

INTRODUCCION

Al iniciarse el desarrollo del proyecto empresarial, surgen grandes interrogantes y nos encontramos con enormes vacíos teóricos, generados tal vez por la falta de investigación a lo largo de nuestra vida estudiantil; en el transcurso de la elaboración del proyecto, y luego de analizar el estudio de mercados, se deduce que existe gran necesidad en las diferentes empresas, de recibir programas de capacitación en temas relacionados con el ejercicio propio de sus actividades, bien sea en el ámbito comercial, organizacional o administrativo. Se determinó así mismo que en las entidades públicas, la mayor necesidad se fundamenta en la actualización en aspectos como el normativo, que regula las acciones de las administraciones municipales, y en las comerciales primordialmente lo relacionado con el servicio al cliente.

Con la creación de ASITEP LTDA, se busca satisfacer las necesidades de capacitación de las empresas y entidades administrativas, existentes en el occidente de Boyacá, alto Ricaurte y Nororiente de Cundinamarca y de la comunidad en general, quienes muestran gran interés en la creación de la empresa, la cual se dará a conocer a través del portafolio de servicios, diseñado teniendo en cuenta los requerimientos planteados en el estudio de mercado.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente en la ciudad de Chiquinquirá, y en los municipios de la Provincia de Occidente de Boyacá, y circunvecinos de Alto Ricaurte y nororiente de Cundinamarca, no se cuenta con una empresa de capacitación, que permita a las entidades, organizaciones, asociaciones y a la comunidad en general acceder a cursos de capacitación, diferentes a los ofrecidos por entidades estatales como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), en temas prioritarios para las mismas y que a la vez puedan prestar apoyo en el desarrollo empresarial a nivel regional.

Inicialmente se pretende dar respuesta a las necesidades de capacitación de las empresas y entidades administrativas que tengan ubicados dentro del área de influencia del proyecto; para tal fin, el primer objetivo de ASITEP LTDA, es dar a conocer sus servicios y que estos sirvan de apoyo para la comunidad en general.

Con la implementación de esta empresa se pretende solucionar el problema de capacitación que presentan las empresas y organizaciones de la región, ofreciendo una alternativa de calidad y a bajo costo, ya que se propone primordialmente, brindar la capacitación en las instalaciones de las empresas contratantes o en lugares ajenos a ellas, lo que permite que los precios de los servicios, sean más bajos y/o competentes con los existentes en el mercado; ASITEP LTDA proporcionará información sobre los diferentes temas de interés para el desarrollo de la actividad comercial, empresarial y administrativa, con el fin de facilitar a los usuarios la eficiente puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en las capacitaciones, logrando obtener los beneficios esperados y mejorar la productividad económica de la región.

Todo esto se lleva a cabo con el apoyo de un grupo interdisciplinario de capacitadores especializados en los programas ofrecidos, facilitando el aprendizaje y la comprensión de los temas desarrollados.

DEFINICION DE LA IDEA DEL PROYECTO

ÁREA PROBLEMÁTICA

La Constitución Política de Colombia estableció, las competencias de las entidades territoriales, brindándoles autonomía para la gestión de sus intereses en tal caso deberán administrar los recursos y establecer los tributos para el cumplimiento de sus funciones así como ejercer las competencia que de acuerdo a la ley les corresponda; de igual forma se crearon los organismos de control; los procesos de modernización que se vienen implementando en los diferentes niveles de gobierno generan que las administraciones territoriales deban ajustar sus procesos administrativos, en la mayoría de los casos recurriendo a la racionalización del gasto mediante procesos de reestructuración de plantas y ajustes fiscales. Para tal fin el gobierno nacional viene expidiendo una serie de normas tendientes a garantizar el uso eficiente de los recursos en cumplimiento a las metas propuestas en los planes de desarrollo. Una de las herramientas que otorga la ley es la creación de los sistemas de control interno, mediante los cuales las administraciones territoriales tienen la obligación de implementar mecanismos de control a cada uno procesos que se desarrollan para el cumplimiento de sus funciones y en especial las de los servidores públicos, quienes deben ser responsables por sus acciones ante la administración y ante la comunidad en general.

Lo anterior genera inconvenientes en la gestión de las entidades territoriales es así como para el caso del área de influencia del proyecto, en el sector público, de acuerdo con información suministrada por la Procuraduría Provincial de Chiquinquirá se llevan aproximadamente unos 160 procesos anuales a los empleados, en temas relacionados con el manejo de presupuesto público, contratación indebida, omisión, peculado, etc.; anomalías presentadas principalmente por ignorancia de los procedimientos administrativos, funcionarios con escaso perfil profesional, llevando esto a una ineficiencia administrativa.

En el sector privado encontramos al iniciar nuestro proyecto (primer semestre de 2003) 2.246 establecimientos comerciales inscritos en Industria y Comercio, de acuerdo a cifras obtenidas por la Secretaría de Hacienda Municipal, frente a 2.000 establecimientos existentes en la actualidad; lo que nos lleva a analizar que esta disminución o decrecimiento equivalente a un 1% en el comercio formal se debe entre otros aspectos, a falta organización empresarial como consecuencia de un inadecuado estudio de mercados, alta rotación de personal, falta de capacitación y cierre de los mismos por decisión de sus propietarios. En cuanto a la alta rotación

de personal una de las variables que más incide en este fenómeno es la falta de conocimiento de los propietarios respecto a la vinculación laboral de sus empleados, ya que se cree que si se contrata por periodos cortos esto exonera del pago de prestaciones sociales, situación que no es coherente con la normatividad vigente.

En el marco del proceso de descentralización, la gestión y la administración de los municipios es de vital importancia para este nivel de gobierno, ya que es allí donde se ejecutan las políticas nacionales basadas en los programas de desarrollo regional, en términos de acciones concretas que respondan a las demandas de las comunidades. Para la óptima implementación de estos programas es necesario realizar capacitaciones al personal, en los temas propios al desarrollo de las funciones de cada entidad tanto pública como privada.

Por tal razón, es importante que en la administración municipal, entidades privadas y microestablecimientos se fundamenten conceptos modernos de inducción, adiestramiento y capacitación continuada, para alcanzar la eficacia en el desarrollo institucional, orientada hacia el logro de los objetivos de los programas de gobierno con óptimos resultados hacia el cubrimiento de las necesidades de la comunidad.

Es así como los planes de acción, alternativas organizativas de gestión, planes de capacitación y asesoría, se convierten en herramientas importantes para asumir las responsabilidades que exige la gran cantidad de legislación existente en el país, en todos los temas inherentes a las organizaciones, comunidades, instituciones y a la ciudadanía en general, las cuales permanecen en continuos cambios, generando cada vez más la necesidad de adquirir instrucción sobre el manejo e interpretación de las mismas para no incurrir en errores en su aplicación debidos al desconocimiento de los nuevos requerimientos legales, que conllevan a una deficiente gestión y administración de las entidades y las empresas, lo cual genera descontento en la comunidad.

Se puede concluir que la falta de capacitación o actualización de conocimientos se refleja en una desorganización administrativa, la cual se manifiesta cuando se presentan acciones de gobierno enfocadas a lograr beneficios sectoristas o individualistas que no permiten la prestación eficiente y eficaz de los servicios, tanto para el cliente interno como para el cliente externo, lo que genera desordenes administrativos que van en contravía del ideal de trabajo en equipo atrasando o impidiendo el logro de los objetivos propuestos.

DEFINICIÓN DE LA IDEA DEL PROYECTO

Con miras a solucionar la problemática existente en cuanto a la deficiente prestación de servicios de capacitación, por parte de una empresa que tenga su

radio de acción en la región y que permita acceder a estos servicios de una manera más económica y con un alto índice de calidad, que la brindada por empresas existentes y con sede fuera de nuestro entorno, se constituirá la empresa ASITEP LTDA, la cual ofrecerá un portafolio de servicios que cumpla con las expectativas de la población, conocidas a través del estudio de mercado, logrando que las empresas, organizaciones y microestablecimientos cuente con personal idóneo capacitado y actualizado en la normatividad vigente y en los requerimientos específicos en cada una de ellas, para el ejercicio propio de su actividad en los diferentes campos del desarrollo empresarial y administrativo.

ESTUDIO PRELIMINAR

Con el fin de conocer las necesidades de capacitación de las administraciones públicas y empresas existentes en la región en la cual se desarrollará el proyecto, se determinó que existen pocas empresas constituidas en el entorno que presten los programas ofrecidos en el portafolio de servicios de la empresa ASITEP LTDA, tendientes a determinar tanto los requerimientos de los usuarios en cuanto a los temas trazados, como la competencia existente, se determinó aplicar la siguiente encuesta en forma de censo a empresas que cuentan con más de 5 empleados, para establecer los posibles consumidores inmersos en el sector privado, y aplicarla también a las alcaldías y entes públicos para conocer sus necesidades y expectativas de capacitación.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Las entidades que en la actualidad ofrecen el servicio de capacitación en el Occidente de Boyacá, cubren adecuadamente el mercado potencial?

OBJETIVO GENERAL

Crear la empresa “**ASITEP LTDA**” encaminada a la prestación de servicios de capacitación a las empresas, entidades, organizaciones, asociaciones existentes en el área de influencia del proyecto, para subsanar en gran medida las deficiencias comerciales, administrativas y empresariales existentes, mediante la elaboración de un sistema de capacitación que logre incentivar la cultura de desempeño eficiente en cada uno de sus integrantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.** Realizar un análisis que permita determinar las falencias existentes en el desarrollo de las actividades propias de los entes territoriales, empresas y asociaciones.
- 2.** Diseñar instrumentos de evaluación, que con su aplicación permitan establecer las necesidades de las organizaciones, para ofrecer soluciones específicas a cada empresa.
- 3.** Una vez establecida la necesidad y definido el mecanismo para satisfacerla, diseñar un portafolio de servicios y darlo a conocer a través de una adecuada estrategia publicitaria.
- 4.** Posicionar el servicio ofrecido para que llegué fácil al consumidor y despierte expectativas de consumo en él.
- 5.** Generar un mecanismo de expansión de los servicios, de tal forma que no solo se centre en la atención a las empresas y organismos administrativos locales, sino que se pueda ofrecer capacitación a la comunidad en general.
- 6.** Prestar los servicios basados en la normatividad vigente.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.1.1 Costumbres La población del entorno de ASITEP LTDA, en general, presenta una fuerte tradición indígena, perteneciente al grupo de “los Muzos”, y descendientes de la familia caribe, quienes sobresalían por la alta belicosidad y el arraigo a la tierra; los principales problemas que la aquejan son: el desempleo, la ausencia de posibilidades de educación superior, la baja prestación de los servicios sociales y públicos, sobre todo en el área rural; lo que provoca la migración de la población joven hacia las grandes ciudades, las cabeceras municipales y hacia las zonas mineras, en detrimento del desarrollo de las actividades agropecuarias de la región.

El comercio de esmeraldas, el cual tiene gran incidencia en la economía y el empleo de la región, influye notoriamente en el comportamiento y costumbres de los habitantes de la zona, debido a que la mayoría de la población, especialmente los jóvenes se involucra en él, lo cual motivado por las sumas de dinero que se manejan y las ansias de poder y reconocimiento que tienen quienes se dedican a esta actividad, genera múltiples conflictos, es así como impera la ley del más fuerte y poderoso económicamente, quien se torna en la persona más importante y dirigente de la comunidad, poniendo una vez en evidencia los arraigos de los Muzos por su alta belicosidad.

1.1.2 Educación

➤ **Población Total y Población en edad Escolar** En 2003 la población del Departamento de Boyacá era de 1.394.952 según proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y de ella el 28% correspondía a la población en edad escolar (5 a 17 años). Los tres municipios certificados en su conjunto representan un 29% de la población departamental.

➤ **Matrícula por Niveles Educativos** La matrícula del Departamento, incluyendo Tunja, Duitama y Sogamoso, para el año 2003 fue de 311.690 alumnos. El 90% de la matrícula corresponde al sector oficial (79% en el caso de Tunja, 74% para Duitama, 78% para Sogamoso y 96% para el resto del Departamento).

En el Departamento, la matrícula total creció cerca de 3.500 estudiantes, de la cual Tunja, Duitama y Sogamoso aportaron cerca de 2.300 y el resto del Departamento poco más de 1.200. Excepto en Sogamoso, en los demás territorios fue muy superior el aumento de matrícula total al aumento de población en edad escolar, disminuyendo en consecuencia la población por fuera del sistema.

➤ **Cobertura** *Tasas de Cobertura Bruta y Neta* El incremento de la cobertura bruta en más de 4 puntos porcentuales entre el 2001 y el 2003 y de la neta en cerca de 3 puntos entre el 2001 y el 2002, muestra un enorme progreso en el Departamento. Sin embargo aún se encuentra por debajo de los promedios nacionales. El dato del 102% de cobertura neta de Tunja en el 2002 debe obedecer a deficiencias en la proyección poblacional, pero es de resaltar el crecimiento en el 2002 de casi un 7% en dicha cobertura.

Población por Fuera del Sistema y Relación Alumno/Docente (A/D) De acuerdo con los datos de población en edad escolar y matrícula en Boyacá, en 2002 estaban por fuera del sistema escolar 93.810 niños, que representaban el 24% de la población objetivo. Para 2002 se atendieron 263.911 niños en el sector oficial del Departamento con una planta de 11.638 docentes, lo que equivale a una relación A/D de 23, inferior al promedio nacional (25).

Alfabetización La tasa de analfabetismo en el Departamento de Boyacá en el 2001 fue de 9,9%, superior al promedio nacional (7,5%). La tasa de analfabetismo para mujeres fue de 12,4% y de 7,1% para los hombres. La evolución de la tasa de analfabetismo entre 1985 y 2001 en el Departamento de Boyacá indica un avance desigual entre los sectores urbano y rural. Mientras en el sector urbano la tasa de analfabetismo se redujo en un 22%, en el sector rural disminuyó un 40%. La reducción de las tasas de analfabetismo también difiere por género, la tasa de analfabetismo se redujo entre 1993 y 2001 en un 14% en el caso de las mujeres y 30% para los hombres.

Frente a 11.688 solicitudes para pregrado hechas en 2002, se ofrecieron 11.285 cupos. En pregrado el exceso de solicitudes sobre cupos se concentró en las instituciones públicas, en donde se presentaron 9.618 solicitudes y se ofrecieron 4.414 cupos. En las Instituciones privadas, se presentó el fenómeno opuesto: se ofrecieron 6.891 cupos frente a una demanda de 2.070. En programas de postgrado se ofrecieron 1.308 cupos y se presentaron 539 solicitudes. Dentro del marco del proyecto de "Acceso con Equidad a la Educación Superior" del Plan de Desarrollo Educativo, el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior (ICETEX) asignó 254 créditos en el primer semestre 2003 a estudiantes de bajos recursos del Departamento de Boyacá. Esta cifra representa un incremento del 27% con relación a los créditos asignados en 2002 (201).

Educación Técnica – En el Departamento de Boyacá existen 5 centros regionales del SENA, en los cuales estudiaban 41.160 alumnos en el 2002 (35.366 en educación no formal y 5.794 en educación formal).¹

1.1.3 Salud Respecto a la planta de personal y la infraestructura en el área de la salud, la provincia y en general el área de influencia del proyecto tiene un índice similar al departamento de Boyacá. Es necesario resaltar que la información discriminada por regiones permite identificar que existe una mayor concentración del servicio en la región de Occidente Alto, pero que esto es correspondiente con la densidad poblacional de la región.²

1.1.4 División política En 2.241 Km² de extensión, y con 160.341 habitantes (51.9% hombres y 48.1% mujeres), la provincia de Occidente está conformada por dos regiones claramente diferenciadas:

Occidente Alto: Municipios de Caldas, Saboyá, San Miguel de Sema y la capital de la provincia, Chiquinquirá, con un área de 609 Km². *Occidente Bajo:* Municipios de Briceño, Buenavista, Coper, La Victoria, Maripí, Muzo, Otanche, Pauna, Quípama San Pablo de Borbur y Tununguá, con un área de 1.812 Km². *Ricaurte Alto:* Municipios de Ráquira, Sáchica, Sutamarchán, Tinjacá y Villa de Leyva. *Nororiente de Cundinamarca:* Simijaca y Susa; Sur de Santander: Puente Nacional y Barbosa³

1.1.5 Proyección demográfica En los últimos 30 años la población de las provincias ha mantenido niveles de crecimiento (1.61%) muy semejantes a los observados a escala nacional (1.57). Para el resto de los municipios se ha presentado un decrecimiento del índice demográfico en el área rural que, según el censo de 1993, concentra el 63.8% de los habitantes de la provincia, mientras el 36.2% se ubica en las cabeceras municipales.⁴

1.1.6 Servicios públicos La mayoría de los municipios de la región cuentan con servicio de acueducto que cubre deficientemente el área urbana, los sistemas de acueducto deben ser elaborados con las normas básicas establecidas por las Secretarías de Obras Públicas de los Departamentos, sin embargo en la región en muchos casos no se cumplen estos requisitos y los acueductos son mal diseñados y construidos, por lo que el servicio es deficiente.

¹ Fuente: Ministerio de Educación Nacional y Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE –

² Fuente: Perfiles Provinciales de Boyacá.

³ Fuente: Perfiles Provinciales de Boyacá.

⁴ Fuente: Así es mi Boyacá. – El Tiempo –

En cuanto a los alcantarillados, los municipios en su mayoría poseen hasta un 90% de cubrimiento, este sector cuenta con el apoyo de organismos estatales y con recursos que gira la nación, los cuales son de obligatoria inversión en el sector.

La recolección de basuras se efectúa máximo hasta 2 veces por semana, por la unidad de servicios públicos de cada municipio, debido a que estas unidades aún no se han conformado con la autosuficiencia, ni la autonomía requerida, el servicio no se presta diariamente, la disposición final de las basuras es inadecuada por la falta de rellenos sanitarios (exigidos por la ley) y de proyectos relacionados con el tema, ni existen programas de reciclaje y manejo de residuos, teniendo como consecuencia la generación de problemas ambientales en los sitios donde son depositados los residuos sólidos de cada municipio.⁵

1.1.7 Actividades económicas

➤ **Agropecuarias** No obstante la cercanía a la capital del país y a la capital del departamento, la economía en general está en función de la subsistencia (producción no consolidada), con explotaciones tradicionales, con baja demanda de mano de obra, baja rotación de cultivos, falta de asistencia técnica y crédito, deficiente manejo poscosecha de los productos agrícolas.

De igual manera hay un mal proceso de selección de semillas que viene incidiendo negativamente en la productividad y en la rentabilidad de los cultivos. También hay un uso indiscriminado de fertilizantes, sin previo análisis del suelo y las necesidades de los cultivos. Todos estos factores inciden en la escasa proporción de superficie dedicada a la producción de alimentos básicos, es así como se encuentran entre otros los siguientes indicadores: para la papa, el maíz, el frijol, y la arveja 4%; y para la caña melera, café, cacao y cítricos 7%.

➤ **Economía de subsistencia y economía de enclave** La existencia de microfundios donde se presenta que existe un mayor número de propietarios que de predios, y la crisis por la que atraviesa el sector agrícola del país, mantiene a los habitantes de estos municipios abocados a una economía de subsistencia.

La característica de la vinculación laboral es el subempleo, mayoritariamente en la actividad agropecuaria, seguida del sector minero (esmeraldas) y del comercio. Las labores agrícolas se realizan con participación de todos los integrantes del núcleo familiar, incluyendo la utilización de mano de obra infantil no remunerada. Hay también vinculación laboral en actividades ilícitas como el cultivo y la recolección de la hoja de coca.

⁵ Fuente Perfiles Provinciales de Boyacá, Gobernación de Boyacá

La ganadería y las prácticas agrícolas, debido a la poca o ninguna apropiación tecnológica y de recursos, contribuye a la degradación de los suelos. También sobresale la explotación y la comercialización de maderas, actividad rentable, pero que viene afectando negativamente las zonas de bosques y los frágiles ecosistemas de la región.

La actividad ganadera, sobre todo en la región de Occidente Bajo, se caracteriza por el uso extensivo de la tierra y la mínima utilización de recursos y de tecnología, donde la producción de pastos se limita a la oferta de la naturaleza, sin generar mecanismos de recuperación de la tierra.

➤ **Minería** Esta actividad se consolida como exportadora de materia prima. En 1995, se estimaron ventas por US \$456 millones, cifra que le permite ubicarse en el tercer renglón de importancia para las exportaciones del país, después del petróleo y el café. En lo que corresponde al departamento, la participación por concepto de la explotación es mínima y sin ingerencia alguna en la adjudicación de los predios ni en la implementación de los sistemas de explotación. Es decir, se trata de una economía de enclave cuyas utilidades no tienen impacto regional, con ausencia de reinversión y más bien matizadas por bajas condiciones de vida para los trabajadores y pobladores. Circunstancia que se acompaña de situaciones de violencia armada, en las que se juegan intereses económicos por el control de las explotaciones.⁶

1.1.8 Relación del Proyecto con el Plan Nacional de Desarrollo “Hacia un Estado Comunitario”

➤ **Fortalecimiento de la capacitación** Se buscará duplicar, durante el cuatrienio, el número de personas a las cuales el SENA imparte capacitación, se implementarán medidas tendientes a mejorar la calidad y la pertinencia de sus cursos ofrecidos, habida cuenta de que las tasas de desempleo y los retornos a la formación de los egresados del SENA están lejos de los promedios observados para individuos similares que han recibido capacitación en otras instituciones.

Por ello, el SENA incrementará el uso de capacidad instalada en sus centros de formación, aglutinará varias de las actuales regionales bajo un esquema que otorgue más autonomía a las unidades operativas, con el fin de disminuir la carga administrativa y privilegiar la atención al usuario final a través de los centros de formación.

La formación para el trabajo estimulará las especialidades que el sector productivo demande, con la reorientación hacia áreas pertinentes y la supresión de aquellas

⁶ Fuente: Así es mi Boyacá, editorial el Tiempo - Perfiles Provinciales de Boyacá.

de baja congruencia con el mercado. El incremento de la oferta y la calidad de la formación se fundamentarán en la incorporación de nuevas tecnologías, con énfasis en el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación. La formación profesional que impartirá el SENA incorporará componentes que preparen a los egresados para que generen sus propios empleos.⁷

Es en este sentido donde ASITEP LTDA pretende apoyar la política de gobierno y coadyuvar para cubrir aquella población, donde el SENA no podrá dar cobertura.

➤ **Entorno con énfasis en el tema del Proyecto** Anteriormente la ley otorgaba hasta el 10% de las transferencias de la nación en otros sectores para capacitación a funcionarios municipales; luego este porcentaje fue variado por modificación a la Ley 60, porcentaje que se mantiene actualmente con la Ley 715, la cual asignó hasta el 2% para este propósito; los municipios han presupuestado anualmente esta partida y la han ejecutado sin tener en cuenta a quienes va dirigida. A pesar que se exigía presentar un programa de desarrollo institucional enfocado a fortalecer el desarrollo del municipio.

Estas capacitaciones no han sido bien orientadas puesto que son tomadas por personal de libre nombramiento y remoción o nombrado por contrato lo cual impide que se genere el desarrollo requerido por la administración al promover los mecanismos de capacitación; así mismo, los cambios constantes en la planta de personal o reubicación de cargos, genera que se pierda la capacitación impartida de acuerdo al área de interés en la cual se desempeñan los empleados, por ende se debe capacitar al personal de carrera administrativa que cuenta con mayor permanencia en los municipios y de acuerdo con la funciones que ejecutan. Por impartir capacitación a los empleados transitorios, se pierde la esencia dada en la Ley, tendiente a mejorar los procesos establecidos y mantener en constante actualización los temas propios de las administraciones públicas territoriales.

En cuanto al sector privado, las empresas encuestadas muestran interés en el proyecto, ya que en la ciudad existen algunas empresas capacitadoras que no cubren la demanda de servicios, en temas específicos y que den la oportunidad de que estas sean dictadas en las propias instalaciones de la empresa contratante, lo cual permite obtener una mayor asimilación de los objetivos de la capacitación, ya que se cree que si ésta se ofrece en las propias empresas, se identifican mejor los problemas y dominan con mayor facilidad sus habilidades o conocen mejor sus falencias y su rol de trabajo es totalmente conocido por ellos mismos, lo cual permite una mejor asimilación de los programas ofrecidos logrando el aprovechamiento total de los temas presentados, lo que se refleja en el mejor desempeño de los empleados y la optima utilización de los recursos asignados para ejercer sus funciones en ejercicio laboral.

⁷ Plan Nacional de Desarrollo – Hacia un estado Comunitario

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 EL PRODUCTO

2.1.1 Identificación del producto “ASITEP LTDA” es una empresa creada con el fin de prestar servicios de capacitación a las empresas, entidades, microestablecimientos de la región y a la comunidad en general.

CURSOS AREAS DE ATENCION

Comercial:

- Gestión Comercial.
- Atención al Cliente
- Legislación Laboral y comercial
- Uso de Nuevas Tecnologías
- Contabilidad

Administrativa:

- Estatuto de Contratación Publica
- Interpretación y aplicación de Normatividad Vigente, en temas como Estatuto Tributario, Reglamentación de Carrera Administrativa, etc.
- Régimen Pensional
- Control Interno
- Presupuesto
- Seguridad Social
- Sistemas

Empresarial:

- Técnicas administrativas
- Manejo de Personal
- Grupos de Trabajo
- Proyectos
- Análisis de Mercados

Comunitario:

- Sistema de Identificación y Clasificación de Potenciales Beneficiarios Para Programas Sociales (SISBEN)
- Subsidio al desempleo
- PYME
- Proyectos comunitarios

- Manejo de entrevistas de empleo.
- Cursos libres (De acuerdo a las necesidades de la comunidad)

METODOLOGIAS: Los cursos se dictaran de manera presencial, utilizando la metodología magistral, con una guía dirigida por un capacitador, y la aplicación de talleres prácticos de acuerdo con la temática de la capacitación contratada. Se utilizan ayudas didácticas, como videos, videobeam, talleres, cartillas, etc.

COSTOS: El valor de la capacitación incluye inscripción, conferencias, material didáctico, certificado y refrigerios

2.1.2 Objetivo principal “ASITEP LTDA” está encaminada a la prestación de servicios de capacitación tendientes a subsanar en gran medida las deficiencias que tienen las empresas, entidades, organizaciones, asociaciones y microestablecimientos existentes en el área de influencia del proyecto, mediante la elaboración de un sistema de capacitación que logre incentivar la cultura de desempeño eficiente en cada uno de sus componentes.

2.1.3 Objetivos específicos

- Contribuir a lograr en nuestros clientes un adecuado conocimiento en el tema seleccionado, aportándoles los elementos teóricos-prácticos básicos necesarios para afrontar el reto de administrar y hacer parte de una empresa.
- Despertar en los consumidores la inquietud por continuar avanzando en su formación a través de las capacitaciones ofrecidas por nuestra empresa, las cuales se verán enriquecidas con la experiencia práctica.
- Conocer la normatividad aplicable a cada uno de los temas ofrecidos en capacitación para brindar seguridad en el desarrollo de las temáticas.
- Al finalizar cada seminario, los participantes estarán en capacidad de comprender y aplicar los temas tratados, además de conocer los últimos cambios en legislación al respecto.
- Brindar las herramientas necesarias a los asistentes que les permita conocer los temas expuestos, logrando un adecuado manejo de los mismos.
- Ofrecer un espacio apto para el debate y la ampliación de conocimientos prácticos sobre las diversas modalidades de estudio.

2.1.4 Metas

➤ A corto plazo

- Focalizar las necesidades de capacitación más apremiantes en las diferentes organizaciones que pueden adquirir los servicios ofrecidos por ASITEP LTDA.
- Ofrecer a las organizaciones un portafolio de servicios como mecanismo para dar a conocer nuestro servicio.
- Contar en el primer año por lo menos con 315 clientes, equivalente al 3.8% del mercado potencial total.

➤ A mediano Plazo

- Contar con un directorio de capacitadores vinculados a ASITEP LTDA que respondan a las necesidades requeridas por los clientes en forma oportuna y con alto índice de calidad.
- Ampliar los servicios de forma escalonada con el fin de lograr una cobertura de atención al mercado potencial que se acerque a un 16% del mercado total.

➤ A largo Plazo

- A partir del 5 año de servicios ofrecer 2.100 capacitaciones equivalentes aproximadamente al 30% del mercado potencial total existente en el área de influencia del proyecto.
- Expandir el área de cobertura de los servicios de ASITEP LTDA a los departamentos circunvecinos, mediante la aplicación de metodologías de calidad y ampliando el portafolio de servicio.

2.1.5 Misión “ASITEP LTDA” tiene por misión prestar capacitación, ajustada a los lineamientos constituciones y legales, promoviendo el desarrollo del capital humano en el área de influencia del proyecto.

2.1.6 Visión “ASITEP LTDA” en procura de brindar mejores beneficios a los usuarios, a través de la prestación de los servicios, pretende en 5 años difundir sus programas en departamentos y provincias circunvecinas, consolidando su crecimiento logrando un reconocimiento regional, como centro de servicios y opción de desarrollo institucional en los ámbitos: comercial, administrativo y

empresarial; modernizando los sistemas y las temáticas de capacitación ofrecidos, como instrumento clave para desarrollar con eficiencia y eficacia las metas y objetivos propuestos.

2.1.7 Usos del servicio El objetivo principal de ASITEP LTDA, es “prestar capacitación mediante el diseño de programas con metodologías innovadoras”, las cuales se darán a conocer a las entidades, empresas, microestablecimientos y a la comunidad en general a través del portafolio de servicios.

La prestación del servicio se realizará de acuerdo con las expectativas del usuario, en cuanto al lugar en el que se realizará la capacitación. Inicialmente los servicios serán ofrecidos para ser desarrollados en la ciudad de Chiquinquirá, por ser la sede escogida para la empresa, pero si es solicitado, se realizará en el lugar sugerido por los usuarios, con esto se determina que si es necesario el desplazamiento de los capacitadores a lugares diferentes al inicialmente propuesto se estará en condiciones de cubrir los requerimientos de los clientes, logrando mayor cobertura y satisfacción con el servicio ofrecido.

Se ofrecen también por parte de ASITEP LTDA alternativas de capacitación fuera del entorno de desarrollo del proyecto, en lugares adecuados, en ambientes diferentes al laboral, para llamar la atención del consumidor con servicios complementarios que brinden posibilidades para acceder a la capacitación ofrecida.

2.1.8 Usuario o consumidor Los usuarios de los servicios de “ASITEP LTDA” serán las empresas, entidades y microestablecimientos existentes en la región y la comunidad en general interesada en los temas ofrecidos en el portafolio de servicios.

2.1.9 Delimitación y descripción del mercado

➤ **Área de influencia del servicio:** Provincia de Occidente de Boyacá y municipios circunvecinos de Alto Ricaurte, así como los pertenecientes a los departamentos de Santander y Cundinamarca. “ASITEP LTDA” tendrá sede en el municipio de Chiquinquirá, de acuerdo con las variables contempladas en el estudio de localización, en las cuales se tuvieron en cuenta aspectos sociales como generación de empleo, impuestos, infraestructura, transporte, importancia regional; en el aspecto social los costos en transporte y alojamiento; el aspecto técnico se determinó por la disposición de salones de la planta física adecuada para el proyecto; aspectos políticos como desarrollo regional, entre otros; lo que determinó que la sede escogida ofrece la mejor alternativa de ubicación a ASITEP

LTDA, por ser el lugar de afluencia de los potenciales clientes, para adquirir los servicios no ofrecidos en sus lugares habituales de trabajo y por su cercanía tanto a la capital del departamento como a la capital del país, generando mayores oportunidades para brindar un mejor servicio. El mercado está constituido por:

- **Sector Público:** Conformado por las administraciones y establecimientos públicos de los municipios de Chiquinquirá, Saboya, San Miguel de Sema, Briceño, Buenavista, Coper, La Victoria, Maripí, Muzo, Otanche, Pauna, Quípama, San Pablo de Borbur, Tununguá, y las Entidades Públicas Descentralizadas, existentes en el Municipio de Chiquinquirá, Ráquira, Tinjaca, Sutamarchán, Villa de Leyva, Barbosa, Puente Nacional.
- **Sector Privado:** Integrado por las empresas, microempresas constituidas y futuras en la región, organizaciones gremiales, asociaciones, microestablecimientos y comunidad interesada en el portafolio de servicios ofrecido.

2.1.10 Comportamiento de la demanda del producto Los consumidores de los servicios de ASITEP LTDA serán las administraciones municipales, las empresas, microestablecimientos, organizaciones, agremiaciones, asociaciones y comunidad en general interesados en los temas propuestos en el portafolio de servicios, el cual se definirá como respuesta a las inquietudes o falencias manifestadas por los usuarios.

Los temas propuestos para las capacitaciones ofrecidas estarán en continuo cambio, con actualizaciones constantes y con el objetivo permanente de lograr plena satisfacción del cliente con la prestación del servicio. Se determinará como fortaleza para ASITEP LTDA, la alta rotación y cambio continuo de personal en las empresas y en las administraciones municipales, para ofrecer más capacitaciones, garantizando la actualización y la calidad requeridas por los consumidores. Así como la creación de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) que se viene implementando como política del gobierno central, las cuales se constituirán en clientes potenciales para la empresa.

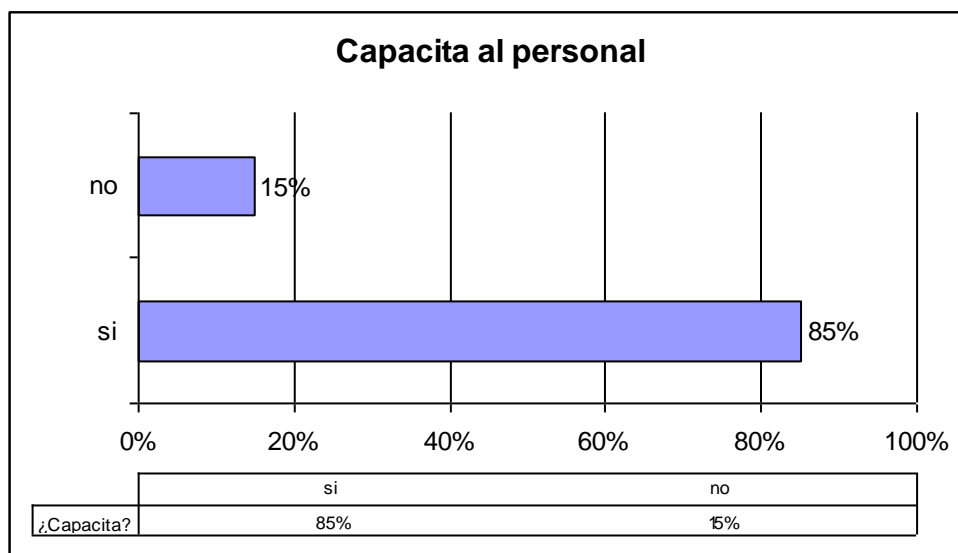
➤ **Análisis de demanda actual y tipo de demanda** En el área de influencia del proyecto encontramos 360 empleados públicos, distribuidos en las 20 entidades públicas como alcaldías e institutos descentralizados y aproximadamente 2000 establecimientos comerciales privados, (según información que reposa en las alcaldías municipales como fuentes de recursos propios para las mismas), con un promedio de 3 empleados por establecimiento comercial. Es importante determinar que a corto y mediano plazo se prestará el servicio a las empresas y establecimientos comerciales existentes en la Ciudad de Chiquinquirá por ser la

sede del proyecto, con proyección a partir de quinto año para cubrir la demanda existente en los demás municipios que conforman el área de influencia del proyecto. Se encuentra una demanda insatisfecha, a pesar que existen diferentes empresas que ofrecen el servicio de capacitación, pero que tienen su sede en las ciudades capitales, las cuales utilizan en su mayoría los folletos que son enviados por correo, brindando este tipo de servicio en lugares fuera del entorno del Proyecto, lo que acarrea mayores costos para los usuarios, si se tiene en cuenta los desplazamiento, tiempo, y falta de oportunidad para desplazarse a sitios muy distantes a los lugares de trabajo, lo que dificulta acceder a estos servicios.

Una de las falencias que se encuentra con las capacitaciones ofrecidas en sitios diferentes al lugar de trabajo, es incremento generado en los costos. En la encuesta realizada en el sector privado se percibió gran interés por recibir capacitación en el lugar habitual de trabajo ya que con ello se pueden asimilar de manera más didáctica los conocimientos objeto del servicio y ser aplicados directamente en el entorno.

En el Sector privado: Se aplicó la encuesta en forma aleatoria a 95 establecimientos comerciales, como lo determinó el tamaño de la muestra (ver anexo 1, tamaño de la muestra para aplicación de encuestas) y el resultado es el siguiente:

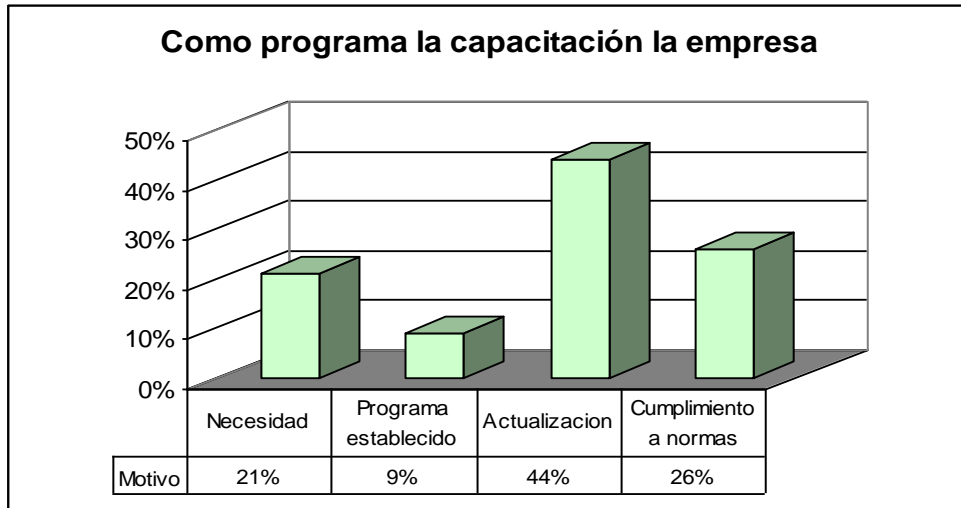
1. *¿La empresa capacita al personal?*



En la cual el resultado positivo corresponde a un 85% y el negativo a un 15% del total de los encuestados. Algunas de las personas encuestadas no contestaron la pregunta, pero sin embargo dieron respuesta a los siguientes numerales; así mismo a pesar que un 15% contestó negativamente, al conocer el cuestionario

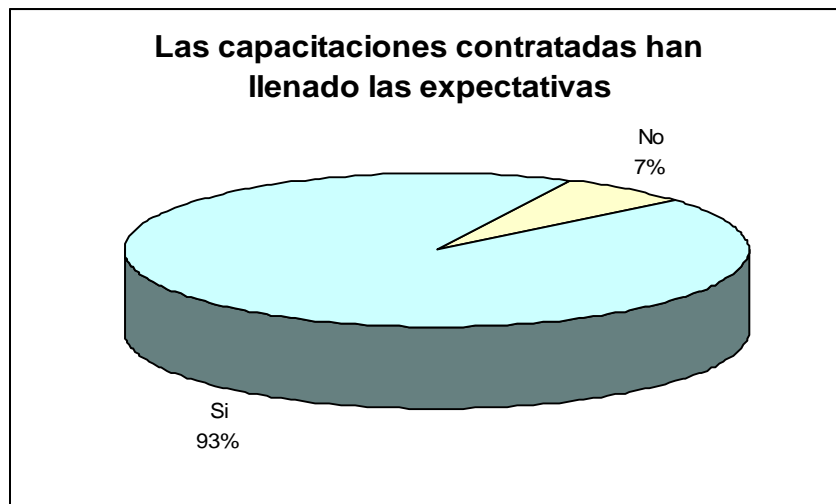
dieron respuesta, ya que el propietario sí recibe algún tipo de capacitación a si no la imparta a sus empleados.

2. *¿Cómo programa la capacitación la empresa?*



Teniendo en cuenta que el mayor porcentaje de capacitación de los establecimientos encuestados se desarrolla por necesidad de actualización, este permite conocer los requerimientos de capacitación de las empresas.

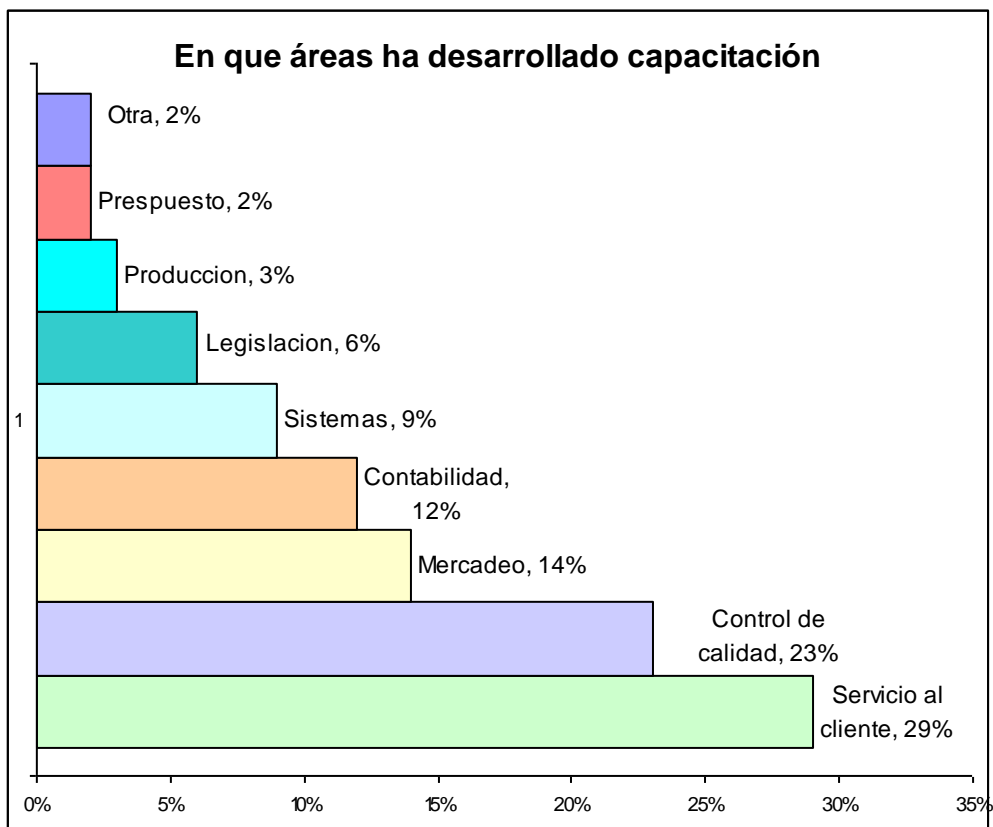
3. *¿Las capacitaciones contratadas han llenado las expectativas?*



Con esta pregunta se pretendió conocer las falencias existentes en las empresas que en la actualidad ofrecen capacitación, para que, con base en los resultados

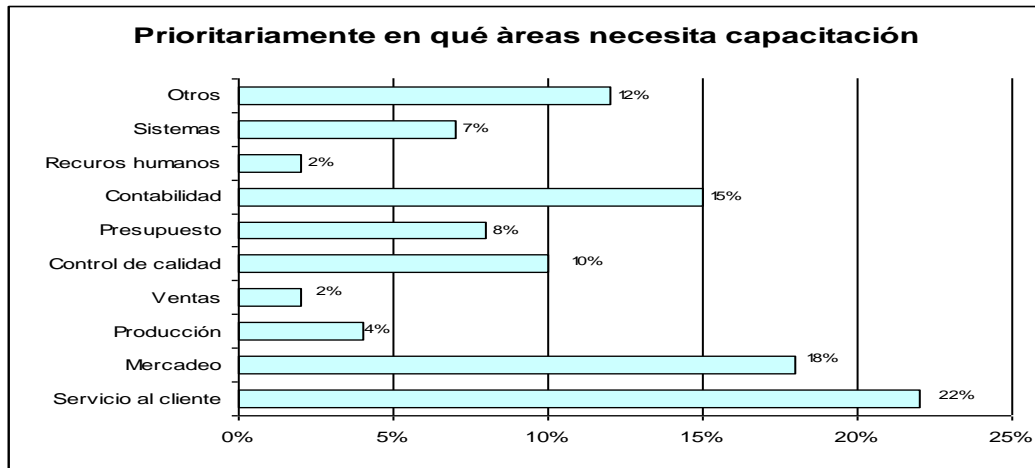
obtenidos tener un punto de referencia y lograr de esta manera establecer un programa y una metodología que se ajuste a las necesidades y expectativas reales de los potenciales usuarios del servicio.

4. ¿En qué áreas ha desarrollado capacitación?



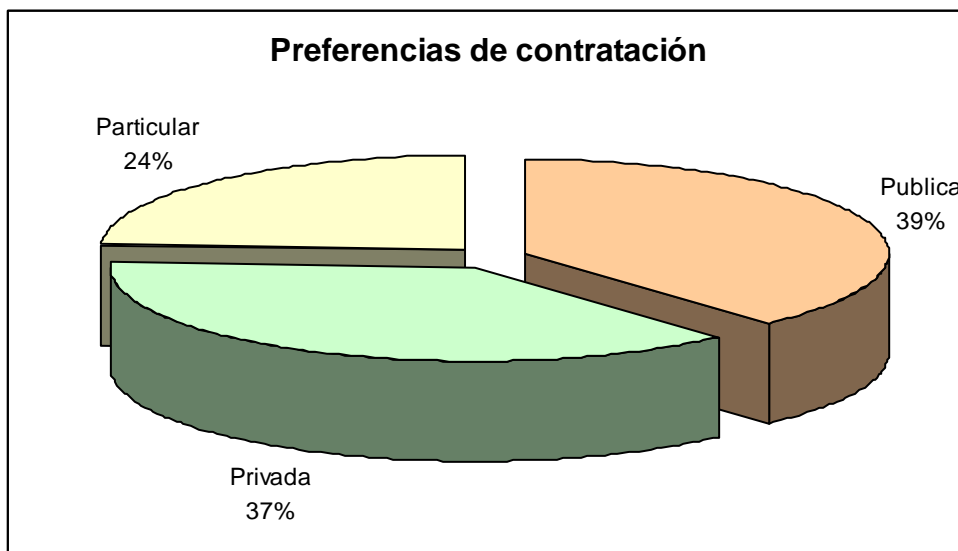
Es necesario conocer las áreas en que históricamente se han desarrollado las capacitaciones recibidas por los propietarios y/o empleados de los establecimientos comerciales con el fin de crear un portafolio de servicios para dar a conocer a ASITEP LTDA, y que éste sea la respuesta a una necesidad existente. La selección de otras capacitaciones descritas en la aplicación de la encuesta, que representa el 2%, hace referencia a ventas, educación, salud, legislación tributaria, entre otros.

5. ¿Prioritariamente en qué ramas específicas de las anteriormente descritas necesita capacitación su empresa?



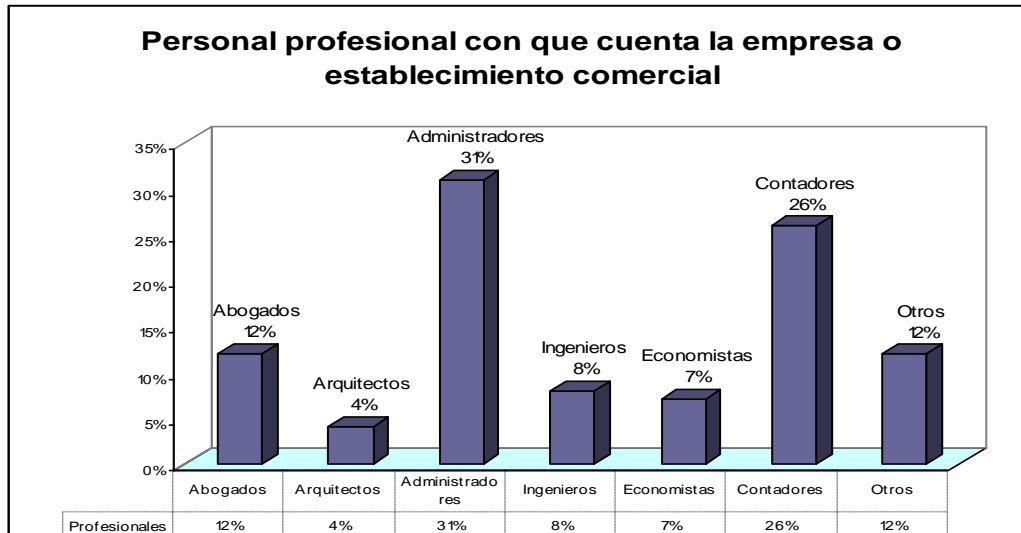
Se pudo determinar que los temas propuestos inicialmente como básicos para la programación de las capacitaciones en las empresas corresponden a los requerimientos de las mismas. El 12% correspondiente al ítem de otros, hace referencia a las necesidades específicas que de acuerdo con el objeto social de las empresas encuestadas son requeridas.

6. *¿A la hora de contratar capacitación con que tipo de entidad prefiere contratarla?*



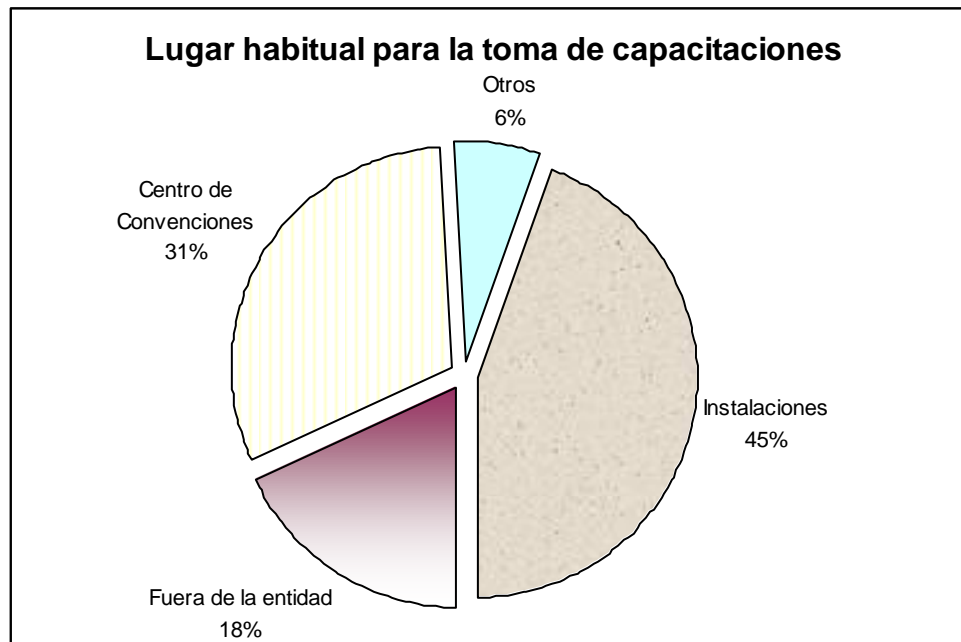
Esta pregunta se aplicó con el propósito de conocer las preferencias de contratación de las capacitaciones frente a la oferta del mercado actual, así mismo determinar la factibilidad de ASITEP LDITA al incursionar en él.

7. ¿Con que tipo de personal profesional cuenta la empresa en las siguientes áreas?



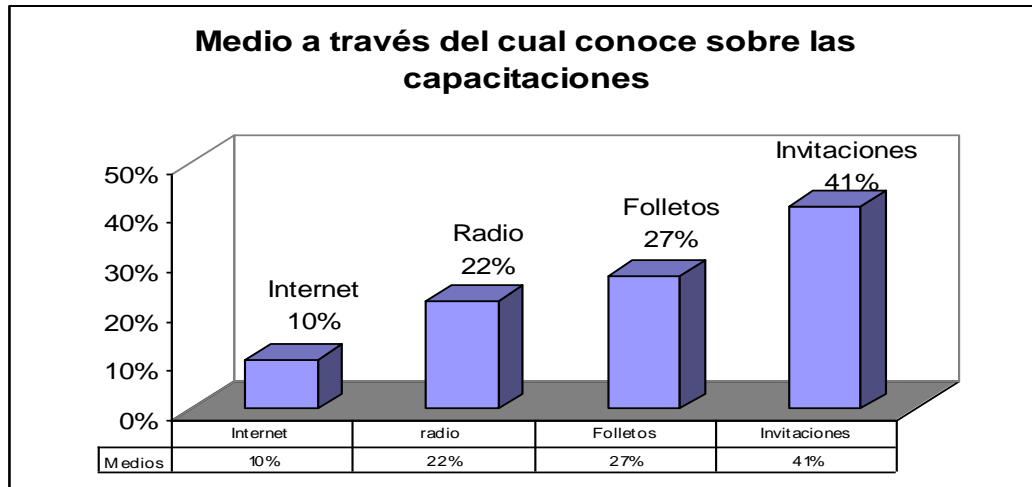
Es necesario determinar el tipo de profesionales que de alguna manera se encuentran vinculados con los establecimientos comerciales para establecer las características del capacitador escogido al desarrollar los temas propuestos en el portafolio de servicios de ASITEP LTDA.

8. ¿En que lugar habitualmente toman la capacitación?



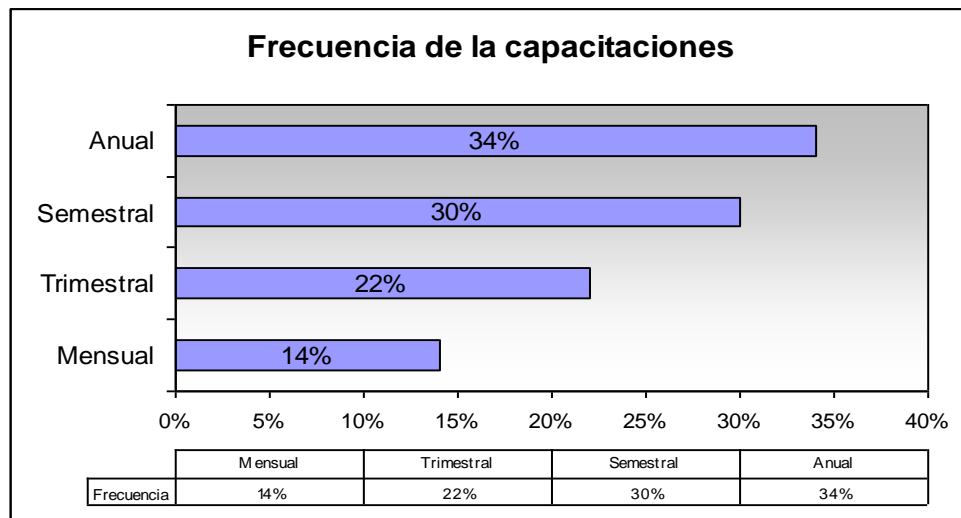
Conocer las preferencias en cuanto al lugar escogido para tomar las capacitaciones, permite establecer los recursos físicos con los que debe contar ASITEP LTDA.

9. ¿A través de que medio conoce la empresa sobre las capacitaciones ofrecidas?



Con el fin de determinar el tipo de publicidad y establecer una estrategia publicitaria adecuada y que beneficie a ASITEP LTDA, es necesario identificar los mecanismos utilizados por la competencia para dar a conocer sus servicios al usuario.

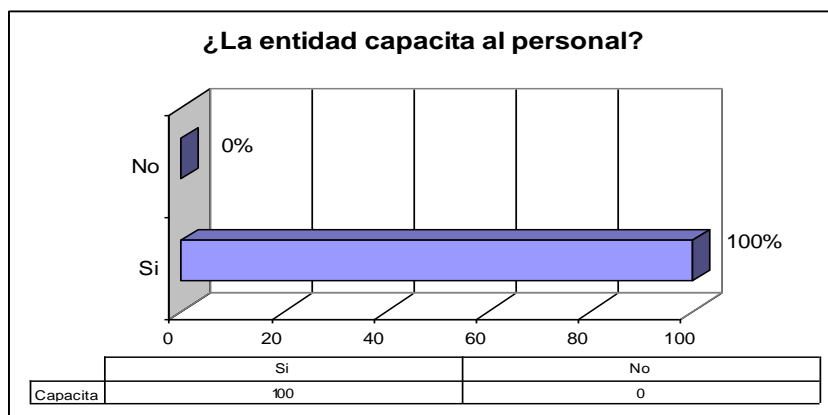
10. ¿Con qué frecuencia hace la capacitación?



Esta pregunta permite identificar uno de los ítems a tener en cuenta en el momento de proyectar la frecuencia y tipos de capacitación a ofrecer por ASITEP LTDA.

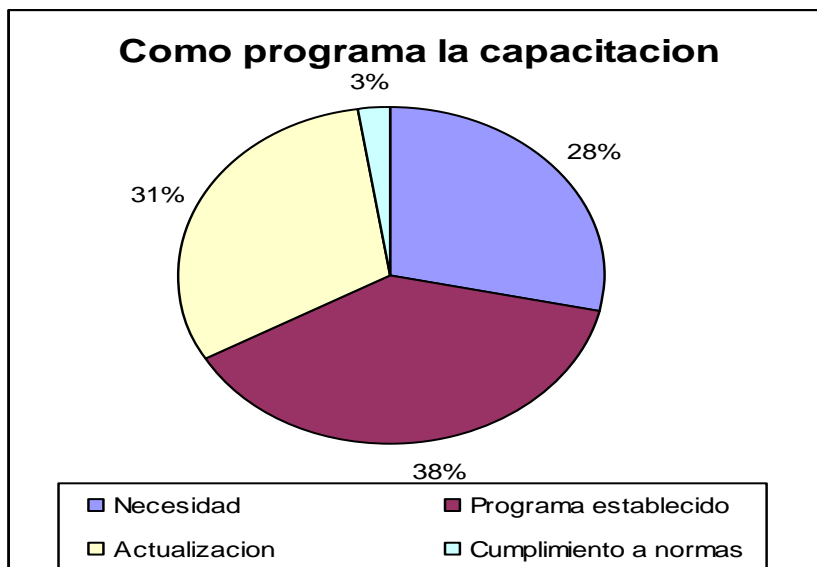
En el Sector Publico: se aplicó censo, a las alcaldías que conforman la Provincia de Occidente por ser inicialmente al área de cobertura de ASITEP LTDA, así como a los Institutos Descentralizados Adscritos a la Alcaldía de Chiquinquirá, obteniendo los siguientes resultados:

1. *¿La entidad capacita al personal?*



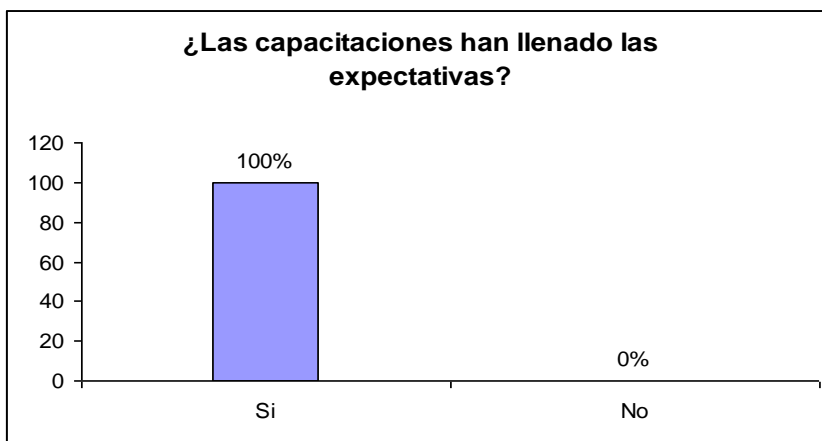
Se determinó que el 100% de las entidades y establecimientos públicos capacitan al personal como respuesta a los requerimientos legales que regulan este tipo de entidades.

2. *¿Cómo programa la capacitación la entidad?*



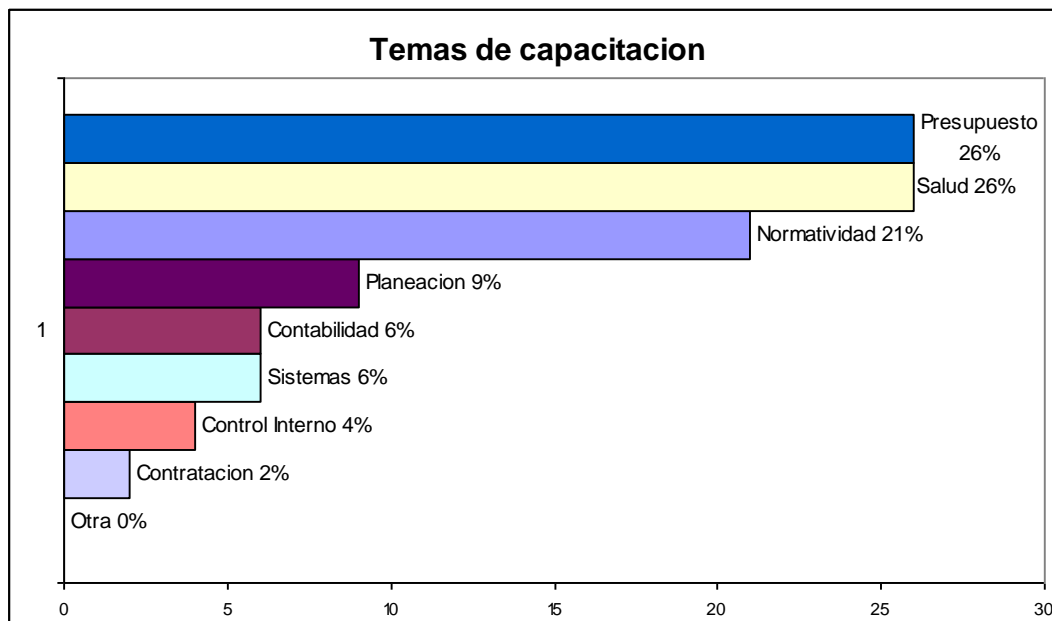
Con el resultado anterior se puede determinar los requerimientos de capacitación de las entidades públicas ubicadas en el área de influencia del proyecto.

3. *¿Las capacitaciones contratadas han llenado las expectativas?*



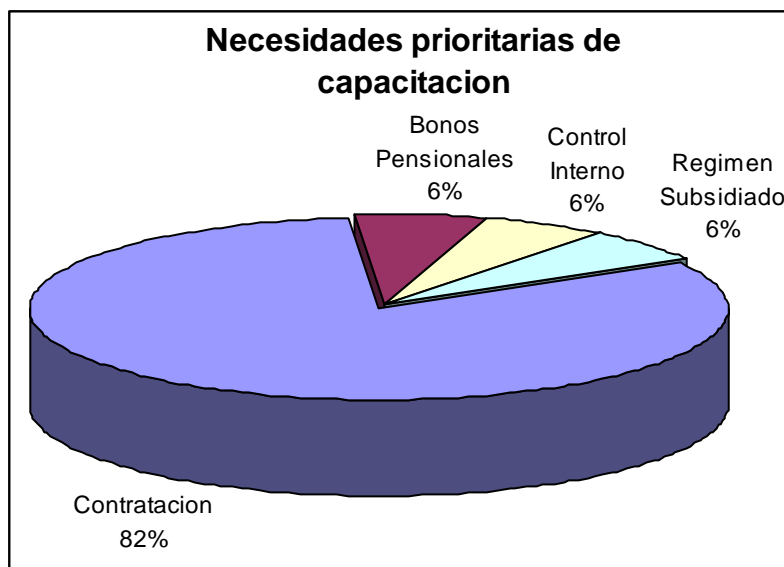
Permite identificar las falencias de la oferta actual de capacitaciones con el fin de crear estrategias de mercado adecuadas a la demanda.

4. *¿En que temas de las siguientes áreas han desarrollado capacitación?*



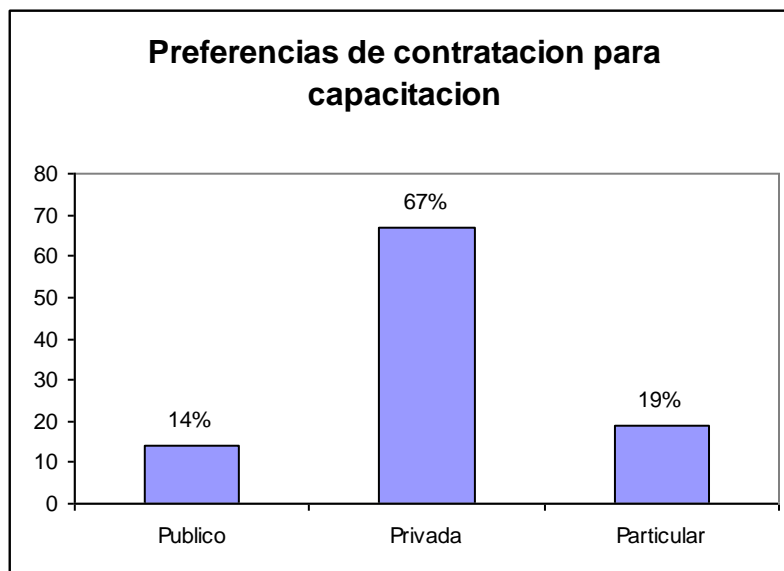
Con el fin de establecer el portafolio de servicios de ASITEP LTDA, se hace necesario conocer las áreas en que históricamente se han desarrollado las capacitaciones en las entidades y establecimientos públicos y que éste sea la respuesta a la necesidad existente.

5. *¿Prioritariamente en qué ramas específicas de las anteriormente descritas necesita capacitación la entidad?*



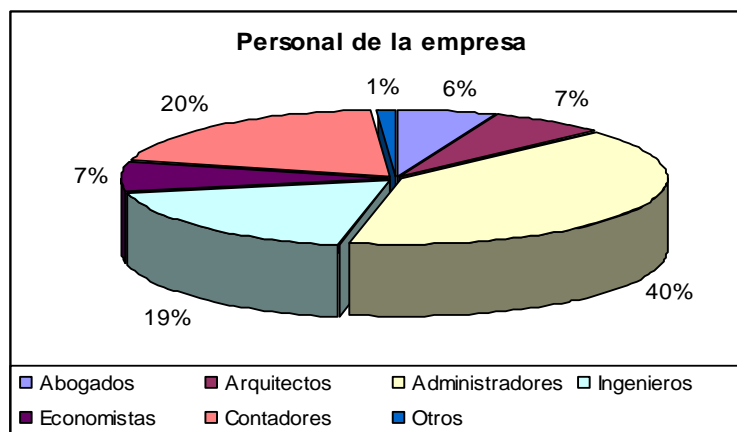
Esta pregunta permite determinar si los temas propuestos inicialmente por ASITEP LTDA responden a los requerimientos de las entidades y a las expectativas creadas en los programas de capacitación establecidos en las mismas.

6. ¿A la hora de contratar capacitación con que tipo de empresa o entidad prefiere contratarla?



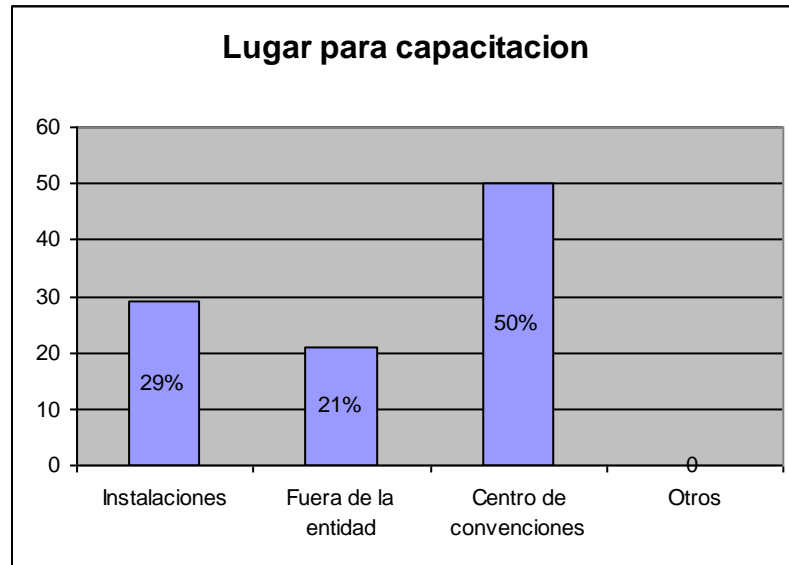
El fin de esta pregunta es conocer las preferencias de las entidades públicas al momento de contratar las capacitaciones, con lo que pudo determinar el alto porcentaje de contratación con las empresas privadas, permitiendo establecer una oportunidad de mercado para ASITEP LTDA.

7. ¿Con que cantidad de personal profesional cuenta la entidad en las siguientes áreas?



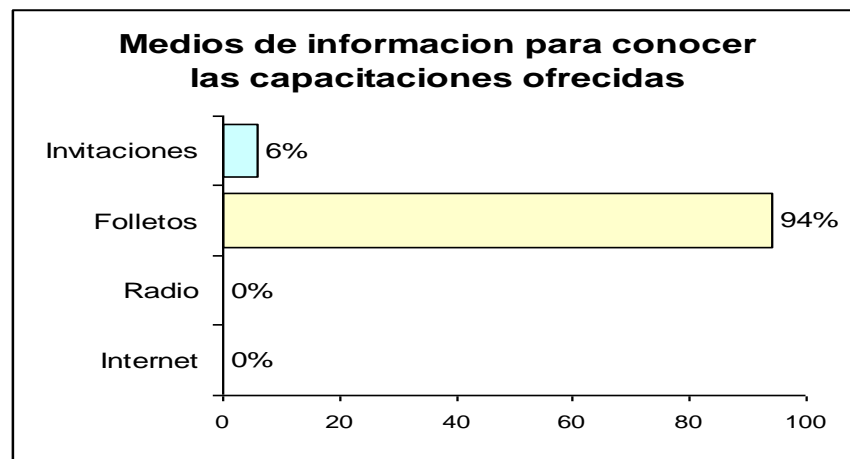
Es necesario determinar el tipo de profesionales que de alguna manera se encuentran vinculados a las entidades y establecimientos públicos para establecer las características del capacitador escogido al desarrollar los temas propuestos en el portafolio de servicios de ASITEP LTDA.

8. ¿En que lugar habitualmente toma la capacitación?



Se requiere conocer el lugar de preferencia de las entidades públicas para recibir las capacitaciones, con el fin de determinar los recursos físicos con que debe contar ASITEP LTDA para desarrollar los temas propuestos en el portafolio de servicios.

9. ¿A través de qué medio conoce usted sobre las capacitaciones ofrecidas?



El objetivo de esta pregunta es determinar el tipo de publicidad requerida y establecer una estrategia publicitaria adecuada y que beneficie a ASITEP LTDA, por lo que se hace necesario identificar los mecanismos utilizados por la competencia para dar a conocer sus servicios al usuario.

➤ **Pronóstico de la demanda futura** Teniendo en cuenta el resultado de las encuestas aplicadas se determina que en el área de influencia del Proyecto existe gran demanda de los servicios ofrecidos por “ASITEP LTDA”, lo cual garantiza la necesidad de adquirirlos.

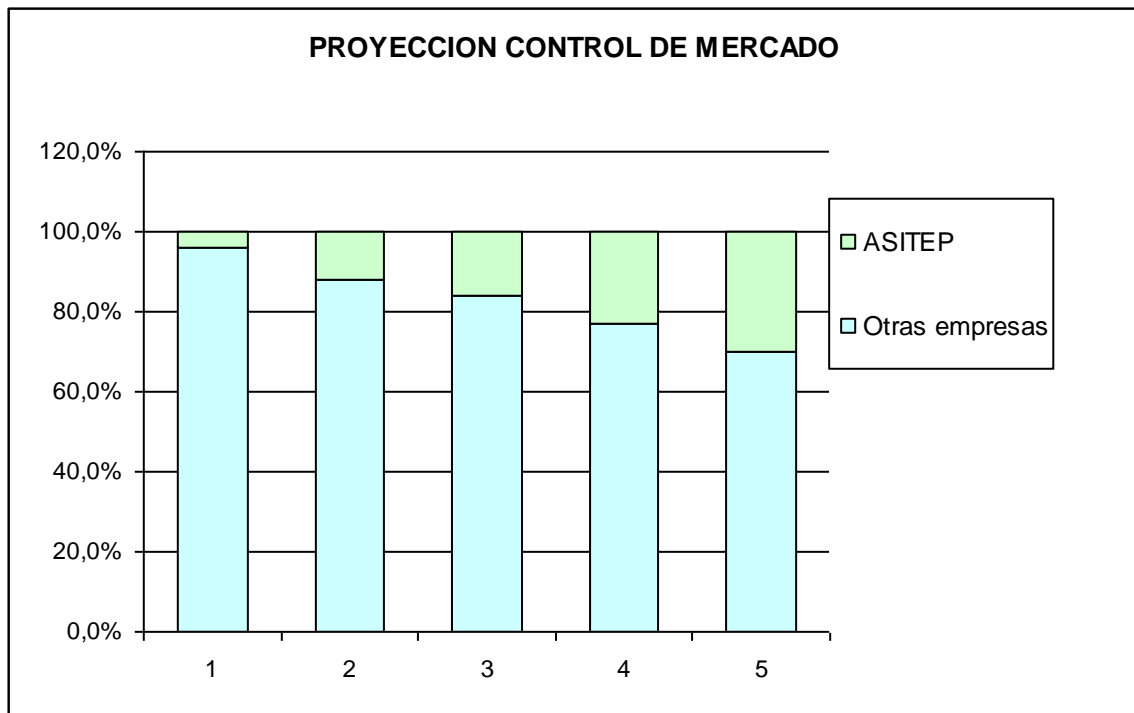
De otra parte y debido a los constantes cambios en la legislación existente en el país y que afecta el ejercicio de la actividad comercial, administrativa y empresarial, así como el cambio continuo del personal de las empresas y entidades, el surgimiento de PYMES, se constituyen en fortalezas para el sostenimiento en el mercado de ASITEP LTDA, ya que la capacitación es un tema de constante necesidad, pues cada día en el ejercicio de las funciones se presentarán dudas o inquietudes con el objeto de mejorar la prestación de los servicios y de ir a la par con el avance tecnológico. Con la capacitación se logra que las empresas sean más competitivas y que implementen procesos de mejoramiento continuo de los productos y servicios ofrecidos por ellas.

Teniendo en cuenta que inicialmente el proyecto a nivel privado tendrá cobertura únicamente en Chiquinquirá, donde se encuentran localizadas aproximadamente 2.000 establecimientos comerciales, constituidos por microempresas, famiempresas, asociaciones campesinas, cooperativas, microestablecimientos y sociedades en general, además de las entidades públicas existentes en la región, las cuales demandan los productos que ASITEP LTDA está en capacidad de ofrecer. Adicionalmente a través de una agresiva política publicitaria se espera la ampliación en la magnitud del mercado, brindando un entorno favorable para el desarrollo de la compañía.

Se determinó en el estudio de mercado que de las aproximadamente 2.000 empresas existentes en el área de influencia del proyecto, en promedio 3 de sus empleados requieren capacitación, lo cual nos brinda una demanda efectiva cercana a las 6.000 personas. Sin embargo teniendo en cuenta que las empresas capacitadoras existentes abarcan el (87,4%) del mercado, se tendría acceso tan solo a cerca de 756 de estas personas. Sumado a lo anterior la falta de conocimiento de los clientes potenciales de la existencia de ASITEP LTDA permitirá que el cubrimiento durante el primer año alcance aproximadamente al 45% de este mercado que corresponde a 315 personas; el cual se irá incrementando paulatinamente hasta alcanzar un control del 45% del mercado total en 10 años, es decir más de 3.500 personas, lo que significa que para el 5º año se cuente aproximadamente con 2.100 personas, lo cual se explica en el siguiente cuadro

PROYECCION CONTROL DEL MERCADO

	1	2	3	4	5
Magnitud del mercado	6.000	6.200	6.500	6.700	7.000
Control de otras empresas	96,2%	88,0%	84,0%	77,0%	70,0%
Control de ASITEP LTDA	3,8%	12,0%	16,0%	23,0%	30,0%



2.1.11 Comportamiento de la oferta del servicio En el área de influencia de “ASITEP LTDA” existen empresas creadas con el objeto de brindar servicios de capacitación, las cuales no satisfacen totalmente las expectativas de los usuarios, lo anterior ocasiona que se acuda a las empresas constituidas en las capitales de departamentos y la capital del país, lo que en muchas ocasiones brinda mayor credibilidad y confiabilidad a los consumidores, pero esto bien puede ser superado por ASITEP LTDA, quien cuenta con oferentes de alta capacidad e idoneidad para brindar servicios de capacitación de óptima calidad a los usuarios de la región.

Uno de los factores incidentes en la escogencia de los planes ofrecidos, es el lugar en el cual se accederá al servicio, puesto que en muchas ocasiones cuando se programan en lugares turísticos o de gran afluencia de público, se convierte en una salida de distracción y no en un seminario de capacitación, lo que frustra el ideal del empleador al organizar y contratar el servicio justificando este tipo de inversión, ya que muchos de los asistentes a estas capacitaciones permiten que estos lugares distraigan su atención, desviando su responsabilidad al ser seleccionado para tomar la capacitación, lo que hace improductivo para la empresas adquirir estos servicios, delimitando las posibilidades de otros empleados para acceder a las capacitaciones y que tienen como objetivo adquirir nuevos conocimientos para beneficio tanto de la empresa como propio.

➤ **Análisis de la oferta actual** En la actualidad existen varias entidades que brindan servicios de capacitación en la región pero que no ofrecen servicios actualizados en los temas prioritarios para las empresas censadas, sino que se limitan a continuar con los servicios existentes, sin innovar, para ir acorde con los cambios organizacionales, administrativos, tecnológicos y legales del país; adicionalmente la oferta de capacitaciones es ocasional, razón por la cual la demanda no es atendida eficientemente.

Entidades como el SENA, la ESAP, la Fundación Antonio Puerto, la Cámara de Comercio y el municipio a través de la Dirección Local de Salud y las empresas existentes en las capitales de departamento y del país, son las de mejor posicionamiento en el mercado, controlando un 87,4% del mismo, la incursión de ASITEP LTDA en el sector, al ser diseñada según las necesidades de la población del área de influencia, garantizará obtener una absorción del mercado pronosticada en un 45% en diez (10) años.

➤ **Análisis de la oferta futura** Con los avances tecnológicos es necesario incursionar en la mercado a través de los medios brindados por éstos, es por ello que ingresar a la era del Internet es una meta para “ASITEP LTDA” puesto que este instrumento se constituye como la forma de llegar al consumidor de una manera ágil y directa, asequible y dinámica, permitiendo ampliar así el futuro mercado.

2.1.12 Análisis de precios En la actualidad las empresas (en su mayoría organizaciones privadas) que ofrecen sus servicios en esta región se caracterizan por brindar dos tipos de alternativas o planes para adquirir sus servicios.

➤ **Plan A:** Incluye el valor de la inscripción, asesoría, conferencias, material didáctico, certificado y refrigerios.

Se realizó un análisis de mercado partiendo de 20 observaciones a prospectos de capacitación ofrecidos por empresas existentes fuera de la región, con sedes

especialmente en Medellín y Bogotá, encontramos que el 90% de ellas ofrecen este plan en CUATROCIENTOS VEINTE MIL PESOS (\$420.000) promedio, valor que depende directamente de la temática ofrecida y del lugar donde se realice la capacitación.

➤ **Plan B:** Contempla el valor de la inscripción, asesoría, conferencias, material didáctico, certificado de asistencia y refrigerios, alojamiento, alimentación durante el tiempo determinado para la capacitación y asesoría.

El análisis realizado a 20 prospectos, arrojó como costo promedio QUINIENTOS OCHENTA MIL PESOS (\$580.000), este plan incluye: alojamiento en acomodación doble, alimentación por los días que dure la capacitación, refrigerios, inscripción, conferencias, asesoría personalizada, material didáctico, cumplimiento de comisión, certificado de asistencia, cóctel de bienvenida y recreación.

Este valor no incluye el tiquete aéreo, lo que incrementa el costo de la participación a estos eventos, dependiendo del sitio escogido por los oferentes para su realización.

2.1.13 Criterios y factores que permiten determinar los precios Para determinar el precio de los servicios, se tienen en cuenta algunas variables:

➤ **Lugar** (sitio escogido para desarrollar las capacitaciones). Determina los costos de desplazamiento, alojamiento y alimentación del personal necesario para desarrollar la actividad; alquiler de sala de conferencias, refrigerios, etc.

➤ **Temática:** Dependiendo de la temática será el perfil del técnico o profesional escogido para desarrollar la capacitación, lo que determina el costo del servicio.

➤ **Número de eventos a desarrollar:** Cantidad de eventos simultáneos que se desarrollarán o se podrán desarrollar, según el número de técnicos o profesionales adscritos a la empresa, y el costo de cada uno de ellos.

➤ **Material:** Recursos necesarios para llevar a cabo la actividad (papelería, publicidad, material didáctico, ayudas audiovisuales, etc).

Si se tiene en cuenta que las capacitaciones ofrecidas se desarrollaran en las instalaciones de las empresas, y que el personal, es decir los profesionales vinculados a "ASITEP LTDA" serán especializados en los temas ofrecidos y con la suficiente actualización en los mismos, se puede determinar que el precio fijado al servicio será competitivo, éste oscila entre los \$30.000 y \$250.000, el valor de las capacitaciones estará determinado por la temática solicitada, la metodología asignada, el manejo de talleres y el tiempo propuesto para su ejecución.

Por el contrario si los servicios requeridos son brindados fuera de la ciudad, el valor aumentará en la medida que incidan los costos de desplazamiento del capacitador o expositor, el alojamiento (si se requiere), el alquiler del aula de conferencia, valores determinados por los costos ofrecidos en los centros de convenciones y hoteles propuestos en los folletos.

2.1.14 Comercialización de producto

➤ **Marca y logotipo:** “ASITEP LTDA”, se identificará por el siguiente logotipo:



➤ **Promoción y Publicidad** Los servicios de ASITEP LTDA serán promocionados en: las empresas públicas y privadas, organizaciones, asociaciones, ONG, microestablecimientos y la comunidad en general, ofreciendo los servicios mediante un paquete publicitario que contenga información sobre el Proyecto.

- Periódicamente se realizarán visitas a las empresas con las que se han elaborado convenios y/o contratos para conocer el desempeño de los expositores y el servicio en general, promoviendo nuevos temas de capacitación.
- Los programas serán ofrecidos a los potenciales usuarios mediante la distribución de folletos, afiches informativos y portafolio de servicios donde se detallan: servicios, contenido, metodología, planes, valor y duración.
- A través de la página de Internet de “ASITEP LTDA”.
- Utilizando el medio radial para dar a conocer en forma masiva el servicio.
- A través de correspondencia y/o e-mail enviada a posibles clientes.

2.1.15 Equipos utilizados Computador e impresora, Software, Fax, Videobeam, Televisor, VHS, Papelógrafo, Acrílico

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO

3.1.1 Dimensiones del mercado De acuerdo con la proyección de mercado efectuada, se concluye que se realizarán 315 capacitaciones para el primer año, equivalentes al 3.8% del mercado total no cubierto por los oferentes existentes; para el segundo año 744 capacitaciones equivalentes al 12%; tercer año 1040 capacitaciones equivalentes al 16%; al cuarto año 1541 capacitaciones equivalente al 23% y el quinto año 2100 para un 30% de cubrimiento del mercado. Se establece que el mercado tendrá un crecimiento escalonado hacia el futuro; es por esto que las metas a mediano y largo plazo se soportan con la vinculación del número de profesionales necesarios para responder a las necesidades establecidas por la demanda, el número de profesionales y personal técnico se incrementará paulatinamente, mediante la modalidad de contrato u orden de prestación de servicios temporales, por el tiempo que dure el proceso de capacitación objeto de los mismos.

Con las estadísticas arrojadas por las encuestas se pudo analizar que la demanda se fundamenta en las necesidades de capacitación de las entidades públicas, empresas privadas, organizaciones, asociaciones, microestablecimientos y comunidad en general localizadas en el área de influencia del proyecto.

Es por esto que las dimensiones del mercado están dadas por las empresas existentes inicialmente en el occidente de Boyacá, y a mediano y largo plazo cubrir la demanda existente en las provincias de alto y bajo Ricaurte y municipios del sur de Santander y nororiente de Cundinamarca.

Gracias a que existe una extensa área de influencia, y que tanto la normatividad y los cambios de la misma son constantes, así como las necesidades de capacitación en los diferentes aspectos arrojados por las encuestas, pronostican un mercado constante con una demanda periódica, lo que permite establecer un cronograma anual de actividades para cubrir las necesidades del mercado.

Al presentarse continuos cambios en los temas de capacitación ofrecidos por ASITEP LTDA, es necesario establecer los mecanismos pertinentes para estar a la vanguardia con ellos y de esta manera realizar un replanteamiento constante, tanto en la actualización de los facilitadores, como en los temas propuestos en el portafolio de servicios, teniendo siempre presente los campos de acción de los clientes.

Los mecanismos a utilizar para ir a la par con los cambios presentados en las temáticas ofrecidas, serán la investigación constante a través de la red internet, del diario oficial, de los medios de comunicación nacionales e internacionales, temáticas ofrecida por la competencia, revistas especializadas, fuentes primarias de información, consultas a empresas de éxito reconocido a nivel nacional e internacional, con el fin de adaptar y aplicar las estrategias utilizadas por ellas, para optimizar los recursos existentes en el entorno.

Es importante la aplicación de encuestas al finalizar cada evento, con el fin de determinar el grado de satisfacción de los clientes y mediante un control de calidad medido con base en objetivos propuestos en cada capacitación vs. objetivos cumplidos, así como en el desarrollo y crecimiento del capital humano de las empresas una vez utilizados los servicios.

3.1.2 Tecnología utilizada Es claro que al ser una empresa dedicada a la prestación de servicios, la tecnología utilizada se limita inicialmente a la consecución de un computador destinado para el desarrollo normal de la oficina con acceso a internet, ayudas audiovisuales como retroproyector, videobeam, televisor y VHS, entre otros.

3.1.3 Distribución geográfica del mercado Teniendo en cuenta la ubicación geográfica del mercado objetivo y la cercanía de los municipios que conforman el área de influencia, es preciso utilizar estrategias para reducir costos en la generación de los servicios, esto se logra programando capacitaciones en el lugar dónde a la mayoría de los clientes les sea equidistante y que tenga facilidad de acceso; es por esto, que se plantea a Chiquinquirá como ciudad sede, siendo el ideal para desarrollar el programa de capacitación.

3.1.4 Valoración de riesgo Uno de los factores a tener en cuenta como posible riesgo para el éxito de la empresa es poca aceptación que tienen en el medio los profesionales de la región, lo que ocasiona la contratación de capacitadores de otras ciudades del país, en algunas ocasiones con perfiles inferiores a los existentes en la región.

Para contrarrestar este riesgo se plantea un óptimo manejo publicitario, sumado a la vinculación de facilitadores con amplio perfil profesional relacionado específicamente con los servicios ofrecidos en el portafolio; el compromiso de ASITEP LTDA será la calidad de los servicios.

Otro aspecto a contemplar y que se reflejó en la aplicación de las encuestas, especialmente en el sector público, es la tendencia a tomar capacitaciones en lugares turísticos, en consecuencia se asiste más por diversión que por los

beneficios que se obtienen con la capacitación, factor que puede influir negativamente sobre la escogencia de ASITEP LTDA para adquirir los servicios.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macrolocalización Definida en el área del influencia del proyecto la cual esta conformada por las provincias de Occidente, Alto Ricaurte, municipios cercanos pertenecientes al sur de Santander y Nororiente de Cundinamarca.

3.2.2 Microlocalización Se determinó que el centro o punto óptimo de afluencia, es Chiquinquirá, por ser la capital de la provincia de Occidente en la cual se encuentran agrupados la mayoría de los municipios incluidos en el área de influencia.

Para iniciar el proyecto se requiere arrendar una oficina, preferiblemente ubicada en la zona centro de la ciudad, y desde allí coordinar la parte administrativa y logística de la empresa. Para el desarrollo de los eventos se cuenta en Chiquinquirá con diferentes auditorios donde se pueden dictar las conferencias, sitios que serán igualmente arrendados por el tiempo y duración de las mismas.

SOCIAL					
Aspectos		Ciudades			
		A	B	C	D
Favorables	Generación de empleo	8	7	9	5
	Pago de impuestos	9	8	10	10
	Obras infraestructura	9	9	9	9
	Facilidad de transporte	10	10	8	5
	Importancia regional	10	7	10	6
Valor Total Región		46	41	46	35
Puntos de conveniencia regional		27,38	24,40	27,38	20,83

ECONÓMICA					
Aspectos		Ciudades			
		A	B	C	D
Favorables Internos					
	Costos de transporte	7	8	7	6
	Mejores costos	8	7	7	9
	Costos de inversión	8	7	6	9
	Costos de alojamiento	10	9	7	10
Favorables externos					
	Cercanía con el área total de influencia	10	7	8	9
Valor Total Región		43	38	35	43

Puntos de conveniencia regional	27,0	23,9	22,0	27,0
---------------------------------	------	------	------	------

TÉCNICA				
Aspectos	Ciudades			
	A	B	C	D
Disposición de salones	9	7	10	5
Planta física adecuada	8	8	10	5
Valor Total Región	17	15	20	10
Puntos de conveniencia regional	27,4	24,2	32,3	16,1

POLITICO				
Aspectos	Ciudades			
	A	B	C	D
Desarrollo regional	9	9	10	7
Coyuntura económica	9	8	10	6
Impuestos	7	6	5	9
Valor Total Región	25	23	25	22
Puntos de conveniencia regional	26,3	24,2	26,3	23,2

TABLA DE RESUMEN

Ciudades Aspectos	A	B	C	D
Social	27,38	24,40	27,38	20,83
Económico	27,04	23,90	22,01	27,04
Técnico	27,42	24,19	32,26	16,13
Político	26,32	24,21	26,32	23,16
Total	108,16	96,71	107,97	87,16

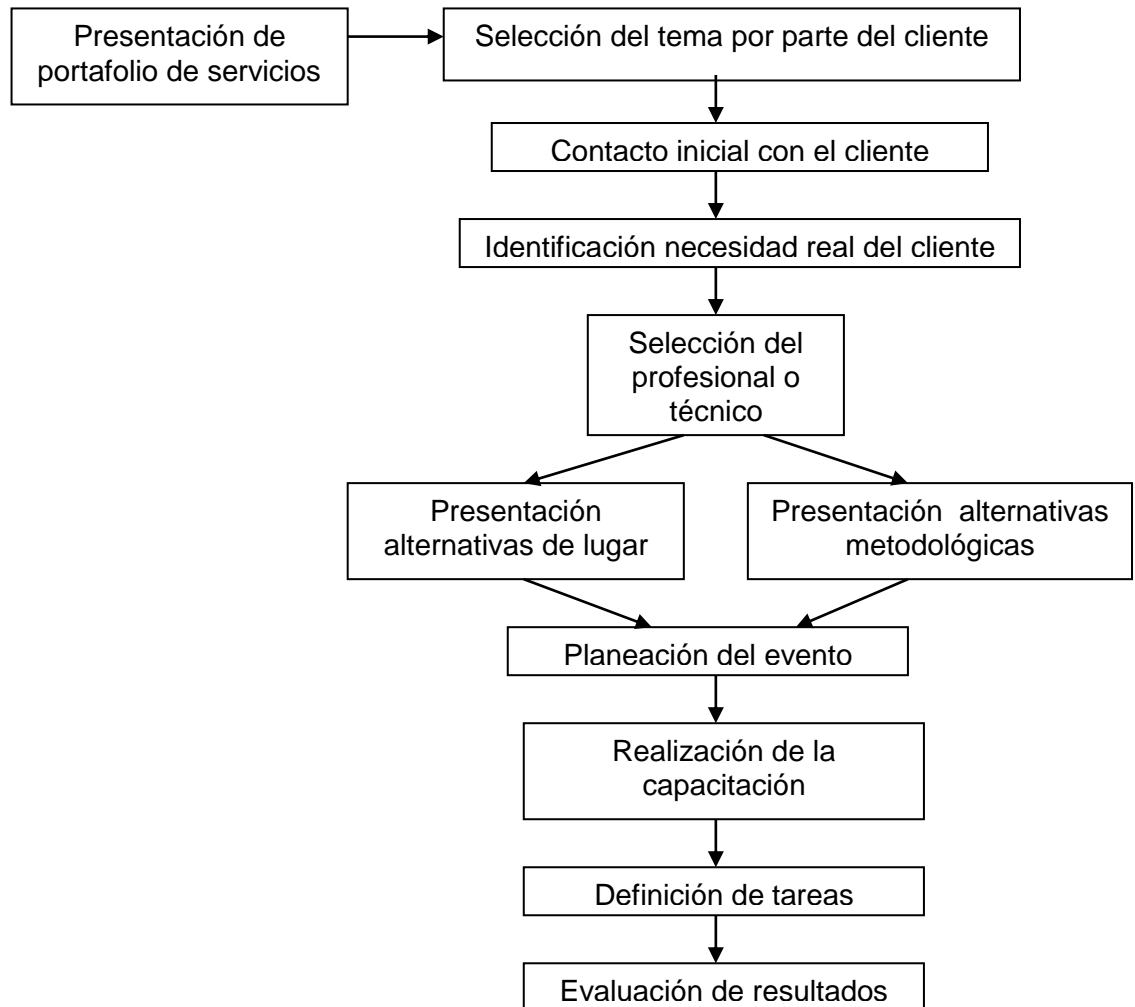
A. Chiquinquirá, B. Moniquirá, C. Villa de Leyva, D. Saboyá

3.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS

Los servicios ofrecidos se darán a conocer a través del portafolio, el cual será actualizado de acuerdo con las necesidades requeridas por los clientes; una vez conocido el portafolio el cliente selecciona el tema de interés, se inicia el contacto inicial con el cliente; se identifica la necesidad real del cliente, conociendo la problemática existente en su empresa; se procede a seleccionar el profesional o técnico que se encargará de dictar la capacitación; escogido éste se presentan las

alternativas al usuario, para que el cliente seleccione el lugar y la metodología para su realización que puede ser en las instalaciones de la empresa o fuera de ellas; se establece la planeación del evento (fecha, lugar, costos, duración, material didáctico); realización de la capacitación; definición de tareas y evaluación de resultados.

PROCESO DE SERVICIOS



3.4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA FÍSICA

Para iniciar el proceso debemos tener en cuenta lo siguiente:

3.4.1 Instalaciones: Se contará con una oficina amplia con baño. Con la siguiente distribución física, (ver anexo 2, Distribución planta física oficinas).

3.4.2 Muebles y enseres: Cuatro módulos oficina, 3 sillas ergonómicas, y sillas auxiliares, juego de sala para recepción, mesa de juntas con 6 sillas, 1 computador, un fax, batería de cocina, vajilla para tinto, lámpara, cuadros, papeleras para mesa y piso, archivador de madera y estante metálico.

3.4.3 Material didáctico: Videobeam, Retroproyector, televisor, VHS, papelógrafo, acrílico.

3.4.4 Suministros, útiles de oficina y aseo: Papelería, folletos, portafolios de servicio, tarjetas de presentación, implementos de aseo (escoba, trapero, balde, jabones), etc.

3.4.5 Gastos legales: Inscripción en Cámara de Comercio, elaboración de escritura de constitución de la empresa e inscripción en Industria y Comercio.

3.4.6 Gastos fijos: Arriendo del local destinado para el funcionamiento de la oficina, pago servicios públicos, pago impuestos, pago nómina administración, servicio de aseo y cafetería.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

Escritura de constitución de la empresa

NUMERO: _____(____)

En la ciudad de Chiquinquirá, Departamento de Boyacá, República de Colombia, a veintidós (22) de junio de dos mil cuatro (2004), ante mi, IVAN NORATO, Notario Segundo Principal del círculo con minuta escrita comparecieron: HORACIO VARGAS JIMENEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. 7.125.489 expedida en Chiquinquirá y Libreta Militar número D-22555 del Distrito Militar número 6 y ZOILA INES TOBON CORTES, identificada con la cédula de ciudadanía No. 23.458.758 expedida en Chiquinquirá, RICARDO FORERO, C.C. 7.458.258; LUIS MAURICIO JULIO, C.C. 79.426.980, Y LUISA GIRALDO, C.C. 52.147.963 y como testigos MANUEL JIMENEZ, C.C. 7.234.567 y YOLIMA ROJAS, C.C. 23. 987.432, vecinos de esta ciudad, quienes expusieron: Que por medio del presente instrumento público constituyen una Sociedad de Responsabilidad Limitada, que se registrará por los siguientes estatutos:

CAPITULO I

NOMBRE, DURACIÓN Y DOMICILIO.-

ARTICULO 1º.- Establecida con el nombre de ASITEP LTDA, se constituye una sociedad de responsabilidad limitada, de duración (10) años prorrogables de común acuerdo con las partes, para periodos indefinidos de acuerdo a la coyuntura existente, ajena a actividades políticas, ideológicas, religiosas o raciales con poder suficiente para ejercer derechos y contraer obligaciones.

ARTICULO 2º.- La sociedad podrá utilizar la sigla ASITEP LTDA.

ARTICULO 3º.- Su domicilio esta ubicado en la Calle 17 No. 11 -24, en la ciudad de Chiquinquirá, Departamento de Boyacá, República de Colombia y su radio de acción será inicialmente el departamento de Boyacá, con posible ampliación de sus fronteras comerciales. De capital variable e ilimitado y se registrará de acuerdo a las normas vigentes.

CAPITULO II

OBJETO SOCIAL.-

ARTICULO 4º.- El Objeto de la sociedad es la generación de utilidades a través de: "LA PRESTACION DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN TECNICA Y PROFESIONAL", que contribuya a lograr en los clientes un adecuado conocimiento en el tema escogido, aportándoles los elementos teóricos-prácticos

básicos necesarios para afrontar el reto de administrar y hacer parte de una empresa, las cuales serán distribuidos entre sus socios de acuerdo a la participación en las alícuotas de la sociedad.

En todo caso le queda prohibido a la sociedad asegurar o afianzar con sus propios bienes cualquier clase de obligaciones de terceras personas o de sus clientes.

MIEMBROS DE LA SOCIEDAD

ARTICULO 5º.- La sociedad estará conformada por Socios capitalistas: HORACIO VARGAS JIMENEZ identificado con C.C. No. 7.125.489 expedida en Chiquinquirá, estado civil casado y ZOILA INES TOBON CORTES, identificada con la cédula de ciudadanía No. 23.458.758 expedida en Chiquinquirá, estado civil casada, y como socios industriales: RICARDO FORERO, C.C. 7.458.258; LUIS MAURICIO JULIO, C.C. 79.426.980, y LUISA GIRALDO, C.C. 52.147.963 personas mayores de edad y vecinos de éste municipio.

PATRIMONIO

ARTICULO 6º.- El patrimonio de la sociedad será inicialmente la suma de **UN MILLON DE PESOS (\$1'000.000) M/CTE.** Que se declaran cancelados en su totalidad en efectivo a la sociedad y representados en acciones así: quinientas (500) de HORACIO VARGAS JIMENEZ y quinientas (500) de ZOILA INES TOBON CORTES, que les conceden el derecho sobre el 80% de las alícuotas de la sociedad, el 20% restante esta dividido en proporciones iguales, entre los socios industriales: RICARDO FORERO, C.C. 7.458.258; LUIS MAURICIO JULIO, C.C. 79.426.980, y LUISA GIRALDO, C.C. 52.147.963; quienes aportarán sus conocimientos en Arquitectura, Administración Pública y Negocios Jurídicos, respectivamente

ARTICULO 7º.- La sociedad deberá mantener mes por mes la contabilidad debidamente soportada, Las operaciones que se realicen deben estar en un presupuesto de ingresos y egresos que deberá elaborar anualmente la Junta Directiva, la que queda autorizada para hacer traslados presupuestales y ordenar gastos extraordinarios.

CAPITULO III

DIRECCIÓN Y CONTROL

ARTICULO 8º.- La sociedad tendrá en orden jerárquico el siguiente control y dirección:

- a) La Junta Directiva
- b) El Representante Legal.

FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA

ARTICULO 9º.- Serán funciones de la Junta Directiva entre otras las siguientes:

1. Fijar las cuotas mínimas de los servicios y de inscripción que deban pagar las personas interesadas en los servicios ofrecidos.
2. Reformar parcial o totalmente los Estatutos con el procedimiento que se establece en estos.
3. Designar las comisiones de trabajo que estime conveniente y necesarias para el desarrollo de su objetivo.
4. Remover o elegir libremente al representante legal, designar y nombrar los empleados para los diferentes cargos que se establezcan.
5. Aprobar o improbar los proyectos de gastos y obligaciones presentados para su aprobación por el representante legal.
6. Velar por la correcta aplicación de los estatutos, reglamentos, resoluciones y demás disposiciones internas.
7. Administrar y manejar correctamente los haberes y patrimonios de la sociedad.
8. Las demás que por su característica le corresponda o deba ejercer.

ARTÍCULO 10º.- La Junta Directiva tendrá su sede en la ciudad de Chiquinquirá, departamento de Boyacá, República de Colombia y estará integrada por:

- a) Gerente o representante legal
- b) Cada uno de los socios o su delegado de los demás socios

ARTÍCULO 11º.- El Gerente es el único representante legal de la sociedad, ejercerá sus funciones bajo la inmediata dirección de la Junta Directiva. El representante legal será elegido por la junta directiva y responderá ante ésta por la buena marcha de la sociedad.

ARTÍCULO 12º.- El período del Gerente será de un (1) año pudiendo ser reelegido o removido libremente por la Junta Directiva.

ARTÍCULO 13º.- Vigente el período de la Junta Directiva y buscando el bien de la sociedad podrá reconsiderarse una nueva provisión del cargo de que trata el artículo 10 siempre que sea entre sus originales integrantes.

ARTÍCULO 14º.- La Junta Directiva deberá reunirse ordinariamente por lo menos una vez al año y extraordinariamente cada vez que las circunstancias lo exijan.

ARTÍCULO 15º.- Para las reuniones de la Junta Directiva se deberá hacer la citación por lo menos con ocho (8) días de antelación anunciando fecha, lugar y objeto.

ARTÍCULO 16º.- Lo tratado en las reuniones de la Junta Directiva y sus decisiones se consignarán en un libro de actas debidamente firmado por el Gerente y la secretaria siendo prueba suficiente los hechos que consten en ellas.

ARTÍCULO 17º.- Las decisiones de la Junta Directiva se tomarán con la asistencia de la totalidad de sus integrantes. Los socios capitalistas tendrán voz y voto, los socios industriales tendrán voz pero sin voto.

ARTÍCULO 18º.- El Gerente podrá celebrar actos, contratos o negocios que requieran los fines de la sociedad hasta por la suma equivalente a cinco (5) salarios mínimos mensuales legales. Para cuantías superiores requiere de la autorización de la Junta Directiva.

ARTICULO 19º.- El Gerente será el ejecutor de las normas estatutarias, de las resoluciones de la Junta Directiva, lo mismo que será el representante legal ante los poderes locales, departamentales, nacionales o internacionales.

ARTIUCLO 20º.- La sociedad se terminará por las causales estipuladas en el Código de Comercio.

ARTICULO 21º.- Decretada la disolución de la sociedad se procederá a hacerlo por conducto del liquidador designado y de acuerdo con la normatividad vigente, pero teniendo en cuenta el siguiente orden de prioridades:

- a) Gastos de liquidación
- b) Salarios y prestaciones
- c) Créditos hipotecarios
- d) Obligaciones fiscales

ARTÍCULO 22º.- En caso de quedar algún remanente éste se repartirá de acuerdo a la distribución de las alicuotas que se tengan en la sociedad.

ARTICULO 23º.- Para reformar los presentes estatutos o cualquier iniciativa en este sentido, ya sea de parte de la Junta Directiva o del Representante Legal, deberá contarse con el voto favorable de la totalidad de sus integrantes.

ARTÍCULO 24º.- Una vez aprobada la iniciativa de la reforma el Gerente hará el estudio y la redacción de los temas a reformar, los cuales deberán ser aprobados en dos reuniones extraordinarias convocadas para tal fin.

ARTÍCULO 25º.- De conformidad con las normas vigentes el presente estatuto será reglamentado por la Junta Directiva con el propósito de facilitar su aplicación en el funcionamiento interno y en la empresa.

ARTÍCULO 25º.- Se destinará además de la reserva legal un 2% de las utilidades para el desarrollo de la sociedad.

ARTÍCULO 27º.- La venta de alicuotas que represente un cambio drástico en el estatu quo de la empresa deberá ser sometida a consideración de los asociados quienes tendrán prioridad respecto a la compra de dichas acciones.

Este documento se constituirá en la representación legal de los estatutos de ASITEP LTDA, siendo los parámetros bajo los cuales se regulará su funcionamiento sin perjuicio de las normas legales que regulan la materia

Si otro particular se da por terminada la presente diligencia y se firma por sus integrantes ante el notario público quien da fe de los antes expuesto.

Original firmado socios y testigos.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Inicialmente ASITEP LTDA contará con un Gerente quien se encargará de dirigir las actividades permitentes para la ejecución de las capacitaciones y una secretaria que apoye las funciones administrativas y las actividades relacionadas con el proceso logístico de los servicios ofrecidos.

ASITEP LTDA contará con un equipo de profesionales y técnicos vinculados, los cuales se contratarán mediante la modalidad de orden de servicios y por el tiempo de duración de la capacitación.

El manual de funciones estará definido así:

GERENTE
<p>A. FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Administrar y representar a la sociedad en el ejercicio de las acciones propias de la razón social de la misma, teniendo en cuenta las limitaciones establecidas en los estatutos, esto es representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente2. Convocar a la Junta Directiva cada vez que fuere necesario.3. Ejecutar las órdenes e instrucciones que le imparta la Junta Directiva.4. Abrir y manejar las cuentas bancarias.5. Obtener los créditos que requiera la sociedad, siempre y cuando cuente con la aprobación de los socios.6. Contratar, controlar y remover a la secretaria.7. Celebrar todos los actos comprendidos para el desarrollo del objeto social.
<p>B. REQUISITOS</p> <p>Título profesional en Derecho, Administración, Economía, Contaduría y ramas afines. Si es integrante de los socios de la empresa, encontrarse activo y a paz y salvo en el momento de la elección.</p>

SECRETARIA

A. FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Como encargada de la atención inicial al cliente, debe proyectar con su actitud y servicio, que el cliente es la razón de ser de la empresa
2. Atender, orientar e informar al público sobre los programas ofrecidos en el portafolio de servicios.
3. Despachar la correspondencia vía correo y/o vía fax.
4. Atender telefónicamente al público que requiera los servicios.
5. Apoyar en la parte logística la realización de los eventos programados, recepcionando las inscripciones, preparando el material didáctico requerido, realizando las reservas en los hoteles y los tiquetes aéreos a que haya lugar.
6. Confirmar la asistencia del personal inscrito en las capacitaciones.
7. Aplicar, tabular e informar a la gerencia sobre los resultados de las encuestas referentes al desarrollo de los eventos.
8. Comunicar a los interesados el lugar, fecha y hora de las reuniones programadas por la Junta Directiva.
9. Organizar y archivar la documentación de la empresa y velar por la conservación de la misma.

B. REQUISITOS

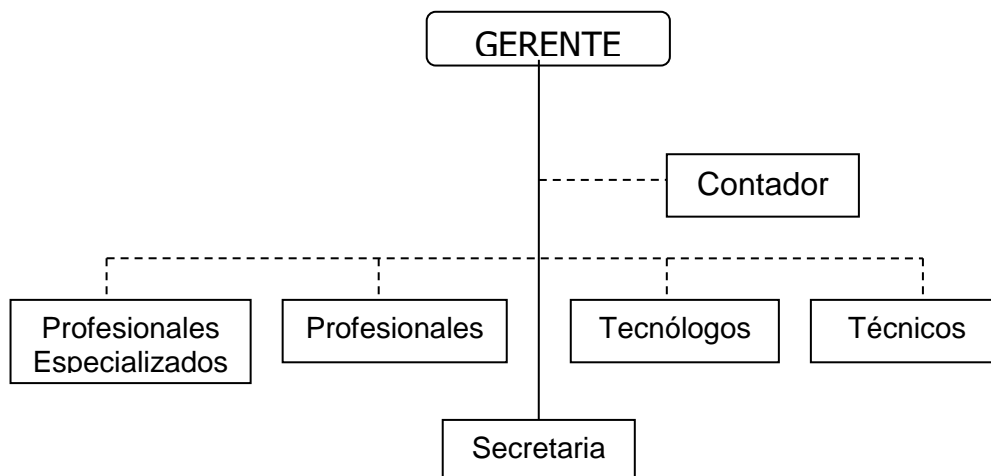
Perfil profesional: Bachiller en cualquier modalidad

JUNTA DIRECTIVA

A. FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Elegir al gerente.
2. Determinar los planes y directrices de la sociedad.
3. Estudiar, modificar, aprobar o improbar los estados financieros de la empresa.
4. Determinar la constitución de reservas a que haya lugar, para preservar la estabilidad económica de la empresa.
5. Aprobar las reformas de los estatutos.
6. Vigilar el cumplimiento de las funciones del gerente de la empresa.
7. Autorizar al Gerente para la celebración de contratos por un monto superior a cinco (5) salarios mínimos mensual legales.
8. Decidir sobre la admisión de nuevos socios, así como la cesión de los derechos.
9. Crear o proveer, señalando funciones, sueldos y atribuciones, los empleados que necesite la sociedad para su buen funcionamiento.
10. Decidir sobre la disolución y liquidación anticipada de la empresa.
11. Las demás establecidas en la Ley.

El organigrama será el siguiente:



5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN EN GASTOS DIFERIDOS

Los gastos diferidos para ASITEP LTDA, están constituidos por el estudio de prefactibilidad, de factibilidad, gastos legales de implementación, el valor inicial destinado para la publicidad, el software requerido para el funcionamiento del computador y los gastos de adecuación de la oficina que será arrendada para la ubicación de la empresa; también contamos con un rubro de gastos imprevistos para cualquier eventualidad presentada al momento de la implementación de ASITEP LTDA, estos son:

INVERSION EN GASTOS DIFERIDOS	
ASITEP LTDA	
DETALLE DE INVERSIONES	COSTO
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	\$ 100.000
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 408.000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN (LEGALES)	\$ 450.000
LICENCIAS	\$ 500.000
PUBLICIDAD	\$ 300.000
SOFTWARE ADMINISTRATIVO	\$ 600.000
GASTOS DE INSTALACION ADECUACIONES	\$ 120.000
IMPREVISTOS	\$ 197.000
TOTAL GASTOS DIFERIDOS	\$ 2.675.000

METODO PARA CONOCER LOS VALORES DE PREFACTIBILIDAD Y DE FACTIBILIDAD

DIAS DEL MES	30
MESES AL AÑO	12
DIAS DEL AÑO	360
DIAS DE LA SEMANA	7
SEMANAS AL AÑO	52,0
DIAS TRABAJADOS POR EL GRUPO	30
HORAS LABORALES PARA UN DIA	8
HORAS TRABAJADAS POR EL GRUPO	240
SALARIO BASE PARA CADA INTEGRANTE	358.000
PERSONAS INTEGRANTES DEL GRUPO	1
SALARIO DIA	11.933
SALARIO HORA	1.492
SALARIO HORA CON PRESTACIONES	0
VALOR INVERTIDO POR C/U EN EL PROYECTO	50.000
TOTAL PREFAC. Y FACT. DEL PROYECTO	50.000
MAS OTROS GASTOS DIFERIDOS	\$ -
TOTAL INTANGIBLES	\$ 408.000

Con lo que se puede determinar que se requiere de \$2'675.000 como gastos iniciales no tangibles.

5.2 INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO

El siguiente cuadro muestra los requerimientos de inversión necesarios para la implementación de la oficina de ASITEP LTDA, en los que se incluye muebles y enseres, maquinaria y equipo y algunos elementos de consumos necesarios para dar inicio al funcionamiento de la empresa, constituyendo la inversión fija del proyecto:

INVERSION MUEBLES Y ENSERES				
ASITEP LTDA				
DETALLE DE INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
SALA DE JUNTAS (MESA Y 6 SILLAS)	1	\$ 400.000	\$ 400.000	5
SILLAS	6	\$ 40.000	\$ 240.000	5
SILLAS ERGONOMICAS	3	\$ 100.000	\$ 300.000	5
ESTANTES METALICOS VARIAS SECC.	1	\$ 90.000	\$ 90.000	5
ESCRITORIO GERENCIA	1	\$ 240.000	\$ 240.000	5
ARCHIVADOR EN MADERA	1	\$ 180.000	\$ 180.000	5
MODULOS OFICINAS	4	\$ 700.000	\$ 2.800.000	5
MOBILIARIO Y DECORACION	1	\$ 1.344.000	\$ 1.344.000	5
TOTAL MOBILIARIO Y DECORACION			\$ 5.594.000	
INVERSION MAQUINARIA Y EQUIPO				
ASITEP LTDA				
DETALLE DE INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
COMPUTADOR E IMPRESORA	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	2
SUMADORAS	2	\$ 80.000	\$ 160.000	5
FAX	1	\$ 300.000	\$ 300.000	5
VIDEOBEAM	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	5
TELEVISOR	1	\$ 500.000	\$ 500.000	5
VHS	1	\$ 180.000	\$ 180.000	5
RETROPROYECTOR	1	\$ 400.000	\$ 400.000	5
TOTAL			\$ 9.540.000	
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			\$ 15.134.000	
ELEMENTOS DE CONSUMO				
ASITEP LTDA				
DETALLE DE INVERSIONES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL (años)
PAPELOGRAFOS	2	\$ 200.000	\$ 400.000	0
ACRILICO	2	\$ 140.000	\$ 280.000	0
TOTAL			\$ 680.000	
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS, MOBILIARIO Y DECORACION, INSUMOS Y SUMINISTROS			\$ 15.814.000	
GASTOS PREOPERATIVOS			\$ 2.675.000	
TOTAL INVERSION FIJA DEL PROYECTO			\$ 18.489.000	

La inversión fija del proyecto tiene un costo total de \$18'489.000, requeridos para el funcionamiento inicial de ASITEP LTDA.

5.3 PRESUPUESTO DE ACTIVO FIJO DEL PROYECTO

El flujo de caja de los cinco años programados para el proyecto se representa en el siguiente cuadro:

PRESUPUESTO DE ACTIVO FIJO DEL PROYECTO
(Terminos Corrientes)

CONCEPTO	0	AÑOS				
		1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES						
- Muebles y Enseres	\$ 5.594.000					
- Maquinaria y equipo ofic.	\$ 9.540.000			2.500.000		
- SUBTOTAL	\$ 15.134.000			\$ 2.500.000		
ACTIVOS DIFERIDOS						
- Gastos preoperativos	\$ 2.675.000					
- Elementos de consumo	\$ 680.000					
- SUBTOTAL	\$ 3.355.000					
TOTAL PRESUPUESTO ACTIVO FIJO	\$ 18.489.000			\$ 2.500.000		

El activo fijo está determinado por la inversión en el año cero, constituida por los activos fijos tangibles (muebles y enseres, maquinaria y equipo de oficina) y activos diferidos (Gastos preoperativos y elementos de consumo inicial). En el tercer año se realiza la compra de un computador para reemplazar el inicialmente adquirido.

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

5.4.1 Costos administrativos planta de personal: Una vez implementada ASITEP LTDA, se requiere para su adecuado funcionamiento contar con una planta básica de personal constituida por un gerente, una secretaria, un contador, quien será contratado para prestar asesoría una vez al mes; planta que genera los siguientes costos administrativos:

COSTOS ADMINISTRATIVOS
(Términos corrientes)

CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	AÑOS				
				1	2	3	4	5
ADMINISTRACION								
GERENTE	\$ 800.000	9.600.000	4.704.000	14.304.000	14.947.680	15.620.326	16.323.240	17.057.786
SECRETARIA	\$ 358.000	4.296.000	2.276.880	6.572.880	6.967.253	7.385.288	7.828.405	8.298.110
CONTADOR (HONORARIOS)	\$ 300.000	3.600.000	0	3.600.000	3.762.000	3.931.290	4.108.198	4.293.067
SUBTOTAL ADMINISTR.	\$ 1.458.000	17.496.000	6.980.880	24.476.880	25.676.933	26.936.904	28.259.844	29.648.963
TOTAL		\$ 17.496.000	\$ 6.980.880	\$ 24.476.880	\$ 25.676.933	\$ 26.936.904	\$ 28.259.844	\$ 29.648.963

5.4.2 Otros gastos administrativos Constituidos por el pago de servicios públicos necesarios para el funcionamiento de la empresa, papelería, mantenimiento de equipos y pago de seguros (pólizas).

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

(Términos corrientes)

SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	AÑOS				
				1	2	3	4	5
Energia Electrica	Kw/h	GL	60.000	720.000	763.200	808.992	857.532	908.983
Acueducto y Alcantarillado	Mts ³	Gl	30.000	360.000	381.600	404.496	428.766	454.492
Telefono	Impulsos	Gl	250.000	3.000.000	3.180.000	3.370.800	3.573.048	3.787.431
Transportes	Mes	12	100.000	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
Aseo y cafeteria	Mes	12	60.000	720.000	763.200	808.992	857.532	908.983
Papeleria, fotocopias, etc	Mes	12	200.000	2.400.000	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945
Arriendo local	Mensual	12	220.000	2.640.000	2.798.400	2.966.304	3.144.282	3.332.939
Mant. De equipos e instala	Semestral	2	50.000	100.000	106.000	112.360	119.102	126.248
Seguros (Polizas)	Contrato	12	100.000	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
SUBTOTAL				12.340.000	13.080.400	13.865.224	14.697.137	15.578.966
				1	2	3	4	5
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS				36.816.880	38.757.333	40.802.128	42.956.981	45.227.928

El valor total de los costos administrativos esta conformado por el valor de la nómina más el valor de los otros gastos administrativos, generando un valor total por este concepto de \$36'816.880 para el primer año de funcionamiento y para los cuatro años restantes se tuvo en cuenta un incremento equivalente al IPC del año 2003 es decir un 6% sobre el primer año, así:

AÑOS

	1	2	3	4	5
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS	36.816.880	38.757.333	40.802.128	42.956.981	45.227.928

5.5 COSTOS OPERATIVOS

Los costos operativos están determinados por los honorarios que se cancelarán a los capacitadores por cada evento programado y realizado, para determinarlos se realizó el promedio del valor de la hora es decir \$43.428 por el número de eventos programados para el primer año (315), realizando un incremento para los años subsiguientes, correspondiente a la proyección de capacitaciones e incrementando a su vez el valor de los honorarios en un 6% correspondiente al IPC.

COSTOS OPERATIVOS

(Términos corrientes)

CARGO	REMUNERACION MENSUAL 1 año	AÑOS				
		1	2	3	4	5
ADMINISTRACION						
HONORARIOS CAPACITADORES	570.000	6.840.000	15.772.800	23.370.880	38.909.017	56.205.016
SUBTOTAL ADMINISTR.	570.000	6.840.000	15.772.800	23.370.880	38.909.017	56.205.016
TOTAL COSTOS OPERATIVOS		\$ 6.840.000	\$ 15.772.800	\$ 23.370.880	\$ 38.909.017	\$ 56.205.016

5.6 GASTOS POR DEPRECIACIÓN

Se aplicó depreciación a los activos fijos y el método utilizado fue el de horas/máquina por ser el que más se ajusta a este tipo de proyectos. En el caso del computador e impresora, por ser la herramienta fundamental en el funcionamiento de la empresa, se determinó una vida útil de dos años

GASTOS POR DEPRECIACION

(Términos Corrientes)

ACTIVOS

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
VIDA UTIL ESTIMADA 2 AÑOS					
COMPUTADOR E IMPRESORA	\$ 2.000.000,0		\$ 2.500.000,0		
Ajustes anuales del activo (6%)	\$ 2.120.000,0	\$ 2.247.200,0	\$ 2.650.000,0	\$ 2.809.000,0	
Depreciacion hora maquina	\$ 1.060.000	\$ 1.123.600	\$ 1.325.000	\$ 1.404.500	
Ajuste a la depreciacion		\$ 63.600		\$ 79.500	
Total depreciacion sobre costo					
ajustado	\$ 1.060.000	\$ 1.187.200	\$ 1.325.000	\$ 1.484.000	
Depreciacion acumulada	\$ 1.060.000	\$ 2.247.200	\$ 1.325.000	\$ 2.809.000	
Neto del activo	\$ 1.060.000	\$ -	\$ 1.325.000	\$ -	
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.594.000,0				
Ajustes anuales del activo (6%)	\$ 5.929.640,0	\$ 6.285.418,4	\$ 6.662.543,5	\$ 7.062.296,1	\$ 7.486.033,9
Depreciacion hora uso	\$ 1.185.928	\$ 1.257.084	\$ 1.332.509	\$ 1.412.459	\$ 1.497.207
Ajuste a la depreciacion		\$ 71.156	\$ 75.425	\$ 79.951	\$ 84.748
Total depreciacion sobre costo					
ajustado	\$ 1.185.928	\$ 1.328.239	\$ 1.407.934	\$ 1.492.410	\$ 1.581.954
Depreciacion acumulada	\$ 1.185.928	\$ 2.514.167	\$ 3.922.101	\$ 5.904.080	\$ 7.486.034
Neto del activo	\$ 4.743.712	\$ 3.771.251	\$ 2.740.442	\$ 1.158.216	\$ -0
VIDA UTIL ESTIMADA 10 AÑOS					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 9.540.000,0				
Ajustes anuales del activo (6%)	\$ 10.112.400,0	\$ 10.719.144,0	\$ 11.362.292,6	\$ 12.044.030,2	\$ 12.766.672,0
Depreciacion hora uso	\$ 2.022.480	\$ 2.143.829	\$ 2.272.459	\$ 2.408.806	\$ 2.553.334
Ajuste a la depreciacion		\$ 121.349	\$ 128.630	\$ 136.348	\$ 144.528
Total depreciacion sobre costo					
ajustado	\$ 2.022.480	\$ 2.265.178	\$ 2.401.088	\$ 2.545.154	\$ 2.697.863
Depreciacion acumulada	\$ 2.022.480	\$ 4.287.658	\$ 6.688.746	\$ 10.068.809	\$ 12.766.672
Neto del activo	\$ 8.089.920	\$ 6.431.486	\$ 4.673.547	\$ 1.975.221	\$ -0
SUBTOTAL ACTIVOS ADMINISTRACION	\$ 13.893.632	\$ 10.202.737	\$ 8.738.989	\$ 3.133.437	\$ -0

TOTAL DEPRECIACIONES

\$ 4.268.408	\$ 4.780.617	\$ 5.134.022	\$ 5.521.563	\$ 4.279.817
\$ 4.268.408	\$ 9.049.025	\$ 11.935.847	\$ 18.781.889	\$ 20.252.706

TOTAL VALOR RESIDUAL

TOTAL ACTIVOS AJUSTADOS

TOTAL INVERSION ACTIVO FIJO

	ACTIVOS	DEPR. ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
\$ 22.499.906	\$ 23.984.427	\$ -1.484.521	
\$ 18.162.040	\$ 19.251.762	\$ 20.674.836	\$ 20.252.706
\$ 17.134.000,0			
\$ 18.162.040,0	\$ 19.251.762	\$ 20.674.836	\$ 21.915.326
			\$ 23.230.246

5.7 BALANCE GENERAL

Se presenta un balance general del primero año de funcionamiento de la empresa, comprendido entre el 22 de junio de 2004 y el 31 de diciembre del mismo año. El patrimonio inicial de ASITEP LTDA esta determinado por el aporte inicial de los socios constituido por \$1.000.000, más el excedente del valor del crédito necesario para cubrir los costos de puesta en marcha del proyecto. Este excedente surge por realizar un crédito en cifras cerradas. Se habla de excedente ya que el valor del préstamo es por la suma de \$19'000.000, de los cuales se invertirán \$18'489.000 para inversión en activos fijos y el valor restante será teniendo en cuenta como capital inicial de trabajo.

**ASITEP LTDA
BALANCE GENERAL
31 DE DICIEMBRE DEL 2004**

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		
Bancos	\$ 1.511.000	
Inventarios	\$ -	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 1.511.000
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enseres	\$ 6.274.000	
Maquinaria y Equipo	\$ 9.540.000	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 15.814.000
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos	\$ 2.675.000	
TOTAL ACTIVO DIFERIDOS		\$ 2.675.000
TOTAL ACTIVOS		\$ 20.000.000
PASIVO		
Porción corriente crédito Caja Social	\$ 3.800.000	
Intereses crédito Caja Social	\$ -	
Pasivo Corriente		\$ 3.800.000
Pasivo a Largo Plazo		
Prestamos por Pagar	\$ 15.200.000	
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO		\$ 15.200.000
TOTAL PASIVO		\$ 19.000.000
PATRIMONIO		
Capital	\$ 1.000.000	
Utilidad o pérdida		\$ -
TOTAL PATRIMONIO		\$ -3.122.215
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 16.877.785

5.8 PROGRAMA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

El crédito para libre inversión se solicitará al Banco AV VILLAS, a cinco años, quien ofrece un interés del 2.37% mensual, generando el siguiente programa de amortización:

PROGRAMA DE AMORTIZACION DEL CREDITO
(Términos Corrientes)

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	SALDO	MONTO INTERÉS
1	\$ 316.667	2,37%	\$ 18.683.333	\$ 442.795
2	\$ 316.667	2,37%	\$ 18.366.666	\$ 435.290
3	\$ 316.667	2,37%	\$ 18.049.999	\$ 427.785
4	\$ 316.667	2,37%	\$ 17.733.332	\$ 420.280
5	\$ 316.667	2,37%	\$ 17.416.665	\$ 412.775
6	\$ 316.667	2,37%	\$ 17.099.998	\$ 405.270
7	\$ 316.667	2,37%	\$ 16.783.331	\$ 397.765
8	\$ 316.667	2,37%	\$ 16.466.664	\$ 390.260
9	\$ 316.667	2,37%	\$ 16.149.997	\$ 382.755
10	\$ 316.667	2,37%	\$ 15.833.330	\$ 375.250
11	\$ 316.667	2,37%	\$ 15.516.663	\$ 367.745
12	\$ 316.667	2,37%	\$ 15.199.996	\$ 360.240
1ª año	\$ 3.800.004		\$ 203.299.974	\$ 4.818.209
13	\$ 316.667	2,37%	\$ 14.883.329	\$ 352.735
14	\$ 316.667	2,37%	\$ 14.566.662	\$ 345.230
15	\$ 316.667	2,37%	\$ 14.249.995	\$ 337.725
16	\$ 316.667	2,37%	\$ 13.933.328	\$ 330.220
17	\$ 316.667	2,37%	\$ 13.616.661	\$ 322.715
18	\$ 316.667	2,37%	\$ 13.299.994	\$ 315.210
19	\$ 316.667	2,37%	\$ 12.983.327	\$ 307.705
20	\$ 316.667	2,37%	\$ 12.666.660	\$ 300.200
21	\$ 316.667	2,37%	\$ 12.349.993	\$ 292.695
22	\$ 316.667	2,37%	\$ 12.033.326	\$ 285.190
23	\$ 316.667	2,37%	\$ 11.716.659	\$ 277.685
24	\$ 316.667	2,37%	\$ 11.399.992	\$ 270.180
2ª año	\$ 3.800.004		\$ 157.699.926	\$ 3.737.488
25	\$ 316.667	2,37%	\$ 11.083.325	\$ 262.675
26	\$ 316.667	2,37%	\$ 10.766.658	\$ 255.170
27	\$ 316.667	2,37%	\$ 10.449.991	\$ 247.665
28	\$ 316.667	2,37%	\$ 10.133.324	\$ 240.160
29	\$ 316.667	2,37%	\$ 9.816.657	\$ 232.655
30	\$ 316.667	2,37%	\$ 9.499.990	\$ 225.150
31	\$ 316.667	2,37%	\$ 9.183.323	\$ 217.645
32	\$ 316.667	2,37%	\$ 8.866.656	\$ 210.140
33	\$ 316.667	2,37%	\$ 8.549.989	\$ 202.635
34	\$ 316.667	2,37%	\$ 8.233.322	\$ 195.130
35	\$ 316.667	2,37%	\$ 7.916.655	\$ 187.625
36	\$ 316.667	2,37%	\$ 7.599.988	\$ 180.120
3ª año	\$ 3.800.004		\$ 112.099.878	\$ 2.656.767
37	\$ 316.667	2,37%	\$ 7.283.321	\$ 172.615
38	\$ 316.667	2,37%	\$ 6.966.654	\$ 165.110
39	\$ 316.667	2,37%	\$ 6.649.987	\$ 157.605
40	\$ 316.667	2,37%	\$ 6.333.320	\$ 150.100
41	\$ 316.667	2,37%	\$ 6.016.653	\$ 142.595
42	\$ 316.667	2,37%	\$ 5.699.986	\$ 135.090
43	\$ 316.667	2,37%	\$ 5.383.319	\$ 127.585
44	\$ 316.667	2,37%	\$ 5.066.652	\$ 120.080
45	\$ 316.667	2,37%	\$ 4.749.985	\$ 112.575
46	\$ 316.667	2,37%	\$ 4.433.318	\$ 105.070
47	\$ 316.667	2,37%	\$ 4.116.651	\$ 97.565
48	\$ 316.667	2,37%	\$ 3.799.984	\$ 90.060
4ª año	\$ 3.800.004		\$ 66.499.830	\$ 1.576.046
49	\$ 316.667	2,37%	\$ 3.483.317	\$ 82.555
50	\$ 316.667	2,37%	\$ 3.166.650	\$ 75.050
51	\$ 316.667	2,37%	\$ 2.849.983	\$ 67.545
52	\$ 316.667	2,37%	\$ 2.533.316	\$ 60.040
53	\$ 316.667	2,37%	\$ 2.216.649	\$ 52.535
54	\$ 316.667	2,37%	\$ 1.899.982	\$ 45.030
55	\$ 316.667	2,37%	\$ 1.583.315	\$ 37.525
56	\$ 316.667	2,37%	\$ 1.266.648	\$ 30.020
57	\$ 316.667	2,37%	\$ 949.981	\$ 22.515
58	\$ 316.667	2,37%	\$ 633.314	\$ 15.010
59	\$ 316.667	2,37%	\$ 316.667	\$ 7.505
60	\$ 316.647	2,37%	\$ -	\$ -
5ª año	\$ 3.799.984		\$ 20.899.822	\$ 495.326
TOTAL	\$ 34.200.016			\$ 26.072.347

5.9 PROGRAMA DE INGRESOS

El programa de ingresos es el resultado del estudio de mercados, de la oferta y la demanda. Se proyectó un crecimiento de la empresa en forma escalonada, el cual está determinado por los ingresos generados por la prestación de los servicios ofrecidos por ASITEP LTDA; crecimiento notorio, debido a la proyección de cobertura de la demanda existente, iniciando en el primer año con un 3,8% del mercado no cubierto por las empresas ya existentes, hasta lograr en el quinto año un 30% del mercado total existente el área del influencia del proyecto, así:

PROGRAMA DE INGRESOS ASITEP LTDA

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Servicios					
- Venta servicios	29.350.000	64.331.400	87.292.484	121.733.745	171.368.623
Total Ingresos	\$ 29.350.000	\$ 64.331.400	\$ 87.292.484	\$ 121.733.745	\$ 171.368.623

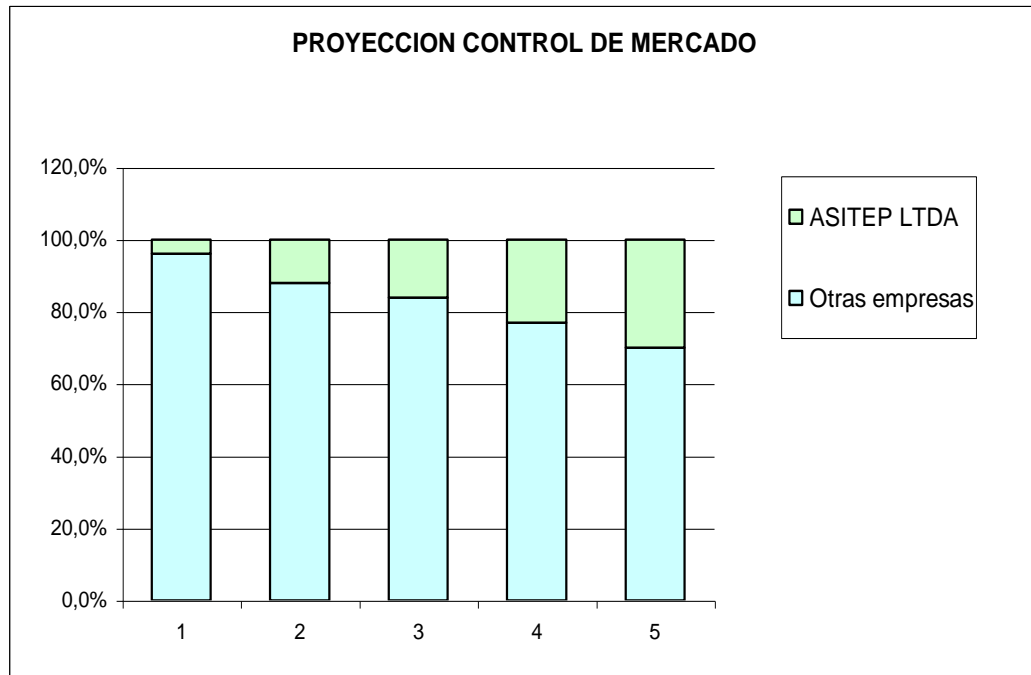
Presupuesto de Ingresos Prestación de Servicios

ASITEP LTDA.		
Unidades	Precio Unitario	Valor
35	\$ 250.000	\$ 8.750.000
60	\$ 150.000	\$ 9.000.000
100	\$ 80.000	\$ 8.000.000
120	\$ 30.000	\$ 3.600.000
315	510.000	29.350.000
58	\$ 265.000	\$ 15.370.000
83	\$ 159.000	\$ 13.197.000
313	\$ 84.800	\$ 26.542.400
290	\$ 31.800	\$ 9.222.000
744	540.600	64.331.400
72	\$ 280.900	\$ 20.224.800
100	\$ 168.540	\$ 16.854.000
373	\$ 89.888	\$ 33.528.224
495	\$ 33.708	\$ 16.685.460
1.040	573.036	87.292.484
85	\$ 297.754	\$ 25.309.090
134	\$ 178.652	\$ 23.939.422
424	\$ 95.281	\$ 40.399.263
898	\$ 35.730	\$ 32.085.971
1.541	607.418	121.733.745
100	\$ 315.619	\$ 31.561.924
162	\$ 189.372	\$ 30.678.190
626	\$ 100.998	\$ 63.224.846
1.212	\$ 37.874	\$ 45.903.662
2.100	643.863	171.368.623
	\$ 2.874.917	\$ 474.076.252

5.9.1 Crecimiento proyectado de la demanda: El siguiente cuadro explica el crecimiento de la empresa en cuanto al control proyectado del mercado; con base en el cual se realizó el programa de ingresos en los cinco años inicialmente contemplados para ASITEP LTDA. Se refleja el control del mercado de las empresas existentes y el control que pretende tener ASITEP LTDA en el mismo periodo.

CRECIMIENTO PROYECTADO DE LA DEMANDA

	1	2	3	4	5
Magnitud del mercado	6.000	6.200	6.500	6.700	7.000
Control de otras empresas	96,2%	88,0%	84,0%	77,0%	70,0%
Control de ASITEP LTDA.	3,8%	12,0%	16,0%	23,0%	30,0%



5.10 PROGRAMA DE COSTOS OPERACIONALES

Esta determinado por el flujo de costos requeridos para la prestación del servicio durante los cinco años iniciales de ASITEP LTDA, los cuales están constituidos por los costos de ventas es decir los honorarios de los capacitadores más los costos indirectos de operación (Depreciación sobre costos fijos más amortización de gastos diferidos), así como los costos administrativos generados por la planta de personal establecida. A partir del segundo año se proyectó un incremento equivalente al 6%.

PROGRAMA DE COSTOS OPERACIONALES

PRESUPUESTO DE COSTOS DE SERVICIOS CON INVENTARIO = 0, AL FINAL DEL PERIODO (Términos Corrientes)					
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
1 Costos de Ventas					
* Honorarios Capacitadores	\$ 6.840.000	\$ 15.772.800	\$ 23.370.880	\$ 38.909.017	\$ 56.205.016
C.I.O.	\$ 4.803.408	\$ 5.347.717	\$ 5.735.148	\$ 6.158.757	\$ 4.955.242
Total costos de ventas	\$ 11.643.408	\$ 21.120.517	\$ 29.106.028	\$ 45.067.774	\$ 61.160.258
2 Costos Administrativos					
- Sueldos y prestaciones	\$ 24.476.880	\$ 25.676.933	\$ 26.936.904	\$ 28.259.844	\$ 29.648.963
Total costos administrativos	\$ 24.476.880	\$ 25.676.933	\$ 26.936.904	\$ 28.259.844	\$ 29.648.963
TOTAL COSTO DE SERVICIO	\$ 36.120.288	\$ 46.797.450	\$ 56.042.932	\$ 73.327.618	\$ 90.809.221

5.11 AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS

Se refleja en el cuadro el valor de los activos diferidos, amortizados en los cinco años iniciales del proyecto

AMORTIZACION A GASTOS DIFERIDOS CON FINANCIAMIENTO							
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años) AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	VALOR AMORTIZACION ANUAL				
			1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	\$ 2.675.000	\$ 535.000	\$ 567.100	\$ 601.126	\$ 637.194	\$ 675.425
TOTAL A AMORTIZAR POR GASTOS			\$ 535.000	\$ 567.100	\$ 601.126	\$ 637.194	\$ 675.425

5.12 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

El ejercicio representado en este cuadro muestra la inversión requerida a partir del año cero en capital de trabajo, la cual se determinó por el total de los costos operacionales, menos la depreciación, más la amortización de los costos diferidos, cuyo valor resultante se dividió en los 365 días del año con el fin de determinar el valor mensual requerido para el año cero y para los años subsiguientes se tomó la cifra obtenida aplicándole el 6%, multiplicando el resultado por los 12 meses del año.

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO (Términos Corrientes)

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.609.740	\$ 1.879.013	\$ 3.231.902	\$ 5.558.871	\$ 9.561.259	\$ 14.566.353

= TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$ 36.120.288	6,00%
- DEPRECIACION	\$ 4.268.408	1,06
- AMORTIZACION DIFERIDOS	\$ 535.000	
	<u>\$ 31.316.880</u>	

/ ENTRE 365 DIAS	360	\$ 86.991
X 30 DIAS	30	\$ 2.609.740

5.13 FLUJO NETO DE INVERSIÓN SIN FINANCIAMIENTO

Constituido por la inversión fija más el capital de trabajo a partir del año cero, teniendo en cuenta que este valor es asumido por los socios.

FLUJO NETO DE INVERSIONES SIN FINANCIAMIENTO (Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$ -18.489.000			\$ -2.500.000	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ -2.609.740	\$ -1.879.013	\$ -3.231.902	\$ -5.558.872	\$ -9.561.259	\$ -14.566.353
Total de Inversiones	\$ -21.098.740	\$ -1.879.013	\$ -3.231.902	\$ -8.058.872	\$ -9.561.259	\$ -14.566.353
		*	*	*	*	*

5.14 PROGRAMA DE INVERSIÓN DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

En este cuadro se tiene en cuenta además de la inversión fija y el capital de trabajo, el costo financiero del crédito necesario para cubrir dicha inversión, teniendo en cuenta los términos estipulados en el programa de amortización del mismo.

PROGRAMA DE INVERSIONES DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO
(Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$ -18.489.000			\$ -2.500.000	\$ -	\$ -
Costo Financiero	\$ -	\$ -4.818.209	\$ -3.737.488	\$ -2.656.767	\$ -1.576.046	\$ -495.326
Capital de Trabajo	\$ -2.609.740	\$ -1.879.013	\$ -3.231.902	\$ -5.558.872	\$ -9.561.259	\$ -14.566.353
Total de Inversiones	\$ -21.098.740	\$ -6.697.222 *	\$ -6.969.390 *	\$ -10.715.639 *	\$ -11.137.305 *	\$ -15.061.678 *

5.15 FLUJO NETO DE OPERACIÓN SIN FINANCIAMIENTO Y FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON FINANCIAMIENTO

El flujo neto de operación está constituido por el total de ingresos, menos el total de costos operacionales, dando como resultado la utilidad operacional, a esta utilidad se le restan los costos administrativos, para el primer año no se restan los impuestos ya que presenta un valor negativo, como consecuencia de una renta presuntiva; a partir del segundo año se aplica un 35% de descuento por impuestos a la utilidad operacional, a este valor se le suma la depreciación y la amortización de diferidos, obteniendo como resultado final el flujo neto de operación. Para el caso de flujo neto de operación con financiamiento a la utilidad operacional se descuenta además el valor de los costos financieros.

FLUJO NETO DE OPERACIÓN
SIN FINANCIAMIENTO
(Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 29.350.000	\$ 64.331.400	\$ 87.292.484	\$ 121.733.745	\$ 171.368.623
Menos Total Costos Operacionales	\$ 6.840.000	\$ 15.772.800	\$ 23.370.880	\$ 38.909.017	\$ 56.205.016
Menos Costos Administrativos	\$ 36.816.880	\$ 38.757.333	\$ 40.802.128	\$ 42.956.981	\$ 45.227.928
Utilidad Operacional	\$ -14.306.880	\$ 9.801.267	\$ 23.119.476	\$ 39.867.747	\$ 69.935.678
Más Depreciación	\$ 4.268.408	\$ 4.780.617	\$ 5.134.022	\$ 5.521.563	\$ 4.279.817
Más Amortización de Diferidos	\$ 535.000	\$ 567.100	\$ 601.126	\$ 637.194	\$ 675.425
Utilidad antes de impuestos	\$ -9.503.472	\$ 15.148.984	\$ 28.854.624	\$ 46.026.504	\$ 74.890.921
Menos Impuestos	\$ -	\$ 3.430.444	\$ 8.091.817	\$ 13.953.712	\$ 24.477.487
Flujo Neto de Operación sin Financiamiento	\$ -9.503.472	\$ 18.579.428	\$ 36.946.441	\$ 59.980.216	\$ 99.368.408

FLUJO NETO DE OPERACIÓN
CON FINANCIAMIENTO
(Términos Corrientes)

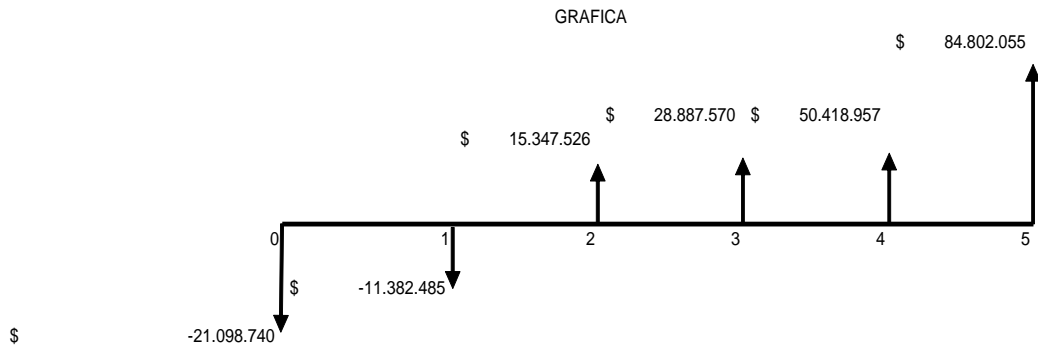
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 29.350.000	\$ 64.331.400	\$ 87.292.484	\$ 121.733.745	\$ 171.368.623
Menos Costos Operacionales	\$ 6.840.000	\$ 15.772.800	\$ 23.370.880	\$ 38.909.017	\$ 56.205.016
Menos Costos Administrativos	\$ 36.816.880	\$ 38.757.333	\$ 40.802.128	\$ 42.956.981	\$ 45.227.928
Menos Costos Financieros	\$ 4.818.209	\$ 3.737.488	\$ 2.656.767	\$ 1.576.046	\$ 495.326
Utilidad Operacional	\$ -19.125.090	\$ 6.063.779	\$ 20.462.709	\$ 38.291.701	\$ 69.440.352
Más Depreciación	\$ 4.268.408	\$ 4.780.617	\$ 5.134.022	\$ 5.521.563	\$ 4.279.817
Más Amortización de Diferidos	\$ 535.000	\$ 567.100	\$ 601.126	\$ 637.194	\$ 675.425
Utilidad antes de impuestos	\$ -14.321.682	\$ 11.411.496	\$ 26.197.857	\$ 44.450.458	\$ 74.395.595
Menos Impuestos 35%	\$ -	\$ 3.994.024	\$ 9.169.250	\$ 15.557.660	\$ 26.038.458
Utilidad Neta	\$ -14.321.682	\$ 7.417.472	\$ 17.028.607	\$ 28.892.798	\$ 48.357.137
Flujo Neto de Operación	\$ -14.321.682	\$ 7.417.472	\$ 17.028.607	\$ 28.892.798	\$ 48.357.137

5.16 FLUJO FINANCIERO NETO DE PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO Y FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

Determinado por el flujo neto de inversión más el flujo neto de operación, la diferencia entre estos dos flujos está determinada por los gastos financieros que hacen parte del flujo financiero neto del proyecto con financiamiento. En las gráficas se representan estos flujos para cada uno de los años del proyecto.

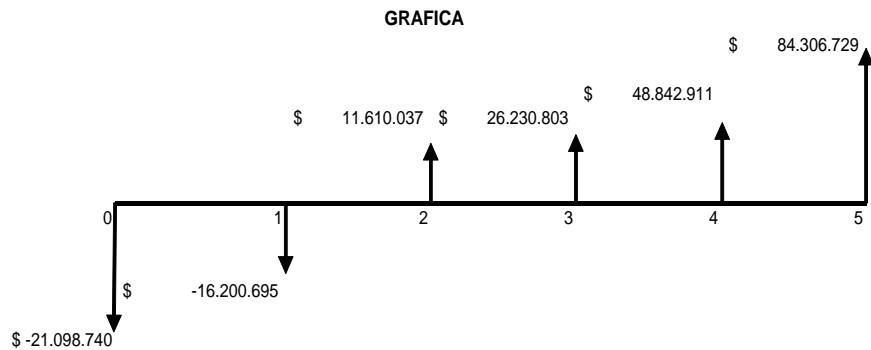
FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO
(Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	\$ -21.098.740	\$ -1.879.013	\$ -3.231.902	\$ -8.058.872	\$ -9.561.259	\$ -14.566.353
Flujo neto de operación		\$ -9.503.472	\$ 18.579.428	\$ 36.946.441	\$ 59.980.216	\$ 99.368.408
Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento	\$ -21.098.740	\$ -11.382.485	\$ 15.347.526	\$ 28.887.570	\$ 50.418.957	\$ 84.802.055



FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO
(Términos Corrientes)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión cf	\$ -21.098.740	\$ -1.879.013	\$ -3.231.902	\$ -8.058.872	\$ -9.561.259	\$ -14.566.353
Flujo neto de operación cf		\$ -9.503.472	\$ 18.579.428	\$ 36.946.441	\$ 59.980.216	\$ 99.368.408
Gastos Financieros		\$ -4.818.209	\$ -3.737.488	\$ -2.656.767	\$ -1.576.046	\$ -495.326
Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento	\$ -21.098.740	\$ -16.200.695	\$ 11.610.037	\$ 26.230.803	\$ 48.842.911	\$ 84.306.729



5.17 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Comprende el periodo comprendido entre 22 de junio de 2004 (fecha de iniciación de la empresa) y el 31 de diciembre del mismo año. Generando un valor final negativo, teniendo en cuenta que la inversión del proyecto no es cubierta por los ingresos proyectados para el mismo periodo.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS ASITEP LTDA 22 DE JUNIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004

Servicio		\$	29.350.000
Costo de Servicios		\$	<u>-14.321.682</u>
Utilidad Bruta en Ventas		\$	<u>43.671.682</u>
Costos de Administración	\$	36.816.880	
Costos Operativos	\$	<u>6.840.000</u>	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$	<u>43.656.880</u>
Utilidad Operacional		\$	14.801
Gastos Financieros		\$	<u>4.818.209</u>
Utilidad Antes de Impuestos		\$	<u>-4.803.408</u>
Provisión para Impuestos		\$	<u>-1.681.193</u>
UTILIDAD NETA		\$	<u>-3.122.215</u>

5.18 VALOR PRESENTE SIN FINANCIAMIENTO Y VALOR PRESENTE NETO CON FINANCIAMIENTO

Con una tasa de oportunidad del 7.9%, se calculó el Valor Presente Neto del proyecto para los cinco años. Como resultado de lo anterior y con base en los datos obtenidos en el ejercicio realizado se puede determinar que el proyecto de creación y puesta en marcha de ASITEP LTDA, es viable, puesto que los ingresos obtenidos con la venta de los servicios ofrecidos por la empresa, dan mayor rendimiento al capital inicialmente invertido que si éste se depositara en cualquier entidad bancaria.

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

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

V.P.N. SIN FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	0	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Flujo Neto de Operación	\$ -21.098.740	\$ 29.350.000	\$ 64.331.400	\$ 87.292.484	\$ 121.733.745	\$ 171.368.623
i =		1,079				
n =		# DE AÑOS				
Neto						
Potencia =		1,079	1,164241	1,256216039	1,355457106	1,462538217
		\$ 27.201.112	\$ 55.256.085	\$ 69.488.433	\$ 89.810.105	\$ 117.172.065

Valor presente de ingresos \$ 358.927.800

\$ -21.098.740 Valor de la inversión en el año 0 (-)

\$ 358.927.800

V.P.N. =

\$ 337.829.060 Luego el proyecto es viable porque el valor presente neto es positivo

1,06 Inflación
1,079 Tasa de oportunidad

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

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

V.P.N. CON FINANCIAMIENTO

Concepto	0	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Flujo Neto de Operación		\$ 45.273.502	\$ 54.902.042	\$ 63.100.829	\$ 79.340.861	\$ 95.779.956
i =		1,079				
n =		# DE AÑOS				
con Financiamiento						
Potencia =		1,079	1,164241	1,256216039	1,355457106	1,462538217
		\$ 41.958.760	\$ 47.156.939	\$ 50.230.873	\$ 58.534.395	\$ 65.488.857

Valor presente de egresos \$ 263.369.824

\$ 41.958.760

\$ 263.369.824

V.P.N. =

\$ 305.328.583

5.19 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Esta distribución corresponde a los costos administrativos más los costos de los servicios, (tanto fijos como variables) y se realiza con el fin de determinar el precio de cada uno de los servicios proyectados para el primero año, los costos variables unitarios y el número de unidades de servicio requeridas para obtener el punto de equilibrio que para el proyecto está determinado por 1.118 unidades.

DISTRIBUCION DE COSTOS

COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costos de Administracion		
Sueldos y prestaciones	\$ 24.476.880	
Otros gastos	\$ 12.340.000	
Preoperativos	\$ 2.675.000	
Depreciación	\$ 4.268.408	
Subtotal	\$ 43.760.288	
<hr style="border-top: 3px double #000;"/>		
Costo de Servicios		
Costo de Ventas	\$ 4.803.408	\$ 6.840.000
Otros gastos	\$ -	
Preoperativos	\$ -	
Depreciacion	\$ -	
Subtotal	\$ 4.803.408	
TOTAL	\$ 48.563.696	\$ 6.840.000
COSTOS TOTALES		\$ 55.403.696

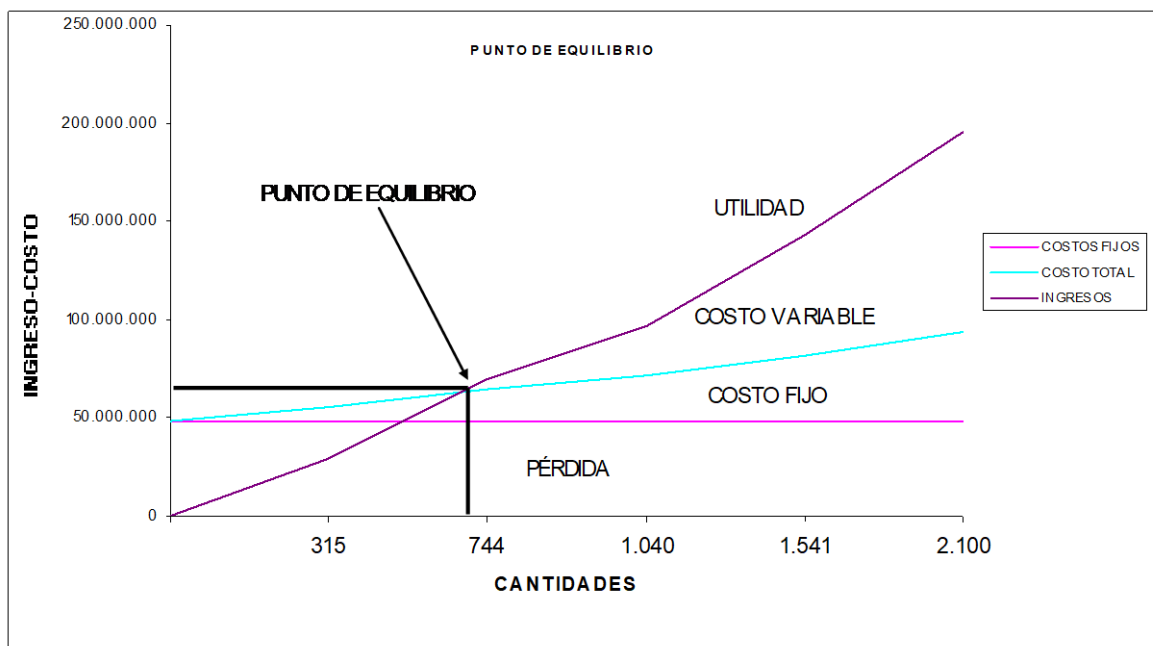
PUNTO DE EQUILIBRIO

	ANUAL		
COSTOS FIJOS	48.563.696		
COSTOS VARIABLES	71.460		
	71.460		
NUMERO DE UND. P.E.	680		
NUMERO DE UNIDADES	315	INGRESO EN PTO EQUILIBRIO	\$ 63.320.502
PRECIO POR UNIDAD	\$ 93.175	COSTO EN PUNTO EQUILIBRIO	\$ 63.320.502
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 21.714,29		

5.20 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO UNO

Dado por el número de capacitaciones proyectadas para el año uno, el costo fijo y el costo variable para las mismas, así como los ingresos proyectados por la prestación del servicio. Esto determina el punto de equilibrio que en ASITEP LTDA se alcanzará cuando se hayan prestado 680 capacitaciones, las cuales de acuerdo con la proyección de ingresos se generan al finalizar el segundo año.

UNIDADES	COSTOS FIJOS	COSTO TOTAL	INGRESOS	COSTO VARIABLE
	48.563.696	48.563.696	-	0
315	48.563.696	55.403.696	29.350.000	6.840.000
744	48.563.696	64.719.125	69.321.905	16.155.429
1.040	48.563.696	71.146.554	96.901.587	22.582.858
1.541	48.563.696	82.025.412	143.582.063	33.461.716
2.100	48.563.696	94.163.698	195.666.667	45.600.002



5.21 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Una vez efectuado el ejercicio teniendo en cuenta diferentes porcentajes, se obtuvo el 61.30% interés, el cual permite que el valor presente neto real para el año cero, sea igual a la sumatoria del valor del flujo neto de operación para cada año de vida del proyecto. Determinando con este resultado que el valor inicial invertido frente a los ingresos proyectados para el quinto año generan una gran utilidad para los inversionistas. Para el caso del flujo neto con financiamiento la Tasa Interna de Retorno corresponde a un 52.38% de interés del proyecto

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)
SIN FINANCIAMIENTO

TIR = TASA DE INTERES REPRESENTATIVA

	0		1		2		3		4		5
\$	-21.098.740	\$	-11.382.485	\$	15.347.526	\$	28.887.570	\$	50.418.957	\$	84.802.055
Potencia			61,030%								
\$	-21.098.740 +	\$	-11.382.485	= \$	15.347.526	+ \$	28.887.570	+ \$	50.418.957	+ \$	84.802.055
			161,030%		259,306%		417,560%		672,396%		1082,758%
\$	-21.098.740 +	\$	-7.068.558	= \$	5.918.694	+ \$	6.918.186	+ \$	7.498.404	+ \$	7.832.044
		\$	-28.167.298	= \$	28.167.328						

años	1	2	3	4	5
F =	\$ -11.382.485	\$ 15.347.526	\$ 28.887.570	\$ 50.418.957	\$ 84.802.055
	61,030%	1,610298			
Potencia =	1,610298	2,593059649	4,175598766	6,723958342	10,82757667
Año cero					
\$ -21.098.740	\$ -7.068.558	\$ 5.918.694	\$ 6.918.186	\$ 7.498.404	\$ 7.832.044
	\$ -28.167.298	= \$ 5.918.694	+ \$ 6.918.186	+ \$ 7.498.404	+ \$ 7.832.044

\$ 28.167.328
\$ -28.167.298
\$ 29

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)
CON FINANCIAMIENTO

	0		1		2		3		4		5
\$	-21.098.740	\$	-16.200.695	\$	11.610.037	\$	26.230.803	\$	48.842.911	\$	84.306.729
Potencia			52,3857%								
\$	-21.098.740 +	\$	-16.200.695	= \$	11.610.037	+ \$	26.230.803	+ \$	48.842.911	+ \$	84.306.729
			152,386%		232,214%		353,861%		539,233%		821,715%
\$	-21.098.740 +	\$	-10.631.375	= \$	4.999.714	+ \$	7.412.743	+ \$	9.057.841	+ \$	10.259.854
		\$	-31.730.115	= \$	31.730.152						

años	1	2	3	4	5
F =	\$ -16.200.695	\$ 11.610.037	\$ 26.230.803	\$ 48.842.911	\$ 84.306.729
	52,386%	1,523857			
Potencia =	1,523857	2,322140156	3,538609532	5,392334906	8,217147293
Año cero					
\$ -21.098.740	\$ -10.631.375	\$ 4.999.714	\$ 7.412.743	\$ 9.057.841	\$ 10.259.854
	\$ -31.730.115	= \$ 4.999.714	+ \$ 7.412.743	+ \$ 9.057.841	+ \$ 10.259.854

\$ 31.730.152
\$ -31.730.115
\$ 37

6. CONCLUSIONES

Una vez desarrollados los análisis, de mercado, técnico y financiero necesarios para el estudio de factibilidad de la creación de ASITEP LTDA, cuya misión es la prestación de servicios de capacitación dirigidos a empresas, entidades, organizaciones, asociaciones, microestablecimientos y a la comunidad en general, de tal forma que se contribuya al crecimiento social y económico en el área de influencia del proyecto, se pudo determinar que la idea inicialmente planteada es viable puesto que los resultados obtenidos muestran que la implementación del proyecto es confiable y garantiza la recuperación de los recursos invertidos, a pesar de existir en el primer año pérdida representada en un P y G negativo, pero que con la proyección del crecimiento de demanda y el consecuente crecimiento en los ingresos se alcanza un punto de equilibrio a mediano plazo.

De otra parte el resultado de la Tasa Interna de Retorno T.I.R. (61.30%), obtenida en el proyecto, garantiza el posicionamiento de ASITEP LTDA en el mercado objetivo, así como su permanencia en él, debido al crecimiento escalonado establecido y a las estrategias de marketing utilizadas para su implementación y sostenimiento.

Con el desarrollo del proyecto empresarial pudimos constatar que el entorno tenido en cuenta para su implementación, ofrece diferentes alternativas para el ejercicio de la actividad profesional, las cuales nos permiten tener una visión general de los diferentes campos en los cuales podremos desempeñarnos como administradores.

También podemos concluir que la administración es un campo que requiere de constante actualización, puesto que si bien en el aula académica se nos brindan las herramientas teóricas necesarias para enfrentar el mercado laboral, la aplicación de estos conocimientos en la práctica presenta nuevas connotaciones que requieren de constantes esfuerzos y disposición para desarrollar procesos de investigación que nos permitan ser competitivos en el mercado.

Con la creación y sostenimiento de empresas se logra participar activamente en los procesos de cambio tendiente a buscar nuevas alternativas de empleo, guiadas con fines determinados, los cuales permiten en pequeña escala contribuir al desarrollo económico de la región.