empresarial es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. La capacitación empresarial mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual.

La capacitación empresarial consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo.

La capacitación como *herramienta* es un proceso a corto plazo, en el que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de

conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve; es así como surge la idea de crear Empresa Prestadora de Servicios de Capacitación Integral para Empresas en el Municipio de Barbosa Santander, por otra parte las Micro Empresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, se encuentran en procesos de fortalecimientos y buscan en los programas de capacitación eficiencia, eficacia, calidad, tecnificación, competitividad.

La creciente competencia genera la necesidad de empresas más competitivas encontrando en la capacitación empresarial la oportunidad de fortalecer sus estructuras empresariales.

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados. En los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, Santander en los últimos 20 años abrió el territorio para recibir en primer orden la industria y en consecuencia en la localidad operan alrededor de 15 empresas, 2.644 microempresas y 103 pequeñas empresas, según datos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Actividades ligadas a los sectores agrícolas (variados cultivos), ganadera (principalmente la bovina) y agroindustria (panela, caña, guayaba y otros frutarles), cuya principal es el bajo nivel de desarrollo tecnológico y dificultades de comercialización⁷.

⁷CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Boletín de registros. Seccional de Barbosa Santander. [Boletín]. Bucaramanga: CCB, Marzo de 2012. 501 p.

Las Microempresas de los municipios anteriormente mencionados, han experimentado una apreciable expansión durante los últimos 10 años, estas juegan un papel importante en el desarrollo de la economía de estos tres municipios generando empleo, contribuyendo con el crecimiento económico y una distribución equitativa del ingreso estas unidades productivas afrontan determinados problemas que son:

- Problema de gestión, estimado en un 30% de falencias, no existe una planificación de trabajo, insuficiencia en la administración de recursos, problemas en el manejo y la distribución del dinero, falta de manejo de las leyes laborales.
- Problema de carácter financiero, con un 36.5% de fallas, en aspectos como vulnerabilidad ante los cambios en las condiciones macroeconómicas, escaso conocimiento para la toma de decisiones y el manejo financiero de sus microempresas.
- Problema de comercialización, con un 42.33%, problemas para acceder a mercados más rentable para la venta de sus productos, falta de realismo en los estudios de mercado, desconfianza de sus productos por parte del público.
- Problemas en las condiciones de trabajo, marcado con 38.2%, especialmente las empresas productoras de alimentos, tendencia a un bajo nivel de ingresos debido a que ocupa una alta proporción de trabajadores con escasa calificación.
- Problemas en el ámbito tecnológico, se estima en un 39,25%, igualmente técnicas de producción simples y artesanales y falta de capital para mejorar la tecnológica productiva.

De acuerdo con el análisis anterior las microempresas de la región cuentan con una problemática especialmente enfocada en los ítems citados, a pesar de que el SENA y la Cámara de Comercio en búsqueda de la formalización de empresas se ha preocupado por brindar capacitación gratuita, aunque esto no ha sido suficiente pues las empresas necesitan capacitación personalizada y análisis de su problema desde diferentes ángulos. La forma de prevenir o mitigar es apuntar las bases sólidas de la continuidad y crecimiento de más microempresas.

Es así como nace la necesidad de evaluar la factibilidad de crear una empresa Prestadora de Servicios de Capacitación Integral para Empresas, en el Municipio de Barbosa, Santander; que implemente programas en los temas financieros, de reclutamiento de personal, de planificación administrativa; la implementación de éstos se ajusta a las características requeridas por las microempresas.

2.4.1.2 Necesidades de información Del servicio: establecer si la población objetivo, adquiere habitualmente o regularmente el servicio de capacitación empresarial en su organización, que necesidades requieren satisfacer al adquirir los servicios de capacitación.

Del mercado: identificar la cantidad de Microempresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, con necesidades de capacitación empresarial.

De la demanda: reconocer las características y necesidades de las Microempresas y Pequeñas Empresas, al momento de adquirir un servicio de capacitación empresarial.

De la oferta: identificar y conocer las estrategias o modelo de negocio de las diferentes empresas prestadoras de servicio empresariales que se encuentran en la región o que tiene como mercado las Microempresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.

De la comercialización: determinar el medio más adecuado para hacer llegar el servicio al cliente, para ello es necesario conocer las necesidades de las Microempresas de la región al momento de adquirir un servicio de capacitación.

Del precio: identificar las escalas de precios que rigen el mercado para este tipo de servicios.

De la publicidad: determinar cuáles son los medios publicitarios más idóneos para divulgar los servicios que se oferten.

2.4.1.3 Ficha técnica

Tabla 4. Ficha técnica de la demanda

Tipo de Investigación	Investigación de tipo concluyente, para identificar necesidades del mercado Micro Empresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional. Permitirá conocer la demanda de servicios de Capacitación Integral para Empresas.
Método de investigación	Investigativo para recopilar información, el cual parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular.
Fuentes de información.	Fuentes primarias: Microempresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional. Fuentes secundarias: Páginas web, Oficina de planeación municipal, Plan de desarrollo municipal Barbosa, Vélez y Puente Nacional, Datos históricos de la economía y el desarrollo Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
Técnica de Investigación	Para la recopilación de la información, se utilizara la encuesta, conformada por una serie de preguntas abiertas, cerradas y mixtas; cuestionario estructurado a aplicar (ver Anexo 1).
Instrumento de recolección de la información	(Anexo 1) instrumento físico a utilizar, es el cuestionario con preguntas prediseñadas de acuerdo a la necesidad de información. Al aplicar el conjunto de preguntas dirigidas a la muestra.
Modo de aplicación	Directa a los propietarios de las Microempresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
Definición de la Población	El proceso de muestreo es una población de 2.747 Microempresas y Pequeñas, (2.644, Microempresas y 103 Pequeñas) Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
Determinación de la muestra	El método aleatorio simple, es el procedimiento probabilístico de selección de muestras más sencillo, requiere de un marco muestral. Se tiene entonces: Donde: n= tamaño de la muestra N= tamaño de la población p= Probabilidad de error (0.5) q= probabilidad de éxito (0.5) e= error de situación del 5% Z= Número de desviación estándar con relación al promedio $n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$ Muestra= 337,135
Tiempo de aplicación	La aplicación de la encuesta tomara un tiempo de 10 días hábiles.

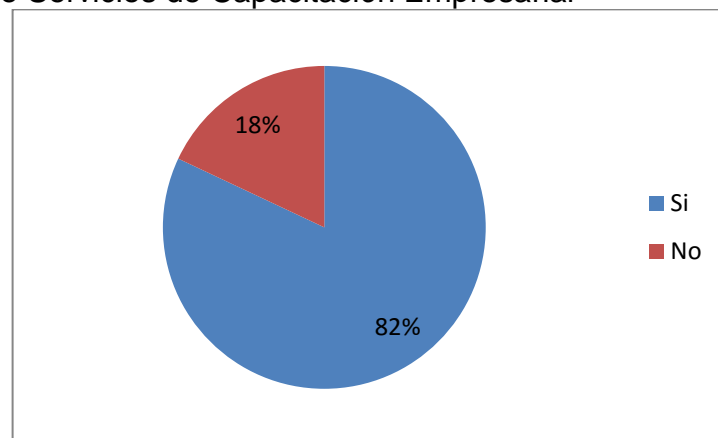
2.4.2. Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación, se detalla, analiza y registra la información suministrada a partir de la aplicación del cuestionario (ver el anexo), este cuestionario fue aplicado por Jhorman Fernando Beltrán González, estudiante de IX semestre de Gestión Empresarial, Universidad Industrial de Santander, se aplican 275 encuestas resultado del cálculo de la muestra. Los resultados de las encuestas son los siguientes:

- **¿Adquiere con regularidad los Servicios de Capacitación Empresarial?**

Tabla 5. Uso de Servicios de Capacitación Empresarial

Respuestas	Empresa	%
Si	276	82%
No	61	18%
Total	337	100%

Figura 6. Uso de Servicios de Capacitación Empresarial



De acuerdo a los datos obtenidos se establece que el 82% (276 empresas) de las microempresas y pequeñas empresas encuestadas adquiere con regularidad los Servicios de Capacitación Empresarial, el 18% (61 empresas) restante no adquiere regularmente los Servicios de Capacitación.

Lo que indica que el 82% empresarios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional es una cifra representativa podría llegar a ser nuestro mercado, pero así mismo el 18%

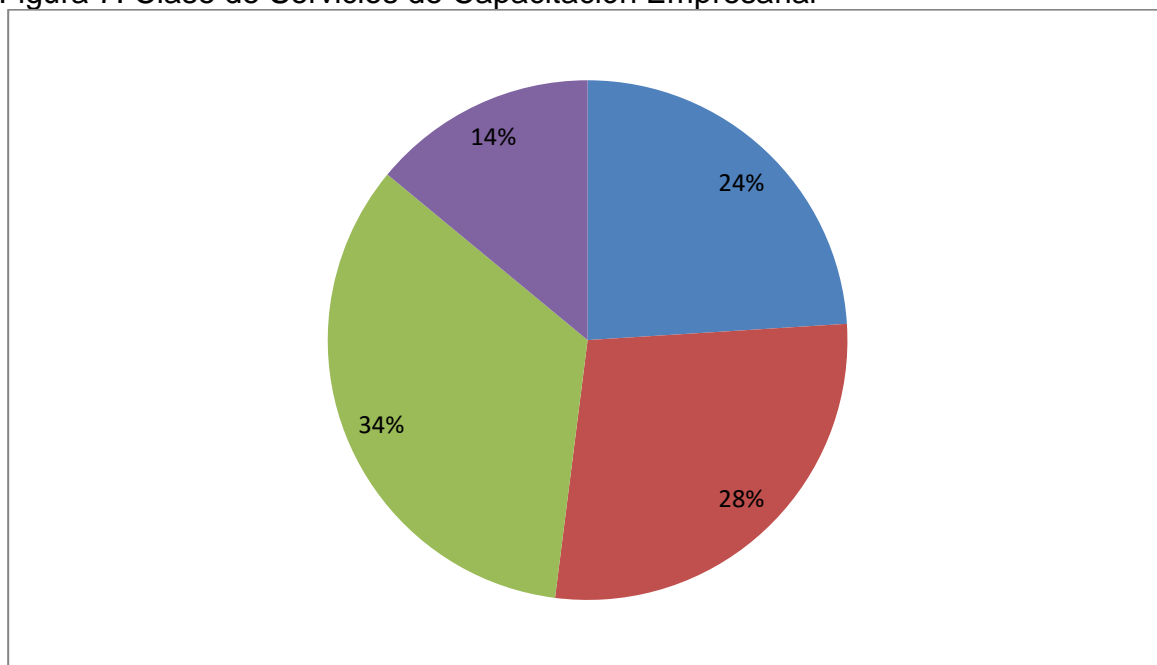
restante podría interesarle los Servicios de Capacitación Empresarial, para despertar su interés se hará una fuerte campaña publicitaria con el fin de llamar su captar su atención y así adquieran el servicio.

- **¿Qué clase de Servicio de Capacitación Empresarial requiere normalmente?**

Tabla 6. Clase de Servicios de Capacitación Empresarial

Respuestas	Empresa	%
Administrativa	66	24%
Financiera	77	28%
Reclutamiento de personal	94	34%
Mercadeo	39	14%
Total	276	100%

Figura 7. Clase de Servicios de Capacitación Empresarial



Los datos arrojados según la tabulación de la encuesta manifiestan que las empresas adquieren regularmente el Servicio de Capacitación de reclutamiento de personal pues presento un 34% (94 empresas) de preferencia, seguida por la Capacitación Financiera con un 28% (77 empresas), continuamente por la Capacitación Administrativa con un 24% (66 empresas) y la que obtuvo menos preferencia fue la otra capacitación que se mencionó Mercadeo con un 14% (39 empresas).

Esto establece que las Microempresas y Pequeñas Empresas prefieren un programa de Capacitación en reclutamiento de personal, este sería el programa a trabajar por la empresa, así mismo promocionar los demás y darle más fuerza al Programa Financiero, es indispensable tener en cuenta la preferencia de cada programa y las características de cada empresa, pues es obvio que cada empresa manifestara diversas necesidades.

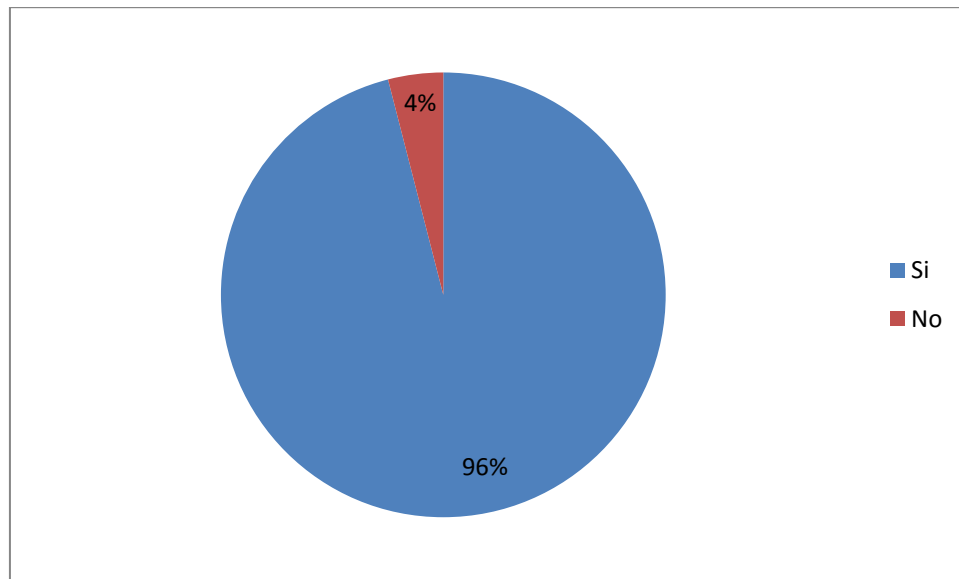
- **¿Estaría interesado en adquirir Servicios de Capacitación Integral por una empresa creada en Barbosa, que le ofrezca programas de capacitación financiera, administrativa y de reclutamiento de personal?**

Tabla 7. Interés de uso de Capacitación Integral por una Empresa creada en Barbosa

Respuestas	Empresa	%
Si	265	96%
No	11	4%
Total	276	100%

Micro Empresas y Pequeñas Empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional

Figura 8. Interés de uso de Capacitación Integral Por una Empresa creada en Barbosa



A partir de los datos suministrados de 28 empresas encuestadas El 96% (265 empresas) manifiestan el interés positivo de adquirir los Servicios de Capacitación Integral por una empresa creada en Barbosa, que le ofrezca programas de capacitación financiera, administrativa y de reclutamiento de personal, el 4% (11 empresa), restante no demuestra interés.

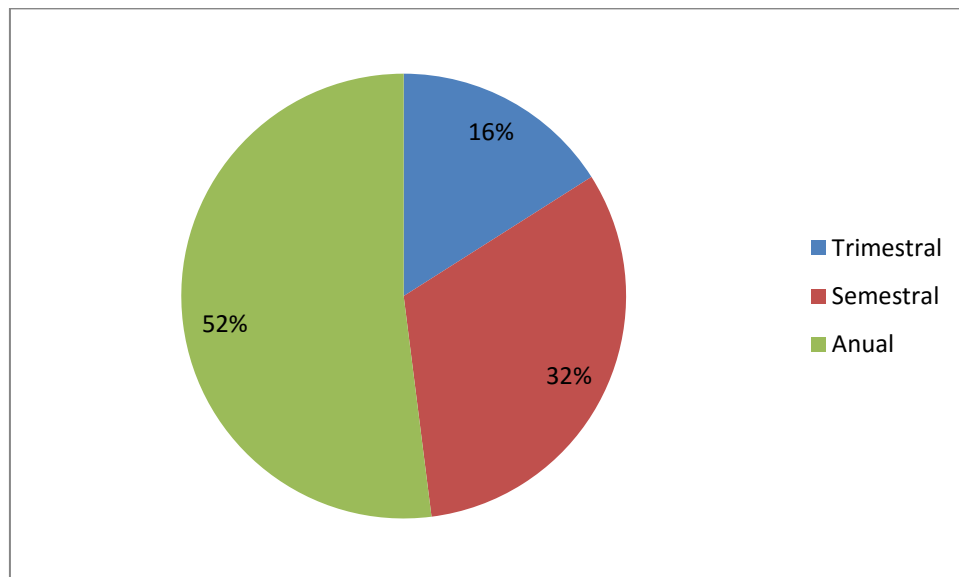
Estos datos manifiestan la necesidad de trabajar en este 4% ostentan no interesarles ningún programa de capacitación, aunque sea un porcentaje mínimo es representativo, lo ideal es proponer diferentes estrategias comerciales para mitigarlo o eliminarlo, con programas de publicidad agresivas para captar su atención y generar en ellos una necesidad de capacitación.

- **¿Con qué regularidad usted adquiere el Servicio de Capacitación Empresarial para su empresa?**

Tabla 8. Regularidad de adquisición del Servicio de Capacitación Empresarial

Respuestas	Empresa	%
Trimestral	44	16%
Semestral	88	32%
Anual	144	52%
Total	276	100%

Figura 9. Regularidad de adquisición del Servicio de Capacitación Empresarial



De acuerdo a los datos recopilados se pudo definir que la Regularidad de adquisición del Servicio de Capacitación Empresarial con más preferencia es anual con un 52% (144 empresas) de favoritismo, es decir se implementaría programas de capacitación que se ajuste a las necesidades de cada empresa, con extensión de contenido actualizado a un año, sin embargo así mismo ajustar programas según los intereses de cada empresa, de 32% (88 empresas) de forma semestral y continuamente en periodos trimestrales con el 16% (44 empresas) de preferencia.

- **¿Cómo evalúa el servicio de capacitación recibido?**

Tabla 9. Evaluación del servicio de capacitación

Respuestas	Empresa	%
Bueno	100	36%
Regular	145	52%
Malo	31	12%
Total	276	100%

Figura 10. Evaluación del servicio de capacitación



Los datos suministrados manifiestan que el 52% (145 empresas) de los encuestados manifiestan la regularidad del servicio ya prestado por otras empresas, seguida por el contenido del programa que establece el 12% (31 empresas) que manifiesta que fue malo el servicio recibido.

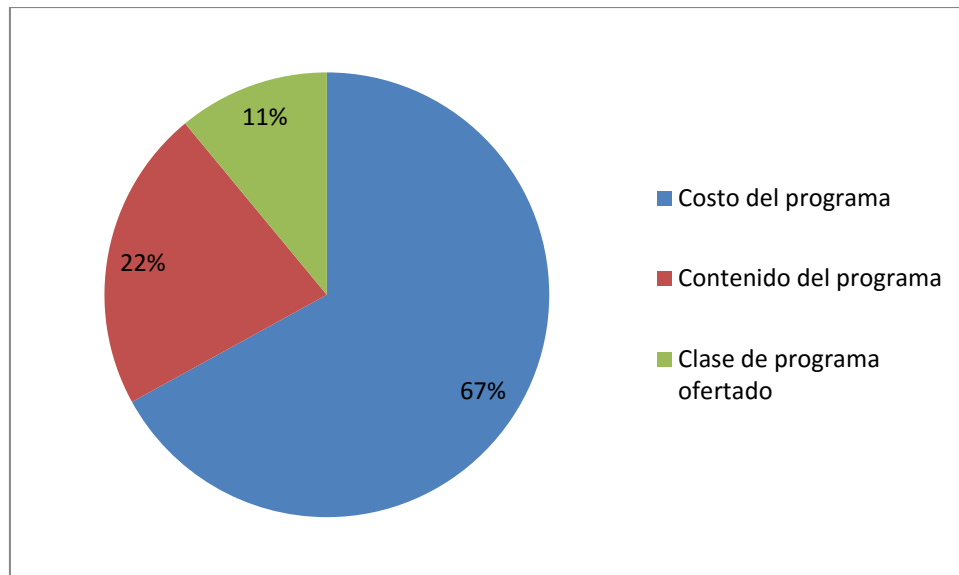
Esto indica que el factor para tener en cuenta es la regularidad de un servicio ya recibido, lo cual va a permitir entrar con fuerza a atraer este mercado insatisfecho.

- **¿Qué factores influyen en usted cuando va a adquirir un Servicio de Capacitación Empresarial?**

Tabla 10. Factores de Influencia al adquirir un Servicio de Capacitación

Respuestas	Empresa	%
Costo del programa	185	67%
Contenido del programa	61	22%
Clase de programa ofertado	30	11%
Total	276	100%

Figura 11. Factores de influencia al adquirir un Servicio de Capacitación



Los datos suministrados manifiestan que el 67% (185 empresas) de los encuestados manifiestan mayor interés por el costo del programa, seguida por el contenido del programa que establece el 22% (61 empresas) y por último la clase de programa con el 11% (30 empresas).

Esto indica que el factor para tener mayor importancia es el costo de un programa de capacitación, la prioridad es adaptarse a las necesidades de cada “cliente”

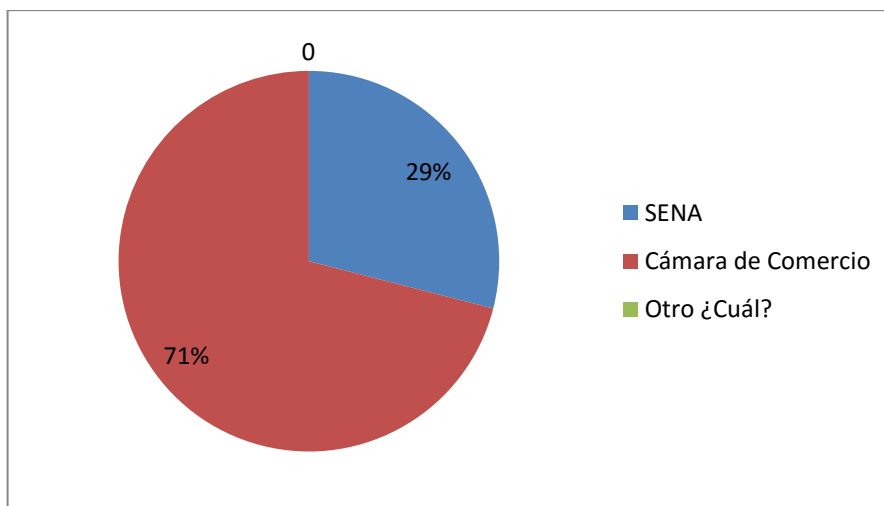
empresa por ello es indispensable tener en cuenta todos los factores mencionados e implementar programas de capacitación que se adaptan a cada perfil de la empresa.

- **¿Cuándo usted va adquirir Servicios de Capacitación Empresarial cual es la Empresa de Preferencia?**

Tabla 11. Empresa de preferencia en capacitación empresarial

Respuestas	Empresa	%
SENA	80	29%
Cámara de Comercio	196	71%
Otro ¿Cuál?	0	0
Total	276	100%

Figura 12. Empresa de preferencia en capacitación empresarial



Los datos recopilados establecen que el 71% (196 empresas) manifiestan que para adquirir programas de Capacitación Empresarial prefieren la Cámara de Comercio por su variedad de programas que se ajustan a sus necesidades, el 29% (80 empresas) restante manifiestan un interés por el SENA, en el interrogante otros no manifestaron ningún otro centro de capacitación.

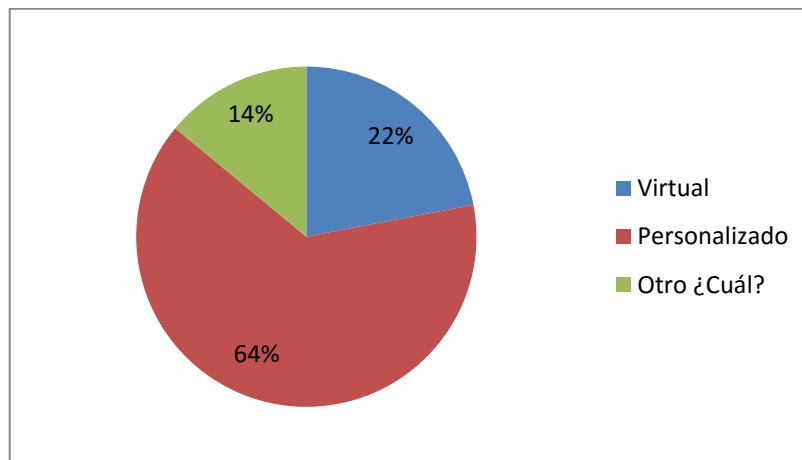
Estos resultados pueden deducir como competencia directa la Cámara de Comercio, por ello es indispensable prestar especial atención a esta en el desarrollo de sus programas, teniendo en cuenta que frente a ellos tenemos una desventaja que la mayoría de los programas un porcentaje de su costo es subsidiado o totalmente gratuito un factor fuerte a diferencia de nuestros servicios, sin embargo, es de resaltar que nuestros servicios son personalizado y ajustado a las necesidades de cada empresa

- **¿Qué método de Capacitación Empresarial prefiere usted?**

Tabla 12. Método preferido de Capacitación Empresarial

Respuestas	Empresa	%
Virtual	60	22%
Personalizado	177	64%
Otro ¿Cuál?	39	14%
Total	276	100%

Figura 13. Método preferido de Capacitación Empresarial



De acuerdo al análisis de los datos arrojados el 64% (60 empresas) reviste un especial interés en el método de capacitación personal es decir presencial, pues manifiestan que el método virtual no es tan completo pues no capta la atención de

quien está capacitándose, el 22% (60 empresas) restante por el contrario manifiesta un interés en capacitarse de forma virtual pues por tiempo y costos prefieren este método y el 14% (39 empresas) manifiesta otro tipo de métodos como conferencias, talleres y seminarios.

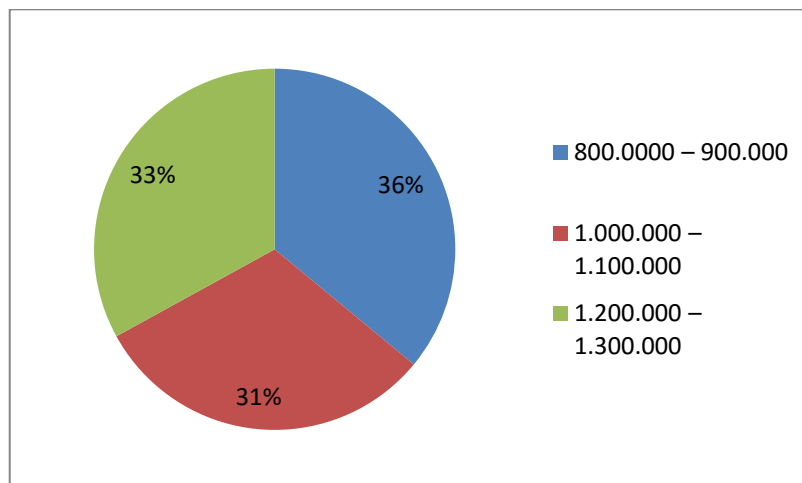
Es indispensable adaptar paquetes de servicios de capacitación ajustado a las necesidades de capacitación de cada empresa teniendo en cuenta que hoy en día el uso de las TICS es esencial en los procesos de formación.

- **¿Qué costo estaría dispuesto usted a pagar por un Servicios de Capacitación Empresarial de 24 horas aplicado a 15 personas, teniendo en cuenta costo/beneficio y los resultados pos capacitación?**

Tabla 13. Costo a pagar por un servicio de Capacitación empresarial

Respuestas	Empresa	%
800.0000 – 900.000	99	36%
1.000.000 – 1.100.000	86	31%
1.200.000 – 1.300.000	91	33%
Total	276	100%

Figura 14. Costo a pagar por un servicio Capacitación empresarial



En los datos suministrados se detecta: el valor que más presentó un mayor interés fue de \$800.000 – 900.000 con un 36% (99 empresas), seguido por el valor de \$1.200.000 – 1.300.000 que representa un con un 33% (91 empresas) y el valor de \$1.000.000 a 1.100.000 con un 31% (86 empresas).

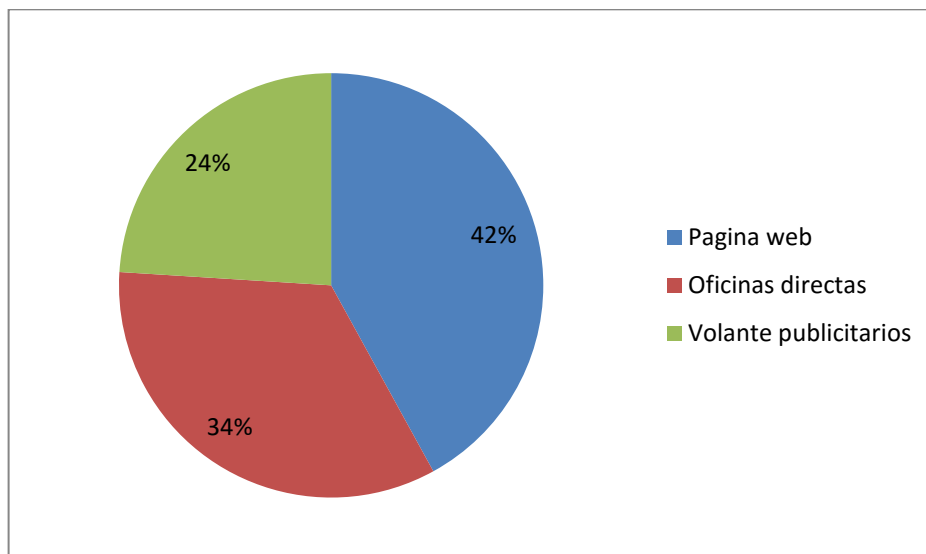
La empresa tendrá la capacidad de ajustarse a las necesidades y capacidades de las empresas, así mismo se estudiarán los perfiles de las empresas para detectar e implementar programas que se ajusten a ellas y sus necesidades en este aspecto tan fundamental que es el costo.

- **¿A través de que medio publicitario, le interesa obtener información de Servicio de Capacitación Empresarial?**

Tabla 14. Medio publicitario para obtener información del servicio

Respuestas	Empresa	%
Página web	116	42%
Oficinas directas	94	34%
Volante publicitarios	66	24%
Total	276	100%

Figura 15. Medio publicitario para obtener información del servicio



El medio publicitario con más favoritismo es una página web de la empresa en donde se oferten todos los programas de capacitación con un 42% (116 empresas), seguida por las oficinas directas con un 34% (94 empresas). Por último, con un menor índice de preferencia volantes publicitarios con un 24% (66 empresas) aunque se podría usar de una forma dinámica.

Es indispensable que la empresa tenga contacto directo a través de un trabajo de campo en el cual se tendría contacto directo (asesor-cliente) que le ofrecería los diferentes programas y así mismo los planes de financiamiento.

2.4.3 Estimación de la demanda. Para la estimación de la demanda se toma como referencia el mercado objetivo de esta investigación son 2.644 microempresas y 103 pequeñas empresas ubicadas en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, el porcentaje de aceptación que se estimaría como el consumo per cápita del Servicios de Capacitación Integral para Empresas, de información obtenida en el trabajo de campo, de acuerdo con los datos suministrados a partir de la aplicación del cuestionario arrojo que el consumo potencial del servicio es de 82% de las Microempresas y Pequeñas Empresas encuestadas que equivale a 2.253 de las empresas que hacen parte de la población objetivo. Es así como se determina la demanda.

Tabla 15. Datos estimados de Demanda

EMPRESAS QUE DEMANDARIAN SERVICIOS DE CAPACITACION	FRECUENCIA DE CONSUMO	DEMANDA POTENCIAL ANUAL DE PROGRAMAS
2.252	Anual 52% - 1.171 Semestral 32% - 1.441 Trimestral 16% - 1.441	4.053 programas de capacitación

De acuerdo a la recopilación y análisis de los datos, el consumo potencial del servicio de capacitación está calculado a partir de calcular el porcentaje de empresas que manifestaron consumir cursos de capacitación las cuales son 2.252,

cruzando esta información con la frecuencia con que usarían este servicio nos arroja la suma de 4.053, al aplicar la tendencia de consumo de la modalidad presencial que de acuerdo a encuesta es del 64% tenemos como resultado de consumo potencial la cantidad de 2.594 programas de capacitación presencial anual.

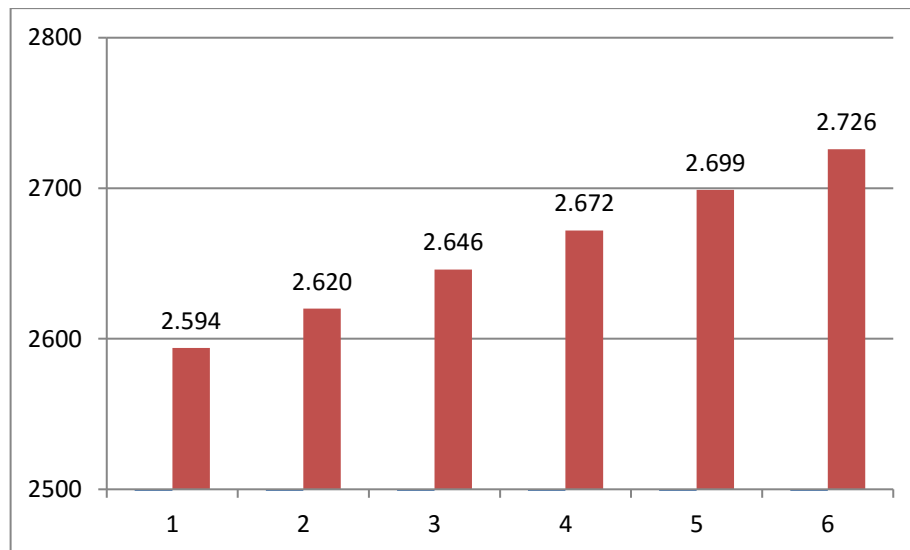
2.4.4 Proyección de la demanda

Tabla 16. Proyección de la demanda estimada

PERIODO ANUAL	ESTIMACION DE LA DEMANDA ANUAL
0	2.594
1	2.620
2	2.646
3	2.672
4	2.699
5	2.726

Se estima que la demanda crecerá en un 1% de acuerdo a la proyección de crecimiento que nos da la cámara de comercio de Bucaramanga de la población en Santander.

Figura 16. Proyección de la demanda estimada.



La proyección de la demanda se estima a 5 años, con los datos suministrados en la aplicación de la encuesta se determina que las empresas que aceptaron la prestación de Servicios de Capacitación Integral para Empresas fueron 2.253 Micro y Pequeñas Empresas con una demanda anual de 4.053 capacitaciones en todas las modalidades y frecuencias, y finalmente la demanda estimada para la modalidad presencial objeto de este proyecto es de 2.594 programas.

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información. En este caso que se está realizando un estudio para poner en marcha la empresa, se busca explorar la competencia de los servicios de capacitación en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, clases de servicios ofertados, ubicación, precios, cobertura de la prestación de los servicios en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional, estrategias de publicidad y promoción, así mismo canales de comercialización, esto con el propósito de reconocer el estado de nuestro entorno competitivo y crear estrategias para introducir nuestros servicios en él y que nuestros servicios tengan preferencia por la demanda.

2.5.2 Ficha técnica de la oferta

Tabla 17. Ficha técnica de la oferta

Tipo de Investigación	El tipo de investigación es descriptiva y exploratoria se implementa con el propósito de identificar la oferta de servicios de capacitación en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
Fuentes primarias y secundarias	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información primarias Aplicación de encuestas a empresas dedicadas a la capacitación de empresas. Entre ellas encontramos a: <ul style="list-style-type: none"> • CÁMARA DE COMERCIO • EL SENA • Fuentes de información secundarias Información suministrada por páginas de internet, las alcaldías de los municipios de Barbosa, Vélez y puente nacional, Cámara de Comercio de Barbosa.
Técnicas e instrumentos para la recolección de información	La técnica para la recolección de información es la entrevista, a través de un cuestionario con una serie de preguntas que nos permite obtener información sobre la oferta de los servicios de capacitación en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
Definición de la población	El proceso de muestreo se establece en un las siguientes empresas que hacen parte en la participación del mercado: <ul style="list-style-type: none"> • CÁMARA DE COMERCIO • EL SENA
Muestra	El cuestionario se aplicara a las empresas con más influencias en el mercado de los servicios de capacitación empresarial cuyo mercado son las microempresas y empresas de los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.
Alcance	El lugar de ubicación de estas empresas es decir Barbosa, Vélez
Tiempo de aplicación	La aplicación de las encuestas se realizara durante el 6 de septiembre hasta el día 10 de septiembre del 2013.

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta

- **Servicios de capacitación que ofrece por la competencia**

A partir de los datos adquiridos se puede establecer que las empresas prestadoras del servicio de capacitación tienen un amplio portafolio de servicios en capacitación, así mismo detectamos que nuestra principal fortaleza es la capacitación en temas empresariales y muy globales e indispensables a nivel del entorno empresarial. A continuación, presentamos los resultados arrojados a partir de la aplicación de la encuesta.

Tabla 18. Servicios de capacitación ofertados por las empresas

EMPRESA	SERVICIO DE CAPACITACIÓN
CÁMARA DE COMERCIO	<ul style="list-style-type: none">• Seminario de liderazgo empresarial• Seminarios de Coaching
EL SENA	<ul style="list-style-type: none">• Capacitación empresarial virtual• Cursos virtuales• Carreras técnicas y tecnológicas profesionales

- **Características de los servicios de capacitación ofrecidos por la competencia**

Según los datos suministrados por las empresas encuestadas, las empresas establecen sus costos y forman grupos a los cuales se les dictara la conferencia, seminario taller o capacitación, esto de acuerdo a un previo análisis de necesidades de capacitación que las empresas manifiesten y la capacidad de pago de estas teniendo en cuenta los beneficios que estas reciben después de la capacitación. Pues estas manifiestan que el crecimiento de las empresas es directamente proporcional a la capacitación que se les dé a sus trabajadores.

Tabla 19. Características de los Servicios de capacitación ofertados por las empresas

EMPRESA	SERVICIO DE CAPACITACIÓN	DURACIÓN	COSTO
CÁMARA DE COMERCIO	• Seminario de liderazgo empresarial	12 horas	600.000
	• Seminarios de Coaching	12 horas	600.000
EL SENA	• Capacitación empresarial virtual	40 horas	Gratuito
	• Cursos virtuales	40 horas	Gratuito
	• Carreras técnicas profesionales	3 semestres	Gratuito

- **Cantidad de servicios de capacitación ofrecidos a las empresas de Barbosa, Vélez y Puente Nacional**

Tabla 20. Cantidad de Servicios de capacitación ofertados por las empresas

EMPRESA	SERVICIO DE CAPACITACIÓN	CANTIDAD
CÁMARA DE COMERCIO	Ofrece servicios de capacitación a los microempresarios de la región a través de seminarios, talleres, conferencias sobre temas empresariales en las que se detecta la participación de los comerciantes y empresarios de los municipios aledaños.	Trimestral 20 capacitaciones Entre seminarios diplomados, talleres y cursos
EL SENA	Servicios de formación a los diferentes empresarios y comerciantes de la región a través de cursos virtuales y de talleres presenciales de formación en reclutamiento de personal.	Trimestral 60 capacitaciones Entre seminarios diplomados, talleres y cursos

Se puede observar como las empresas declaradas como competencia definen su metodología e implementación en la prestación de sus servicios y la cantidad de servicios destinados para los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional.

- **Medios de publicidad usados por la competencia para la promoción de sus servicios**

De acuerdo a esta información las empresas usan los diferentes medios de comunicación para difundir la información sobre sus servicios así mismo, a través de terceros o vía telefónica ofrecen su portafolio de servicios. Es indispensable tener en cuenta estos medios de comunicación para lograr competir con ellos a través de estos medios.

Tabla 21. Medios publicitarios usados por la competencia

EMPRESA	MEDIO PUBLICITARIO
CÁMARA DE COMERCIO	<ul style="list-style-type: none"> • Portal web • Anuncios por radio emisora local • Volante publicitarios
EL SENA	<ul style="list-style-type: none"> • Páginas web • Anuncios por emisora local

- **Segmento del mercado al cual dirige la competencia sus servicios**

Los servicios de capacitación de estas empresas van dirigidos a los diferentes segmentos del mercado empresarial, sus servicios se enfocan a satisfacer las necesidades de formación a las diferentes áreas de la empresa, cumpliendo con la estrategia de las compañías y ajustándose a las diversas características de las empresas.

Tabla 22. Segmento del mercado al cual dirige la competencia sus servicios

EMPRESA	SEGMENTO DEL MERCADO
CÁMARA DE COMERCIO	<ul style="list-style-type: none"> • Comerciantes • Microempresarios • Empresarios • Profesionales • Emprendedores
EL SENA	<ul style="list-style-type: none"> • Comerciantes • Emprendedores • Profesionales

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia Actualmente en Barbosa, no se cuenta con una entidad dedicada y especializada en la capacitación personalizada para las micro y pequeñas empresas en el municipio de Barbosa se cuenta con el Sena.

SENA

Figura 17. Logo SENA



La Institución está facultada por el Estado para la inversión en infraestructura necesaria para mejorar el desarrollo social y técnico de los trabajadores en las diferentes regiones, a través de formación profesional integral que logra incorporarse con las metas del Gobierno Nacional, mediante el cubrimiento de las necesidades específicas de recurso humano en las empresas, a través de la vinculación al mercado laboral bien sea como empleado o subempleado, con grandes oportunidades para el desarrollo empresarial, comunitario y tecnológico. Pero la mayoría de las personas que llegan al Sena a educarse es por que acuden a ella, o por que los empresarios mandan a sus empleados y no por que la institución vaya a las empresas haciendo un diagnóstico de la misma y ofreciendo algún servicio de capacitación específico.

Algunas Funciones

1. Impulsar la promoción social del trabajador, a través de su formación profesional integral, para hacer de él un ciudadano útil y responsable, poseedor de valores morales éticos, culturales y ecológicos.

2. Organizar, desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo.

3. Velar porque en los contenidos de los programas de formación profesional se mantenga la unidad técnica.

Algunas de las capacitaciones que brinda el Sena

Figura 18. Capacitaciones SENA

Descripción
Curso de Administración de Base de Datos usando ACCESS 2000.
ANÁLISIS DE ACCIONES DE MERCADEO.
BÁSICO SALUD OCUPACIONAL.
CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.
CLASIFICACIÓN DE CUEROS TERMINADOS.
COCINA CRIOLLA
COCTELERIA SIN ALCOHOL
COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN.
CONOCIMIENTOS Y CONSERVACIÓN DE LA MADERA.
CONSTRUCCIÓN DE CASAS SISMO RESISTENTES DE UNO Y DOS PISOS.

CAMARA DE COMERCIO

Figura 19. Cámara De Comercio Barbosa



La cámara de comercio además de los procesos registrales y el entendimiento con la masa empresarial de la región, apoya con una gran variedad de diplomados, especializaciones, cursos, y la elaboración de proyectos de alta inversión en infraestructura, transporte, educación y cultura para todos.

Algunas de las especializaciones que se ofrecen actualmente son las siguientes las cuales tienen costo y se realizan en alianza con instituciones de educación formal como universidades privadas.

- Diplomado en Derecho Laboral.
- Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales.
- Especialización en gerencia estratégica.
- Diplomado en Normas Internacionales de Información Financiera NIIF.

La ventaja competitiva que ofrece la empresa propuesta, está en el conocimiento que el emprendedor tiene de la región y de la dinámica socio empresarial, lograr brindar un servicio personalizado realizando un diagnóstico del real estado de la empresa y así mismo ofrecer las herramientas que le permitan lograr su y éxito y sostenibilidad en el tiempo.

Por otro lado, se puede concluir que una barrera de entrada sería la gratuidad de los servicios en el caso del SENA.

2.5.5 Estimación de la oferta. De acuerdo a la información recopilada, por las empresas dedicadas a la prestación de servicios de capacitación, con respecto a la cantidad de servicios de capacitación se determinó la siguiente oferta:

Tabla 23. Datos estimados de la oferta

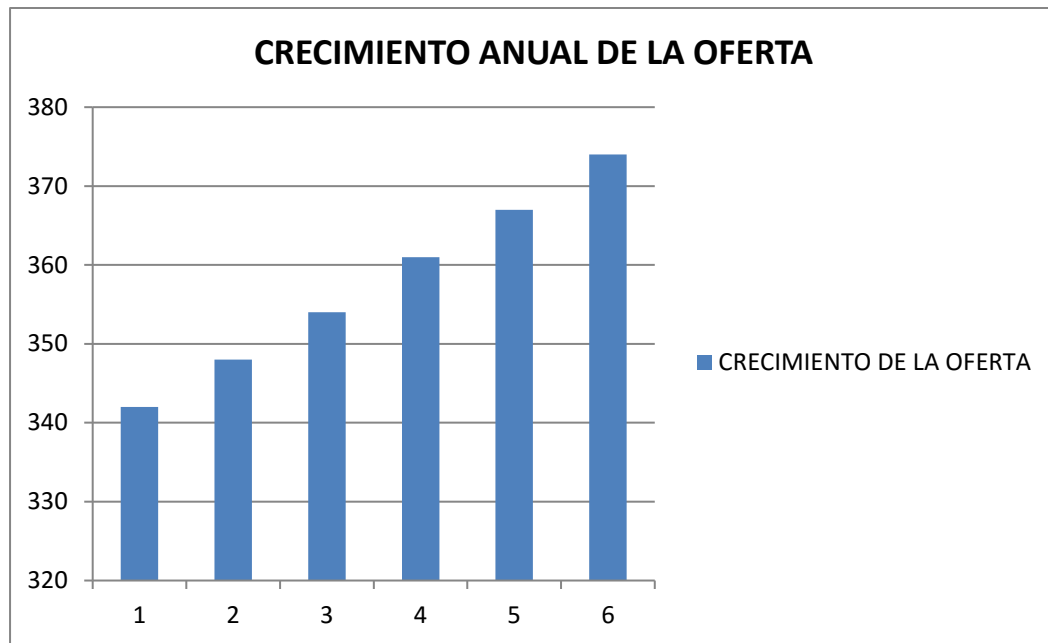
OFERENTES	OFERTA ANUAL	%	OFERTA ANUAL
CÁMARA DE COMERCIO	80	30%	320 programas de capacitación
EL SENA	240	70%	

2.5.6 Proyección de la oferta. Según la estimación de la oferta y datos suministrados por la Cámara de Comercio el sector de capacitación empresarial tiene un crecimiento anual del 1,8% es así como se estima un crecimiento de la oferta a 5 años a los con este índice de crecimiento.

Tabla 24. Proyección de la oferta estimada

OFERENTES	AÑO	CRECIMIENTO DE LA OFERTA
CÁMARA DE COMERCIO SENA	0	342
	1	348
	2	354
	3	361
	4	367
	5	374

Figura 20. Proyección de la oferta estimada



2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

A partir de la investigación para el primer año de desarrollo del proyecto de la creación de una empresa de capacitación empresarial, se estima una demanda potencial de 2.594 programas de capacitación presencial en las diversas áreas, y una oferta estimada de 342 programas de capacitación a partir de estos datos ministrados se establece:

- Demanda insatisfecha: 2.252 programas de capacitación presencial anual.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

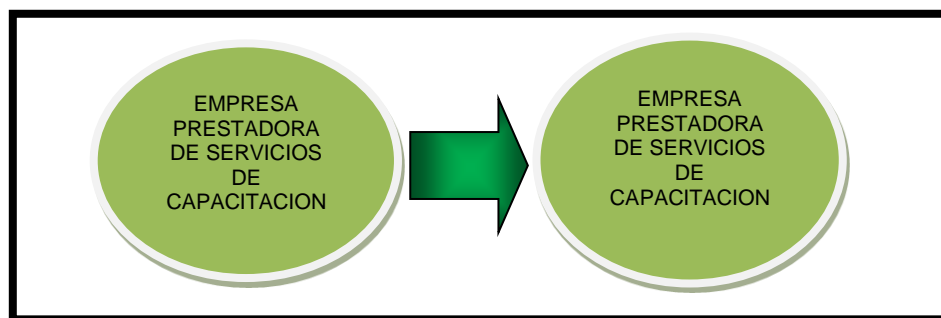
Los canales de comercialización, son las rutas que siguen los servicios para llegar a su usuario, es uno de los aspectos económicos que ya demandan la mayor atención en los consumidores.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Los canales de distribución existentes en el municipio de Barbosa para la comercialización de servicios, están conformados por la naturaleza de los servicios esto da origen a necesidades especiales en su distribución y se pueden dar de dos formas:

- El servicio se aplica al demandante en el momento de producirse
- El demandante recibe el servicio hasta que el desee utilizarlo

Dada la intangibilidad de los servicios el proceso de producción y la actividad de venta requieren a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor, por lo tanto se emplea un canal directo.

Figura 21. Estructura canales de comercialización actuales

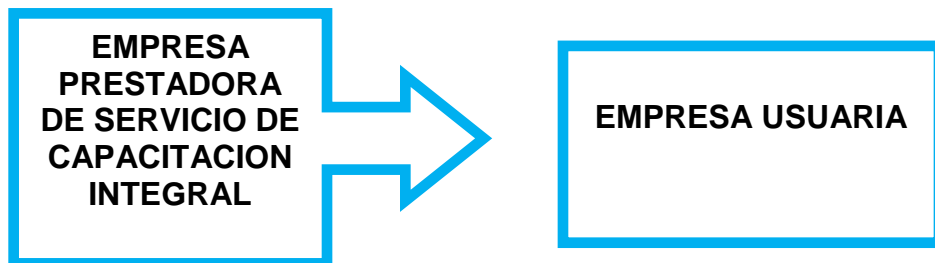


2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización. Por tratarse de un servicio intangible, la principal ventaja del canal directo, del prestador del servicio a los clientes es el contacto inmediato y la atención a sus necesidades y expectativas logrando una mejor prestación del servicio y al final obtener una empresa más competitiva, eficiente y sostenible en el largo plazo.

La principal desventaja, que se encuentra en los canales actuales radica en que los oferentes del servicio, deben esperar a que el cliente llegue a ellos, limitando la cobertura de influencia del proyecto y generando falta de recordación del servicio por parte de los clientes.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. El canal de comercialización más idóneo es el directo ir a las empresas y escuchar las necesidades de capacitación y las principales falencias, el encargado de la visita detecta y ofrece las diferentes soluciones, garantizando de esta forma las condiciones del servicio, como características, forma de pago, lugar de prestación y fecha adecuada.

Figura 22. Canal de comercialización



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercados, se encontró que el precio de los servicios de capacitación integral oscila entre \$1.000.000 y 1.100.000 pesos. Así mismo es indispensable tener en cuenta factores como; el análisis a partir de los costos de prestación del servicio, los precios de los competidores, que entidades del estado prestan servicios de capacitación, sumado a todo lo anterior la gran influencia que la empresa proyectada prestará sus servicios personalizados y de acuerdo a un previo análisis del estado de la empresa.

En lo referente a la empresa de capacitación el precio será el siguiente \$500.000 por capacitación.

2.8.2 Estrategia de fijación de precios. La estrategia de precios que se empleara será la del precio basado en la demanda pues no se cuenta empresas líderes en la región, además teniendo en cuenta el mercado objetivo se manejaran precios más

bajos que los del mercado actual, sin dejar de un lado el punto de equilibrio para no llegar a tener pérdidas.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos

- Dar a conocer los servicios de capacitación por la empresa a través de los diferentes medios de comunicación existentes en los municipios de Barbosa, Puente Nacional y Vélez, dando a conocer la calidad y la marca de la empresa.
- Persuadir e inducir al consumidor creando la necesidad de la empresa de capacitación para que adquieran los servicios de la empresa.
- Alcanzar la recordación del consumidor a través de un servicio de calidad, oportuno, logrando y superando las expectativas de los clientes de la empresa.
- Obtener el interés de las empresas de los municipios de Barbosa, velez y puente nacional por la adquisición de los servicios de capacitación que ofrece la empresa.
- Lograr que con la satisfacción de las necesidades de capacitación de las empresas, nos adopten y recurran frecuentemente a los servicios de la empresa.

2.9.2 Logo. Figura de círculos formando otro círculo; representa la construcción de una empresa, es decir las piezas que la conforman y como se complementan. Las iniciales A&C: representan las iniciales de la frase “Acción y calidad”

Figura 23. Logotipo



2.9.3 Nombre y lema. El mensaje incita a las empresas a acceder a un programa de capacitación exclusivamente diseñado para ellos, de acuerdo a sus necesidades, pues la ventaja esta en generar un cambio y crecimiento sostenible en ellas.

A&C ASESORES “DISEÑANDO HERRAMIENTAS A LA MEDIDA DE SU EMPRESA”

2.9.4 Análisis de medios. A continuación, se describen los medios de comunicación de mayor influencia en Barbosa.

- **Televisión:** es un medio accesible para la comunidad, llega a una audiencia amplia, en el cual se puede hacer uso de animación y color que capten la atención del televidente.
- **Radio:** este medio permite difundir un mensaje flexible, existe una marcada difusión, pues tiene un alto porcentaje de audiencia, se puede hacer uso de la emisora de local.
- **Prensa:** a través de este medio se puede hacer llegar un mensaje escrito pues existe un amplio espacio publicitario, además es un medio económico, existe amplia circulación y diariamente es un medio que capta la atención del mercado.

- **Publicidad directa:** es un medio en el cual se puede aprovechar al máximo la circulación del transeúnte, es un medio selectivo, de carácter personal no existe límite del espacio o de tiempo para la exposición del producto y argumentación de venta, la gran ventaja es el contacto y la interacción directa con el cliente.
- **Internet:** este medio permite exponer una publicidad pues se puede exponer todos los servicios y productos junto con sus características, presta la viabilidad de interactuar y solucionar dudas, es un medio altamente utilizada por la población de libre acceso una gran ventaja para hacer la difusión de publicidad.
- **Publicidad exterior:** el uso dentro del municipio de Barbosa es masivo pues al ser un municipio en desarrollo las empresas aprovechan cualquier espacio estratégico para mostrar sus productos y servicios. La publicidad exterior está representada por vallar en lugares estratégicos del municipio, pendones promocionales en eventos especiales y publicidad exterior frente a la empresa.
- **Publicidad interior:** se hace uso de esta herramienta en la mayoría de empresas y microempresas, existentes en el municipio de Barbosa, por medio de pendones, afiches publicitarios y folletos.

2.9.5 Selección de medios. De acuerdo al estudio de mercados el análisis de medios de comunicación y en referencia a las necesidades de la empresa se determinó en uso de:

- **Radio:** se difunde un mensaje radial en el que se enuncie el lanzamiento del servicio, las características y el lugar en el que se puede adquirir el servicio de capacitaciones integrales.
- **Internet:** en este medio se colgara un página web publicitaria de la empresa e interactiva, un portal en el que se adquiere información del servicio, links que

desplieguen la información de cada paquete de capacitación y el costo así mismo links interactivos que permitan tener un contacto con el cibernauta.

- **Prensa:** este medio permite ubicar dentro de una página de la empresa un mensaje publicitario sobre la empresa ofreciendo su portafolio de servicios e invitando al cliente a que nos visite y conocer sus necesidades.
- **Folletos:** el diseño de un folleto publicitario que contiene el portafolio de servicios de la empresa, así mismo los datos de ubicación de la empresa e invitando al cliente a que nos visite.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Al ser un servicio innovador en el municipio de Barbosa, se realizará una campaña masiva publicitaria al aire libre por el municipio de Barbosa, Puente Nacional y Vélez, en el que se anunciaría la inauguración de la empresa y el impacto que generara sobre las empresas a partir de la prestación de servicios de capacitación integral a empresas, así mismo se repartirán folletos y tarjetas de presentación. También se dispondrá una valla publicitaria o pasacalle sobre la calle novena del municipio de Barbosa, lugar en el que se ubicará la empresa.

- Uso de radio, emisora local Rumba Stereo Barbosa.
- Portal web en internet.
- Uso de la prensa son un espacio publicitario enunciando la empresa.
- Presentación en ferias y seminarios y actividades culturales
- Concurrencia a encuentros de empresarios, ferias empresariales, ruedas de negocios entre otros para contactar a empresarios.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.9.7.1 De lanzamiento

Tabla 25. Presupuesto publicitario de lanzamiento

DESCRIPCION	VALOR
Publicidad radial	400.000
Prensa	300.000
Páginas de internet	500.000
Foros	600.000
Folletos	400.000
Volantes	200.000
Tarjetas de presentación	300.000
TOTAL	2.700.000

2.9.7.2 De operación

Tabla 26. Presupuesto publicitario de operación

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
Publicidad radial	200.000	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Prensa	300.000	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Folletos	400.000	4.800.000	5.040.000	5.292.000	5.556.600	5.834.430
Volantes	200.000	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Tarjetas de presentación	100.000	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
TOTAL	1.200.000	14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290

2.10 RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- El proyecto presenta muy buenas posibilidades desde el punto de vista del mercado pues no existe en la región una empresa de carácter privado que oferte servicios de capacitación y asesoría empresarial que responda a las necesidades que demandan las micro y pequeñas empresas, este vacío regional

lo vienen cubriendo instituciones como el Sena y la Cámara de Comercio de Bucaramanga obedeciendo a sus políticas institucionales.

- El creciente desarrollo empresarial especialmente en los municipios de Barbosa, Vélez y Puente Nacional es un factor favorable para impulsar el ofrecimiento de los servicios que la empresa ha diseñado para fortalecer la competitividad empresarial.
- La existencia de una conciencia de desarrollo interno empresarial a partir de fortalecer las áreas administrativas y de recurso humano es un factor positivo para el proyecto.
- La preferencia de los posibles clientes por metodologías presenciales de capacitación valida la propuesta de un ofrecimiento de cursos por áreas temáticas.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Se refiere al tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad de prestación de servicios de Capacitación Administrativa, Financiera y de reclutamiento de personal. Determinando la capacidad del proyecto en cantidad de capacitaciones para satisfacer la demanda del mercado en un plazo de cinco años, para este análisis se toma como referencia la Investigación previamente aplicada y que arrojó resultados positivos para la viabilidad del proyecto.

Según el estudio de mercados las áreas temáticas que más demandan los empresarios son en administración, financiera y reclutamiento de personal, por lo que la propuesta es ofertar 360 cupos al año, repartidos en 8 cursos por tema, con un número de cupos por curso de 15 personas máximo.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. El objetivo del proyecto es la creación de una empresa prestadora de servicios de capacitación empresarial entre ellas: Capacitación Administrativa, Financiera y de reclutamiento de personal, supliendo así las necesidades de las empresas identificadas en el estudio de mercados.

- **Tamaño del proyecto y mercado**

Según los resultados de la investigación de mercados se cuenta con una demanda insatisfecha de 2.252 cursos. Como se puede apreciar es un valor significativo por esta razón hay que llegar a este mercado de manera estratégica a través de visitas para detectar y recibir la información de las necesidades de los clientes.

- **Tamaño del proyecto y tecnología**

La implementación de una empresa de servicios requiere invertir mucho dinero en equipos y demás recursos tecnológicos, como programas y software que facilite el trabajo de capacitación.

- **Tamaño del proyecto y capacidad administrativa**

La gestión adecuada del establecimiento de las capacidades administrativas para el montaje y el manejo del mismo siguiendo el enfoque deseado (manejo de presupuestos, promociones, atención del cliente y venta del servicio). Las limitaciones económicas que pueden llegar a impedir en un principio la contratación de personal para la capacitación. Esto incluye una buena alternativa para garantizar el funcionamiento correcto del negocio en sus periodos de creación e iniciación hacia una opción de crecimiento a medida que se posiciona el servicio y se consolida en el mercado.

- **Tamaño del proyecto y recursos humanos**

Se crea la necesidad de estimar la cantidad y nivel profesional del personal que prestara sus servicios en la empresa, la cual contará con profesionales especialistas integrales para dictar las capacitaciones.

- **Tamaño del proyecto y financiamiento**

El capital necesario para la iniciación del proyecto es mínimo por lo cual la capacidad financiera estará fundamentada en los aportes propios.

3.1.3 Capacidad del proyecto. La empresa estará en capacidad de ofrecer sus servicios en su totalidad de acuerdo a la planeación de la realización de las capacitaciones y el nivel de matrículas existentes, operando con una planta administrativa permanente y una disponibilidad de los capacitadores que satisfaga la demanda de servicios.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. De acuerdo a un previo análisis del Estudio de Mercados se establece que la demanda total potencial es de 2.252 programas de capacitación al año por ende se determina las características de instalaciones, talento humano y recursos tecnológicos.

A pesar de presentar una demanda potencial alta el proyecto debe ser realista e ir más allá de las probabilidades estadísticas que nos muestra, es por esto que se determina que la oferta que propone el proyecto es de 24 cursos de capacitación al año, repartidos en 8 cursos de el tema administrativo, 8 cursos de lo financiero y 8 cursos de reclutamiento, trimestralmente por cada tema se harán 2 cursos, con la siguiente programación.

Tabla 27. Horario de capacitación

PROGRAMA	DURACION	HORARIO
ADMINISTRATIVO	40 HORAS	LUNES A VIERNES DE 6 PM A 10 PM
FINANCIERO	40 HORAS	LUNES A VIERNES DE 6 PM A 10 PM
RECLUTAMIENTO	40 HORAS	LUNES A VIERNES DE 6 PM A 10 PM

Tabla 28. Plan de Capacitación

MES	PROGRAMA DE CAPACITACION	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
1	ADMINISTRATIVO				
	FINANCIERO				
2	RECLUTAMIENTO				
	ADMINISTRATIVO				
3	FINANCIERO				
	RECLUTAMIENTO				

Instalaciones: De este modo para efectos del proyecto, se arrendara unas instalaciones de mínimo setenta (70) metros cuadrados, dentro de los cuales se pueden dividir dos ambientes, uno académico de aproximadamente 35 metros cuadrados y otro administrativo también de 35 metros cuadrados, en el ambiente académico se distribuirán 15 estaciones de trabajo para cada asistente y un puesto de trabajo para el capacitador, en el ambiente administrativo se distribuirá la oficina , un sitio de reuniones, un archivo y una sala de espera.

Tabla 29. Características instalaciones

INSTALACIONES	DESCRIPCION
Local comercial	70 metros con divisiones para área administrativa y académica.

Talento humano: Del punto tratado previamente se desprende la necesidad de estimar la cantidad y nivel de profesionalismo del personal que laborara en la firma. Así por tratarse de capacitaciones en las áreas Financiera, administrativa y de reclutamiento de personal de modo que la empresa puede ofrecer un servicio integral a sus clientes. Para atender la demanda total del mercado se debe contar con profesionales integrales en áreas administrativas, contables y/o económicas siendo requeridos según las necesidades de la demanda de capacitaciones, estos profesionales se contratarán por hora cátedra y por órdenes de prestación de servicios.

Tabla 30. Características talento humano

PERSONAL	CANT.	DESCRIPCION
Gerente general	1	Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Empresa en cumplimiento de sus políticas.
Secretaria	1	Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo.
Profesionales integrales en las áreas de administración, reclutamiento de personal y el área financiera	3	Encargados de dictar las capacitaciones administrativas, financieras y de reclutamiento de personal.

Recursos tecnológicos: para el normal desarrollo de las actividades de la empresa de capacitación de detallan los equipos, muebles, enseres y elementos necesarios para la prestación de los servicios:

Tabla 31. Características recursos físicos técnicos y tecnológicos

RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD
Computadores de escritorio	1
Computadores portátiles	4
Software financiero	1
Software administrativo	1
Software empresarial	1
Teléfonos móviles	1
Telefax	1
Proyector	1
Impresora multifuncional	1
Fotocopiadora	2
Escritorio gerente con silla	1
Escritorio de secretaria con silla	1
Escritorio de capacitador con silla	1
Mesa de reuniones	4
Sillas para mesa de reuniones	10
Muebles archivadores	2
Puestos de trabajo asistentes	20
Tablero acrílico	1

3.2 LOCALIZACIÓN

La localización se relaciona estrechamente con la prestación del servicio, su importancia es fundamental y sobre todo en el servicio que se pretende ofrecer, donde el contacto con el público objetivo es la base del servicio.

Para efectos de elegir la mejor ubicación de la empresa, se evaluará tanto variables cualitativas como sitios estratégicos, facilidad de infraestructura de servicios, también cuantitativas como valor de los arrendamientos, áreas posibles en la oferta de locales.

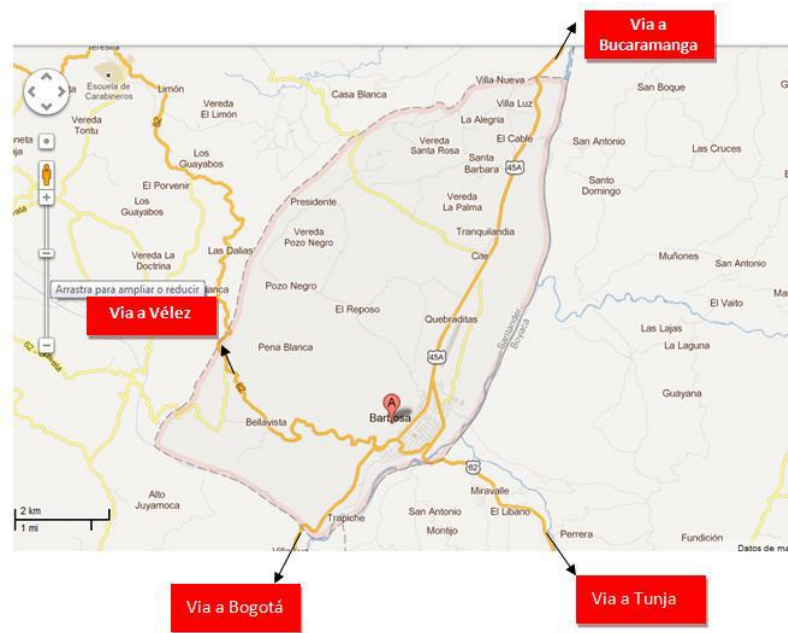
3.2.1 Macro localización. La empresa será ubicada en el departamento de Santander, específicamente en el municipio de Barbosa es un municipio perteneciendo a la provincia de Vélez.

El municipio de Barbosa en los últimos 20 años abrió el territorio para recibir en primer orden la industria y en consecuencia en la localidad operan alrededor de 15 empresas, 2.644 microempresas y 103 pequeñas empresas. Actividades ligadas a los sectores agrícolas (variados cultivos), ganadera (principalmente la bovina) y agroindustria (panela, caña, guayaba y otros frutarles), cuya principal característica es el bajo nivel de desarrollo tecnológico y dificultades de comercialización. Las microempresas han experimentado una apreciable expansión durante los últimos 10 años, estas juegan un papel importante en el desarrollo de la economía de la región generando empleo, contribuyendo con el crecimiento económico.

Además la alcaldía del municipio trabaja constantemente para crear ambientes ideales que permitan la formación y consolidación de empresas, por medio del establecimiento de políticas económicas y de desarrollo. Por otra parte gestiona y desarrolla estrategias que facilitan la promoción del municipio. Estas condiciones brindan un ambiente óptimo y futurista para la ubicación del proyecto y el posicionamiento del servicio.

El factor decisivo para la ubicación del proyecto está representado por la cercanía al mercado objetivo, por otra parte la actividad del mercado en la zona, el apoyo de los entes públicos y privados y el desarrollo de políticas que faciliten el surgimiento económico empresarial, fortalecen la decisión final de la ubicación de la empresa.

Figura 24. Mapa municipio de Barbosa, Santander



Fuente: ALCALDIA DE BARBOSA. Mapas del municipio [Citado el 20 de septiembre de 2017]. Disponible en internet <http://www.barbosa-santander.gov.co/calendario/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1369984>

3.2.2 Micro localización. Desde este punto de vista es preciso que la empresa cuente con una oficina que proyecte la imagen de profesionalismo, seriedad y confianza con sus clientes, por esta razón se analizan los factores críticos frente a las ventajas y desventajas en términos económicos y logísticos, en pro de maximizar el uso de los recursos existentes y garantizar el éxito de la empresa.

- **Factores influyentes en la decisión de la ubicación**

Proximidad a los clientes: generalmente a mayor cercanía del mercado, mayor la capacidad de la empresa de influir sobre las decisiones a la hora de adquirir el servicio.

Alrededores: se refiere a todos los lugares y establecimientos cercanos que complementen de una u otra forma la experiencia de compra.

Accesibilidad: se refiere a la facilidad para llegar al lugar de ubicación de la empresa.

Disponibilidad de local comercial: disponibilidad del local comercial con las características necesarias para adecuar las instalaciones de acuerdo a las características necesarias para el normal funcionamiento.

- **Posibilidades de localización**

Los lugares óptimos para la ubicación de la empresa a considerar son:

Tabla 32. Posibilidades de localización de la empresa

UBICACIÓN
Centro comercial La Luisita
Centro comercial La Casona
Edificio frente a Bancolombia Carrera Novena

- **Evaluación de las condiciones de los factores**

Para evaluar y determinar la ubicación de óptima de las instalaciones, se utiliza el método de puntos, selección y definición de factores.

Tabla 33. Descripción de factores

FACTORES	FACTORES CRÍTICOS
Factor N° 1	PROXIMIDAD A LOS CLIENTE
	Distante: los clientes potenciales se encuentran cerca a la empresa.
	Medianamente distante: la presencia de los clientes potenciales, se encuentran regularmente lejos de la empresa.
Factor N° 2	Cerca: los clientes potenciales se encuentran cerca de la empresa.
	ALREDEDORES
	Es altamente comercial: zona comercial con gran afluencia de comercio.
Factor N° 3	Es medianamente comercial: zona comercial con mediana afluencia de comercio.
	Es bajamente comercial: zona comercial con baja afluencia de comercio.
	ACCESIBILIDAD
Factor N° 4	Fácil ubicación de la empresa: facilidad ubicar el local u oficina.
	Regular ubicación de la empresa: mediamente facilidad ubicar el local u oficina.
	Difícil ubicación de la empresa: difícilmente ubicar el local u oficina.
Factor N° 4	DISPONIBILIDAD DE LOCAL COMERCIAL
	Regular: Es un lugar que no cuenta con los requerimientos necesarios para adecuar la empresa.
	Buena: Es un lugar que cumple de manera regular con los requerimientos para adecuar la empresa.
Factor N° 4	Excelente: Es un lugar que cuenta con todos los requerimientos para adecuar la empresa.

- **Ponderación y puntuación de factores**

Se establece un total de 500 puntos para la asignación de los puntos a grados.

Tabla 34. Ponderación y puntuación de factores

FACTORES	FACTORES CRÍTICOS	PUNTAJE		PONDERACIÓN
Factor N° 1	PROXIMIDAD A LOS CLIENTE	Puntaje		26%
	Grado 1: Distante	50	130	
	Grado 2: Medianamente distante	90		
	Grado 3: Cerca	130		
Factor N° 2	ALREDEDORES	Puntaje		20%
	Grado 1: Es bajamente comercial	40	100	
	Grado 2: Es medianamente comercial	80		
	Grado 3: Es altamente comercial	100		
Factor N° 3	ACCESIBILIDAD	Puntaje		24%
	Grado 1: Difícil ubicación de la empresa	50	120	
	Grado 2: Regular ubicación de la empresa	80		
	Grado 3: Fácil ubicación de la empresa	120		
Factor N° 4	DISPONIBILIDAD DE LOCAL COMERCIAL	Puntaje		30%
	Grado 1: Regular	70	150	
	Grado 2: Bueno	110		
	Grado 3: Excelente	150		
TOTAL			500	100%

- **Selección de la ubicación de la empresa**

Tabla 35. Selección de ubicación de la empresa

UBICACIÓN	Centro Comercial La Luisita		Centro Comercial La Casona		Edificio frente a Bancolombia carrera novena	
	Grado	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos
PROXIMIDAD A LOS CLIENTE	2	90	2	90	3	130
ALREDEDORES	3	100	3	100	3	100
ACCESIBILIDAD	2	80	2	80	3	120
DISPONIBILIDAD DE LOCAL COMERCIAL	3	150	2	110	3	150
TOTAL		420		380		500

De acuerdo a la calificación obtenida por el método ponderado y a la evaluación cualitativa resultante de la investigación de mercados La ubicación de la empresa de capacitación será en el municipio de Barbosa, en la carrera novena frente a Bancolombia, por presentar mayores ventajas, además es un lugar que cuenta con alta afluencia comercial, lo que beneficia a la empresa. En este sector están ubicados locales comerciales y entidades financieras, es el sector comercial del municipio de Barbosa

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

Consiste en la determinación de las operaciones, los procesos, la mano de obra y maquinaria para la prestación del servicio, cuyo resultado es la prestación de servicios de capacitación. Está orientado a buscar una función de proceso que optimice la utilización de los recursos disponibles en la prestación del servicio.

3.3.1 Ficha técnica del producto. La empresa proyectada brindará servicios de capacitación integral a los micros y pequeñas empresas del municipio de Barbosa, Vélez y Puente Nacional. La capacitación, es el conjunto de procesos organizados dirigidos a perfeccionar las labores de los trabajadores mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional.

Entre el portafolio de servicios de capacitación que ofrecerá la empresa encontramos: 1) Capacitación Administrativa, 2) Capacitación En Reclutamiento de Personal, 3) Capacitación Financiera.

Tabla 36. Ficha técnica de la capacitación administrativa

REVISIÓN:		CAPACITACION ADMINSTRATIVA	
CÓDIGO: 01			
PÁGINA: 1 DE 1			
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO O RESULTADO		Capacitación Administrativa.	
CLIENTES		Gerentes y/o administradores de Micro y pequeñas empresas	
PROCESO	Capacitación	PROCEDIMIENTO ASOCIADO	Gestion Administrativa Eficaz.
RESPONSABLE DEL SERVICIO		JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO		La capacitación administrativa se encarga de brindar las herramientas necesarias para realizar las operaciones de:	
Planeación: función en la que se definen los objetivos, se fijan las estrategias y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades.			
Organización: Como función administrativa que consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quien rinde cuenta a quien y donde se toman las decisiones.			
Dirección. Proceso interpersonal mediante el cual los administradores tratan de influir sobre sus empleados. Gestionar recursos y dirigir al personal.			
Control: Función de la administración que consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieran falta. Establecimiento de estándares de calidad, medición de desempeño y corrección de desviaciones			
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES		Identificación e implementación de técnicas gerenciales y administrativas que permitan optimizar la rentabilidad empresarial.	
REQUISITOS LEGALES		Ley 115 del 8 de febrero de 1994	
REQUISITOS TÉCNICOS		Contar con el equipamiento necesario (Equipos de computo, video bean).	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD		REQUISITOS DE TIEMPO	
40 horas de duración.			
SITIO DE ENTREGA			
Dirección contractual de la empresa contratante.			
REQUISITOS AFINES AL TIEMPO DE ENTREGA		No aplica	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de gestión	Informes de estadísticas	
VIGENCIA ESPERADA		Quincenal	
PERIODICIDAD		Dos cursos trimestrales	
FECHA	ELABORO	DESCRIPCION	
Marzo 2013	JhormanBeltran	Versión Original	

Tabla 37. Ficha técnica de la capacitación en reclutamiento de personal

REVISIÓN:		CAPACITACION RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	
CÓDIGO: 03			
PÁGINA: 1 DE 1			
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO O RESULTADO		Capacitación de reclutamiento de personal	
CLIENTES		Gerentes y/o administradores de Micro y pequeñas empresas	
PROCESO	Capacitación	PROCEDIMIENTO ASOCIADO	Formulación de un plan de acción
CARGO O ROL RESPONSABLE DEL PRODUCTO / SERVICIO		JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO		<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicación de pruebas psicométricas. . 2. recolección referencias. Saber los comentarios de las personas que trabajaron alrededor del candidato. 3. Realización de estudios socio-económicos. Conocer el medio ambiente en el que se desenvuelve un candidato. 	
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES		lograr la vinculación de personas con las capacidades para desempeñar los trabajos.	
REQUISITOS LEGALES		Ley 115 del 8 de febrero de 1994	
REQUISITOS TÉCNICOS		Depende de los convenios vigentes. (Equipos de computo, video bean).	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD		REQUISITOS DE TIEMPO	
Al tiempo que sea solicitado por la empresa contratante.			
SITIO DE ENTREGA			
Direccion contractual de la empresa contratante.			
REQUISITOS AFINES AL TIEMPO DE ENTREGA		No aplica	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de gestión	Informes de estadísticas	
VIGENCIA ESPERADA		Durante todo el tiempo de las labores contratadas	
PERIODICIDAD		Acordada con el cliente	
CONDICIONES DE CONFIDENCIALIDAD		Bajo clausulas de contrato	
FECHA	DESCRIPCION	ELABORO	
Marzo 2013	Versión Original	JhormanBeltran	

Tabla 38. Ficha Técnica de la Capacitación Financiera

REVISIÓN:		CAPACITACION FINANCIERA	
CÓDIGO: 02			
PÁGINA: 1 DE 1			
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO O RESULTADO		Capacitación Financiera	
CLIENTES		Gerentes y/o administradores de Micro y pequeñas empresas	
PROCESO	Capacitación	PROCEDIMIENTO ASOCIADO	Planeación de recursos financieros.
RESPONSABLE DEL SERVICIO		JHORMAN FERNANDO BELTRAN GONZALEZ	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO / SERVICIO		Análisis de datos financieros: Esta función se refiere a la transformación de datos financieros a una forma que puedan utilizarse para controlar la posición financiera de la empresa, a hacer planes para financiamientos futuros, evaluar la necesidad para incrementar la capacidad productiva y a determinar el financiamiento adicional que se requiera.	
Determinación de la estructura de activos de la empresa: El administrador financiero debe determinar tanto la composición, como el tipo de activos que se encuentran en el Balance de la empresa.			
Al determinar la estructura de activos de la empresa, se da forma a la parte del activo y al fijar la estructura de capital se están construyendo las partes del pasivo y capital en el Balance. <i>También debe cumplir funciones específicas como:</i> Evaluar y seleccionar clientes Evaluación de la posición financiera de la empresa Adquisición de financiamiento a corto plazo Adquisición de activos fijos Distribución de utilidades			
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES		Adquirir habilidades técnicas para la administración eficiente de los recursos económicos de la empresa	
REQUISITOS LEGALES		Ley 115 del 8 de febrero de 1994	
REQUISITOS TÉCNICOS		Contar con el equipamiento necesario. (Equipos de computo, video bean).	
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD		REQUISITOS DE TIEMPO	
40 horas de duración			
SITIO DE ENTREGA			
Dirección contractual de la empresa contratante.			
REQUISITOS AFINES AL TIEMPO DE ENTREGA		No aplica	
PUNTOS DE CONTROL	Informes de gestión	Informes de estadísticas	
VIGENCIA ESPERADA		Dos cursos trimestrales	
PERIODICIDAD		Quincenal	
CONDICIONES DE CONFIDENCIALIDAD		Reserva de información utilizada en capacitaciones	
FECHA	DESCRIPCION	ELABORO	
Marzo 2013	Versión Original	JhormanBeltran	

3.3.2 Descripción técnica del servicio. El servicio es el punto focal de la empresa y el punto clave de la diferenciación que nos distinguirán de nuestros competidores, el proceso debe fluir de forma lógica.

- **Visita a la empresa del futuro cliente**

Se visita al cliente para escuchar sus necesidades.

- **Saludo al cliente**

El asesor de capacitación, saluda al cliente de forma cortes.

- **Manifestación del problema**

Interacción con el cliente, inicia dialogo entre el asesor y el cliente, el cliente manifiesta las falencias de la empresa, manifiesta necesidades que posee la empresa esto dado por una carencia de satisfacer, presenta evidencias al asesor de capacitación.

- **Búsqueda de la información**

El asesor de capacitación observa la información suministrada, analiza las evidencias y genera un diagnóstico, ofrece paquete de servicios que se ajuste a las necesidades de la empresa.

- **Evaluación de alternativas**

El cliente se basa en sus propias alternativas de carencia sobre la prestación del servicio, y decide si el servicio de capacitación ofrecido por el asesor de capacitación, el cliente analiza si el servicio de capacitación se ajusta a las

necesidades presentadas, este análisis incluye (estudio de precio, horarios de capacitación, área a capacitar, lugar de capacitación) el cliente somete su decisión a un proceso de evaluación.

- **Elección del servicio de capacitación**

Una vez tomada de decisión de la elección del servicio por parte del cliente, se procede a la compra del servicio de capacitación seleccionado, la alternativa de capacitación más adecuada se realiza la acción de compra.

- **Acuerdos de pago y prestación del servicio**

Una vez producida la compra el asesor de capacitación y el cliente deciden el lugar de capacitación, tiempo de capacitación forma de pago (efectivo, mediante cheque, tarjeta de crédito o debito, a crédito o contado) esto a través de un contrato por prestación de servicios.

- **Despedida del cliente**

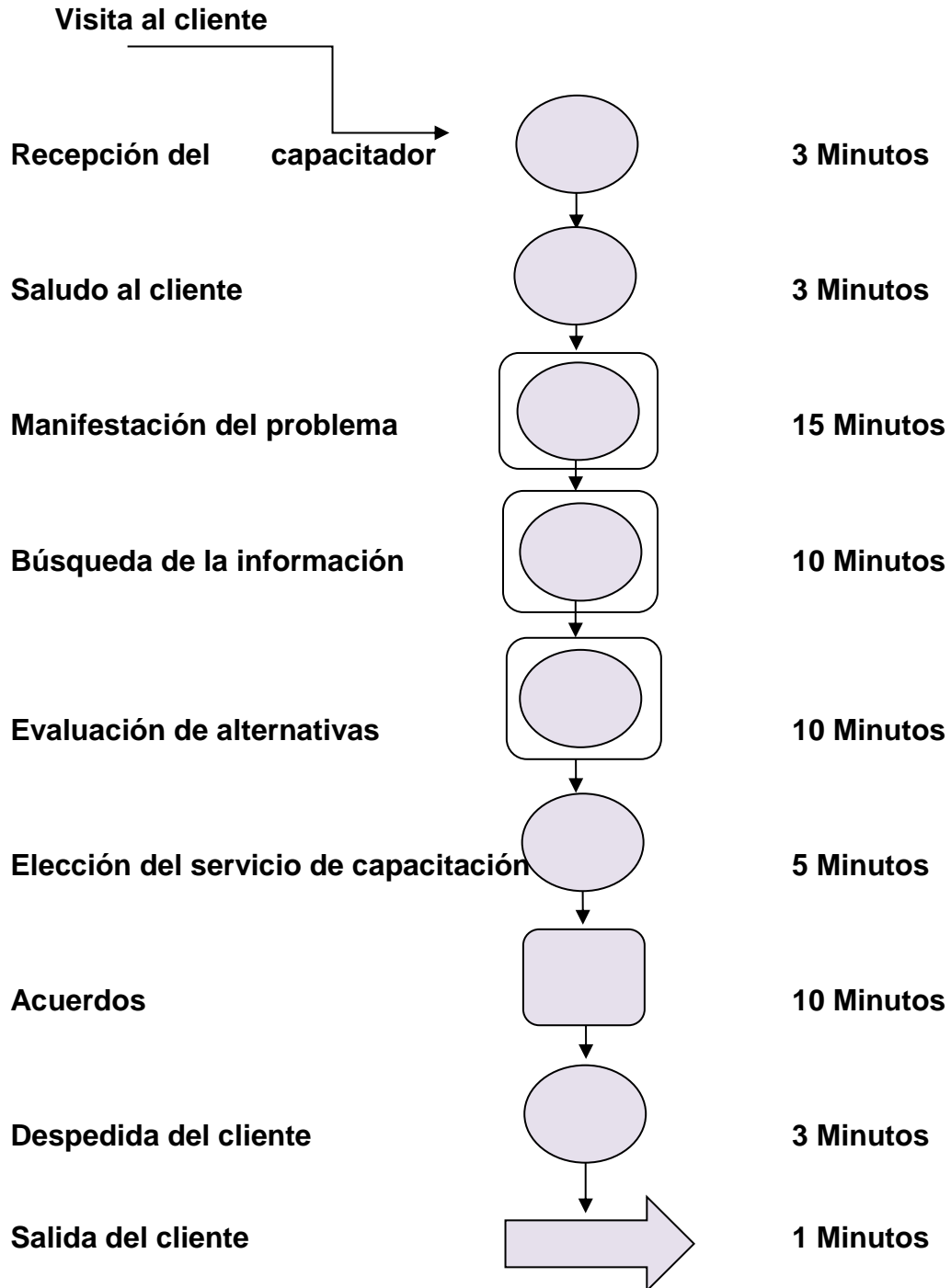
El asesor de capacitación se despide del cliente, de forma cortés y amable.

- **Salida del cliente de la oficina**

El cliente sale de la oficina.

3.3.3 Diagrama de operación

Figura 25. Diagrama de flujo de atención al cliente.



3.3.4 Control de calidad. Control enfocado en el cumplimiento de los siguientes parámetros:

Fiabilidad

- Entrega del servicio correcto desde el primer momento
- Cumplir siempre los acuerdos comerciales con los clientes
- Entrega del servicio en las fechas y momentos acordados
- En caso de equivocación, admitir el error y realizar los procesos necesarios para enmendarlo y lograr la satisfacción del cliente.

Capacidad de respuesta

- Ofrecer un servicio rápido.
- Contestar inmediato las llamadas telefónicas de los clientes
- Flexibilidad para adecuarse a las necesidades de los clientes
- Enviar de inmediato la información solicitada por los clientes
- Conceder las entrevistas en el plazo más breve posible
- Mantener suficiente personal a disposición de los clientes

Comprensión y conocimiento del cliente

- Actuar en función de los resultados obtenidos en estudios de mercados
- Preocuparse por conocer el cliente
- Ofrecer atención personalizada
- Ofrecer paquetes de servicios de capacitación para cada segmento del mercado

Personal

- Conocer en profundidad todos los servicios de capacitación ofrecidos por la empresa
- Resolver las situaciones imprevistas que plantean los clientes
- Aconsejar a los clientes sobre la forma como pueden hacer uso del servicio de capacitación
- Mantener constante programas de formación
- Los clientes reciben un trato cortes por el personal
- Comunicación con el cliente en un lenguaje claro, adecuando su lenguaje a los diferentes niveles de conocimiento del cliente, disposición del empleado para escuchar

Estándares de calidad

- Atención inmediata del cliente por algún miembro del personal de manera corte y cordial.
- Los clientes nunca llegaran solos a la oficina del asesor de capacitación, por lo tanto la secretaria debe recibir al cliente y acompañarlo a la oficina del asesor de capacitación.
- El cliente será atendido por el asesor de capacitación, entablar dialogo con el asesor de capacitación e intercambiar información, para el logro de acuerdos.
- Servicio oportuno, amable, y eficiente.

Accesibilidad

- Localización de la empresa
- Horarios convenientes para los clientes

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Talento Humano. De los puntos tratados previamente se desprende la necesidad de estimar la cantidad y nivel profesional del personal que laborara en la empresa.

Tabla 39. Características del Talento Humano

PERSONAL	DESCRIPCION
Profesionales integrales en las áreas Financiera, administrativa y de Reclutamiento de Personal	Administrador de empresas, contador o economista , ingeniero industrial

De acuerdo a las áreas de mayor preferencia establecidas en el estudio de mercado se deberá disponer de profesionales especialistas o con experiencia, en las áreas de capacitación definidas, con los cuales atender la demanda de los cursos según los temas.

3.3.5.2 Recursos Físicos Como se ha mencionado, para implementar la empresa de servicios de capacitación Administrativa, Financiera y de reclutamiento de personal se hace necesario la adquisición de los siguientes recursos físicos.

Tabla 40. Recursos físicos y tecnológicos

RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD
Computadores de escritorio	1
Computadores portátiles	2
Software financiero	1
Software administrativo	1
Software empresarial	1
Teléfonos móviles	1
Telefax	1
Proyector	1
Impresora multifuncional	1
Fotocopiadora	2
Escritorio gerente con silla	1
Escritorio de secretaria con silla	1
Escritorio de capacitador con silla	1
Mesa de reuniones	1
Sillas para mesa de reuniones	8
Muebles archivadores	2
Puestos de trabajo asistentes	20
Tablero acrílico	1

Computador de escritorio

LCD 20" gabinete atx, Procesador 2.8 ghz-2 mb ddr2, máximo 4 gb - pciexpress – 4, puertos USB, disco duro 320gb sata2 8mb 7200rpm, memoria 2gb 800mhz ddr2, unidad quemador de DVD 22x lector de memorias, teclado multimedia a prueba de derrame de líquidos, mouse óptico, monitor LCD 20"1600 x 900 5ms.

Computador Portátil

Computadora portátiles tamaño de la pantalla. Van desde 10 pulgadas (24,40 cm) a 20 pulgadas (50,80 cm) para computadoras portátiles convencionales. Su peso oscila entre un par de libras a más de 9 libras, memoria instalada: 4 GB, máximo permitido 8 GB (4 x 2 GB) (sistema operativo de 64 bit), 4 GB* (4 x 1 GB) (sistema

operativo de 32 bits), velocidad admitida: PC2-5300 MB/seg, Tipo: DDR2-SDRAM de 240 conectores.

Proyector

Video BeamPortatil LCD con sistema de pantalla de cristal líquido es el más simple, por tanto uno de los más comunes y accesibles para el uso empresarial. En esta tecnología, la luz se divide en tres y se hace pasar a través de tres paneles de cristal líquido, uno para cada color fundamental (rojo, verde y azul); finalmente las imágenes se recomponen en una, constituida por píxels, y son proyectadas sobre la pantalla mediante un objetivo. Incluye Maletín, 2200 lúmenes, tecnología 3-LCD de 3 chips Conectividad vía USB, XGA lámpara de 4000 horas control remoto.

Telefax

Teléfono fax Panasonic kxft71, el teléfono trae memoria programable y además se puede conectar en red con otro teléfono, envía y recibe fax de manera excelente y muy clara.

Impresión térmica, 64 tonos de grises, sensor de imagen de contacto altavoz, reproduce mensajes grabados, EASY DIAL graba hasta 100 contactos, contestador automático de voz y fax.

Impresora

Marca Epson, categoría impresoras a tinta, número de parte c11ca47221, tipo de dispositivo impresora / copiadora / escáner, Tipo de copiadora digital, tecnología de impresión chorro de tinta – color, Tamaño diagonal de la pantalla 1.5" anchura 45 cm, profundidad 34.2 cm, altura 18.2 cm, peso 5.7 kg, copia velocidad de copia máxima hasta 32 ppm (mono) / hasta 9 ppm (color)

impresión tecnología de inyección de tinta epson micro piezo
configuración de boquilla 90 boquillas (negras), 29 boquillas (por color)
resolución máxima de impresión 5.760 x 1.440 ppp (color)
velocidad máxima de impresión hasta 32 ppm (mono) / hasta 15 ppm (color)
paleta de tinta admitida (colores) cian, magenta, amarillo, negro. color 4
tintas tamaño mínimo de gota de tinta 4 p.

Teléfonos Móviles

Cuenta con GPS, permiten la instalación de programas de terceros Utiliza cualquier interfaz para el ingreso de datos, como por ejemplo teclado **QWERTY**, pantalla táctil permiten ingresar a Internet Poseen agenda digital, administración de contactos, permitan leer documentos en distintos formatos, entre ellos los **PDF** y archivos de **Microsoft Office**

Software Financiero

Flexible

- Adaptación de esquema del programa a los requerimientos de la empresa.
- Definición de documentos típicos que son de mayor utilización en la empresa.
- Edición del plan de cuentas de acuerdo con las normas y necesidades de la empresa.
- Posibilidad de cambios en los formatos y fuentes para la presentación de informes.

Compatible

- Con otros programas de oficina más utilizados como el Office.
- Con otros programas contables y financieros.

- Permita importar y exportar información con otros programas.
- Manejo de centros de costos.
- Opción de manejo de diferentes monedas.
- Capacidad de intercambio de información local y externa.

Software administrativo

Business Admin: es un software de gestión administrativa diseñado para las Pymes, disponible en 4 versiones (próximamente 5 versiones), según la necesidad de su negocio, el cual hará de la administración de su negocio una tarea sencilla, poniéndolo a la vanguardia de la tecnología a costos accesibles y simplemente utilizando un ordenador cuyos requerimientos son los mínimos.

- Capturar la información general de cada uno de sus clientes y potenciales: nombres, direcciones, contactos, expedientes, ventas, descuentos, comentarios, dirección, teléfono, etc. Esta información podrá utilizarse posteriormente desde cualquier otro módulo de Business Admin para las facturas, pedidos, etc.
- Generar Notas y albaranes para sus clientes.
- Elaborar facturas con base a sus presupuestos/ofertas o a un pedido de un cliente.
- Ver en un reporte las cuentas por cobrar de sus clientes y en qué fecha se deberán pagar las facturas existentes. Podrá consultar las Cuentas por Cobrar en relación a sus Pedidos y a Facturas.
- Crear listados y gráficas con los movimientos y crecimientos de su negocio.

- Contar con la capacidad de utilizar diferentes divisas facilitando las conversiones del tipo de cambio y manteniendo actualizada la información en su sistema. Registre todas las divisas que maneje y se mantendrán con el tipo de cambio actualizado vía Internet.
- Tener las empresas que usted necesite a través de la utilización de diferentes archivos de bases de datos, los cuales representarán cada uno a una empresa con información diferente.

Software empresarial para administrar bases de datos por clientes

El **software de administración de bases de datos** es la herramienta principal cuyo enfoque de la administración es base de datos, dado que controlar la creación, el mantenimiento y el uso de la base de datos de una organización y de sus usuarios finales.

- Crear nuevas bases de datos y aplicaciones para ellas.
- Mantener la calidad de la información en las bases de datos de una organización.
- Utilizar las bases de datos de una organización para proporcionar la información necesaria para sus usuarios finales.
- Es un específico importante del enfoque de la administración de base de datos. Los usuarios finales pueden utilizar un sistema de administración de base de datos para solicitar información desde una base de datos mediante el uso de una característica de consulta o un generador de reportes.

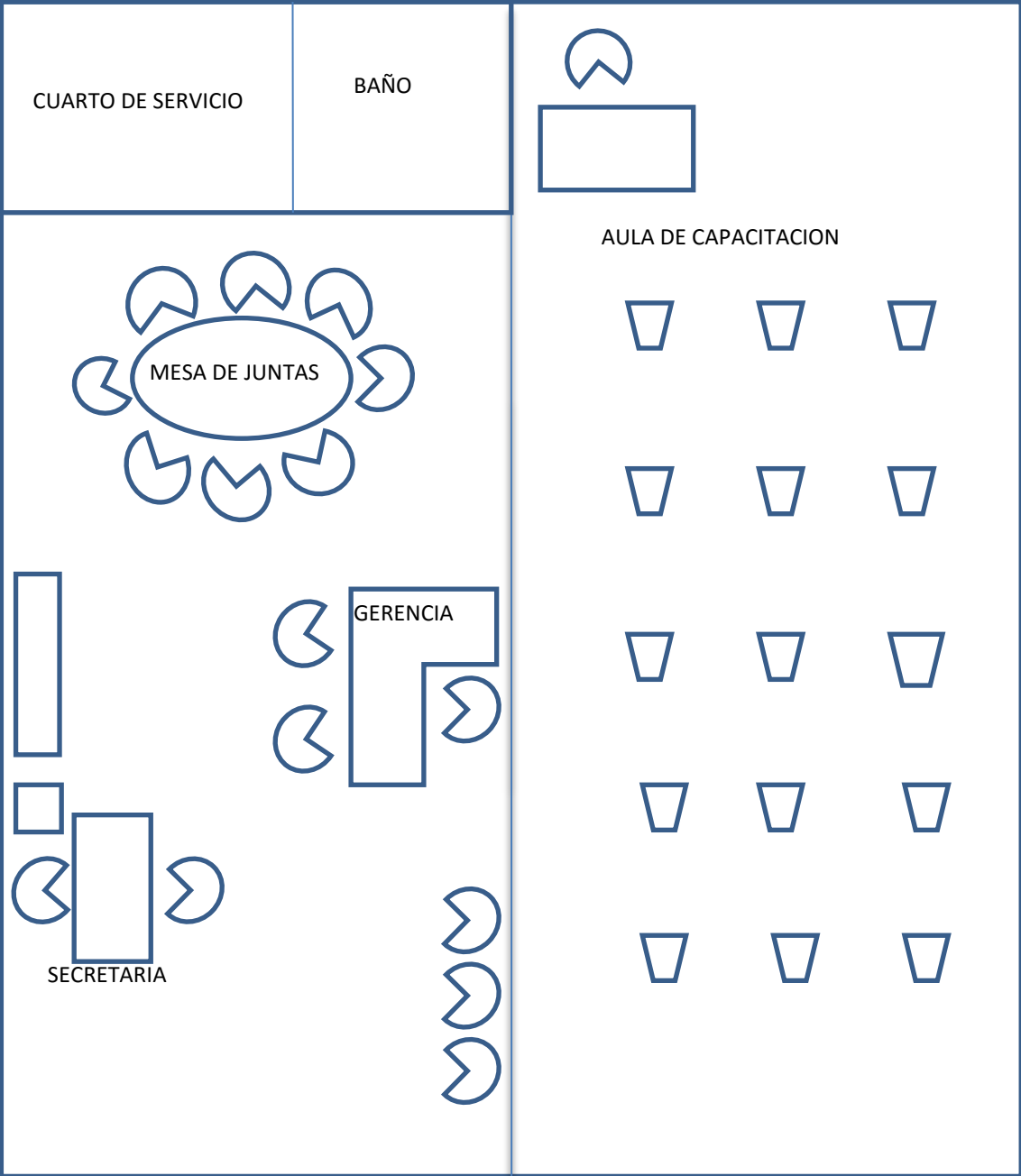
3.3.6 Distribución de la planta

Las características de la oficina:

- **Espacio Físico:** área destinada a ubicar el personal administrativo.
- **Dotación:** Conformada por los elementos que se requieren para realizar el trabajo, escritorio para gerente y secretaria, sillas ergonómicas, archivadores, computadores, mesa de juntas con sus sillas.
- **Recursos humanos:** Son todas las personas que prestan sus servicios, las cuales trabajan dentro de esa oficina.
- **Organización y finalidad:** la organización y finalidad en una oficina depende mucho de las características cada organización o empresa.

La planta se distribuye en un área administrativa donde se ubique la zona de atención al público por parte de la secretaría igualmente la oficina del gerente, un área de reuniones o mesa de juntas, el área de servicios compuesta por el baño y un cuarto de servicios generales y un área de capacitación donde ubicar los 15 puestos de trabajo de los estudiantes y el capacitador.

Figura 26. Distribución física de la empresa.



3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Después de realizar este estudio se concluye que técnicamente existen todas las posibilidades de llevar a cabo esta factibilidad por las siguientes razones:

- La planta física que se ha determinado para la oficina es completamente viable en el sector, teniendo en cuenta los factores favorables para el desempeño de la actividad.
- La adquisición de equipos, muebles y mantenimiento en general, se puede adquirir en la ciudad de Barbosa.
- Los procedimientos que se deben desarrollar durante el proceso de la prestación del servicio, son claros y de fácil manejo por parte de las personas responsables de los mismos.
- El recurso humano y de insumos que se requieren no presenta dificultad para su adquisición.
- La capacidad a utilizarse inicialmente es viable, pues se cuenta con la demanda suficiente para el servicio, de acuerdo con la información determinada en la encuesta la cual dio que 276 empresas de los municipios de Barbosa Vélez y puente nacional estarían interesadas en adquirir el servicio. Asimismo, la capacidad utilizada y proyectada, se calculó deduciendo que la empresa brindara igual números de servicios que en la capacidad instalada.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

El objetivo de un estudio administrativo es identificar los elementos que se necesitan para crear una estructura organizacional adecuada para el proyecto.

4.1.1 Constitución de la empresa. La empresa se constituye como una Sociedad por Acciones Simplificada. Este tipo de sociedad puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas quienes serán responsables hasta el monto de sus aportes. Se caracteriza por que los socios pueden participar activamente en las actividades propias de la organización.

La razón social de A&C ASESORES SAS. Cuya actividad económica será la prestación de servicios de capacitación empresarial.

Su constitución se lleva a cabo mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado, posteriormente autenticado. Posteriormente se realizará la inscripción y obtención del registro y matrícula mercantil ante la cámara de comercio de Bucaramanga seccional Santander.

Se elabora la minuta de constitución esta contiene:

- Nombre o razón social
- Domicilio
- Objeto social
- Duración de la sociedad
- Capital
- Cuotas

- Cesión de cuotas

Acta de constitución

Su constitución se lleva a cabo mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado, posteriormente autenticado. Luego se realizará la inscripción y obtención del registro y matrícula mercantil ante la cámara de comercio de Bucaramanga – Santander.

Los principios generales de los estatutos son:

En el municipio de Barbosa del departamento de Santander, república de Colombia, a 5 de enero del 2014, el señor Jhorman Fernando Beltrán González, mayor de edad, con domicilio en Barbosa, identificado con cedula de ciudadanía números 63.438.295 de Barbosa Santander, obrando en nombre propio, manifestó que constituirá una S.A.S, la cual se registrará por las normas establecidas en el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

Artículo 1: Nombre o razón social: la empresa se denominará C&A ASESORES SAS - Sociedad Acciones Simplificada.

Artículo 2: Domicilio: el domicilio principal será en el municipio de Barbosa, departamento de Santander, república de Colombia, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país y en el exterior.

Artículo 3: Objeto social: la empresa tiene por objeto social, la prestación de servicios de capacitación integral. En desarrollo y cumplimiento de tal objetivo puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comerciales, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o

jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías, endosar, adquirir y/o negociar títulos valores.

Artículo 4: Duración de la sociedad: la sociedad tendrá una duración indefinida y no menor a cinco años, contados a partir de la fecha de otorgamiento de la escritura. La junta de socios podrá mediante reforma y acuerdo mutuo, disolver la sociedad pasados cinco años de funcionamiento.

Artículo 5: Capital: el capital de la sociedad corresponde a la suma de 25.000.000 de pesos m/c.

Artículo 6: Cuotas: el capital social se divide en 1 cuotas o acciones de un valor nominal de 25.000.000 de pesos, capital y cuotas que se encuentran pagadas en su totalidad de la siguiente forma: el socio Jhorman Fernando Beltrán González paga en efectivo el valor de 12.500.000 de pesos y 12.500.000 restantes serán financiados con un crédito bancario.

Artículo 7: Cesión de cuotas: Las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos, ni son negociables en el mercado, pero si pueden cederse. La cesión implicara una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario.

Artículo 8: Responsabilidades: la responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes.

El protocolo de constitución se inicia con la elaboración de la minuta de estatutos y se lleva a la notaria donde se autentica, y se procede a llevar al registro mercantil en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Se adquiere el formulario de matrícula mercantil de sociedades comerciales, en la cámara de comercio.

Presentar la siguiente información en la cámara de comercio:

- Carta de estudio de nombre comercial.
- Copia notarial de la escritura pública de constitución.
- Formulario de matrícula mercantil y de la sociedad y de los establecimientos debidamente diligenciados.
- Carta de aceptación del representante legal, miembros de la junta directiva y revisor fiscal.
- Carta de apertura del establecimiento de comercio. Firmada por el representante legal.

Una vez obtenida la inscripción se solicita:

- Certificado de existencia y representación legal.
- Registro de libros mercantiles (Actas, Registro de socios, Mayor y balances, Inventario, Libro Diario).

Se debe diligenciar ante la notaria:

- Presentar minuta de la constitución.
- Fotocopias de las cédulas de cada uno de los socios.
- Carta de aprobación de la sociedad expedida por la cámara de comercio.

Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS)

A continuación mencionamos algunos de los beneficios y cambios que trae la Ley 1258 de 2008, la cual creó las nuevas Sociedades Anónimas Simplificadas (S.A.S):

- Se constituyen mediante documento privado. El mismo procedimiento se aplica para cualquier tipo de sociedad (incluida la empresa unipersonal) que pretenda transformarse en una SAS. Esto reduce trámites y costos de escrituración.
- No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.
- Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales.
- Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.
- El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los Estatutos.
- El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años (en la actualidad el termino para pagar el capital social de las sociedades anónimas es de 1 año y las limitadas deben pagar todo su capital al momento de su constitución).

- Se pueden expedir diferentes tipos de acciones: (i) Privilegiadas; (ii) Con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) Con dividendo fijo anual; (iv) Acciones de pago.
- El voto puede ser singular o múltiple.
- La organización de la sociedad se puede pactar en los Estatutos Sociales, es decir, que no es obligatorio tener algunos órganos corporativos. Esto implica una posible reducción en los costos que demandan algunos cuerpos colegiados de las sociedades.
- Se tiene un término más amplio para enervar la causal de disolución por pérdidas que disminuyen el patrimonio neto por debajo del 50% del capital suscrito. Ya no es un plazo de 6 meses sino de 18 meses, contados desde la fecha en que la asamblea reconozca el acaecimiento de la causal de disolución.
- Solo está obligada a tener revisor fiscal si los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior son o exceden el equivalente a 5000 salarios mínimos legales mensuales, y/o los ingresos brutos son o exceden el equivalente a 3000 salarios mínimos legales mensuales. Hoy en día las sociedades anónimas siempre requieren de un revisor fiscal.
- No es necesario que el representante legal tenga un suplente. Esto reduce costos.
- A falta de estipulación, el representante legal puede realizar todos los actos conforme al objeto social de la compañía. Esto hace que ya el representante legal no esté facultado a hacer solamente lo que le dicen los Estatutos Sociales, sino que puede hacer todo aquello que no le haya sido expresamente prohibido.

- Se puede fraccionar el voto para la elección de jutas directivas u otros cuerpos colegiados.
- Salvo algunas excepciones, todas las decisiones que se tomen se hacen con la mitad más uno de los accionistas. No es necesario seguir las mayorías calificadas del Código de Comercio.
- Se pueden pactar por estatutos restricciones a la negociación de acciones, siempre que la vigencia de la restricción no dure más de 10 años, prorrogables por igual término.
- Los Estatutos Sociales pueden prever causales de exclusión de accionistas.

4.1.2 Legalización tributaria. Las obligaciones tributarias, a las cuales está sujeto el nuevo empresario, que desarrolla actividades de industria, comercio o servicios. Para dar inicio y cumplimiento a estas obligaciones se debe tramitar la obtención del RUT (registro único tributario) cuyo procedimiento para su obtención es la siguiente:

Diligenciamiento por parte del representante legal ante la administración de impuestos Nacionales División de recaudación de los siguientes formularios:

- Formulario de Inscripción del RUT (Registro Único Tributario).
- Certificación de existencia y representación legal expedida por la cámara de comercio.
- Certificado de apertura de cuenta bancaria.

En esta etapa del proceso, la oficina representativa le asignara inmediatamente un certificado del número del RUT.

- Obtenido el RUT e incluidas legalmente las actividades mercantiles, el nuevo empresario debe ser consciente de las obligaciones a que está sujeto con la creación del nuevo negocio, las cuales son:

Impuesto al valor agregado: es el estatuto exigido por el Estado a: Productores, Importadores y comerciantes con respecto a los artículos que ellos produzcan importen o comercialicen.

Retención en la Fuente: Todas las personas jurídicas y sociedades de hecho, debe efectuar retención en la fuente sobre: Honorario, Comisiones, Servicios arrendamiento y demás pagos susceptibles de constituir ingresos. Los porcentajes de retención son los señalados por la Ley a través de los denominados agentes retenedores.

Impuesto de Industria y Comercio: El Impuesto de Industria y Comercio es el atributo exigido a las personas naturales y jurídicas que relocalicen actividades industriales, comerciales y de servicios. Se liquida de acuerdo a los ingresos brutos, correspondiente al año gravable, presentados por el contribuyente. Para el cumplimiento de esta obligación tributaria consiste en solicitar en la Alcaldía Municipal el formulario de:

- Certificación de existencia y representación legal expedida por la cámara de comercio.
- Declaración y pago del Impuesto de Industria y Comercio y realizar los pago anualmente, dentro de los plazos y fechas estipuladas por la ley.
- Declaración y Pago de Impuesto sobre la Renta: Es el tributo exigido a las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades mercantiles, independientemente del monto de los ingresos obtenidos durante el año

gravable correspondiente o de su patrimonio a 31 de diciembre del año respectivo. Los plazos para la presentación de la declaración son decretados por el Gobierno Nacional y fijados al contribuyente, a través de la Administración de Impuestos Nacionales

4.1.3 Legalización laboral

Prestaciones sociales: Aquellas que deben cancelar todos los empleadores por el simple hecho de estar ligados a una relación Laboral, sin consideración diferente. Las diferentes presentaciones a pagar a través de las diversas instituciones controladas por parte del estado son:

- Riesgos profesionales a través de las A.R.P.
- Enfermedad común a través de las E.P.S. Privadas.
- El auxilio de Cesantías, en el fondo de cesantías acordado por el trabajador.
- Los intereses de las cesantías: Proviene del mismo fondo de las cesantías.
- Dotación de zapatos y Overoles: Para los trabajadores que devenguen hasta (2) dos salarios mínimos legales vigentes.
- La pensión de Vejez: a través de las administradoras de fondo de pensiones (A.F.P.) privadas.

Prestaciones sociales especiales: Las cuales deben pagar algunos empleadores en razón a la cuantía de su capital, el número de trabajadores o la naturaleza de la actividad laboral las más generalizadas son:

- Subsidio Familiar: Pagado a través de las cajas de compensación
- SENA el ICBF: aportes mensuales a través de las nomina

Prestaciones Sociales de Obligación para el empleador: Equivale un salario de los devengados por el trabajador, por una vez al año:

- Vacaciones: Los trabajadores que hubieren prestado un año (1) de trabajo ininterrumpidamente.
- Auxilio de Cesantías: Corresponde un mes de salario por cada año laborado. El empleador está obligado a consignar en un fondo de cesantías elegido por el trabajador en los dos primeros meses del año siguiente según el tiempo laborado por el trabajador.
- Primas legales y extralegales, las primas legales corresponden a un salario por año trabajado repartido en dos pagos, en los meses de junio y diciembre.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. A&C ASESORES SAS. Su compromiso es orientar su fuerza laboral y tecnológica a satisfacer integralmente las necesidades de capacitación de los clientes, se dedica a la prestación de servicios de capacitación empresarial, brindando a sus clientes soluciones integrales diseñadas y ajustadas de acuerdo a las necesidades de cada empresa, adaptando su portafolio de servicios con el propósito de brindar soluciones de competencia empresarial.

4.2.2 Visión. A&C ASESORES SAS, en el año 2019, será una empresa líder en la región a través de la prestación de servicios de capacitación empresarial, su compromiso es lograr el cubrimiento regional y alcanzar la apertura de nuevas sucursales en el territorio nacional.

4.2.3 Objetivos administrativos

- Lograr el liderazgo en el mercado de servicios de capacitación empresarial, a nivel regional en un periodo de cinco años.
- Conformar un equipo de trabajo sólido y flexible al cambio, haciendo uso de los recursos tecnológicos, preparado para la toma de decisiones acertadas en el momento indicado.
- Coordinar las cargas administrativas de la empresa, asegurando el manejo eficiente de los recursos materiales y humanos con que cuenta la empresa.
- Establecer un sistema de control interno dentro de la empresa, haciendo uso eficiente de los recursos financieros, humanos, materiales y tecnológicos para satisfacer las necesidades de los usuarios.
- Desarrollar una visión estratégica e integral de los recursos humanos, configurado como un programa muy actual, sobre la base de nuevas tendencias que permitan movilizar a las personas de la empresa con criterios de eficacia y eficiencia.

4.2.4 Políticas empresariales. Estas políticas están fundamentadas en el cliente, en la toma de decisiones acertadas y en el desarrollo de la empresa todo esto orientado a la satisfacción integral de las necesidades de los clientes:

- Seguridad en la satisfacción del cliente, es un compromiso de la empresa el cumplimiento de tiempos, servicios de acuerdo a los estándares de calidad definidos.

- Personalización máxima en la relación y excelencia en la atención, a través de un trato personalizado y excepcional, la información veraz y puntual y la eficacia en la resolución de problemas que afecten a los clientes, es un elemento clave del posicionamiento de la empresa en el mercado regional.
- Cada empresa tendrá una atención personalizada, adicionalmente se establece un programa de calidad en la atención, la recepción de quejas, sugerencias y la información sobre el estado de sus solicitudes.
- El equipo de trabajo debe estar dispuesto y atento a toda sugerencia de los clientes, además de estar afianzados en los valores y el crecimiento del personal.
- La administración debe diseñar y mantener la estructura organizacional de la compañía enfocada hacia el cliente, orientada a satisfacer sus necesidades y al desarrollo servicios innovadores, acorde a los avances tecnológicos.

4.2.4.1 Políticas de personal. El equipo de trabajo de la empresa, debe contar con la formación adecuada de acuerdo a las características de la empresa, para garantizar el cumplimiento de esto se establece:

Selección del personal: se basa en la elección del personal que demuestre un mejor nivel de calificación y competencias para desempeñarse en cada función de la empresa.

Procedimiento: se propone establecer pautas de selección de personal a fin de alcanzar los objetivos planteados por la empresa y el personal a seleccionar:

- Se dispone para el proceso una entrevista, aplicada en ambientes adecuados.

- Focalizar la evaluación en las habilidades que se consideren necesarias para la función, sin descuidar la evaluación de aquellas que puedan dar respuestas a necesidades futuras.
- Evaluar las diferencias o deficiencias de capacidad con respecto al perfil requerido, profundizando el análisis de esos a fin de determinar su naturaleza o severidad.

Requerimientos: toda necesidad de personal deberá ser evaluado por el responsable de contratación, a través de un formulario apropiado que debe ser diligenciado en cada uno de sus puntos.

Proceso de selección: el proceso de selección debe ser coordinado por el gerente general, quien preseleccionara a los candidatos adecuados para la función:

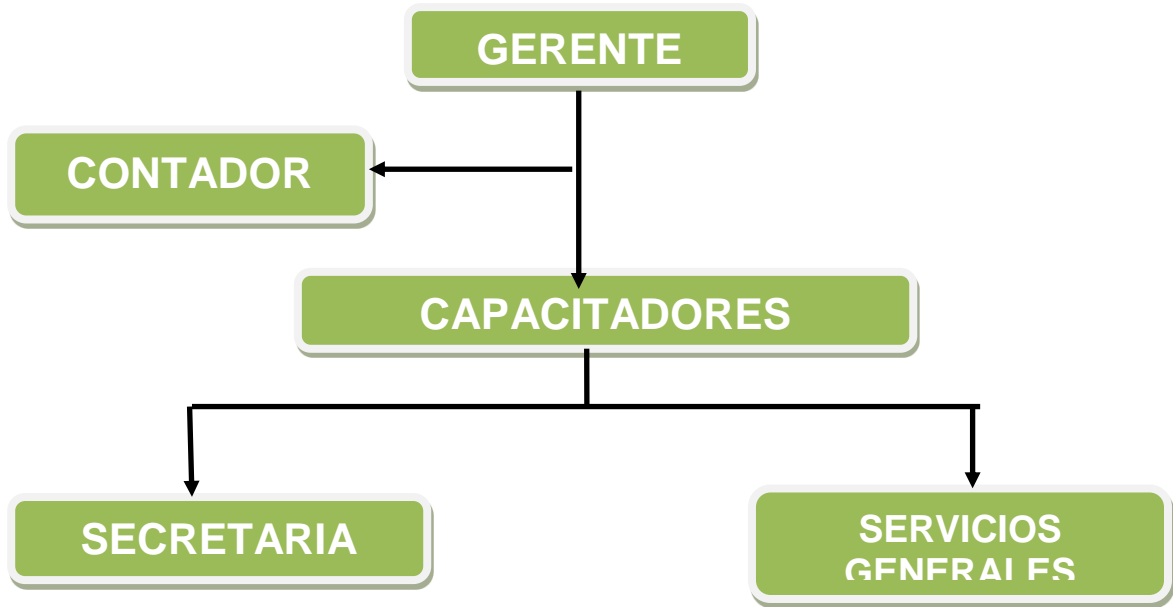
- Los candidatos seleccionados de acuerdo con las entrevistas, exámenes y test coordinados por la Gerencia, siendo la elección final del postulante.
- Aplicación de exámenes, medico, psicotécnica y capacidad profesional.
- Decisión final, ponderar los factores de selección y definir las personas con los perfiles más adecuados, continuamente iniciar el proceso de vinculación e inducción.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A&C ASESORES SAS, está conformado por dos áreas una administrativa y una operativa, su división facilita el desarrollo de las actividades propias de la empresa, garantizando de esta forma el cumplimiento de los objetivos empresariales:

4.3.1 Organigrama

Figura 27. Organigrama de la empresa



4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Tabla 41. Descripción perfil gerente general

GERENTE GENERAL
<p>Descripción del puesto</p> <p>Nombre del cargo: Gerente General Código: 001 Departamento: Administrativo Ubicación física: Administración Horario: 8:00 am-12:00 y 2:00pm y 6:00pm Lunes a Viernes. Contrato a término indefinido.</p>
<p>Objetivo general del puesto</p> <p>Es el encargado de dirigir, organizar, planear, ejecutar, controlar y evaluar todas las actividades de la empresa, es el encargado de responder por el desempeño de la empresa, supervisa todos los cargos.</p>

Tabla 41. (Continuación)

GERENTE GENERAL
<p>Descripción de funciones</p> <p>Funciones Principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal de la empresa. • Dirigir, coordinar, supervisar y dictar las normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa en cumplimiento de los objetivos de la empresa • Planear y desarrollar metas a corto, mediano y largo plazo. • Coordinar todas las actividades con el área operativa de capacitaciones, coordinando las actividades a desarrollar en cada área de capacitación. • Orientar las políticas y estrategias comerciales de la empresa. • Adelantar operaciones comerciales. <p>Funciones Secundarias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asignar metas y establecer las técnicas para el desarrollo de las mismas. • Ejecutar y hacer ejecutar los acuerdos y resoluciones. • Celebrar contratos que interesen a la empresa. • Participar en el proceso de selección de personal, desde el reclutamiento hasta la inducción de los empleados. • Delegar responsabilidades y tomar atribuciones que permitan el normal funcionamiento de la empresa.
<p>Especificaciones del puesto</p> <p>Requisitos de educación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en gestión empresarial. <p>Requisitos de experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia en el área administrativa <p>Habilidades y destrezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de toma de decisiones • Fluidez de vocabulario normal y técnico • Habilidades en el establecimiento de relaciones personales • Conocimientos jurídicos • Resistencia al estrés
<p>Responsabilidades por</p> <p>Inadecuada administración de recursos, toma de decisiones si previo estudio, causando pérdidas, confidencialidad de la información, inadecuada selección del personal, desarrollo desleal de la actividad.</p>
<p>Nivel de esfuerzo</p> <p>Mental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de situaciones y toma de las mejores decisiones, planear acciones, supervisar, revisar, controlar, presentación de informes, revisión de documentos. Esto requiere un alto nivel mental. <p>Físico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postura constante, sedentarismo, desplazamiento a reuniones fuera de la oficina

Tabla 42. Descripción perfil secretaria

SECRETARIA
<p>Descripción del puesto</p> <p>Nombre del cargo: Secretaria Código: 002 Departamento: Administrativo Ubicación física: Administración Horario: 8:00 am-12:00 y 2:00pm y 6:00pm Lunes a viernes. Contrato a término indefinido.</p>
<p>Objetivo general del puesto: Organizar, archivar, registrar, actualizar y comunicar actividades propias de la empresa, mantener actualizada la información de la empresa.</p>
<p>Descripción de funciones</p> <p>Funciones Principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar las funciones del gerente y algunas de las actividades del área de operaciones <p>Funciones Secundarias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar la agenda de trabajo del gerente • Redacción de informes, notas, memorando y otros documentos para la superioridad • Realizar trámites y pagos respectivos de seguros • Recibir, clasificar, registrar y distribuir notas, memorando y otros documentos al personal de la empresa. • Mantener actualizado los archivos de documentos y otros materiales de información de gerencia. • Solicitar y administrar los materiales y útiles de oficina de la gerencia. • Controla el uso racional de los muebles y equipos de gerencia. • Recibir las llamadas telefónicas y realizar aquellas solicitadas por el gerente. • Recibir y distribuir el correo interno. • Llevar los libros contables y realizar las transacciones diarias pertinentes.
<p>Especificaciones del puesto</p> <p>Requisitos de educación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar contable <p>Requisitos de experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia como secretaria administrativa • Habilidades y destrezas • Habilidad expresiva • Discreción y responsabilidad • Redacción y ortografía • Resistencia al estrés • Manejo y conocimiento de sistemas informáticos
<p>Responsabilidades por</p> <p>Responsabilidad por información confidencial y de importancia para la empresa, como informes financieros, informes contables, informes de ventas, información de los clientes.</p>
<p>Nivel de esfuerzo</p> <p>Mental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concentración alta <p>Físico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postura constante, sedentarismo, desplazamiento dentro y fuera de la oficina.

Tabla 43. Descripción perfil Capacitadores

CAPACITADORES	
Descripción del puesto	
Nombre del cargo: Capacitador Integral Código: 003 Departamento: Operativo	Ubicación física: Operativo Horario: 6:00pm a 10:00pm Lunes a viernes. Contrato OPS – Hora cátedra.
Objetivo general del puesto: Encargado de dictar las capacitaciones administrativas, financieras y de reclutamiento de personal. Esto a través de un análisis de información.	
Descripción de funciones	
<p>Funciones Principales: Definir un diagnóstico de la empresa a capacitar a partir del análisis histórico en el área respectiva.</p> <p>Funciones Secundarias: Determinar la estructura administrativa, financiera y de reclutamiento humano de la empresa a capacitar. Evaluar y seleccionar a los clientes. Evaluación de la posición financiera, administrativa y de reclutamiento de la empresa Definición la adquisición de financiamiento a corto plazo, adquisición de activos fijos y distribución de las utilidades. Diagnosticar la empresa a capacitar, definir los horarios y la capacidad horaria de capacitación y lugar de la capacitación</p>	
Especificaciones del puesto	
<p>Requisitos de educación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en gestión empresarial • Especialista en finanzas • Especialista en gestión del talento <p>Requisitos de experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia el área de finanzas y en capacitación <p>Habilidades y destrezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de toma de decisiones • Fluidez de vocabulario normal y técnico • Habilidades en el establecimiento de relaciones personales • Resistencia al estrés 	
Responsabilidades por:	
Información confidencial de la empresa, como clientes y manejo de información y estrategias, responsabilidad de equipos de computo y equipos tecnológicos.	
Nivel de esfuerzo	
<p>Mental:</p> <p>Análisis de situaciones y toma de las mejores decisiones, planear acciones, supervisar, revisar, controlar, presentación de informes acerca del avance de la empresa capacitada, pues debe planear, ejecutar, controlar y evaluar su plan de capacitación. Esto requiere un alto nivel mental.</p> <p>Físico:</p> <p>Postura constante, sedentarismo, desplazamiento a los lugares de capacitación fuera de la oficina.</p>	

Tabla 44. Descripción perfil Servicios Generales

SERVICIOS GENERALES	
Descripción del puesto	
Nombre del cargo: Servicios Generales Código: 006 Departamento: Administrativo	Ubicación física: Administración Horario: 2:00pm y 6:00pm Lunes a viernes. Contrato a término indefinido.
Objetivo general del puesto: Prestar servicio de limpieza, aseo y orden en las instalaciones de la empresa.	
Descripción de funciones	
Funciones Principales	
<ul style="list-style-type: none"> • Estar atenta al orden, aseo y limpieza de las diferentes áreas de la empresa. 	
Funciones Secundarias	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar diariamente las labores de limpieza y aseo de las instalaciones. • Revisar el orden y disponibilidad del mobiliario para el normal desarrollo de las actividades. • Apoyar a la secretaria en algunas labores de mensajería. • Atender con eficiencia otras actividades que le competen y que la gerencia solicite. 	
Especificaciones del puesto	
Requisitos de educación	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller 	
Requisitos de experiencia	
<ul style="list-style-type: none"> • Un año de experiencia en cargos similares. 	
Habilidades y destrezas	
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad expresiva • Discreción y responsabilidad • Sentido de orden. • Resistencia al estrés • Manejo y conocimiento de las labores asignadas. 	
Responsabilidades por	
Responsabilidad por mantener las instalaciones presentables, en orden e impecable limpieza.	
Nivel de esfuerzo	
Mental	
<ul style="list-style-type: none"> • Concentración y atención. 	
Físico	
<ul style="list-style-type: none"> • Postura constante, sedentarismo, desplazamiento dentro y fuera de la oficina. 	

4.3.3 Asignación salarial. Corresponde a la asignación salarial, esta valoración económica es la compensación por el desarrollo de las funciones dentro de la empresa, la remuneración está realizada de acuerdo a la complejidad de cada cargo

y está basada en el cumplimiento de la ley 100 de 1993, que define claramente las obligaciones del empleador con el trabajador, respecto a las prestaciones sociales a que tiene derecho.

Tabla 45. Asignación salarial de la empresa

CARGO	CANTIDAD	TIPO DE CONTRATO	ASIGNACIÓN SALARIAL
Gerente	1	Término indefinido	1.500.000
Secretaria	1	Término indefinido	700.000
Capacitadores	3	Término indefinido	2.400.000
Servicios generales	1	Termino fijo	6.300.000

4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

Al realizar el estudio se concluye que administrativamente existen todas las posibilidades de llevar a cabo el proyecto por las siguientes razones:

La estructura organizacional que se ha planteado para la empresa, es congruente y corresponde a su misión, visión, objetivos y políticas.

Su organigrama está diseñado de tal manera que sea práctico y funcional.

La descripción y perfil de cargos, está claramente definida para que no se presente ninguna inconsistencia en el desarrollo de las funciones de cada empleado de la empresa.

La política contractual es clara y se ajusta a las normas legales del país.

El cargo del contador público, tendrá una compensación salarial por prestación de servicios.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

En esta propuesta de empresa tenemos las proyecciones en pesos, mostradas en cuadros que corresponden a la solución de una necesidad, con la utilización de un conjunto de recursos, humanos, materiales y tecnológicos.

5.1.1 Inversión Fija

5.1.1.1 Adecuación

Tabla 46. Adecuación

CONCEPTO	CANTIDAD M2	VALOR UNITARIO M2	VALOR TOTAL
Adecuación de instalaciones	150	40.000	6.000.000
Cableado estructurado	35	16.000	560.000
TOTAL			6.560.000

5.1.1.2 Muebles y enceres

Tabla 47. Muebles y enceres

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio gerente con silla	1	250.000	250.000
Escritorio de secretaria con silla	1	150.000	150.000
Escritorio de capacitador con silla	3	150.000	450.000
Mesa de reuniones	3	700.000	2.100.000
Sillas para mesa de reuniones	20	80.000	1.600.000
Muebles archivadores	2	150.000	300.000
Puestos de trabajo para asistentes	20	150.000	3.000.000
Tablero acrílico	3	350.000	1.050.000
TOTAL			8.900.000

5.1.1.3 Equipos de Oficina

Tabla 48. Equipos de comunicación y cómputo

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores de escritorio	2	1.500.000	3.000.000
Computadores portátiles	4	1.300.000	5.200.000
Software financiero	1	1.500.000	1.500.000
Software administrativo	1	1.500.000	1.500.000
Software empresarial	1	1.500.000	1.500.000
Teléfonos móviles	3	500.000	1.500.000
Telefax	1	180.000	180.000
Proyector	2	2.500.000	5.000.000
Impresora multifuncional	1	3.500.000	3.500.000
TOTAL			22.880.000

5.1.1.4 Total de Inversión fija

Tabla 49. Total inversión fija

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Adecuación	6.560.000
Muebles enceres	8.900.000
Equipos de comunicación y computo	22.880.000
TOTAL	27.540.000

5.2 PLAN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

5.2.1 Inversión Diferida Son bienes no físicos y derechos de la empresa, necesarios para su funcionamiento, tales como patentes, nombre comercial, inversiones, los cuales además incluyen los estudios de factibilidad. Dada su característica estos se amortizan durante los primeros cinco años de operación como se muestra a continuación.

Tabla 50. Inversión diferida

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO/AÑO
Gastos de Transporte	200.000	40.000
Estudio de Factibilidad	1.500.000	300.000
Gastos de Constitución	500.000	100.000
Gastos Notariales	200.000	40.000
Aviso	200.000	40.000
Publicidad de Lanzamiento	3.000.000	600.000
TOTAL	5.600.00	1.120.000

5.2.2 Inversión de capital de trabajo. Para la operación de A&C ASESORES, se tendrá en cuenta el capital para un mes, con el propósito de contar con el efectivo que permita la operación normal de sus actividades.

5.2.2.1 Costos de producción

- **Insumos**

Tabla 51. Insumos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO MES	VALOR TOTAL
Memoria USB	5	20.000	100.000
Kit implementos de oficina	5	10.000	50.000
Marcadores	20	10.000	200.000
Resma de papel carta	10	8.000	80.000
Resma papel con logo	5	10.000	50.000
Tinta impresión color	10	20.000	200.000
Tinta impresión negra	10	30.000	300.000
Carpetas de cartón	100	300	3.000.000
TOTAL			3.980.000

- **Mano de obra directa**

Tabla 52. Mano de obra directa

CARGO	CANTIDAD	TOTAL MES	TOTAL AÑO
GERENTE	1	1.500.000	18.000.000
SECRETARIA	1	700.000	8.400.000
CAPACITADORES	2	2.400.000	28.800.000
SERVICIOS GENERALES	1	630.000	7.560.000
TOTAL			62.760.000

- **Costos Indirectos de prestación del servicio**

a. Depreciación

Tabla 53. Depreciación

ACTIVO	AÑOS	VALOR	DEPRECIACION ANUAL
Muebles y enseres	10	8.900.000	890.000
Equipos de comunicación y computo	10	22.880.000	2.288000
TOTAL AÑO			3.178.000
TOTAL MES			264.833

b. Insumos indirectos. Aquellos usados para realizar el aseo

Tabla 54. Insumos indirectos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit artículos de aseo	12	80.000	960.000
TOTAL			960.000

c. Otros CIF se consideran las reparaciones y los mantenimientos de los equipos de oficina y comunicación, para la prestación del servicio.

Tabla 55. Otros costos indirectos

DESCRIPCION	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Mantenimiento	60.000	720.000
Reparaciones	40.000	480.000
TOTAL	100.000	1.200.000

En conclusión, el valor total de los costos indirectos de prestación del servicio, equivalen a la suma de la depreciación, los insumos indirectos y otros CIF, determinados así:

Tabla 56. Total costos indirectos prestación del servicio

DESCRIPCION	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Depreciación	264.833	3.178.000
Insumos indirectos	80.000	9.600.000
Otros CIF	100.000	1.200.00
TOTAL	444.833	5.337.996

- **Total costos de prestación del servicio**

Tabla 57. Total Costos Prestación del Servicio

DESCRIPCION	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Insumos	331.666	3.980.000
MOD	5.230.000	62.760.000
CIF	444.833	5.337.996
TOTAL	6.006.499	72.077.996

- **Gastos de administración y de ventas**

Tabla 58. Gastos de Administración y de Ventas

DESCRIPCION	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Arriendo	1.200.000	14.400.000
Servicios Públicos	200.000	2.400.000
Internet	45.000	540.000
Telefonía	30.000	360.000
Papelería	30.000	360.000
Honorarios contador publico	350.000	4.200.000
Amortización Diferidos	150.000	1.800.000
TOTAL	2.005.000	24.060.000

5.2.2.2 Total inversión capital de trabajo. La inversión de capital de trabajo para A&C ASESORES, corresponde al efectivo necesario para cubrir el primer mes de funcionamiento, este valor corresponde a la suma de \$ 9.861.499 como se describe a continuación:

Tabla 59. Total capital de trabajo

DESCRIPCION	TOTAL MES
Costo de prestación del servicio	6.006.499
Gastos de administración y de ventas	3.855.000
TOTAL	9.861.499

5.2.3 Inversión Total

Tabla 60. Inversión total

DESCRIPCION	TOTAL MES
Inversión fija	27.540.000
Inversión diferida	5.600.000
Inversión capital de trabajo (1 mes)	9.861.499
TOTAL	43.001.499

5.2.4 Fuentes de financiación. La empresa contara con las siguientes fuentes de financiación:

a. Recursos propios. Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de \$21.500.000 los cuales corresponden al 50% de la inversión total.

b. Recursos de terceros. Para obtener el 50% restante \$22.000.000, requerido para satisfacer los costos de prestación del servicio y los gastos de operación inicial, se recurrirá a un crédito en Bancolombia, a una tasa de 1,9 mes vencido y aun plazo de 60 meses. La cuota fija se establece en \$

Tabla 61. Amortización del crédito

AÑOS	MESES	INTERES	CAPITAL	CUOTA	SALDO
0	0			0	16.945.660
1	1 a 12	3.459.371	2.111.629	5.571.000	14.834.932
2	13 A 24	2.955.497	2.615.503	5.571.000	12.220.330
3	25 a 36	2.331.338	3.239.662	5.571.000	8.981.568
4	37 a 48	1.558.179	4.012.821	5.571.000	4.969.648
5	49 a 60	600.451	5.170.549	5.771.000	0

5.3 COSTOS Y GASTOS

5.3.1 Costos y gastos fijos. Son los costos que no tienen variación durante el año.

Tabla 62. Costos Fijos

DESCRIPCION	TOTAL AÑO
Nomina	62.760.000
Depreciación	3.178.000
Honorarios contador publico	6.000.000
Arriendo	14.400.000
Amortización diferidos	1.800.000
TOTAL	88.138.000

5.3.2 Costos variables

Tabla 63. Costos Variables

DESCRIPCION	TOTAL AÑO
Insumos	3.980.000
Mantenimiento	720.000
Reparaciones	480.000
Servicios públicos	2.400.000
Servicio de internet	540.000
Kit artículos aseo	960.000
TOTAL	9.080.000

5.3.3 Costo y Gasto Total unitario

Tabla 64. Costos Totales Unitarios

DESCRIPCION	TOTAL AÑO
Costos fijos	88.078.000
Costos variables	9.080.000
TOTAL	97.158.000

Se observa que el costo fijo representa el 90.65% y el costo variable el 9.3%. Ahora, relacionado lo anterior con la capacidad a utilizar en el primer año de 360 servicios de capacitación según el estudio técnico el costo por unidad del servicio prestado sería:

$$\text{Costo / servicios prestados año} = 97.158.000/360 = \mathbf{269833,33}$$

5.4 PRECIO DE VENTA

Se determina multiplicando el costo unitario del servicio por el margen de utilidad esperado 50%, obteniendo el siguiente precio de venta

$$Pv = 269.833,33 * 1.50 = \$ 404.749,99$$

$$Pv \text{ aproximado} = 405.000$$

5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.5.1 Ingresos. Debido a la caracterización de la estructura organizacional que presentan las empresas de la región (micro, pequeñas), las cuales no tienen sino uno o dos o máximo tres funcionarios del área administrativa, que serían los sujetos potenciales a capacitar, se propone que se oferten 3 cursos de capacitación, un curso en temas administrativos, un curso en temas financieros y un curso en temas de reclutamiento.

Se realizarían dos cursos por mes con la siguiente planeación:

Tabla 65. Plan de capacitación

MES	PROGRAMA DE CAPACITACION	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
1	ADMINISTRATIVO				
	FINANCIERO				
2	RECLUTAMIENTO				
	ADMINISTRATIVO				
3	FINANCIERO				
	RECLUTAMIENTO				

Así cada curso se realizaría durante dos semanas con una intensidad de 20 horas semanales, realizando dos cursos del mismo tema en el trimestre y se repite la programación en los trimestres siguientes.

La idea es que se promocióne entre todo el sector empresarial del área de influencia del proyecto estos cursos de capacitación y una vez se tenga matriculados 15 participantes de las diferentes empresas se procede a realizar el curso.

El precio de cada curso sería \$405.000, este precio es un precio ideal que compite con los precios promedio de otras instituciones.

Debido a la caracterización de la estructura organizacional que presentan las empresas de la región (micro, pequeñas), las cuales no tienen sino uno o dos o máximo tres funcionarios del área administrativa, que serían los sujetos potenciales a capacitar, se propone que se oferten tres cursos de capacitación tal como lo plantea el proyecto original de la siguiente manera:

Tabla 66. Horarios de capacitación

PROGRAMA	DURACION	HORARIO
ADMINISTRATIVO	40 HORAS	LUNES A VIERNES DE 6 PM A 10 PM
FINANCIERO	40 HORAS	LUNES A VIERNES DE 6 PM A 10 PM
RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	40 HORAS	LUNES A VIERNES DE 6 PM A 10 PM

Es un horario ideal pues con frecuencia el personal no tiene tiempo en el día para realizar capacitaciones.

Teniendo en cuenta el plan de capacitación, se ofertarán trimestralmente seis cursos para un total de veinticuatro cursos al año, ocho por cada tema, es decir ocho cursos en el tema administrativo, ocho cursos en el tema financiero y ocho

cursos en el tema de reclutamiento de personal; cada curso tendrá un cupo de 15 asistentes, lo que nos da como resultado una oferta de 360 cupos.

De acuerdo con el estudio de mercado y para ser competente con la oferta existente se define un precio por cada empresa de \$405.000.00 pesos podemos proyectar las ventas así:

Tabla 67. Proyección de ventas

CANTIDADES

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CUPOS	360	396	436	479	527

PRECIOS

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO	405.000	445.500	490.050	539.055	592.960

VENTAS AÑO

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR ANUAL	145.800.000	176.220.000	213.661.800	258.207.345	312.489.920
TOTAL	145.800.000	176.220.000	213.661.800	258.207.345	312.489.920

Se estima que los precios y los cupos se podrán incrementar en un 10% anual.

5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A CINCO AÑOS

5.6.1 Estado de resultados proyectados a cinco años

Tabla 68. Estado de resultados proyectados a cinco Años

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	145.800.000	176.220.000	213.661.800	258.207.345	312.489.920
Menos costo de ventas	97.200.000	117.216.00	142.441.200	172.138.230	208.326.789
Utilidad Bruta	48.600.000	53.460.000	58.806.000	64.686.600	71.155.260
Gastos de Administración y de ventas	24.060.000	24.060.000	24.060.000	24.060.00	24.060.000
Utilidad Operativa	24.540.000	29.400.000	34.746.000	40.626.600	47.095.260
Obligación financiera	14.834.932	12.220.000	8.981.568	4.969.648	0
Utilidad antes de impuesto	9.665.068	17.180.000	33.854.432	35.656.952	47.095.260
Impuesto sobre la renta (35%)	3.382.773	6.013.000	11.849.051	12.479.933	16.483.341
Utilidad líquida	6.282.295	11.167.000	22.005.381	23.177.019	30.611.919
Reserva legal (10%)	628.229	1.116.700	2.200.538	2.317.702	3.061.191
UTILIDAD EJERCICIO	5.654.066	10.050.300	19.804.843	20.859.317	27.550.728

5.6.2 Flujo de caja proyectado

Tabla 69. Flujo de caja proyectado a cinco (5) años

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Préstamo	16.945.660					
Aporte socios	21.500.000					
Ingreso de contado		145.800.000	176.220.000	213.661.800	258.207.345	312.489.920
Total ingresos	38.445.560	145.800.000	176.220.000	213.661.800	258.207.345	312.489.920
EGRESOS						
Inversión fija	27.540.000					
Inversión diferida	5.600.000					
Costos insumos		3.980.000	4.378.000	4.815.800	5.297.380	5.827.118
Mano de obra		62.760.000	65.898.000	69.192.900	72.652.545	76.285.172
Costos indirectos de fabricación		5.337.996	5.337.996	5.337.996	5.337.996	5.337.996
Gastos de administración y de ventas		24.060.000	24.060.000	24.060.000	24.060.000	24.060.000
Obligación financiera		14.834.932	12.220.000	8.981.568	4.969.648	0
Impuestos 35%		3.382.773	6.013.000	11.849.051	12.479.933	16.483.341
total egresos	33.140.000	114.355.701	117.906.996	124.237.315	124.797.502	127.993.627
Inversión capital de trabajo	9.861.499					
Saldo inicial	0	31.444.299	58.313.004	89.424.485	133.409.843	184.496.293
Saldo en caja	9.861.499	31.444.299	58.313.004	89.424.485	133.409.843	184.496.293

5.6.3 Balance Inicial y Proyectado

Tabla 70. Balance Inicial y Proyectado

BALANCE GENERAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
Activo corriente					
Caja y bancos	31.444.299	58.313.004	89.424.485	133.409.843	184.496.293
Total activo corriente	31.444.299	58.313.004	89.424.485	133.409.843	184.496.293
Activo no corriente					
Muebles y encerres	8.900.000	8.900.000	8.900.000	8.900.000	8.900.000
Equipos de oficina	22.880.000	22.880.000	22.880.000	22.880.000	22.880.000
Diferidos	1.120.000	1.120.000	1.120.000	1.120.000	1.120.000
Depreciación acumulada (-)	3.178.000	6.356.000	9.534.000	12.712.000	15.890.000
Total activo no corriente	36.078.000	39.256.000	42.434.000	45.612.000	48.790.000
TOTAL ACTIVOS	67.522.299	97.569.004	131.858.485	179.021.843	233.286.293
PASIVOS					
Pasivo corriente					
Impuestos por pagar	3.382.773	6.013.000	11.849.051	12.479.933	16.483.341
Total pasivo corriente	3.382.773	6.013.000	11.849.051	12.479.933	16.483.341
Pasivo no corriente					
Obligaciones financieras	14.834.932	12.220.000	8.981.568	4.969.648	0
Total pasivo no corriente	14.834.932	12.220.000	8.981.568	4.969.648	0
TOTAL PASIVOS	18.217.705	18.233.000	20.830.619	17.449.581	16.483.341
PATRIMONIO					
Capital	21.500.000	21.500.000	21.500.000	21.500.000	21.500.000
Utilidad del ejercicio	5.654.066	10.005.300	19.804.843	20.859.317	27.550.728
TOTAL PATRIMONIO	27.154.066	31.505.300	41.304.843	42.359.317	49.050.728
Total pasivo mas patrimonio	45.371.771	49.738.300	62.135.462	59.808.898	65.534.069
DIFERENCIA (activo)- (total pasivo+ patrimonio)	22.150.528	47.830.704	69.723.023	119.212.945	167.752.224

5.7 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

La viabilidad financiera que presenta el proyecto sobre la creación de una empresa de capacitación en la ciudad de Barbosa, es bastante favorable según lo muestran los resultados del estudio financiero.

- El préstamo que se realizara por \$ 22.000.000 es un valor viable hacer aprobado por BANCOLOMBIA y cancelarlo en un plazo de 60 meses.
- Dentro del estado de resultados se observa una utilidad desde el primer año de \$ 5.654.066.
- El precio de venta por cada servicio será de \$ 405.000, valor que es razonable si se compara con los de la competencia, la cual además no se encuentra cerca de nuestro mercado objetivo.
- La inversión total para la creación de la empresa es \$ 43.001.499 el cual no es tan alto y se tendrá de dicho valor el 50% que corresponde a recursos propios.

6. EVALUACION DEL PROYECTO

6.1 EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La puesta en marcha de la empresa “A&C ASESORES SAS” tiene un impacto social positivo desde la óptica de que va a generar cuatro empleos, situación que implica ingresos que aportan al bienestar de estos empleados y dinámica económica regional.

Igualmente tiene un impacto en el fisco estatal por la contribución tributaria propia de la actividad empresarial, aportando desarrollo y bienestar socioeconómico en general.

El sector empresarial regional contará con una herramienta valiosísima para el desarrollo productivo regional a partir de la capacitación pues permitirá mejorar sus indicadores de eficiencia y eficacia y por ende ese desarrollo empresarial se verá reflejado en un crecimiento socio empresarial.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

6.2.1 Matriz de Evaluación de Impactos

Tabla 71. Matriz de identificación de aspectos y evaluación de impactos ambientales

PROCESO	ACTIVIDAD / PRODUCTO / SERVICIO	SITUACIÓN	ASPECTO AMBIENTAL ASOCIADO	IMPACTO AMBIENTAL	RECURSO	TIPO DE IMPACTO (Signo)	DURACIÓN (Calificación)	LEGISLACIÓN (Calificación)	SIGNIFICANCIA CALIFICACIÓN	CONTROL OPERACIONAL
ESTRATÉGICOS	GENERACIÓN DE INFORMES, COMUNICACIONES Y DOCUMENTOS EN GENERAL	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS APROVECHABLES (PAPEL, CARTÓN, PLÁSTICO, METAL, VIDRIO,	REDUCCIÓN DE AFECTACIÓN AL AMBIENTE	SUELO	POSITIVO (+)	10 10: (PERMANENTE) Cuando se supone una alteración indefinida en el tiempo.	10 10: No tiene legislación ambiental aplicable.	NO SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO CONSUMO DE PAPEL Y MATERIALES
MISIONALES	GENERACIÓN DE INFORMES, COMUNICACIONES Y DOCUMENTOS EN GENERAL	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS APROVECHABLES (PAPEL, CARTÓN, PLÁSTICO)	REDUCCIÓN DE AFECTACIÓN AL AMBIENTE	SUELO	POSITIVO (+)	10 10: (PERMANENTE) Cuando se supone una alteración indefinida en el tiempo.	10 10: No tiene legislación ambiental aplicable.	NO SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO PROTOCOLOS DE COMUNICACIONES
DE APOYO	ACOPIO DE RESIDUOS APROVECHABLES REUTILIZABLES	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS APROVECHABLES (PAPEL, CARTÓN, PLÁSTICO, METAL, VIDRIO,	REDUCCIÓN DE AFECTACIÓN AL AMBIENTE	SUELO	POSITIVO (+)	5 5: (TEMPORAL) Cuando la alteración del medio no permanece en el tiempo, pero dura un lapso de tiempo moderado.	10 10: No tiene legislación ambiental aplicable.	SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO GENERACIÓN DE RESIDUOS
DE EVALUACIÓN Y CONTROL	GENERACIÓN DE INFORMES, COMUNICACIONES Y DOCUMENTOS EN GENERAL	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS APROVECHABLES (PAPEL, CARTÓN, PLÁSTICO, METAL, VIDRIO,	REDUCCIÓN DE AFECTACIÓN AL AMBIENTE	SUELO	POSITIVO (+)	10 10: (PERMANENTE) Cuando se supone una alteración indefinida en el tiempo.	10 10: No tiene legislación ambiental aplicable.	NO SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO CONSUMO DE PAPEL Y MATERIALES
ESTRATÉGICOS	GENERACIÓN DE INFORMES, COMUNICACIONES Y DOCUMENTOS EN GENERAL	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS NO APROVECHABLES	CONTAMINACIÓN DEL RECURSO SUELO	SUELO	NEGATIVO (-)	10 10: (PERMANENTE) Cuando se supone una alteración indefinida en el tiempo.	10 10: No Tiene legislación ambiental aplicable.	SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO GENERACIÓN DE RESIDUOS
GESTIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS NO APROVECHABLES	CONTAMINACIÓN DEL RECURSO SUELO	SUELO	NEGATIVO (-)	10 10: (PERMANENTE) Cuando se supone una alteración indefinida en el tiempo.	10 10: No Tiene legislación ambiental aplicable.	NO SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO GENERACIÓN DE RESIDUO

Tabla 71. (Continuación)

PROCESO	ACTIVIDAD / PRODUCTO / SERVICIO	SITUACIÓN	ASPECTO AMBIENTAL ASOCIADO	IMPACTO AMBIENTAL	RECURSO	TIPO DE IMPACTO (Signo)	DURACIÓN (Calificación)	LEGISLACIÓN (Calificación)	SIGNIFICANCIA CALIFICACIÓN	CONTROL OPERACIONAL
GESTIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	NORMAL	GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS	CONTAMINACIÓN DEL RECURSO SUELO	SUELO	NEGATIVO (-)	10 10: (PERMANENTE) Cuando se supone una alteración indefinida en el tiempo.	10 10: No Tiene legislación ambiental aplicable.	NO SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO GENERACIÓN DE RESIDUOS (EN DEFINICIÓN)
GESTIÓN DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	ACTIVIDADES DE LIMPIEZA Y ASEO	NORMAL	CONSUMOS DE AGUA	AGOTAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES	AGUA	NEGATIVO (-)	5 5: (TEMPORAL) Cuando la alteración del medio no permanece en el tiempo, pero dura un lapso de tiempo moderado.	10 10: No Tiene legislación ambiental aplicable.	SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO CONSUMOS
MISIONALES	USO DE EQUIPOS DE CÓMPUTO	NORMAL	CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	AGOTAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES	ENERGÉTICO	NEGATIVO (-)	5 5: (TEMPORAL) Cuando la alteración del medio no permanece en el tiempo, pero dura un lapso de tiempo moderado.	10 10: No Tiene legislación ambiental aplicable.	NO SIGNIFICATIVO	SEGUIMIENTO CONSUMOS Y MONITOREO EQUIPOS

6.3 EVALUACION FINANCIERA

6.3.1 valor presente neto. El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos descontados a la inversión. Mide el rendimiento del proyecto frente a la inversión con respecto a las variables económicas y financieras del mercado a una tasa de interés de oportunidad (TIO)

La **TIO** está dada por:

- La tasa de oportunidad o tasa mínima esperada de 10.56%.
- Factor de riesgo, 10% valor obtenido sobre el riesgo que implica desarrollar una actividad como lo es la prestación de servicios.

Tasa de evaluación= $((1+0,1056)(1+0,1)-1)*100$

Tasa de evaluación=21.62%

El **VPN** se halla mediante la siguiente formula

$$VPN = \sum (X)(1+i)^{-t}$$

Donde:

X= flujo neto de caja, para cada año del (0 a 5)

i= TIO= 21,62%

t= periodo de 0 hasta 5años

Para este caso, el VPN, fue determinado en Excel utilizando los datos antes descritos.

Tabla 72. Valor Presente Neto VPN

AÑO	0	1	2	3	4	5
SALDO EN CAJA	-43001499	31444299	58313004	89424485	133409843	184496293
VPN	189503401					

Se puede observar que el VPN = 189.503.401 significa que durante el horizonte de 5 años es mayor que cero, luego es viable la inversión. Lo anterior es la verdadera utilidad marginal del capital invertido y se cumplirá siempre y cuando las utilidades se inviertan en el desarrollo del mismo

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR. Este valor es la tasa es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero.

La TIR se calculará con la siguiente fórmula matemática

$$VPN = \sum (X)(1+r)^{-t}$$

Donde:

VPN =0

X= flujo de4 caja para cada año

r= TIR = ?

t= Periodo de 0 a 5 años

Para este caso, la TIR fue determinada en Excel utilizando los datos anteriormente descritos:

Tabla 73. Tasa Interna de Retorno TIR

Tasa Interna de Retorno					
Inversión	Ingresos año 1	Ingresos año 2	Ingresos año 3	Ingresos año 4	Ingresos año 5
(43,001,499.00)	31,444,299.00	58,313,004.00	89,424,485.00	133,409,843.00	184,496,293.00
TIR	122%				

Se puede observar que la **TIR = 122%**, esto significa que por cada \$1 peso invertido en la prestación de servicios de información y capacitación, en la nueva empresa retornaría \$1,22 para un periodo de 5 años.

6.3.3 Periodo de recuperación

Tabla 74. Periodo de Recuperación de la Inversión

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	- 43001499					
Saldo inicial	0	31.444.299	58.313.004	89.424.485	133.409.843	184.496.293
Saldo en caja		31.444.299	89.757.303	133.409.843	184.496.293	368.992.586

6.3.4 análisis de las razones financieras Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez y endeudamiento para el primer año de funcionamiento.

- **Razón corriente**

$$AC/PC = 9.2$$

Por cada \$1 peso que se debe a corto plazo tenemos \$ 9.2 representados en activos corrientes para responder lo cual es favorable.

- **Razón de capital de trabajo**

$$K= AC- PC = 28.061.526$$

La empresa cuenta con \$ 28.061.526 de capital de trabajo disponible para la operación del primer año. Esto favorece su correcto funcionamiento.

- **Nivel de endeudamiento**

$$PT/ AT=0,27$$

Por cada peso que la empresa tiene invertido en activos, se han financiado \$0,27.

- **Endeudamiento corto plazo**

$$PC/PT = 0.18$$

Por cada peso que la empresa posee con terceros, hay \$0.18 que tienen un vencimiento corriente y \$ 0.98 son a largo plazo.

- **Cobertura de intereses**

Utilidad antes de impuestos / gastos financieros =

Es favorable, pues por cada peso de interés pagado hay utilidades de \$

- **Leverage total**

$$PT/PATRIMONIO\ TOTAL = 18.217.705 / 27.154.066 = 0.67$$

Por cada peso en el patrimonio se tienen deudas de \$ 0.67 pesos de deuda.

- **Rentabilidad con relación al capital**

$$Utilidad\ neta / patrimonio = 5.654.066 / 27.154.066 = 0.20$$

Indica que en el primer año por cada peso invertido en capital se generó \$0.20

- **Rentabilidad en relación con la inversión**

$$Utilidad\ neta / activo\ bruto = 5.654.066 / 31.444.299 = 0.17$$

Por cada peso invertido en activos se generó una utilidad neta de \$ 0.17

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un instrumento financiero que permite observar el nivel de servicios mínimo, que permita cubrir los costos de tal manera que no se presenten pérdidas. Dicho punto de equilibrio se calcula de la siguiente forma:

$$Qu = CF / (Pvu - Cvu)$$

Qu = costo fijo / (precio de venta unitario - costo variable unitario)

Anteriormente se determinó, el costo por unidad/servicio en \$ 269.833 y se observó el porcentaje de participación al costo fijo con el equivalente de 90.65% sobre el costo total y un 9.35% como costo variable. Por lo tanto se puede definir el costo variable unitario como:

$$(88.078.000 \times 9.35\%) = 25.094$$

Costo fijo Total 88.078.000

Precio de venta unitario \$405.000

$$Qu = 88.078.000 / (405.000 - 25.094)$$

$$Qu = 88.078.000 / 379906$$

$$Qu = 231.8$$

Esto indica y soporta que los cálculos presupuestados iniciales de venta de los servicios estén en 239 para cancelar los costos de funcionamiento en su totalidad, sin obtener utilidad. Así mismo, al analizar la cantidad de servicios a ofrecer en el año uno que son 360, estos están por encima en 121 servicios del punto de equilibrio.

6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

- Al terminar este trabajo se establece que la puesta en marcha de la empresa A&C ACESORES S.A.S. Es económicamente viable.
- En el municipio de Barbosa no existe ninguna empresa dedicada a esta labor.
- El precio es de \$405.000 accesible si se compara con los ofrecidos por empresas de este tipo en ciudades principales.
- Respecto a la parte financiera el monto para comenzar el proyecto es razonable para este tipo de empresas.
- Al evaluar las utilidades generadas, las cuales se estipulan interesantes para el inversionista del proyecto, demostradas por el VPN y la TIR, las cuales indican un parámetro evaluativo adecuado para pensar que crear la empresa es una buena inversión.

7. CONCLUSIONES

- Después de realizar la entrevista se pudo establecer que de los 337 encuestados 276 empresarios aceptaron adquirir servicios de capacitación, esto es favorable para la realización del proyecto pues existe la posibilidad de mercado.
- Se determinó que los oferentes del mercado de capacitación en Barbosa son la Cámara de Comercio, El SENA y esto nos indica cual es el más fuerte en este mercado y determinar diferentes estrategias de mercado.
- Las empresas existentes en el mercado usan ampliamente estrategias publicitarias, ello garantiza su crecimiento y participación en el mercado, es así como se enfocan estrategias de publicidad y promoción que están enfocadas a cara a conocer el servicio y sus principales características, a través de diferentes medios publicitarios y lograr posicionarnos en el mercado, lo ideal es detectar las necesidades de las empresas.
- Se pretende ofrecer los servicios de capacitación directamente al cliente, es necesario detectar las necesidades del cliente a partir de la manifestación de las mismas con un posterior análisis para diseñar el programa ideal, por tanto no intervienen intermediarios, se pretende implementar una agresiva campaña publicitaria.
- Desde el punto de vista de mercadeo se determina que el proyecto “Creación de una Empresa de Capacitaciones Integrales” es viable.
- La capacidad utilizada corresponde a la aplicación de 830 programas de capacitación correspondiente al 36% de la capacidad diseñada, se proyecta un crecimiento hasta lograr el cubrimiento de la misma.

- La localización óptima del proyecto corresponde al municipio de Barbosa, en la carrera novena frente a Bancolombia, es un lugar con alta afluencia comercial, además allí se puede adecuar la oficina de acuerdo a las características especificadas.
- El talento humano, los recursos indispensables, tecnológica, mercado disponible, para el normal funcionamiento de la empresa, es próspero teniendo en cuenta que este análisis fue favorable para la empresa.
- La distribución física de la empresa está adaptada y adecuad a las necesidades de prestación de servicios de la empresa, con el fin de prestar el mejor servicio a través de una imagen cálida de las instalaciones.
- Se determina la viabilidad desde el punto de vista técnico, debido a que se cuenta con los requerimientos técnicos y tecnológicos para la prestación del servicio satisfaciendo las necesidades del mercado.
- De acuerdo al estudio legal, la empresa será conformada como una sociedad por acciones simplificadas y se hará responsable de todos los aspectos que reza la ley durante su conformación y ejecución de las actividades diarias.
- Según el estudio administrativo, se determinó la estructura organizacional de la empresa A&C ASESORES SAS, la cual estará dirigida y representada legalmente por el gerente, la empresa está conformada por el área administrativa y el área operativa. De esta manera se busca distribuir responsabilidades para hacer más claro y eficiente el desarrollo de las labores de la empresa.
- Por lo anterior se determina que a nivel de estudio administrativo la empresa es factible, debido al cumplimiento de todos los requisitos legales, por ende, no se encontró ninguna limitante.

- La empresa A&C ASESORES S.A.S., presenta unas bondades financieras excelentes pues además de tener una alta rentabilidad y una tasa interna de retorno (TIR) del 122%, logra tener un periodo de recuperación de la inversión muy corto, de menos de seis meses.
- Esta empresa lejos de afectar el medio ambiente propenderá por generar un impacto positivo sobre él como parte de su política de responsabilidad social.

BIBLIOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Boletín de registros. Seccional de Barbosa Santander [Boletín]. Bucaramanga: CCB, 2012. 501 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 115 (8, febrero 8, 1994). Bogotá: Ministerio de educación, 1994. 50 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1064 (26, julio, 2006). Bogotá: Ministerio de educación, 2006. 2 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590 (10, julio, 2000). Bogotá: Ministerio de comercio, industria y turismo, 2000. 12 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 905 (2, agosto, 2004). Bogotá: Ministerio de hacienda y crédito público, 2004. 14 p.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1607 (26, diciembre, 2012). Bogotá: Ministerio de hacienda y crédito público, 2004. 95 p.

FANDIÑO, Libardo y TRUJILLO, German. Plan de negocios para la creación de una empresa de asesorías y consultorías para las pymes en el área metropolitana de Bucaramanga. Bogotá: Universidad Escuela de Administración y Negocios, 2010. 122 p.

RAMÍREZ GUERRERO, Jaime, Diagnóstico de la formación para el trabajo en Colombia. Programa de formación para el trabajo. Bogotá: OIT, 1998. 60 p.

Anexo A. Encuesta

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
GESTION EMPRESARIAL
BARBOSA 2013

ENCUESTA

El objetivo de la siguiente encuesta es realizar una investigación de mercados que permita recopilar información basada en el comportamiento y la aceptación para determinar la factibilidad para la creación de una empresa de capacitación empresarial en la ciudad de Barbosa.

DISEÑO DE LA ENCUESTA

Objetivo: identificar la intencionalidad de los encuestados a utilizar los servicios de la empresa de capacitación en la ciudad de Barbosa Santander.

Aplicación: las encuestas serán aplicadas teniendo en cuenta:

Personas encuestadas: 276

Por favor marque con una X la respuesta de su elección.

1. ¿Adquiere con regularidad los Servicios de Capacitación Empresarial?

SI _____
NO _____

2. ¿Qué clase de Servicio de Capacitación Empresarial requiere normalmente?

Administrativa _____
Financiera _____
Reclutamiento de personal _____
Mercadeo _____

3. ¿Estaría interesado en adquirir Servicios de Capacitación Integral por una empresa creada en Barbosa, que le ofrezca programas de capacitación financiera, administrativa y de reclutamiento de personal?

SI _____

NO _____

4. ¿Con qué regularidad usted adquiere el Servicio de Capacitación Empresarial para su empresa?

Trimestral _____

Semestral _____

Anual _____

5. ¿Cómo evalúa el servicio de capacitación recibido?

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

6. ¿Qué factores influyen en usted cuando va a adquirir un Servicio de Capacitación Empresarial?

Costo del programa _____

Contenido del programa _____

Clase de programa ofertado _____

7. ¿Cuándo usted va adquirir Servicios de Capacitación Empresarial cual es la Empresa de Preferencia?

SENA _____

Cámara de Comercio _____

Otro ¿Cuál? _____

8. ¿Qué método de Capacitación Empresarial prefiere usted?

Virtual _____

Personalizado _____

Otro ¿Cuál? _____

9. ¿Qué costo estaría dispuesto usted a pagar por un Servicios de Capacitación Empresarial de 24 horas aplicado a 15 personas, teniendo en cuenta costo/beneficio y los resultados pos capacitación?

800.0000 – 900.000 _____

1.000.000 – 1.100.000 _____

1.200.000–1.300.000 _____

10. ¿A través de que medio publicitario, le interesa obtener información de Servicio de Capacitación Empresarial?

Página web _____

Oficinas directas _____

Volantes publicitarios _____

Anexo B. Cotización publicidad RCN



Barbosa, Mayo 15 de 2014

PROPUESTA DE PAUTA PUBLICITARIA EN RCN RUMBABARBOSA

Cliente : A&C ASESORES

Emisoras : RUMBA BARBOSA 98.2 FM
RCN la Radio Barbosa 1140 AM

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

Fortalecer el posicionamiento de la marca "A&C ASESORES." En la región.
Ampliación del mercado objetivo de los productos de la marca A&C ASESORES, llegando a los municipios de la provincia de Vélez y Ricaurte con el respaldo de marca de RUMBA BARBOSA, RCN LA RADIO y la fidelidad de su audiencia durante 20 años de tiempo al aire.

DESCRIPCION DE LA CAMPAÑA

EMISORA O PROGRAMA	PRODUCTO	DIAS	VECES AL DIA	VALOR hasta 3 meses	VALOR hasta 1 año
RUMBA BARBSA	Cuña de 20 seg.	Lunes a viernes	2	220.000	190.000
NOTICIERO LOCAL RCN BARBOSA	Cuña de 20 seg.	Lunes a viernes	1	150.000	135.000
TOTAL				350.000	325.000

Cordialmente

FERNANDO TELLEZ
ASESOR COMERCIAL RCN RADIO
Tel 7486099 Cel 3204321682



Certificado No. SC 5696-6



CUBRIMIENTO DE RUMBA BARBOSA 98.2 FM POR MUNICIPIOS

RCN Rumba Barbosa 98.2 FM es la emisora que ocupa el primer lugar en sintonía en la región, líder en audiencia y cubrimiento no sólo en Santander y Boyacá llegando a los siguientes municipios:

SANTANDER

Barbosa	Vélez	Puente Nacional
La Paz	Aguada	Chipatá
Guepsa	San Benito	Jesús María
Oiba	Vado Real	Suaita
Sucre	Bolívar	Málaga
San Andrés	Florián	La Belleza
Guavatá	Gámbita	Barichara

BOYACA

Moniquirá	Togüí	Santa Sofía
Chitaraque	Arcabuco	Villa de Leiva
Gachantivá	San José de Pare	Chiquinquirá
Santana	Samacá	Jenesano
Occidente de Boyacá		

FERNANDO TELLEZ
ASESOR COMERCIAL RCN RADIO
Tel 7486099 Cel 3204321682



Certificado No. SC 5696-6



PRESENTACION RCN RUMBA BARBOSA

RUMBA BARBOSA 98.2 FM

Emisora de programación musical cross over que ocupa el primer lugar de sintonía y cubrimiento en la región en más de 30 municipios de las provincias de Vélez en Santander y Ricaurte en Boyacá en todos los segmentos de la población. con la siguiente programación:

3 a 6 a.m. **RetroRumba**: Clásicos musicales con señal horaria

6 a 10 a.m. **Ya párate con Rumba**. Magazin que incluye noticias, entretenimiento, farándula y los mejores éxitos musicales

10 a 12 m. **Programación musical**. Merengue, vallenato, tropical, popular....

12: a 2 p.m. **Trancón vallenato**

2 a 5 p.m. **Programación musical**. Merengue, vallenato, tropical, popular....

5 a 8 p.m. **La zona "R"** Música, mensajes variedades, tema del día con énfasis en audiencia juvenil

8 p.m. a 3 a.m. **Programación musical**: Merengue, vallenato, tropical, popular

FERNANDO TELLEZ
ASESOR COMERCIAL RCN RADIO
Tel 7486099 Cel 3204321682



Certificado No. SC 5696-6