

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE LA EMPRESA

C & A ADVISORS S.A.S

IVONNE ELENA ANGARITA RODRIGUEZ

MARTHA PATRICIA CERCHIARO RIVERO

UNIVERSIDAD EAN

LENGUAS MODERNAS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

BOGOTÁ, COLOMBIA

2012

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE LA EMPRESA

C & A ADVISORS S.A.S



IVONNE ELENA ANGARITA

MARTHA PATRICIA CERCHIARO RIVERO

CREACION DE EMPRESA

PROFESOR

EDGAR RODRIGUEZ

UNIVERSIDAD EAN

LENGUAS MODERNAS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

BOGOTÁ, COLOMBIA

2012

Nota de aceptación

Tutor

Jurado

Jurado

Bogotá, Septiembre de 2012

Dedicatoria y Agradecimientos

En primera instancia queremos agradecer a Dios nuestro padre celestial, que fue quien nos otorgo la inteligencia, la paciencia, la persistencia y la sabiduría para alcanzar lo propuesto y para desarrollar este trabajo, ya que fue Él quien organizó, edifico y guio cada paso dado para la elaboración de este plan de negocios, es nuestro padre celestial el verdadero artífice de este proyecto y el guía perfecto para nuestras vidas, a Él dedicamos este proyecto, la honra y la gloria para Él.

También, queremos agradecer a la universidad EAN y todo cuerpo de profesores que nos proporcionaron los conocimientos y las herramientas necesarias para llegar a este punto, aportándonos su profesionalismo, conocimientos, paciencia, compromiso y dedicación, tanto en el transcurso de la carrera como en el desarrollo del proyecto de grado, en especial queremos manifestar nuestros sinceros agradecimiento al profesor Carlos Salcedo por su invaluable colaboración y compromiso y al Profesor Edgar Rodríguez tutor académico.

Finalmente queremos agradecer a nuestras familias por su paciencia y apoyo incondicional, y a todas las personas que contribuyeron e hicieron posible la realización de este proyecto.

Contenido de Contenido

Resumen Ejecutivo	1
Introducción	3
Objetivos	4
Objetivos del Proyecto.....	4
Objetivos Específicos del Proyecto	4
Justificación	5
Generalidades.....	7
Antecedentes	8
Perfil de las Emprendedoras	11
I.INVESTIGACION DE MERCADO	12
1.1 Análisis del Sector	12
1.2 Análisis del entorno	17
1.3 Análisis del Mercado	18
1.4 Análisis de la competencia	21
II.APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	26
2.1 Ficha técnicas de los instrumentos de investigación	26
2.2 Análisis de instrumentos	27
2.3 Conclusiones de análisis de instrumentos.....	36
III.CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	37
3.1 Pasos para la constitución de una empresa.....	37
3.2 Aspectos legales y constitución de una empresa SAS (Proexport Colombia, 2012).....	39
3.3 Constitución de una Sociedad por Acciones Simplificadas.....	39
IV.RECURSOS HUMANOS.....	44
4.1 Equipo de Trabajo	48
V. ESTRATEGIA DE MERCADO	49
5.1 Concepto de servicio.....	49
5.2 Estrategia de difusión.....	50
5.3 Estrategia de precio.....	50
5.4 Estrategia de promoción.....	51
5.5 Estrategia de comunicación	51
5.6 Presupuesto.....	53

VI. PROYECCION DE VENTAS	53
6.1 Operación.....	55
6.2 Requerimientos del Proceso	55
6.4 Necesidades y requerimientos	57
VII. PLAN DE COMPRAS	58
7.1. Costos administrativos.....	58
7.1.1 Costos Personal	58
VIII. ORGANIZACIÓN.....	61
8.1 Nombre de la Empresa:.....	61
8.2 Tipo de Empresa:.....	61
8.3 Tamaño de la Empresa:.....	61
8.4 Objetivo General de la Empresa	61
8.5 Objetivos específicos de la empresa	61
8.6 Misión.....	62
8.7 Visión	62
8.8 Logo	62
8.9 Slogan.....	63
8.10 Políticas.....	63
8.11 Estrategias Organizacionales	63
8.12 Estructura Organizacional	65
IX. RESPONSABILIDAD SOCIAL	66
9.1 Impacto Social.....	67
9.2 Impacto Económico	67
9.3 Impacto Ambiental	67
X. COSTOS ADMINISTRATIVOS	68
XI. ANÁLISIS FINANCIERO	69
XII. CONCLUSION ANALISIS FINANCIERO	74
XIII. CONCLUSIONES GENERALES	75
XIV. RECOMENDACIONES GENERALES	77
XV.BIBLIOGRAFIA.....	78
XVI. ANEXOS	81
Anexo 1: Formato de aplicación de encuestas.....	81

Anexo 2: Cámara de formulario adicional de registro con otras entidades.....	83
Anexo 3: Cámara de comercio matriculas y renovaciones.....	84

Tabla de figuras

Figura 1 Actividad Económica del PIB en el segundo Trimestre 2011	13
Figura 2: Categorías sobresalientes en empresas prestadoras de servicios	14
Figura 3: Crecimiento del sector servicios públicos en Colombia (variación % anual al segundo trimestre 2011)	15
Figura 4: Entrada de inversión extranjera directa en Bogotá por sector, al 2011	16
Figura 5: Inversión extranjera directa de Bogotá.....	17
Figura 6: Representación del sector textil y de confecciones con respecto al PIB manufacturero.....	19
Figura 7: Posicionamiento de Colombia como centro de producción y confecciones y moda en Latinoamérica.....	20
Figura 8: Ejemplos de algunas empresas textiles	21
Figura 9: Comparación entre empresas	22
Figura 10.....	26
Figura 11: Edad Promedio de los futuros Clientes.....	27
Figura 12: Profesión de las personas que contratarían el servicio.....	28
Figura 13: ¿Usted considera que es Importante el buen manejo de la Comunicación en las organizaciones?.....	29
Figura 14: ¿Cree usted que el mejoramiento de los procesos de comunicación en su compañía, incrementaría los ingresos y la haría más sostenible en el mercado?	30
Figura 15: ¿Considera importante que su portafolio de servicios se presente en otros idiomas?.....	31
Figura 16: ¿En qué otro idioma además del español le gustaría, presentar su portafolio de servicios?	32
Figura 17: ¿En su organización existe una persona que supervise la comunicación organizacional de sus colaboradores, con sus clientes y proveedores?.....	33
Figura 18: ¿Contrataría los servicios de asesoría y consultoría en comunicación organizacional?.....	34
Figura 19: ¿Por qué no contrataría los servicios?.....	35
Figura 20: Análisis DOFA de la Empresa	43
Figura 21.....	44
Figura 22: Gastos de Publicidad.....	53
Figura 23: Proyección de ventas.....	53
Figura 24: Precio de horas por consultoría y asesoría.....	54
Figura 25: Ficha técnica del servicio	56
Figura 26.....	58
Figura 27: Inversión Inicial	58
Figura 28: Inversión Inicial detallada.....	59
Figura 29: Equipo de oficina	59
Figura 30: Herramientas de oficina.....	60
Figura 31: Insumos de papelería	60

Figura 32: Costos Anuales.....	68
Figura 33: Balance general inicial y al finalizar el primer año de operaciones.....	69
Figura 34: Flujo de caja al finalizar el primer año de operaciones.....	71
Figura 35: Estado de resultados al finalizar el primer año de operaciones.....	73
Figura 36: Tasa interna de retorno y valor actual neto.....	74

Resumen Ejecutivo

La empresa C & A Advisors será una entidad creada por dos estudiantes de Lenguas Modernas de la Universidad EAN emprendedoras, capaces, con alto sentido de pertenencia y proyectadas para incursionar en el mundo de los negocios, la idea nació cuando se estaba realizando el proyecto de grado, a partir de ese momento se comenzó a trabajar en el plan de negocios. Las fundadoras de C&A Advisors son: Martha Patricia Cerchiaro R. e Ivonne Helena Angarita Rodríguez.

C&A advisors será una empresa responsable y confiable que brindará el servicio de asesoría y consultoría organizacional inicialmente a nivel Bogotá; trabajará todas las empresas, pero centrará su atención en prestar los servicios a compañías textiles y de confección. Esta selección fue realizada, primero porque una de las fundadoras posee una amplia experiencia en este campo, ya que ha laborado durante muchos años con el tema de las prendas de vestir y la segunda razón es porque el sector representa unas de las fuentes que más ha generado crecimiento económico en el país.

Nuestra entidad se ocupará de realizar estrategias, donde el objetivo principal será mejorar la comunicación interna de todas las dependencias de la compañía, de dirigir las relaciones entre las empresas y su público, de fortalecer las funciones en el clima organizacional (mejorando la relación entre los actores, el entorno y sus diferentes herramientas de comunicación), de implementar o mejorar la consultoría estratégica en las relaciones con los medios, y de la Consultoría lingüística si es requerido por la empresa.

El trabajo se ejecutará a través de tres acciones básicas:

- ✓ Asesoría y consultoría en comunicación organizacional (interna y externa si se requiere).
- ✓ Consultoría Lingüística (corrección, redacción, traducción diseño de portafolio, estrategia de mercado en otras lenguas).

- ✓ Apoyo en la negociación (como interpretes) si fuere requerido.

Gracias a nuestra formación profesional en el área de emprendimiento, innovación, creación de empresa, y las lenguas modernas, estamos en la capacidad de identificar claramente los aspectos a mejorar que pueda presentar una organización, por otra parte tenemos la disponibilidad de apoyar a la entidad aportando prontas soluciones y diseñando nuevas estrategias que la conduzcan a incrementar sus ingresos y a posesionarse en el mercado.

El mercado objetivo de C & A Advisors está integrado por aproximadamente 22.172 empresas en Bogotá, se presume que el primer año se logrará conseguir aproximadamente el 0,3% del mercado que equivale a 66.51 compañías.

Por tanto basados en las proyecciones la organización tendrá la capacidad de trabajar 5.54 entidades al mes, lo cual arrojará unos ingresos mensuales aproximados de 17.820.000 pesos y unos ingresos anuales promedio de 213.840.000 pesos. Para La creación de esta compañía se requiere de una inversión de \$ 31.120.000 pesos. Los cuales serán aportados por las socias.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 288,88% en una proyección a cinco años y el VAN es de 199.353.935 pesos. Estas cifras son llamativas para las inversionistas.

Introducción

Actualmente el tema de comunicación organizacional es importante para las empresas y entidades establecidas en el país, puesto que el propósito de esta es proporcionar información clara, concisa y coherente acerca de varios temas afianzando las relaciones interpersonales y empresariales.

Por tal razón, es importante incorporar estrategias de comunicación en las empresas para lograr mejoras en cada uno de sus departamentos, generando calidad en los procesos y actividades de la organización, ofreciendo confiabilidad y fidelización de los clientes.

Este proyecto de grado tiene como propósito diseñar estrategias para fortalecer las relaciones entre empresas, el personal de las entidades y sus clientes, donde el objetivo será prestar sus servicios en el fortalecimiento de la comunicación organizacional interna y externa de las compañías, en aspectos tales como: las funciones en el clima (ambiente) organizacional y la comunicación lingüística entre empresas.

Cabe resaltar que la comunicación es una herramienta indispensable para cualquier organización, ya que a través de ella las entidades puedan relacionarse, innovar, crear y fortalecer relaciones, generando beneficios en el mercado, los cuales traen cambios que se adaptan a los nuevos modelos de negocio.

Con este trabajo se pretende mejorar los procesos comunicativos para que las empresas obtengan altos estándares de calidad, adquiriendo ventajas competitivas y reflejando una imagen confiable al interior y al exterior de las entidades, logrando un reconocimiento en el mercado y proyectándose a nivel internacional.

Objetivos

Objetivos del Proyecto

- Crear una empresa que brinde los servicios de asesoría en comunicación organizacional a pymes garantizando la calidad del servicio, para la satisfacción tanto de los clientes internos y externos de dichas compañías.

Objetivos Específicos del Proyecto

- Realizar un plan de negocios para analizar la viabilidad del servicio que se va a ofrecer.
- Contactar los clientes potenciales a quienes se les va a ofrecer el servicio.
- Realizar un estudio financiero para determinar la rentabilidad del negocio

Justificación

La reorganización de la sociedad, el crecimiento de los mercados, los procesos de globalización, los altos estándares de calidad requeridos y los constantes cambios, son entre otros algunos de los desafíos que tiene que asumir una empresa que quiera ingresar y mantenerse en el mercado. Ante estos retos las compañías no deben enfocarse únicamente en el paradigma de la economía, la producción y la administración, dichos aspectos deben ser complementados con la cultura, la imagen y la comunicación de la compañía, puesto que estos son ejes centrales en la dinámica de una empresa, ya que como es sabido el tema de comunicación en la organización busca mejorar el desarrollo de todos los recursos con los que cuenta una organización, a través del perfeccionamiento de los elementos comunicativos, teniendo como base la comunicación elemento principal de interacción. Por tanto es aconsejable que las empresas estén a la vanguardia con dichos procesos y busque asesoría idónea.

Por esta razón como todo emprendedor, una de las principales motivaciones que nos llevó a crear empresa, es contribuir al crecimiento y posicionamiento en el mercado de las pequeñas y medianas compañías, pero en especial se trabajarán las del sector textil, otra importante razón es generar trabajo para el desarrollo económico del país, invirtiendo el dinero en algo factible, rentable y que a futuro se convierta en el patrimonio de la familia.

El fin a mediano plazo es que la empresa sea reconocida por sus buenas prácticas, calidad y eficiencia. También se quiere trabajar las competencias adquiridas, como profesionales de lenguas modernas, siendo líderes innovadores y emprendedores de la creación de empresa; como valor agregado se hará uso de la formación profesional, ofreciendo la posibilidad a los clientes de presentar un portafolio de servicios en otras lenguas combinándolo con la experiencia de vida adquirida en el campo de la comercialización en el sector textil, de esta manera contribuir a la estructuración y desarrollo de mejores organizaciones.

Para alcanzar estas metas se realizarán estrategias desarrolladas a través de estudios de mercado los cuales se ejecutarán a través de encuestas observaciones e indagaciones, elementos que nos permitirán profundizar más acerca del mercado e identificar con más claridad las falencias existentes de nuestros futuros clientes.

Generalidades

Nombre: C&A, Advisors

Tipo: S.A.S

Tamaño: Pequeña

Misión:

Prestar los servicios de asesoría y consultoría en comunicación organizacional, mejorando la comunicación interna y externa de las compañías, y optimizando las relaciones entre las empresas y su público.

Visión:

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en Comunicación Organizacional, generando valor, conocimiento y excelentes relaciones con nuestras empresas, su público y la sociedad, con un alto nivel de confiabilidad en nuestros clientes y logrando un buen posicionamiento en el mercado.

Logo:



Slogan:

C&A Advisors, La puerta de los grandes negocios para su empresa.

Políticas:

- Prestar un servicio con estándares de alta calidad.
- Ser una empresa responsable y confiable a la hora de presentar los servicios al cliente.
- Mantener un comportamiento digno y ético de un comunicador organizacional dentro y fuera de la empresa.
- Brindar una completa discreción, respecto a la información suministrada por los clientes.
- Tener en cuenta las necesidades de los clientes a la hora de ofrecer el servicio.

Antecedentes

Desde la existencia del hombre y la formación de las civilizaciones, los pueblos tuvieron la necesidad de comunicar sus ideas, pensamientos y acciones para poder subsistir en el medio que los rodeaba para esto, ellos crearon un lenguaje en el cual pudieran entenderse mutuamente.

Hoy en día pasa lo mismo con las empresas, por tal motivo se vio la necesidad de investigar más a fondo el tema de la comunicación en relación con el comportamiento interno y externo en las organizaciones.

La comunicación organizacional es conocida como un proceso que ocurre entre los miembros de una colectividad social, una actividad dinámica y constante que se debe considerar como una estructura no estática, sino cambiante que puede ajustarse de acuerdo con el desarrollo de la organización.

En Colombia el tema de la comunicación organizacional ha crecido rápidamente debido a que algunas empresas, están prestando sus servicios con respecto al tema, por ejemplo existe una asociación llamada "Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional (CECORP)", que desde hace 43 años agremia a los profesionales de estas áreas, es una entidad profesional sin ánimo de lucro, ubicada en la Ciudad de Medellín, que desde 1.963 agremia a los profesionales de estas áreas en calidad de socios honorarios, profesionales, institucionales y aspirantes a través de su club universitario, aportándoles en su desarrollo académico.

Su misión es promover el desarrollo profesional, la modernización y el compañerismo para posicionar las relaciones públicas y las comunicaciones como uno de los ejes centrales del progreso organizacional y del desarrollo de la sociedad.

Entre sus principales objetivos están:

- Congregar a los comunicadores con el fin de fortalecer el espíritu de solidaridad, unión y cooperación recíprocas.

- Representar a los afiliados ante entidades públicas y privadas, mostrando sus planteamientos y brindando su apoyo.
- Favorecer, la profesionalización de las relaciones públicas y de su ejercicio.
- Ayudar con los programas universitarios en el mejoramiento de la enseñanza de las relaciones públicas y la comunicación organizacional.
- Asistir a los afiliados en asuntos de carácter general relacionados con el ejercicio profesional.
- Incentivar la investigación en las disciplinas de comunicación organizacional y relaciones públicas.
- Fomentar el intercambio nacional e internacional de experiencias, trabajos e investigaciones sobre relaciones públicas y comunicación organizacional.

De acuerdo a los requisitos académicos los socios de CECORP son:

Socios Activos(CECORP, 2012): Que son profesionales egresados de las Facultades de Comunicación Social, y/o Relaciones Públicas, así como profesionales de otras carreras con postgrado o una especialización en Comunicación Organizacional o Relaciones Públicas. Se agremian de forma individual.

Socios Aspirantes: Son estudiantes de Comunicación Social y/o Relaciones Públicas, de sexto semestre en adelante. Integran el Club Universitario de CECORP. Una vez terminados sus estudios, conservan esta categoría por un año más. Se agremian de forma individual.

Socios Institucionales: Son entidades públicas o privadas que agremian sus departamentos de comunicación o afines. La afiliación tiene un valor que depende del número de profesionales y empleados que desee inscribir la empresa.

Socios Honorarios: Son personas o entidades a quienes CECORP, por sus méritos personales, profesionales y su cooperación con el Centro, les concede tal honor.

En la actualidad hacen parte de CECORP, 200 comunicadores y estudiantes de Comunicación de las más importantes empresas y universidades de la ciudad de Medellín y el Área Metropolitana, en calidad de socios activos, honorarios, aspirantes y socios institucionales, que representan empresas tan importantes como: Ceipa, Empresas Públicas de Medellín, Grupo Éxito, Museo de Antioquia, Comfama, Bancolombia, Zenú, Hotel Intercontinental, Avianca, Universidad de Medellín, Universidad Eafit, Universidad de san Buenaventura, Sofasa, Plaza Mayor, c.c. Tex, Imagen y Relaciones Públicas, Industrias Haceb, entre otras.”

Otra empresa que incursiona en el tema de comunicación organizacional es G&C LATINOAMERICA que es una empresa de consultoría especializada en la gestión del cambio organizacional, enfocada en ayudar a lograr resultados exitosos a empresas, individuos o equipos de trabajo.

Ofrece servicios de consultoría en Colombia con gran efectividad, de manera práctica y profesional, brinda las herramientas y metodología probada para el efectivo cambio organizacional que llevará a su empresa a nuevos niveles de productividad y rentabilidad.

La labor de los consultores de empresas en Colombia, les ha permitido conocer de primera mano algunos de los errores comunes en los que se incurre en las compañías grandes y pequeñas actuales. Por lo tanto, tienen amplia experiencia en la búsqueda compartida de los puntos débiles de cada organización y su mejora competitiva.(Liderando el cambio el con Audacia, 2012)

Perfil de las Emprendedoras

Martha Patricia Cerchiaro Rivero: Es una persona emprendedora, que actúa de manera independiente, piensa de manera estratégica con visión a largo y mediano plazo. Tiene claras sus metas y le gusta lograr lo que se propone; es responsable, servicial, creativa, trabajadora, tolerante; le gusta hacer las cosas lo mejor posible, interactuar con otras culturas; le gusta expresar sus ideas y escuchar las opiniones de los demás, le gusta trabajar en grupo aunque es un poco introvertida, pero es dada a conocer todo tipo de personas y tener buenas relaciones con ellas, es democrática, analiza cada problema y toma los aspectos positivos que la hacen crecer como persona.

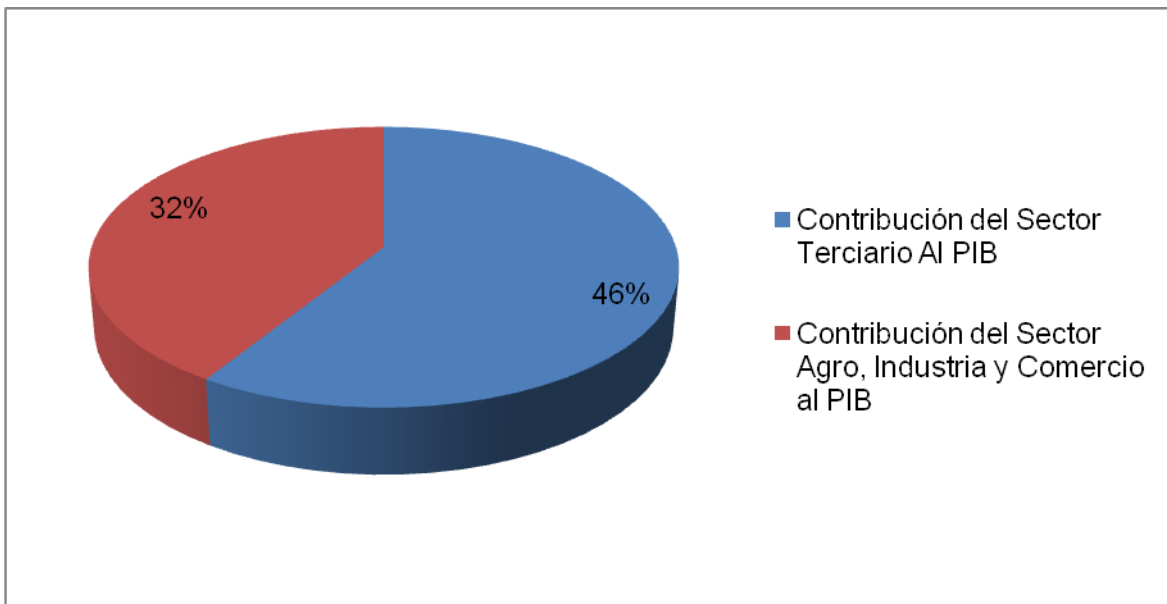
Ivonne Elena Angarita Rodríguez: Es una persona dedicada, emprendedora, con proyecciones claras acerca de su futuro, perseverante, trabajadora, segura de las cosas que realiza, tiene aptitudes para trabajar en equipo, liderazgo, creatividad, buena comunicación y relaciones interpersonales, las cuales le permiten desenvolverse y aceptar no solo los retos provenientes, sino acoplarse a nuevas formas de vida.

I. INVESTIGACION DE MERCADO

1.1 Análisis del Sector

C&A Advisors, es una empresa que se encuentra dentro del sector de servicios o conocido también como sector terciario, que como es sabido no produce bienes materiales de forma directa, pero dirige facilita y organiza el trabajo de otros sectores; dicho sector está integrado por aéreas suaves de la economía entre las cuales están los seguros, el turismo, las actividades bancarias, los cuidados personales salud, las ventas al por menor, el ocio, la comunicación y los servicios de asesoría y consultoría entre otros, objeto de este proyecto.

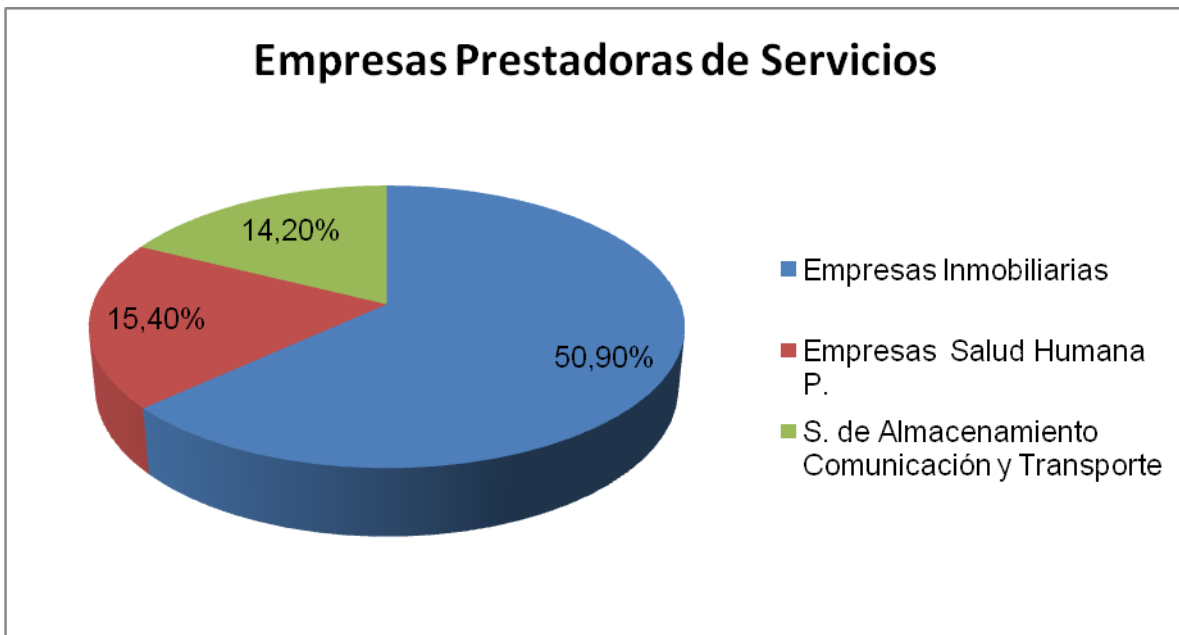
Figura 1 Actividad Económica del PIB en el segundo Trimestre 2011



Fuente: Las autoras, a partir del informe de la identidad Balcoldex, tomado de la pág. web <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Oct24-11.pdf>

Como se puede vislumbrar en la gráfica No. 1, el sector de terciario ha logrado un alto grado de crecimiento en los últimos tiempos, ya que se ha convertido en una fuente importante de ingresos y empleo para Colombia, es así como en el segundo trimestre del 2011 su participación dentro de la actividad económica alcanzo aproximadamente el 46% del total del PIB, sobrepasando la suma de los sectores tradicionales de la economía (agro, industria y comercio, 32%). (ver Informe Semanal No. 1094 de Octubre de 2011).

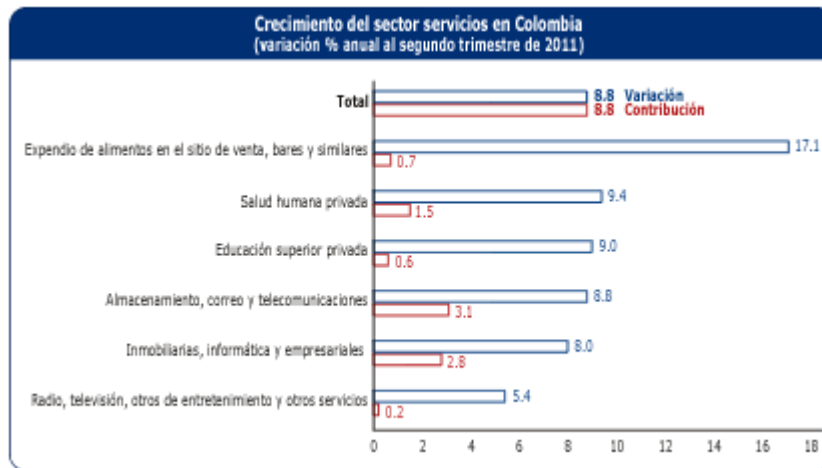
Figura 2: Categorías sobresalientes en empresas prestadoras de servicios



Fuente: Las autoras, a partir del informe de la identidad Balcoldex, tomado de la pág. web <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Oct24-11.pdf>

Existe una importante entidad llamada el Dane que es la principal fuente de información del sector, a través de la Encuesta Anual de Servicios (EAS) y la Muestra Trimestral de Servicios (MTS). La más reciente EAS, correspondiente al 2009, dejó evidenciar que dentro de las empresas prestadoras de servicio, la categoría más común es la que reúne las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (50.9% del total de empresas del sector). A ésta le siguen salud humana privada (15.4%) y servicios de almacenamiento, comunicación y transporte (14.2%), tal como se puede apreciar en la gráfica No. 2.

Figura 3: Crecimiento del sector servicios públicos en Colombia (variación % anual al segundo trimestre 2011)



Fuente: cálculos Anif con base en Dane-Muestra Trimestral de Servicios (MTS).

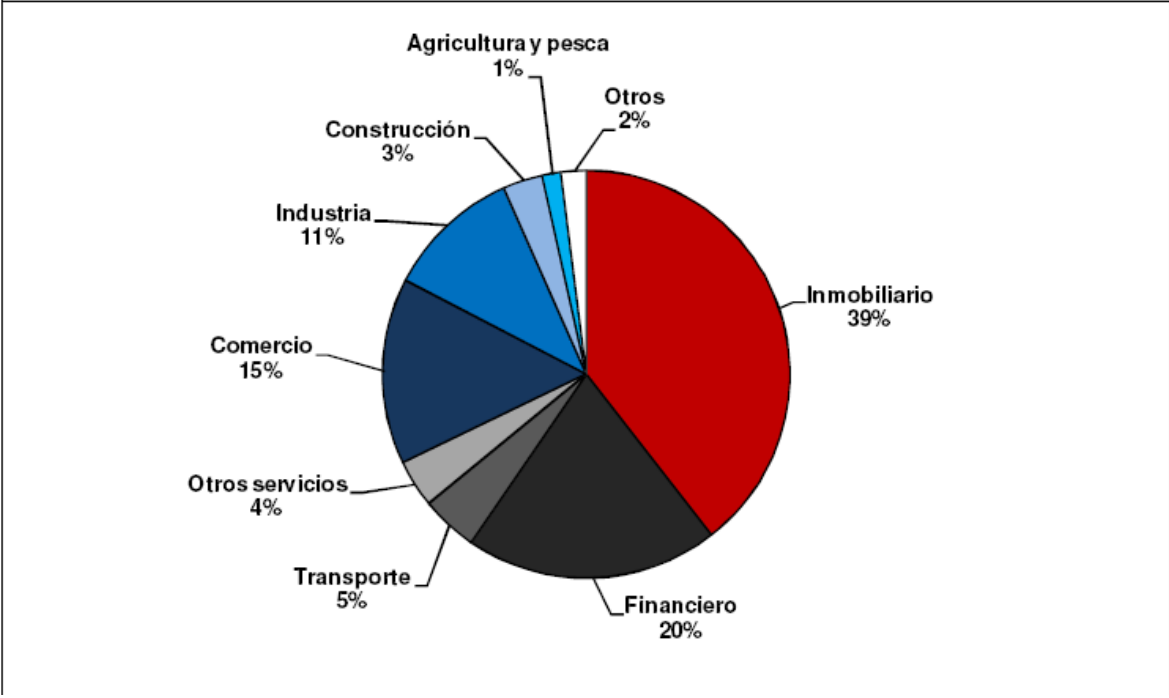
Por otra parte, “la Muestra Trimestral de Servicios del segundo trimestre de 2011 revelo la buena dinámica del sector servicios, cuyos ingresos reales se expandieron al 8.8% anual (ver gráfico adjunto). Lo cual significa que, en buena Medida, son los responsables del incremento del 5.2% anual de la actividad económica en el mismo trimestre. En esa línea, el personal ocupado por los sectores de servicios aumento en un 4.1% con relación al mismo período de 2010.”

De acuerdo con la figura No. 3 los sectores de mayor consumo fueron el expendio de alimentos en el sitio de venta, bares y similares en primer lugar, luego aparece la salud humana privada, seguido de la educación superior privada.

En síntesis, el sector de servicios fue uno de los grandes responsables del crecimiento del PIB en el segundo trimestre de 2011. Para mantener su dinamismo es vital que el actual gobierno de Santos trabaje en varios frentes tales como adaptar el modelo actual para buscar complementos significativos en el sector terciario, promover las obras de infraestructura que reduzcan costos y contribuyan al sector, aminorar los sobrecostos laborales que impiden la creación De empleo formal;

realizar continuamente las mediciones del sector, ya que esta información incentivara al crecimiento del sector y por ende a su participación en el PIB.

Figura 4: Entrada de inversión extranjera directa en Bogotá por sector, al 2011



Fuente: Banco de la República con base en el flujo anual del registro de inversión extranjera. Cálculos Invest in Bogotá.

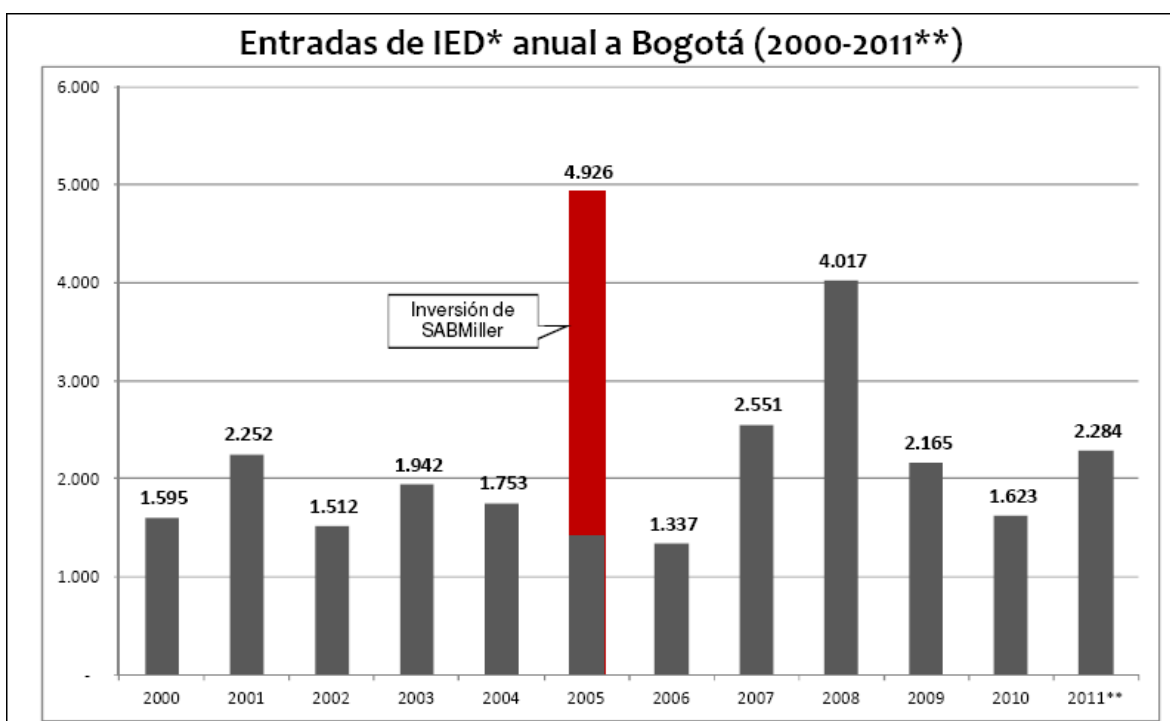
Al elaborar un análisis por sectores, se encontró que a septiembre de 2011, el sector de servicios concentró más de las dos terceras partes (68%) de la inversión que llegó a Bogotá, los más representativos son inmobiliarios son inmobiliario (39%) y financiero (20%). A los servicios, les siguen actividades relacionadas con el comercio, la industria y la construcción, como se evidencia en la gráfica No. 4.

“No incluye inversión en el sector petrolero. Dentro de otros servicios se encuentran: hotelería, educación, salud, servicios comunitarios, hogares, entre otros.

Al realizar una comparación con el año anterior los sectores más activos fueron los de servicios, principalmente inmobiliario (264%), financiero (82%) y transporte (17%). Por el contrario, los sectores que mostraron una disminución en el monto de capital invertido fueron: agricultura (-21%), construcción (-12%) y otros sectores personales y sociales (-22%).

1.2 Análisis del entorno

Figura 5: Inversión extranjera directa de Bogotá



Fuente: Invest in Bogotá

De acuerdo con la grafica No. 5 el tercer trimestre de 2011, las entradas de **inversión extranjera directa** en **Bogotá** ascendieron a US\$2.284 millones, lo que representó un aumento del 64% en comparación con el mismo período del 2010. Incluso, sin conocer aún el monto de la inversión registrada en los últimos tres meses del 2011, éste ya había superado en un 41% el de todo el 2010. Según estimaciones de **Invest in Bogotá**, se espera que las entradas de inversión en la ciudad superen

los **US\$3.000 millones**, más que el promedio de lo registrado en los últimos 10 años.

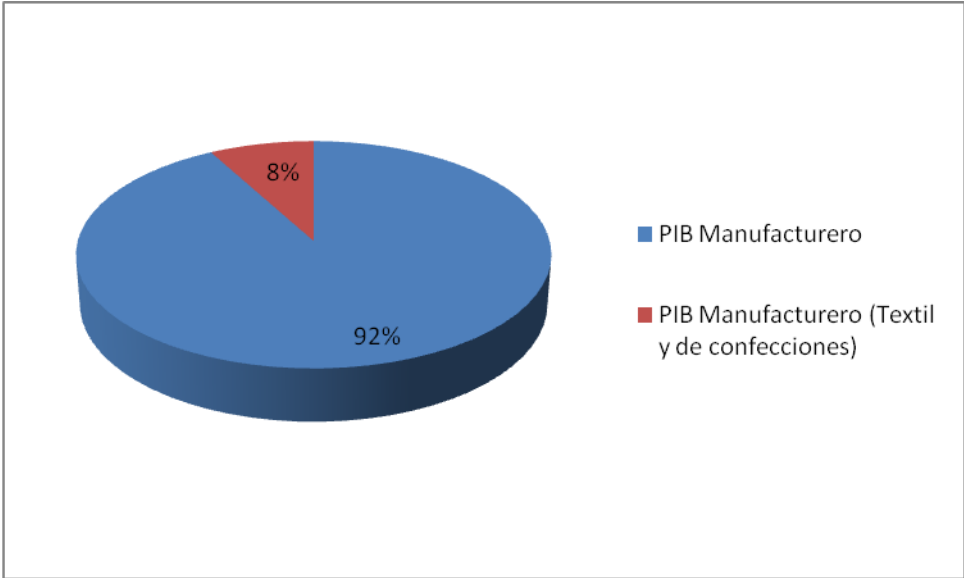
Bogotá es una ciudad en donde vale la pena crear empresa; de acuerdo con un informe reciente esta ciudad se ha convertido en uno de los destino más atractivos para la inversión extranjera, que concentra el más alto flujo de capital hacia sectores de valor agregado: son sectores que colaboran en el desarrollo económico, estimulan la generación de empleo calificado y la transferencia de tecnología y conocimiento, además elevan productividad y la competitividad de las empresas locales.

1.3 Análisis del Mercado

SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA

Históricamente el sector industrial textil en Colombia ha sido unas de las fuentes que ha generado crecimiento económico en el país, por el aumento de sus exportaciones y los tratados de preferencias arancelarias que han fomentado el comercio internacional de este sector y se ha implementado nuevas tecnologías para importar la producción de hilaza, intensificar industria algodonera y así llegar el nuevo comienzo de las fabricas productoras de fibra sintética y artificiales, por tal motivo es uno de los sectores que más se ha globalizado por que tiene viabilidad en el mercado de ser eficiente y tener productos diferenciados que generan fuentes de ingreso y sostenibilidad para el país.

Figura 6: Representación del sector textil y de confecciones con respecto al PIB manufacturero.



Fuente del gráfico: Las autoras, según datos de Proexport.

Colombia es un país con gran variedad de recursos económicos y por tal motivo representa gran fortaleza en el sector textil y de confecciones, representando un importante porcentaje del PIB manufacturero 8% y un 3% del PIB nacional, como lo cita un artículo de análisis sectorial publicado por Mapfre CREDISEGURO S.A en el 2010.

Figura 7: Posicionamiento de Colombia como centro de producción y confecciones y moda en Latinoamérica.



Fuente del gráfico: Las autoras, según datos de proexport.

Por otra parte Colombia es uno de los países que se ha posesionado como centro de producción de confecciones y moda en Latinoamérica según datos estadísticos de Proexport: “la producción de la industria de confecciones creció 11,8% en términos reales entre el 2006 y 2007, también las exportaciones de textiles y confecciones representaron en promedio 12% de las exportaciones no tradicionales en Colombia, durante los últimos cinco años”.

En Colombia, en la cadena textil/confección hay matriculadas 13.258 pymes; algunos ejemplos de ellas en la ciudad de Bogotá son:

Figura 8: Ejemplos de algunas empresas textiles

Empresa	Descripción	Dirección	Teléfono
	<p>Venta de textiles nacionales e importados y busca satisfacer las necesidades de los clientes. Somos líderes en telas para dotación en ropa de trabajo. Nuestra empresa cuenta con una gran trayectoria en la industria, desde su inicio 1997.</p>	<p>Cl. 20 A No. 39A-14 Bogotá, Colombia</p>	<p>Tel.: (57-1) 3369730 – 3689731</p>
	<p>Con más de 50 años de experiencia en la industria textil nuestra compañía se ha dedicado a la fabricación y comercialización de telas industriales y de decoración.</p>	<p>Cr. 42 No. 20C-71 Bogotá, Colombia</p>	<p>Tel.: (57-1) 2680400 Fax.: 2680077</p>
	<p>Empresa con 20 años de experiencia en la elaboración de productos textiles (telas para tapicería, cortina, lencería, colchones y manteles) para la industria y el hogar</p>	<p>Cr. 56 No. 5C-46 Bogotá, Colombia</p>	<p>Tel.: (57-1) 4177311 Fax.: 4177311 Ext. 201</p>
	<p>Representante exclusivo de máquinas bordadoras Tajima, y Sistema de Corte Láser SEIT, entretelas. Insumos para Bordados, Repuestos Originales y Servicio Técnico.</p>	<p>Cl. 19 No. 22-37 Bogotá, Colombia</p>	<p>Tel.: (57-1) 3606239</p>

Fuente: Las autoras, según la información de las entidades anteriormente mencionadas, tomada de la página web: www.directoriotextil.com

1.4 Análisis de la competencia

Figura 9: Comparación entre empresas

Competidores	Fortalezas	Debilidades
 <p>(http://www.maximizar.com.co/, 2012)</p>	<p>Brinda servicios de consultoría organizacional a escala humana, sustentados en la innovación, la transformación y el conocimiento con experiencia en Cuatro áreas: Servicio al Cliente, Planeación Estratégica, Gestión Humana y Formación Organizacional.</p> <p>Tienen Consultores aliados como Excend, Consulting Groups y alianzas Estratégicas como ECHEVERRY RESTREPO & CIA, consultores Gerenciales.</p> <p>Existen testimonios de compañías reconocidas.</p> <p>Diseño de planes de comunicación de acuerdo las necesidades de la empresa.</p>	<p>Solo han desarrollado proyectos de consultoría en diversas organizaciones del sector público y privado en Colombia.</p> <p>Prefieren Profesionales en psicología.</p> <p>No tienen servicio de asesoría y consultoría en la web.</p> <p>Los costos son muy altos.</p>

<p>(http://www.asesoriasyproyectos.com/, 2012)</p> 	<p>Asesoría y consultoría en: informática, software y web. Mercadeo y publicidad, sistemas de gestión de calidad.</p> <p>Ofrece cursos virtuales y capacitación empresarial en sistemas de gestión de calidad y recursos humanos.</p>	<p>No ofrece asesoría en comunicación organizacional.</p>
 <p>(http://www.focalizarconsultores.com/, 2012)</p>	<p>Identifica los de aspectos de mejoramiento a nivel estratégico, estructural y operativo.</p> <p>Desarrollo de soluciones estratégicas, a partir de los procesos de gestión humana.</p> <p>Diseño y ejecución de planes de intervención para mejorar procesos organizacionales.</p> <p>Implementación de procesos de desarrollo gerencial y organizacional.</p>	<p>Tienen un modelo de consultoría muy simple.</p>
<p>Cecorp</p> <p>(www.cecorp.org/, 2012)</p> <p>El Centro Colombiano de Relaciones Publicas y comunicación, ubicado en Medellín</p>	<p>Es una asociación que cuenta con una gran cantidad de profesionales, en muchas ramas.</p> <p>Poseen buenas relaciones con entes gubernamentales.</p> <p>Tienen comunicación con</p>	<p>Realiza muchas actividades y puede que no se concentre en ninguna.]</p>

	facultades de	
 <p>(http://www.actia-sas.com/index.html, 2012)</p>	<p>Ofrece propuestas de trabajo que ofrecen modelos de negocios eficientes tomando como base: asuntos corporativos, desarrollo e inteligencia de mercados, cultura Organizacional, innovación y propiedad intelectual.</p>	<p>No son expertos en el tema de la consultoría, se basan en los hechos y experiencias que han tenido con las empresas a la que prestan los servicios.</p>
 <p>(http://www.clarkemodet.com, 2012)</p>	<p>Es una compañía multinacional, con más de 130 años de experiencia en consultoría.</p> <p>Asesora a multinacionales, pequeñas y medianas empresas en todos los sectores.</p> <p>Tiene solvencia, solides, profesionalidad y una infraestructura tecnológica de primer de nivel.</p>	<p>Sus temas fuertes en consultoría y asesoría son: legal, financiero, comercial e innovación.</p>
 <p>(http://www.comunicacion360grados.com/, 2012)</p>	<p>Es una empresa que hace referencia al manejo inteligente, estratégico, integral y armónico de las comunicaciones que se dirigen hacia las diferentes audiencias de la organización, sean estas internas o externas.</p> <p>Tiene un equipo ampliamente calificado que gestiona cada proyecto realizando un análisis</p>	<p>El portafolio de servicios es muy costoso.</p> <p>No tienen personal entrenado en el área de los idiomas.</p>

	desde la psicología y la comunicación de la empresa.	
--	--	--

Fuente: Las autoras, según la información de las entidades anteriormente mencionadas, tomadas de sus respectivas páginas web.

Amenazas:

1. Todas las compañías tienen reconocimiento dentro del mercado al cual van dirigidas.
2. El servicio puede copiarse fácilmente.
3. Pueden existir barreras de entrada (acceso a costoso a canales de distribución y personal para comenzar).
4. Dificultades para ganar la confianza y reconocimiento de los clientes.
5. Contar con una base de clientes limitada en un principio.
6. El inicio de otras empresas que presten los mismos servicios de Comunicación Organizacional.

Oportunidades:

1. Conocimiento del tema de comunicación Organizacional.
2. Facilidad para generar conocimiento.
3. Contar con un equipo altamente calificado que posee las competencias requeridas en un futuro.
4. Conocimiento de culturas extranjeras con su respectivo idioma.
5. Cada miembro de la empresa estará enfocado en un solo tema de Comunicación Organizacional.

II. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

2.1 Ficha técnicas de los instrumentos de investigación

Después de haber realizado el análisis del sector, se decidió elaborar un estudio a través de una encuesta dirigida al mercado objetivo, para tener más claridad acerca de las necesidades de comunicación de los futuros clientes.

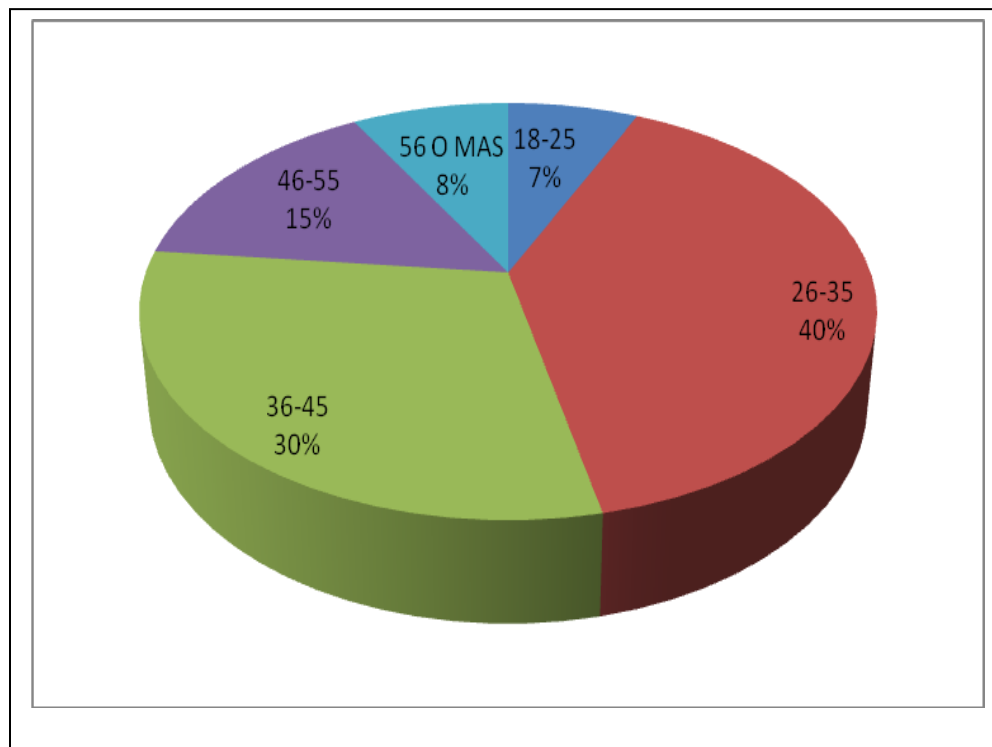
Figura 10

Instrumento usado	Encuesta
Elaborada por	Martha Patricia Cerchiaro R. e Ivonne Helena Angarita R
Aplicada	Martha Patricia Cerchiaro R. e Ivonne Helena Angarita R
Población estudiada	Gerentes de pymes, administradores y personas encargadas de la venta o confección del producto
Tamaño de la muestra:	Encuestas: Cualitativas 76
Método de aplicación:	Encuestas personalizadas: 70 Encuesta por correo electrónico: 6
Objetivo de la encuesta	Establecer la demanda en el mercado de los servicios de asesoría y consultoría en comunicación organizacional.
Fecha de realización	Abril 25 del 2012
Número de preguntas	7

Fuente: Las autoras

2.2 Análisis de instrumentos

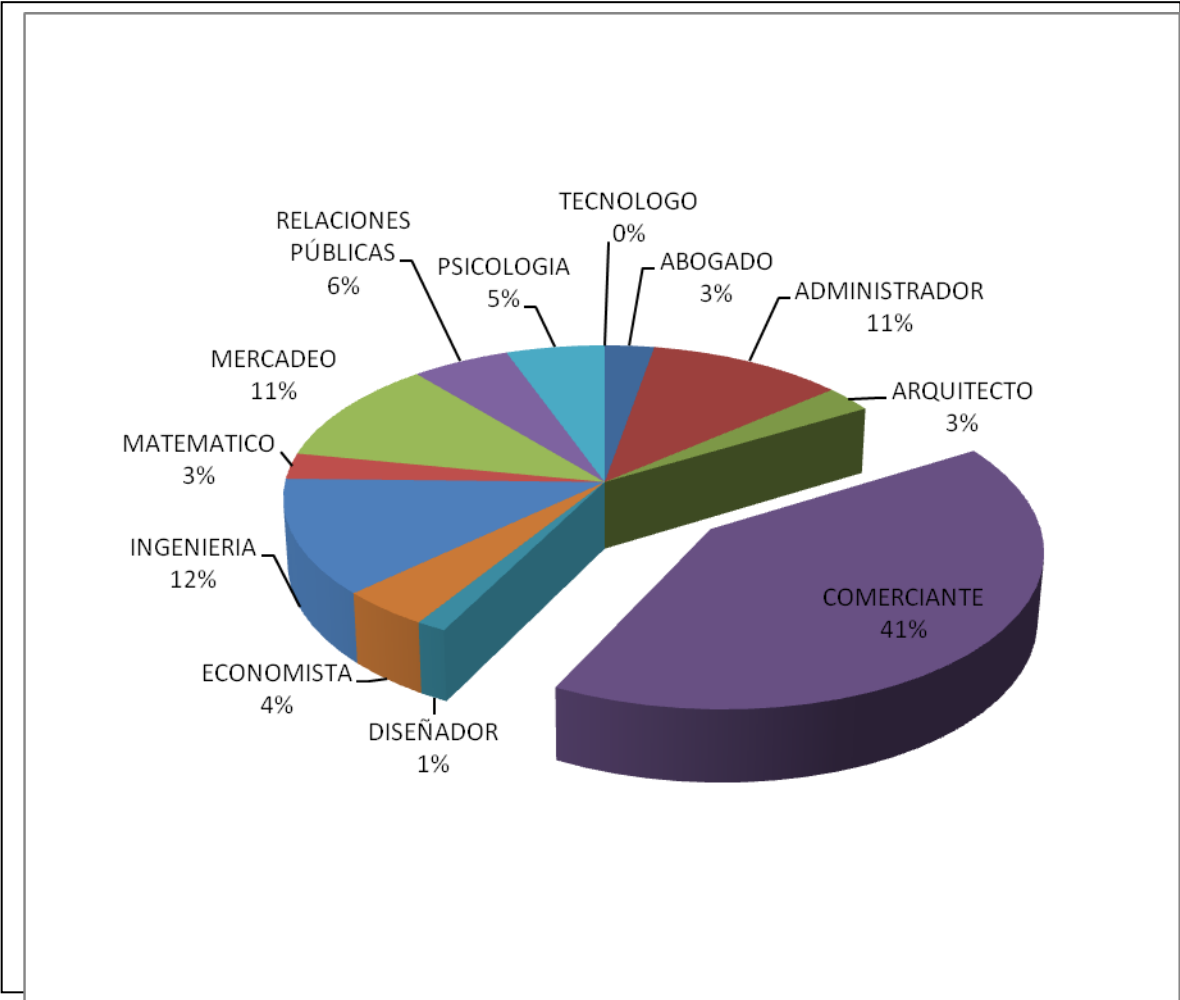
Figura 11: Edad Promedio de los futuros Clientes



Fuente: Las autoras

En esta gráfica No. 11 podemos detectar que de los empresarios entrevistados, los futuros clientes tienen el 7% entre 18 y 25 años, el 8% 56 o más años, el 15% entre 46 y 55 años, el 30% entre 36 y 45 y el 40% entre 26 y 35 años, lo cual deja vislumbrar que tienen experiencia en las actividades que desarrollan, pero que de igual manera son jóvenes y están dispuestos a innovar en sus procesos, implementando nuevos procesos a sus diferentes negocios.

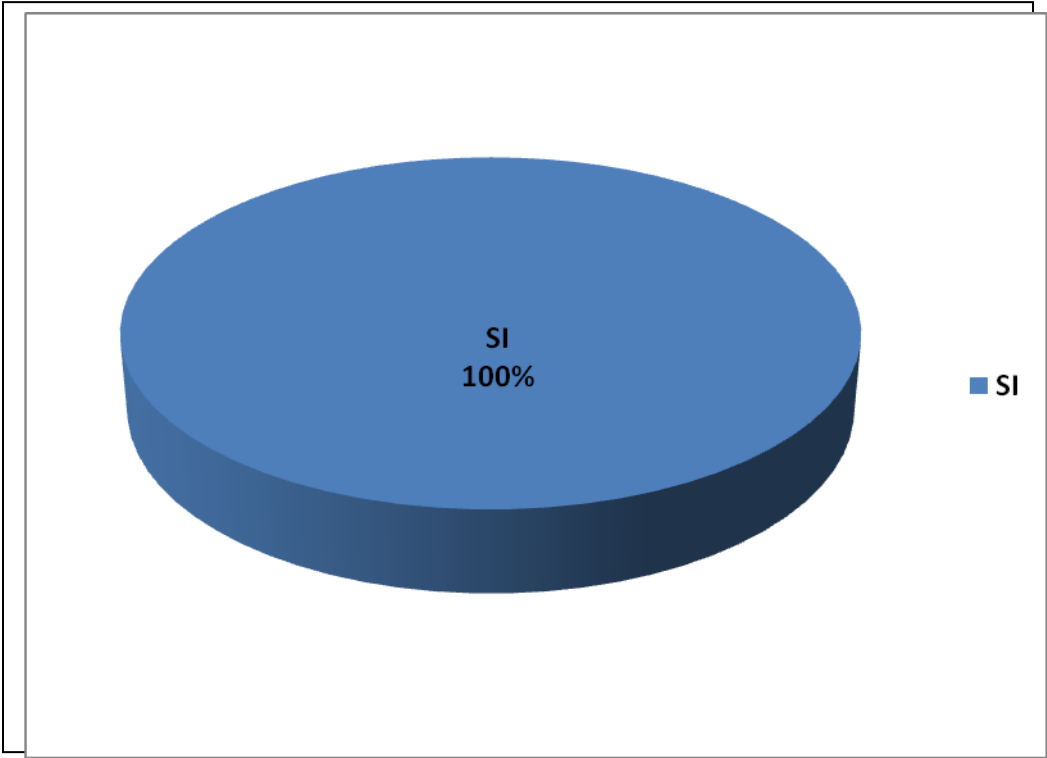
Figura 12: Profesión de las personas que contratarían el servicio



Fuentes: las Autoras

En la actual gráfica No. 12 se puede observar que el 41% de población que contrataría inicialmente los servicios de asesoría y consultoría es de profesión comerciante, luego están los ingenieros con un 12%, seguido por los administradores con un 11%. Esto permite afianzarnos en cuanto al mercado y nos invita a proyectarnos a diseñar nuevas estrategias para capturar nuevos mercados

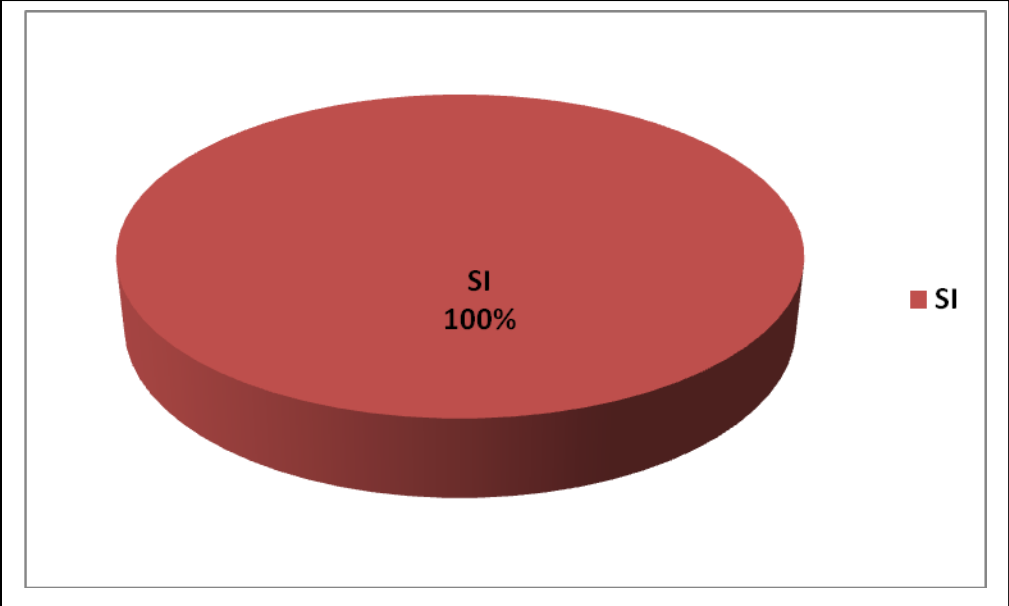
Figura 13: ¿Usted considera que es importante el buen manejo de la Comunicación en las organizaciones?



Fuente: Las autoras.

Como podemos apreciar en nuestra gráfica No.13 para el 100% de los entrevistados es importante la comunicación en las organizaciones.

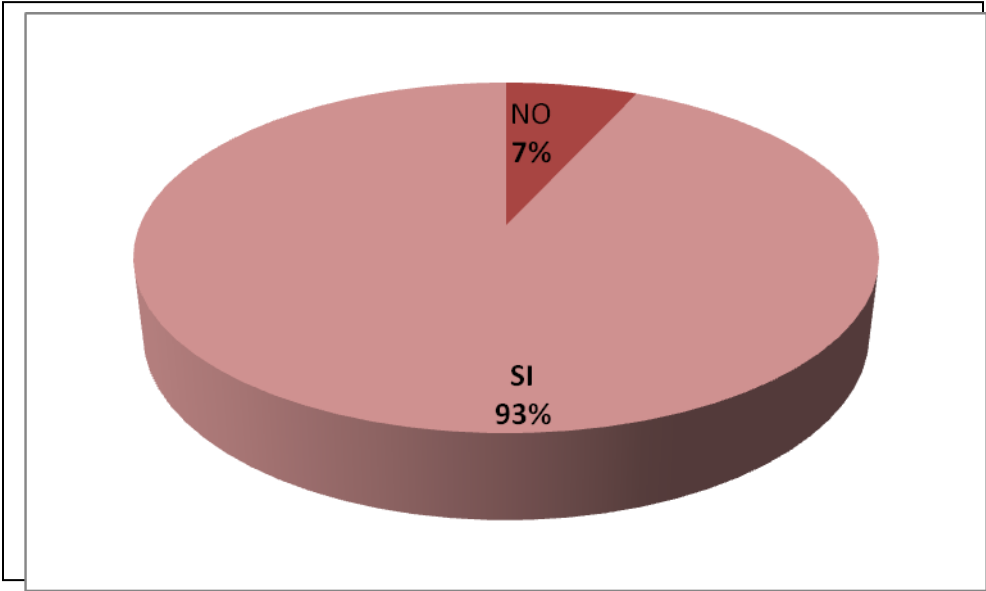
Figura 14: ¿Cree usted que el mejoramiento de los procesos de comunicación en su compañía, incrementaría los ingresos y la haría más sostenible en el mercado?



Fuente: Las autoras

La gráfica anterior nos muestra que el 100% de la población entrevistada, tanto pequeños negocios, como medianas empresas, están de acuerdo en que sí se mejoran los procesos de comunicación, se incrementarán los ingresos de las pymes, independientemente de la edad.

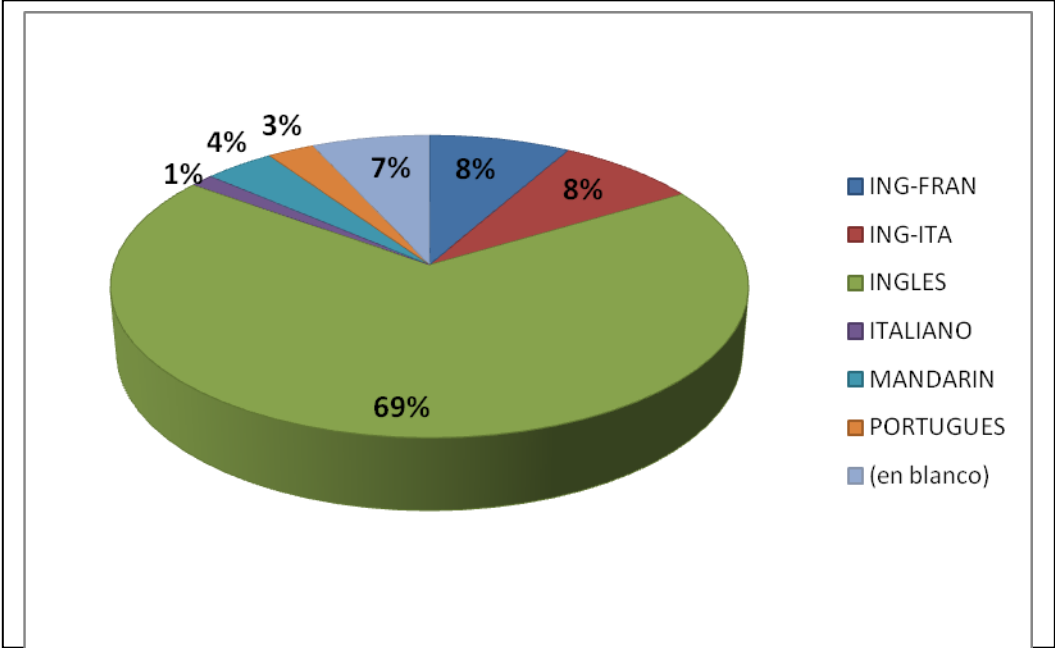
Figura 15: ¿Considera importante que su portafolio de servicios se presente en otros idiomas?



Fuente: Las autoras

Como se puede apreciar en la gráfica el 93% de la población, considera importante tener un portafolio de servicios y además, presentarlo en otros idiomas.

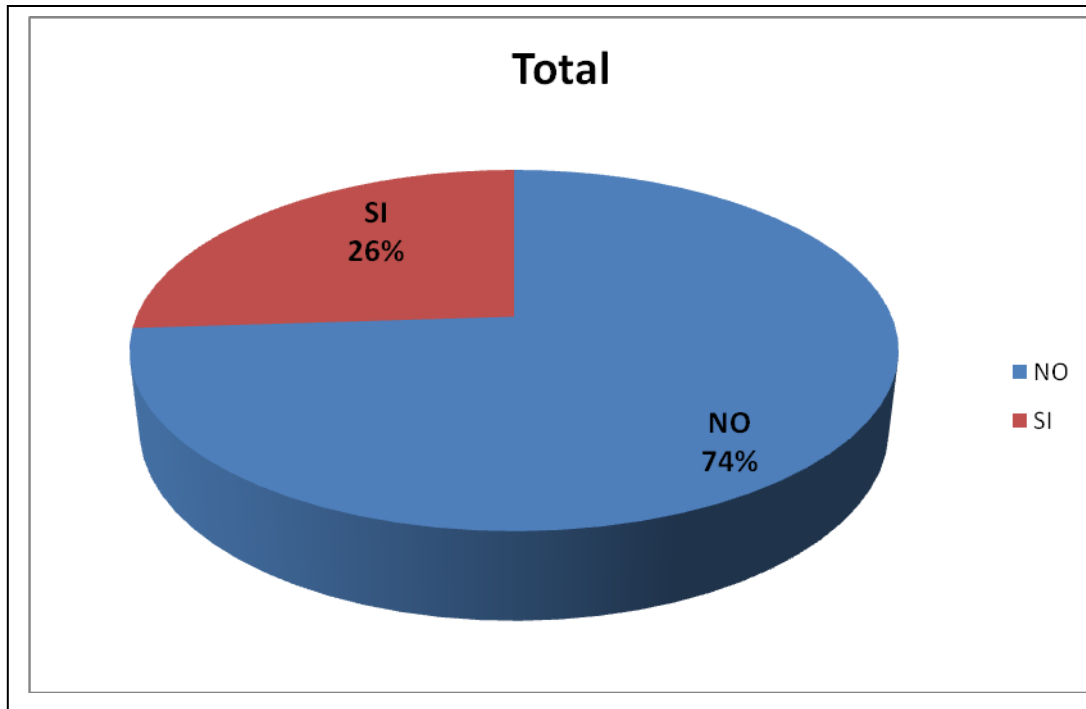
Figura 16: ¿En qué otro idioma además del español le gustaría, presentar su portafolio de servicios?



Fuente: Las autoras

La gráfica No.16 revela que los empresarios encuestados prefieren que su portafolio de servicios se presente en inglés el 69%, en inglés-italiano el 8%, en ingles francés el 8%, en Mandarín el 4%, en portugués el 3% y al 7% de los encuestados no les interesa presentarlo en ningún idioma.

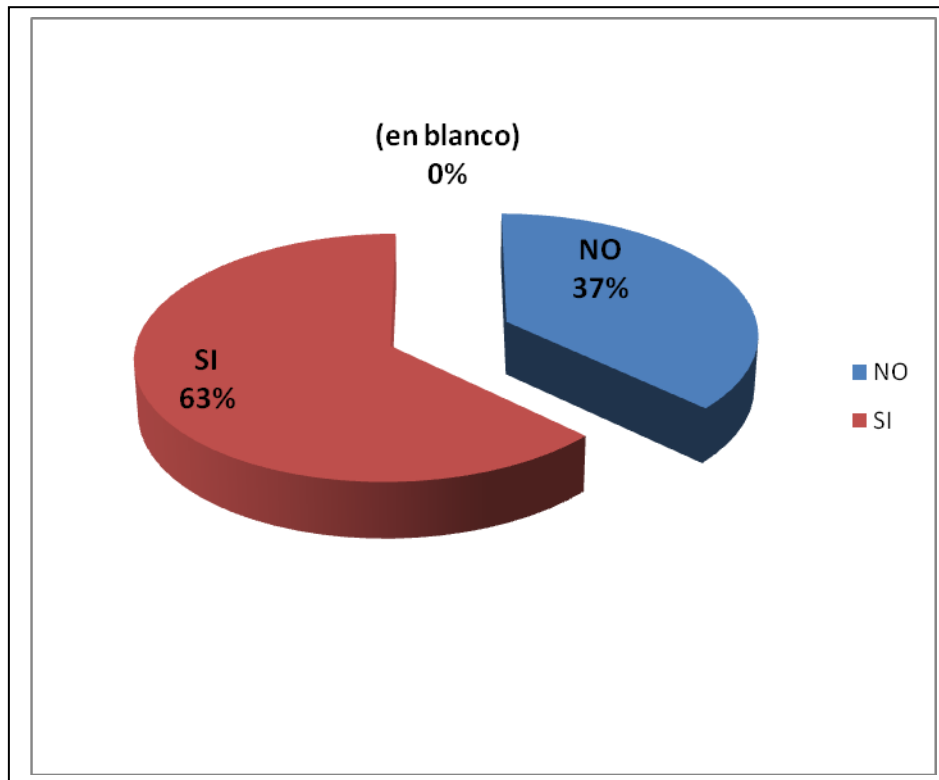
Figura 17: ¿En su organización existe una persona que supervise la comunicación organizacional de sus colaboradores, con sus clientes y proveedores?



Fuente: Las autoras

En la gráfica No. 17 se vislumbra que solamente el 26% de los empresarios que fueron encuestados cuentan con el personal encargado de la comunicación en su empresa y 74% no posee un consultor que les asesore en dicho tema, lo cual indica que existe la necesidad del servicio y la oportunidad de trabajo.

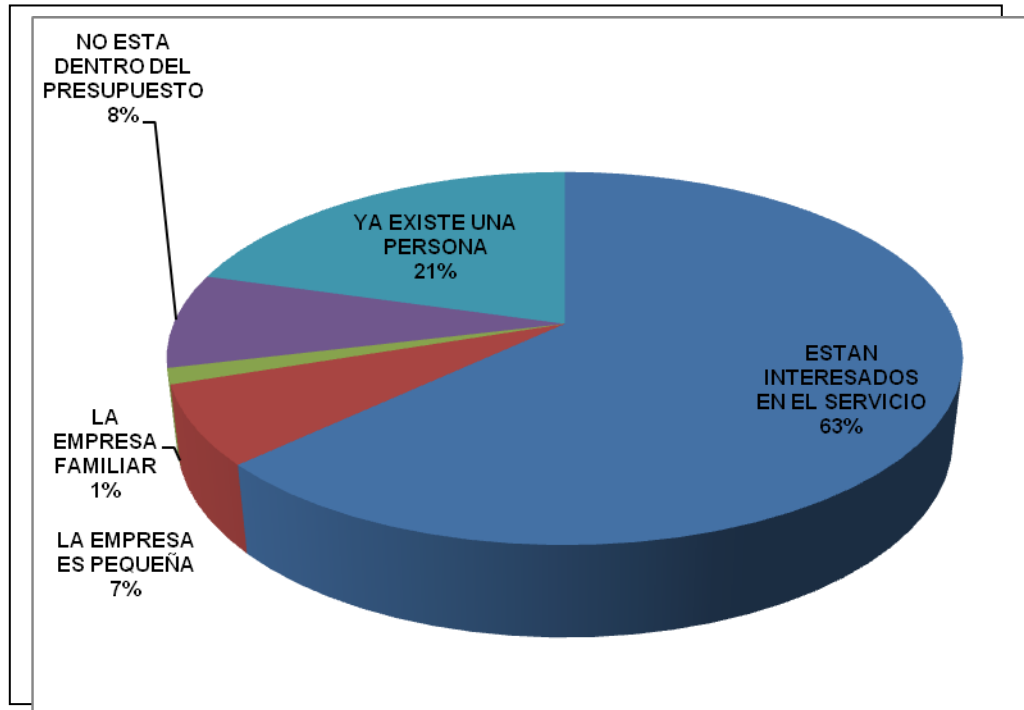
Figura 18: ¿Contrataría los servicios de asesoría y consultoría en comunicación organizacional?



Fuente: Las autoras

En la figura No. 18 podemos apreciar que el 63% de la población encuestada sí contrataría los servicios de asesoría y consultoría en comunicación organizacional, solamente un 37% no la contrataría y las razones están expuestas en la gráfica siguiente.

Figura 19: ¿Por qué no contrataría los servicios?



Fuente: Las autoras

Las razones por las cuales no contrataría el servicio son las siguientes:

El 21% de los empresarios manifiestan que ya existe una persona a cargo de esta labor, el 8% dicen que no está dentro del presupuesto, el 7% que su empresa es pequeña y el 1% responde que es una empresa familiar. Por otra parte se puede notar el 63% de los empresarios entrevistados manifiestan que si están interesados en contratar estos servicios, como se evidencia en la gráfica No.19.

2.3 Conclusiones de análisis de instrumentos

Esta encuesta permite establecer que el mercado objetivo está consciente de la importancia de la comunicación para hacer negocios, ya que el 100% de los encuestados manifestó que la comunicación en las organizaciones es importante, asimismo el 93% de la población manifestó que sería significativo tener un portafolio de servicios en otros idiomas, que implementar estos servicios en sus empresas, tal como el diseño y traducción de sus portafolios de servicios entre otros, sería benéfico para estas empresas y las harían más sostenibles y competentes, además el 69% de la población manifestó que prefieren que sus portafolios de servicios se han traducidos a inglés ya que pueden darse a conocer en mercados extranjeros, de esta forma ampliarán la visión, para en el futuro incursionar en mercados internacionales. Adicionalmente esta encuesta mostró que solamente un 26% de las empresas cuentan con este servicio y un 11% no cuentan con las posibilidades de adquirirlo, por lo que nos queda el 63% de las empresas que están en crecimiento, se están fortaleciendo y sí contratarían estos servicios de asesoría y consultoría en Comunicación Organizacional.

III. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

3.1 Pasos para la constitución de una empresa (Proexport Colombia, 2012)

- Se debe verificar la disponibilidad del nombre de la empresa en la Cámara de Comercio. Duración 1 día.
- Se debe presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría. Duración 1 día.
- Se debe firmar la escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias. Duración 4 días.
- Se debe Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil (en la Cámara de Comercio de Bogotá) Duración 1 día.
- Se debe obtener copia del certificado de existencia y representación legal, en la Cámara de Comercio. Duración 1 día.
- Se debe obtener número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional. Duración 1 día.

- Se debe abrir una cuenta bancaria y depositar la totalidad del capital social.
Duración 1 día.
- Se deben Inscribir los libros de comercio ante la Cámara de Comercio. Duración 1 día.
- Se debe Inscribir la empresa ante la Administración de Impuestos Distritales.
Duración 1 día.
- Se debe obtener el concepto favorable de uso del suelo de planeación distrital o la curaduría urbana. Duración 10 días
- Se debe inscribir la empresa ante Caja de Compensación Familiar, SENA e ICBF. Duración 2 días.
- Se debe inscribir la compañía ante una administradora de riesgos profesionales. Duración 1 día.
- Se debe obtener certificado de Bomberos. Duración 18 días.
- Se debe notificar apertura del establecimiento comercial a planeación distrital enviando una carta por correo electrónico. Duración 1 día.

3.2 Aspectos legales y constitución de una empresa SAS (Proexport Colombia, 2012)

Obligaciones Tributarias

1. Se debe inscribir el RUT en la secretaría de Hacienda Municipal.
2. Se deben pagar los impuestos nacionales.
3. Se debe pagar Renta, IVA, Rete fuente.
4. Se deben presentar los estados financieros acorde con los principios de contabilidad y dictaminados por un contador público independiente
5. Se debe inscribir la empresa en la cámara de comercio.

3.3 Constitución de una Sociedad por Acciones Simplificadas

- **Documentos requeridos:**

1. Se debe presentar un certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte o cédula de extranjería.
2. Se le debe dar un poder a un abogado o persona natural autorizada para actuar en nombre de los inversionistas.
3. Se debe definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida.

- **Protocolizar el contrato en documento privado:**

Estatutos de la Sociedad:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

La autenticación del documento genera el pago por cada socio de \$ 1.500

- **Efectuar el Registro Único Tributario (RUT)**

Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad.

El documento privado de constitución, las cartas de aceptación, el NIT de los inversionistas extranjeros, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil. Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía.

La inscripción en la Cámara de Comercio está sujeta al pago del impuesto de registro equivalente al 0,7% del monto del capital de la compañía, y al pago de derechos de matrícula mercantil por un valor de entre \$ 25.000 pesos y \$ 1.207.000 pesos dependiendo del capital.

Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad, lo cual tiene un valor de entre \$ 25.000 pesos y \$ 1.207.000 pesos dependiendo del capital.

- Tasa de Referencia: USD 1 = COP 1803.37. Valores para 2012.

- **Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad**

Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, cuando haya lugar a cada nombramiento. Dichas cartas

deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el tipo documento y número de identificación de la persona y su firma.

- **Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio**

Toda sociedad deberá tener los libros corporativos y de contabilidad. Entre los libros que se deben registrar se encuentran los siguientes:

1. Libro de registro de accionistas.
2. Libro de actas de la asamblea general de accionistas.
3. Libro de actas de la junta directiva, si hay lugar a ello.
4. Libro diario.
5. Libro mayor de balance.
6. Libro de inventarios

- Valor de la inscripción para cada libro es de \$ 8.116 Valores para 2012.

- **Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección.**

Toda compañía debe abrir una cuenta a su nombre en una entidad bancaria. En esta cuenta se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas.

- **Registrar la inversión extranjera en el Banco de la República.**

Una vez efectuada la inversión, es decir una vez se cubra el capital asignado a la compañía, y posteriormente en cada aumento del mismo, deberá efectuarse el registro de la inversión extranjera ante el Banco de la República.

Figura 20: Análisis DOFA de la Empresa

Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
<p>1. Falta de conocimiento en algunos temas de comunicación Organizacional</p> <p>2. Con el uso de las tecnologías, la información encontrada en la red, es más fácil consultarla que contratar los servicios de un asesor.</p> <p>3. Ser una empresa nueva en el mercado.</p> <p>4. No contar con una base de clientes</p>	<p>1. Las empresas están tomando conciencia del tema de la Comunicación.</p> <p>2. Las personas prefieren tercerizar estos servicios antes que contratar personal de planta.</p>	<p>1. Ofrecer el servicio de asesoría y consultoría con el acompañamiento de las lenguas en los procesos de gestión de comunicación.</p> <p>2. Contar con un equipo humano, emprendedor, comprometido y experimentado en el tema.</p> <p>3. Facilidad para generar conocimiento.</p> <p>4. Cada miembro está capacitado para resolver y dar soluciones a los problemas que se presenten en la</p>	<p>1. El servicio puede copiarse fácilmente.</p> <p>2. Dificultad para ganar la confianza y reconocimiento de los clientes.</p> <p>3. Que existan barreras de entrada (accesos a costosos canales de distribución)</p> <p>4. Que las empresas contraten asesorías en mercados internacionales aprovechando la revaluación del peso.</p>

		organización, mediante un diagnostico empresarial	
--	--	--	--

Fuente: Las autoras

IV. RECURSOS HUMANOS

Figura 21

PROFESION	FUNCIONES
Junta de Socios	<p>Son los encargados de dirigir la empresa bajo su responsabilidad.</p> <p>Velar por los intereses de la empresa y por el aumento sostenible de la misma.</p> <p>Planear objetivos y estrategias a visión futura.</p> <p>Ser responsable por proyectos experimentales e innovaciones.</p>
	<p>Define los procesos de planeación estratégica de la Organización.</p> <p>Delega funciones a quien considere</p>

<p>Gerente general</p>	<p>pertinente para el beneficio de la empresa.</p> <p>Mantiene contacto permanente con clientes, proveedores y socios aliados a la empresa.</p> <p>Representa a la empresa como persona jurídica.</p> <p>Presenta la junta directiva informes anuales acerca del estado de la empresa.</p>
<p>Contador</p>	<p>Realizar auditorías a la empresa cada vez que sea necesario, de acuerdo a lo programado en el plan general de auditoria.PGA.</p> <p>Revisar las cuentas de la empresa, si esta maneja recursos del estado.</p> <p>Revisar los planes de mejoramiento de la empresa.</p> <p>Adelantar revisiones contables.</p> <p>Auto capacitarse en el manejo de la guía de auditoría.</p>

	<p>Adelantar las denuncias que se presenten a la oficina de participación ciudadana por parte de personas naturales o jurídicas.</p>
<p>Gerente de Mercadeo</p>	<p>Determinación de la mezcla de productos y la innovación de estos.</p> <p>Determinar la publicidad y promoción de las ventas.</p> <p>Distribución de mercados y logística de la distribución</p> <p>Análisis y control de ventas.</p> <p>Servicio de los productos.</p> <p>Gerencia de servicio.</p> <p>Servicio al cliente.</p> <p>Traza metas de mercadeo para el aumento de las ventas.</p>

<p>Ingeniero de sistemas</p>	<p>Diseñar y manejar el software de la empresa.</p> <p>Efectuar arreglos que requiera el software.</p> <p>Dirigir y ejecutar proyectos sobre la instalación de redes de procesamiento a distancia.</p>
<p>Secretaria</p>	<p>Recibir las visitas de clientes, proveedores y hacerlos sentir de la mejor manera posible.</p> <p>Encargada de recibir las llamadas de los clientes y dar los respectivos mensajes a su jefe.</p> <p>Manejo de la información confidencial de la empresa.</p>

Fuente: Las autoras

4.1 Equipo de Trabajo

Ivonne Elena Angarita Rodríguez: (Gerente General): Es una persona dedicada, emprendedora, con proyecciones claras acerca de su futuro, perseverante, trabajadora, segura de las cosas que realiza, tiene aptitudes para trabajar en equipo, liderazgo, creatividad, buena comunicación y relaciones interpersonales, las cuales le permiten desenvolverse y aceptar no solo los retos provenientes, sino acoplarse a nuevas formas de vida.

Martha Patricia Cerchiaro Rivero (Gerente de Mercadeo): Es una persona emprendedora, que actúa de manera independiente, piensa de manera estratégica con visión a largo y mediano plazo. Tiene claras sus metas y le gusta lograr lo que se propone; es responsable, servicial, creativa, trabajadora, tolerante; le gusta hacer las cosas lo mejor posible, interactuar con otras culturas; le gusta expresar sus ideas y escuchar las opiniones de los demás, le gusta trabajar en grupo aunque es un poco introvertida, pero es dada a conocer todo tipo de personas y tener buenas relaciones con ellas, es democrática, analiza cada problema y toma los aspectos positivos que la hacen crecer como persona.

V. ESTRATEGIA DE MERCADO

5.1 Concepto de servicio

C&A advisors será una empresa responsable y confiable que brindará el servicio de asesoría y consultoría organizacional inicialmente a nivel Bogotá; trabajará todas las empresas, pero centrará su atención en prestar los servicios a compañías textiles y de confección.

Nuestra entidad se ocupará de realizar estrategias, donde el objetivo principal será mejorar la comunicación interna de todas las dependencias de la compañía, de dirigir las relaciones entre las empresas y su público, de fortalecer las funciones en el clima organizacional (mejorando la relación entre los actores, el entorno y sus diferentes herramientas de comunicación), de implementar o mejorar la consultoría estratégica en las relaciones con los medios, la organización de eventos y la Consultoría lingüística si es requerido por la empresa.

El trabajo se ejecutará a través de tres acciones básicas:

- ✓ Asesoría y consultoría en comunicación organizacional (interna y externa si se requiere).
- ✓ Consultoría Lingüística (corrección, redacción, traducción diseño de portafolio, estrategia de mercado en otras lenguas.
- ✓ Apoyo en la negociación (como interprete) si fuere requerido.

El servicio que ofrece esta entidad es directo, ya que no tiene intermediarios, es diseñado y aplicado directamente por la compañía, dicho servicio está en pleno auge, ya que Colombia pasa por uno de los mejores momentos en cuanto a relaciones exteriores se refiere, este suceso unido con el proceso de globalización, los acuerdos bilaterales, los Tratados de Libre Comercio etc., incrementará la necesidad de los consumidores a solicitar este servicio periódicamente.

Actualmente este servicio tiende a ser atractivo en el ámbito empresarial, ya que las organizaciones quieren crecer, ser estables y mantenerse cada vez más fuertes en los mercados; esto es posible haciendo uso de todos los instrumentos y fortaleciendo la empresa en sus diferentes frentes.

5.2 Estrategia de difusión

C&A, Advisors es una empresa que busca difundir sus servicios de asesoría y consultoría de forma directa, es decir se ofrecerá el servicio por internet, se harán llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio y al final tener una base de datos con los posibles clientes, también se hará de forma indirecta por medio de terceros para lograr mayor efectividad y crecimiento en el futuro de la empresa.

5.3 Estrategia de precio

Nuestra empresa entrará al mercado con una estrategia de precio llamada tipo captura o penetración en el mercado, significa que fijaremos un precio inicial bajo para lograr entrar al mercado fácilmente, de manera eficaz y atraer un gran número de consumidores para conseguir reconocimiento dentro del mercado al cual va dirigido nuestro servicio, ya que los objetivos principales son generar un volumen sustancial de ventas y atraer nuevos clientes o empresas que requieran del servicio que nosotros ofrecemos.

Después de haber realizado un Benchmark e indagaciones realizadas en el mercado acerca de los precios de la competencia y con los costos se llegó a la conclusión que el precio por hora de asesoría y consultoría es la suma de \$180.000. Se calcula que el tiempo requerido por proyecto tiene una duración promedio de 24 horas, por tanto, los ingresos recibidos por cada trabajo serán cerca de \$ 4.300.000. La forma de pago establecida por dicha compañía será 50% al inicio del proyecto, (cuando se realice la intervención o el estudio en la empresa), .30% al presentar las estrategias, y 20% al presentar los resultados.

5.4 Estrategia de promoción

Esta compañía brindará sus servicios inicialmente en la ciudad de Bogotá y municipios aledaños. Nuestra primera estrategia de promoción es la ya mencionada tipo captura o penetración, significa que fijaremos un precio inicial bajo, para lograr entrar al mercado fácilmente, también ofreceremos descuentos del 10% por cada cliente efectivo que nos refieran nuestros consumidores.

5.5 Estrategia de comunicación

C&A Advisors para atraer clientes implementará varias estrategias de comunicación entre las cuales están:

Publicidad través de una página de internet

En este momento la empresa tiene una página web sin dominio propio, pero si está abierta al público. En esta página se visualiza una pequeña introducción acerca del tema de comunicación organizacional y se muestran los productos que C&A ofrece.

Publicidad tradicional

La empresa se dará a conocer por medio de folletos, revistas, tv, periódicos, radio, vallas publicitarias y el método de voz a voz, ya que son medios que las personas frecuentan diariamente.

Publicidad por Merchandising

Al momento de presentar la empresa al publico se obsequiaran artículos publicitarios como llaveros, lapiceros o cartucheras que lleven el logo o marca de la empresa para quede una alta recordación.

Publicidad a través de redes sociales O virales

Nuestra empresa está consciente del gran impacto que tienen las redes sociales en todos los ámbitos, es por dicha razón que se abrirá una cuenta en estos, puesto que son usados a nivel mundial, a través de dichos medios, se realizara la campaña de lanzamiento, y se dará a conocer la empresa, el objetivo y las bondades de sus servicios a todos nuestros posibles clientes. Adicionalmente se creara un vínculo directo con la página de internet donde se presentara la oferta de los servicios ofertados por la compañía y la forma de contactarnos.

Ferias empresariales organizadas por la Universidad EAN

Esta entidad está apoyando en gran manera a los pequeños empresarios ofreciéndoles la posibilidad de darse a conocer y promover sus productos y servicios.

Ruedas de negocios y Misiones comerciales nacionales a través de La Cámara de Comercio de Bogotá

Actualmente los empresarios colombianos reciben gran ayuda de la Cámara de Comercio de Bogotá en lo referente a emprendimiento, formación, y promoción empresarial, dicha entidad por medio su programa de promoción del comercio nacional, lo prepara para participar en ferias, misiones comerciales nacionales y ruedas de negocios. Gracias a estas actividades, los empresarios tienen la posibilidad de establecer contactos comerciales efectivos con compradores nacionales.

5.6 Presupuesto

La publicidad que vamos a implementar no requiere de altos costos de dinero pero, se considera que por conceptos de propaganda impresa se tendrán los siguientes costos:

Figura 22: Gastos de Publicidad

Objeto	Precio
Tarjetas de presentación	\$80.000
Lapiceros	\$150.000
Gastos de papelería	\$70.000
Total	\$300.000

VI. PROYECCION DE VENTAS

Figura 23: Proyección de ventas

Empresas Objetivo	Total Empresas Trabajadas al año	Total Empresas Trabajadas al mes
22.172	66.51	5.54

Figura 24: Precio de horas por consultoría y asesoría

Valor hora de Asesoría	Número de Horas Anuales	Número de Horas Mensuales
\$ 180.000	1.188	99
	Ingresos Anuales por Asesorías	Ingresos Mensuales por Asesorías
	\$ 213.840.000	\$ 17.820.000

De acuerdo a un análisis realizado El mercado objetivo de C & A Advisors está integrado por aproximadamente a 22.172 empresas en Bogotá, se presume que el primer año se lograra conseguir aproximadamente el 0,3% del mercado que equivale a 66.51 compañías.

Por tanto basados en las proyecciones la organización tendrá la capacidad de trabajar 5.54 entidades, lo cual arrojará unos ingresos mensuales aproximados de \$ 17.820.000 y unos ingresos anuales promedio de \$ 213.840.000.

Como es sabido en Bogotá existen pequeñas y medianas empresas, las cuales no requieren de la misma cantidad de horas de asesoría, por tanto se presume que el promedio de horas requeridas por cada entidad es aproximadamente de 18 horas, lo cual arroja un total de 99 horas mensuales y 1.188 horas anuales.

6.1 Operación

6.2 Requerimientos del Proceso

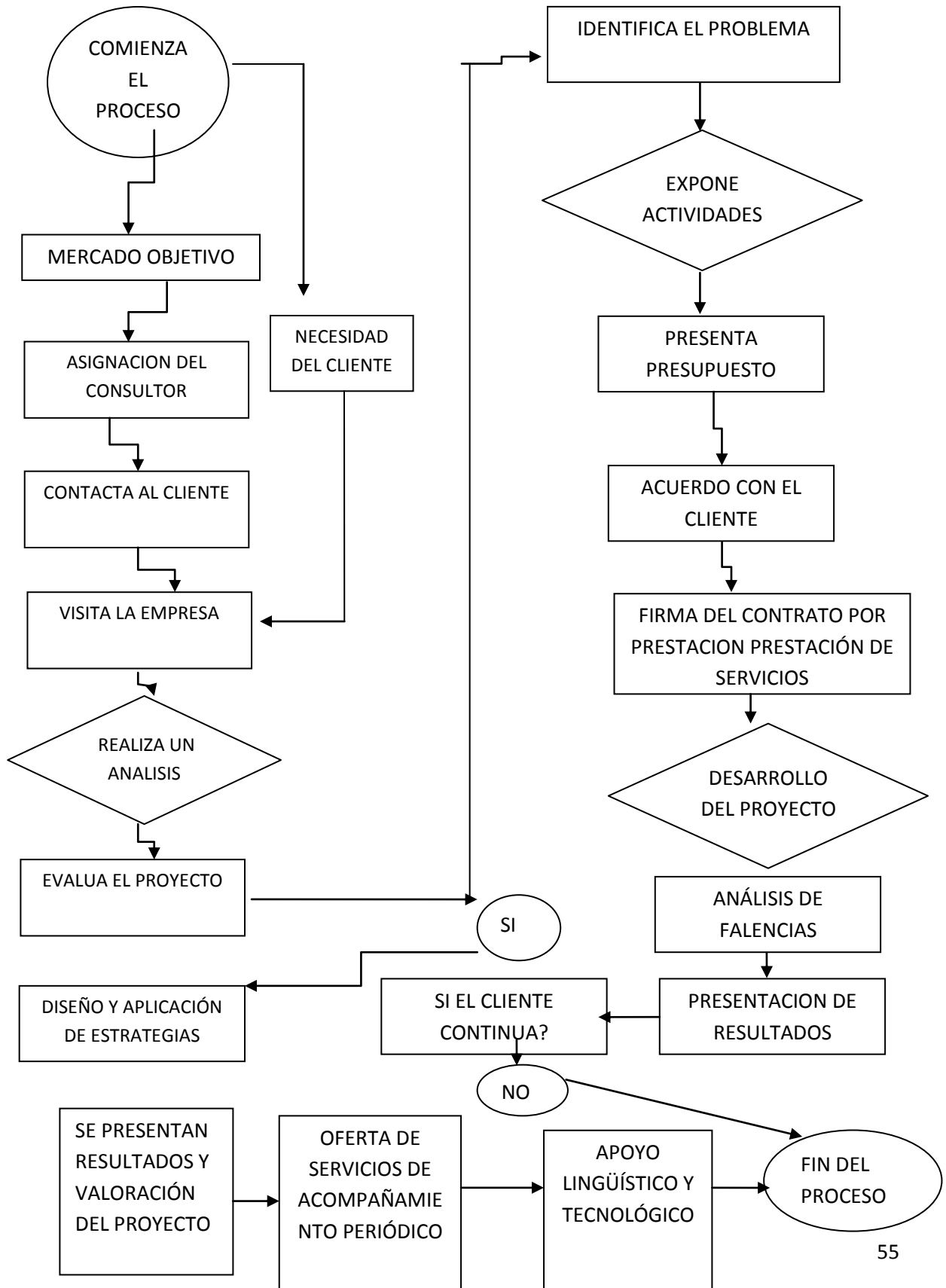


Figura 25: Ficha técnica del servicio

Nombre del servicio	Asesoría y Consultoría en Comunicación Organizacional
Descripción General	C&A advisors será una empresa responsable y confiable que brindara el servicio de asesoría y consultoría organizacional.
Lugar de prestación del Servicio	Inicialmente se aplicara la ciudad de Bogotá.
Aplicación	Se trabajara todas las empresas de la ciudad, pero la compañía centrara su atención en prestar los servicios a compañías textiles y de confección
Estrategia de Distribución	C&A, Advisors Será una empresa que distribuirá sus servicios de asesoría y consultoría de forma directa, tanto personalmente, como a través de envío de correos, visitas a domicilio y llamadas telefónicas.
Proceso de distribución	
Precio del servicio	VR por hora de consultoría \$ 180.000

Fuente: Las autoras

- ✓ Inicialmente esta entidad tendrá contacto con las organizaciones potenciales, quienes serán nuestros futuros clientes, este enlace se realizará á través de internet, de directorios empresariales, de las redes sociales, de las Ruedas de negocios y de las Misiones comerciales nacionales.
- ✓ El siguiente paso es visitar la empresa e identificar la necesidad y los problemas del cliente.
- ✓ Posteriormente se fijara el consultor, quien a su vez realizara un análisis y evaluación del proyecto.
- ✓ Más adelante se emitirá una cotización en donde estarán explícitos las labores y los costos del trabajo a realizar.

- ✓ Seguidamente dicho documento se someterá a consideración del cliente, quien manifestara sus puntos de vista.
- ✓ Después si las partes están de acuerdo se procederá a realizar el contrato de asesoría y consultoría a través del cual las partes se comprometen.
- ✓ Más adelante se desarrollara el proyecto, analizando las falencias se presentaran los resultados y evaluación del proyecto.
- ✓ Si el cliente no quiere continuar con la consultoría, el proceso finalizara en esta parte.
- ✓ Si el cliente decide seguir con la consultoría, se diseñaran y aplicaran las diferentes correcciones y estrategias para eliminar los problemas existentes.

- ✓ Posteriormente se enseñaran los resultados a la empresa y se valorara el proyecto.

- ✓ Por último se ofrecerá a la compañía la posibilidad de contar con el servicio de acompañamiento periódico del proceso, para de esta forma no permitir que los procesos implementados se deterioren o se pierdan. Adicionalmente se ofrecerá el apoyo lingüístico, logístico y tecnológico para que la empresa crezca en todos los aspectos.

6.4 Necesidades y requerimientos

Para poner en funcionamiento C&A es necesario tener en cuenta

- ✓ Que la empresa este legalmente constituida.
- ✓ Equipo de trabajo.
- ✓ Capital de inversión.
- ✓ Ubicación.
- ✓ Muebles y enseres.
- ✓ Equipos tecnológicos.

- ✓ Dotación oficina (papelería y suministros).

VII. PLAN DE COMPRAS

7.1. Costos administrativos

7.1.1 Costos Personal

Figura 26

Cargo	Cantidad	Por Mes	A 4 meses	Por a un año
Gerente General	1	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000	\$ 18.000.000
Gerente Mercadeo	1	\$ 1.500.000	3.000.000	18.000.000
Ing. de Sistemas	1	\$ 500.000	2.000.000	6.000.000
Contador	1	\$400.000	1.600.000	4.800.000
Asistente	1	\$700.000	2.800.000	8.400.000
Total		\$ 4.600.000	12.400.000	\$55.200.000

Figura 27: Inversión Inicial

ITEM	VALOR
Gastos matrículas y licencias de constitución	\$ 550.000
M/ Equipo de oficina	5.800.000
Muebles y enseres	1.650.000
Arriendo	700.000
Provisión efectivo para 3 meses Arriendo,	3.220.000

publicidad , Servicios	
Provisión efectivo para 3 meses gastos de personal	18.400.000
Reserva efectivo para imprevistos	800.000
TOTAL	31.120.000

Figura 28: Inversión Inicial detallada

Muebles y Enseres

INMUEBLE	CANTIDAD	V/ UNITARIO	VR TOTAL
Centro de Computo	5	\$170.000	\$850.000
Sillas	5	\$100.000	\$500.000
Sofá	1	\$300.000	\$300.000
Total		\$ 570.000	\$1.650.000

Figura 29: Equipo de oficina

EQUIPO	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR.TOTAL
Teléfono-fax	1	\$100.000	\$100.000
Impresora-escáner-laser	1	\$700.000	\$700.000
Computadores DELL Portátiles	2	\$1.700.000	\$3.400.000
Computador de mesa	1	1.600.000	1.600.000
Total		4.100.000	\$ 5.800.000

TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO

\$ 7.450.000

Figura 30: Herramientas de oficina

Articulo	Cantidad	Precio
Cosedora normal	1	\$ 7.200
Perforadora normal	1	\$ 6.900
Calculadora Casio	1	\$20.000
Total		\$34.100

Figura 31: Insumos de papelería

Papelería y suministros	Valor unitario
Sobres de Manila carta y oficio x 25	\$ 3.100
Resma de papel	\$10.000
Sobres para Carta x 12	\$1.000
Almohadilla para sello	\$3.500
Tinta para sello	\$1.700
Notas adhesivas paquete de 4 x 40	\$8.000
Caja de clip pequeños x 100	\$3.200
Caja de clip mariposa x 100	\$7.900
Caja de lapiceros x 12	\$6.000

Caja de lápices x 12	\$6.500
Caja de borradores x 50	\$3.000
Total	\$ 53.900

VIII. ORGANIZACIÓN

8.1 Nombre de la Empresa: C&A Advisors

8.2 Tipo de Empresa: S.A.S

8.3 Tamaño de la Empresa: Pequeña

8.4 Objetivo General de la Empresa

- Apoyar a las compañías en el fortalecimiento de sus relaciones internas y externas en la comunicación organizacional, mediante un diagnostico que permita establecer el estado de la organización, implementando estrategias acordes a las necesidades de cada empresa y sector de actividad que permitan a las compañías mejorar las falencias, maximizando su valor económico, y reduciendo costos.

8.5 Objetivos específicos de la empresa

- Realizar un estudio de mercado en las empresas textiles que permitan estudiar al consumidor potencial del servicio.

- Diseñar estrategias de producto, precio, promoción y plaza (lugar y desplazamiento) donde se va prestar el servicio de asesoría y consultoría en las empresas textiles de Bogotá.
- Realizar estudios de mercadeo y ventas a las empresas clientes potenciales, en este caso a las empresas textiles.
- Asignar las tareas en las diferentes áreas de acuerdo al equipo de trabajo.
- Realizar Estudios de los estados financieros y contables de las empresas potenciales textiles.

8.6 Misión

Prestar los servicios de asesoría y consultoría en comunicación organizacional, mejorando la comunicación interna y externa de las compañías, y optimizando las relaciones entre las empresas y su público.

8.7 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en Comunicación Organizacional, generando valor, conocimiento y excelentes relaciones con nuestras empresas, su público y la sociedad, con un alto nivel de confiabilidad en nuestros clientes y logrando un buen posicionamiento en el mercado.

8.8 Logo



8.9 Slogan

C&A Advisors, La puerta de grandes negocios para su empresa.

8.10 Políticas

- Prestar un servicio con estándares de alta calidad.
- Ser una empresa responsable y confiable a la hora de presentar los servicios al cliente.
- Mantener un comportamiento digno y ético de un comunicador organizacional dentro y fuera de la empresa.
- Brindar una completa discreción, respecto a la información suministrada por los clientes.
- Tener en cuenta las necesidades de los clientes a la hora de ofrecer el servicio.

8.11 Estrategias Organizacionales

La estrategia organizacional que empleará C&A, Advisors por medio de sus asesorías y consultorías será fomentar el aprendizaje organizacional para promover el liderazgo continuo entre los directivos y empleados de las empresas logrando implantar un clima organizacional y tener como objetivo el trabajo en conjunto para apoyar, desarrollar estrategias y distribuir conocimientos a lo largo de la organización y ofrecer un servicio de alta calidad y personalizado fijándonos siempre en la necesidades y satisfacción del cliente.

Las estrategias se plantearon de acuerdo al análisis DOFA presentado anteriormente en la figura 20.

F1-O1 Capacitar a las empresas en el tema de comunicación organizacional, enfocado a su en su portafolio de servicios con énfasis en el idioma que sea necesario, si la empresa lo requiere.

F1-O2=Lograr que las empresa pymes logren incursionar en el mercado extranjero sin ninguna dificultad ni barrera por no conocer la cultura o idioma al cual van dirigidos.

D3-A2= Contar con un equipo capacitado y calificado que posea las competencias requeridas.

D4-A2= Contar con un equipo de emprendedores con amplio capital relacional que los pueda contactar con los clientes.

D2-F3= Hacer asesorías por medio del chat de la empresa o que la persona entren al blog y dejen sus preguntas y comentarios sobre lo que les interese saber acerca de nuestros servicios.

D3-F3 =Gestionar conocimiento y buscar aumentar la demanda de inversión extranjera en el país ayudándolo al crecimiento económico.

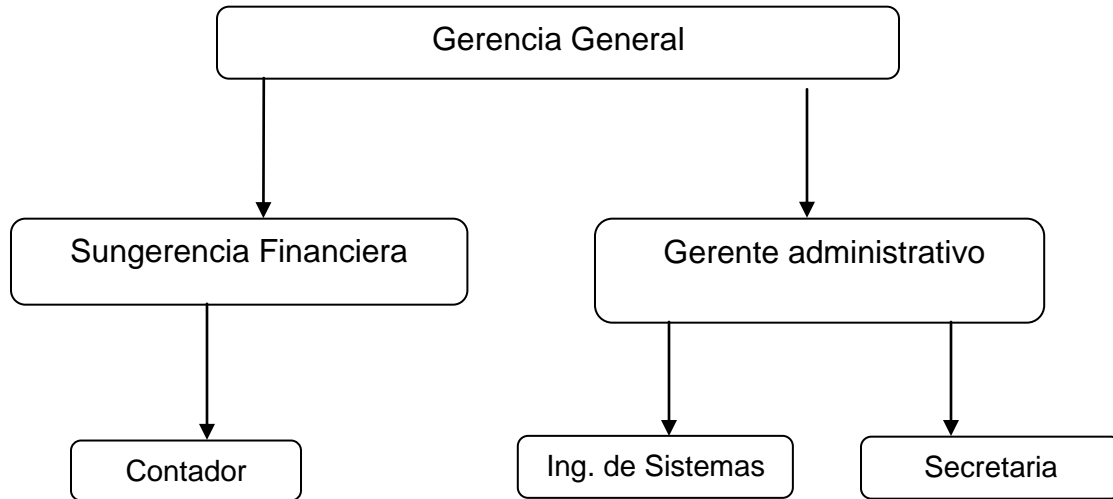
O1-F3= Ganar la confianza de los clientes haciéndolos sentir seguros que nuestro servicio es confiable e innovador para el crecimiento y beneficio de su empresa.

F1-A4 =Mantener un precio estándar para aquellas empresas que se fidelicen con nuestro servicio, ofreciendo ofertas e incentivos especiales y haciéndolos socios participes de nuestra empresa.

D1-A2 =Hacer un gasto pertinente en entrenamientos, seminarios, conferencias y capacitaciones para enriquecimiento intelectual del equipo de trabajo.

8.12 Estructura Organizacional

ORGANIGRAMA



Fuente: Las autoras

IX. RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas de hoy en día están tomando la determinación de aplicar la Responsabilidad Social como un buen método de ayudar a la sociedad y ayudar el medio ambiente, que por estos años se ve afectado por la producción industrial y las acciones nocivas por parte del hombre, sin embargo, a pesar de ser un tema importante de carácter voluntario que requiere un compromiso desinteresado, muchas empresas desconocen este tema y sus ventajas de aplicarla, la responsabilidad social trae consigo ventajas de tipo económico, ya que las empresas que se deciden aplicarlas recibirán beneficios en el pago de impuestos, además de la satisfacción de haber ayudado y contribuido a la sociedad que vive en constantes cambios, los cuales requieren de actitudes consientes para afrontar con determinación las actuales crisis a las cuales la sociedad en general esta propensa.

Es por dicha razón C&A Advisors se ha unido desinteresadamente a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial que junto con la fundación OBEB, tienen como principal objetivo erradicar la pobreza por medio de una intervención directa y concreta en las comunidades que han sido víctimas de este flagelo.

Por eso C&A la trabajará dos veces al mes en la capacitación de cursos de lencería y pintura para las mujeres cabeza de hogar y niños, también dictará cursos gratuitos de crecimiento personal para jóvenes fortaleciendo el espíritu emprendedor que los caracteriza, uniéndose a las actividades que esta fundación ofrece día a día para el bienestar de los futuros jóvenes y madres cabeza de hogar que han sido víctima del maltrato intrafamiliar y quieren salir adelante para mejorar sus vidas y tener que brindarles un futuro mejor a sus hijos que en el mañana serán el futuro del país.

“Según el autor Dahlsrud (2008), El define la RSE como el conjunto de políticas y acciones que las firmas adoptan de manera voluntaria para contribuir a la sociedad,

proteger la naturaleza y mantener buenas relaciones con los agentes interesados (stakeholders).

9.1 Impacto Social

C&A Advisors sorprenderá a sus clientes y consumidores brindando un servicio de alta fidelidad y sentido de pertenencia donde un equipo dinámico, emprendedor e innovador se encargara de diseñar programas y estrategias para el mejoramiento de la cultura organizacional desarrollando servicios que conquisten mercados implicando la creación de un ambiente de confianza y de relación entre las personas en una organización

9.2 Impacto Económico

El impacto económico que generara C&A Advisors cuando logre incursionar en el mercado será la generación de empleo, a medida que la empresa logre posesionarse se contratara personal capacitado en las áreas de asesoría y consultoría para el crecimiento y benéfico de esta, ya que el desarrollo económico de un país se logra por la vía de la creación de empresa, así mismo también contribuirá con el crecimiento económico del país en el PIB, generando bienestar y competitividad a nivel nacional e internacional.

9.3 Impacto Ambiental

C&A Advisors, no tendrá un impacto ambiental dentro del medio donde se encuentre ya que no es una empresa de tipo industrial, si no de servicios, pero la empresa trabajará en concientizar a sus empleados de la importancia que tiene el medio ambiente ya que fenómenos como el calentamiento global afectan el medio en el cual nos desenvolvemos cada día. Se sensibilizará a los empleados brindándoles una información clara, periódica y precisa que permite que ellos se sientan corresponsables y con sus acciones generen una calidad de vida mejor al medio

ambiente para esto se tratará de utilizar el menor papel posible empleando las herramientas tecnológicas y si es el caso de utilizar papel se usara el reciclable.

X. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Figura 32: Costos Anuales

Ítem	Inversión Mensual	Inversión Anual
Arriendo Oficina	\$ 700.000	\$ 8.400.000
Personal	4.600.000	55.200.000
Publicidad	200.000	2.400.000
Servicios públicos	80.000	960.000
Otros gastos administrativos	200.000	2.400.000
Total	5.780.000	\$ 69.360.000

XI. ANÁLISIS FINANCIERO

Figura 33: Balance general inicial y al finalizar el primer año de operaciones

	2012	2013
BALANCE GENERAL		
Activo Corriente		
Efectivo	23.120.000	117.018.000
Cuentas X Cobrar	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0
Inventarios Matérias Primas e Insumos	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0
Total Activo Corriente:	23.120.000	117.018.000
Terrenos	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	5.800.000	4.918.400
Muebles y Enseres Neto	1.650.000	1.399.200
Equipo de Transporte Neto	0	0
Equipo de Oficina Neto	0	0
Semovientes pie de cria	0	0
Cultivos Permanentes	0	0
Total Activos Fijos:	7.450.000	6.317.600
Total Otros Activos Fijos	550.000	0
TOTAL ACTIVO	31.120.000	123.335.600
Pasivo		
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0
Impuestos X Pagar	0	31.621.940
Acreedores Varios		0
Obligaciones Financieras	0	0
Otros pasivos a LP		0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0	0
TOTAL PASIVO	0	31.621.940
Patrimonio		
Capital Social	31.120.000	31.120.000
Reserva Legal Acumulada	0	0
Utilidades Retenidas	0	0
Utilidades del Ejercicio	0	58.726.460
Revalorización patrimonio	0	1.867.200
TOTAL PATRIMONIO	31.120.000	91.713.660
TOTAL PAS + PAT	31.120.000	123.335.600

La empresa inicia operaciones con activos por valor de 23.120.000 pesos y sin pasivo. Al finalizar el primer año de operaciones la empresa tiene activos por valor de 123.335.600 pesos. Los pasivos de la empresa al finalizar el primer año de operaciones son de 31.621.940 pesos que corresponden a impuestos por pagar y el patrimonio es de 91.713.660 pesos.

Figura 34: Flujo de caja al finalizar el primer año de operaciones

	2013
FLUJO DE CAJA	
Flujo de Caja Operativo	
Utilidad Operacional	91.768.600
Depreciaciones	1.579.400
Amortización Gastos	0
Agotamiento	0
Provisiones	0
Impuestos	0
Neto Flujo de Caja Operativo	93.348.000
Flujo de Caja Inversión	
Variación Cuentas por Cobrar	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0
Otros Activos	0
Variación Cuentas por Pagar	0
Variación Acreedores Varios	0
Variación Otros Pasivos	0
Variación del Capital de Trabajo	0
Inversión en Terrenos	0
Inversión en Construcciones	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0
Inversión en Muebles	0
Inversión en Equipo de Transporte	0
Inversión en Equipos de Oficina	0
Inversión en Semovientes	0
Inversión Cultivos Permanentes	0
Inversión Otros Activos	550.000
Inversión Activos Fijos	550.000
Neto Flujo de Caja Inversión	550.000
Flujo de Caja Financiamiento	
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0
Intereses Pagados	0
Dividendos Pagados	0
Capital	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0
Neto Periodo	93.898.000
Saldo anterior	23.120.000
Saldo siguiente	117.018.000

Al iniciar operaciones la empresa cuenta con un efectivo por valor de 23.120.000 pesos. El saldo del primer año es de 93.898.000 pesos y al finalizar el primer año de operaciones el saldo que pasa en el flujo de caja es de 117.018.000 pesos.

Figura 35: Estado de resultados al finalizar el primer año de operaciones

Estado de pérdidas y ganancias

	2013
ESTADO DE RESULTADOS	
Ventas	213.840.000
Devoluciones y rebajas en ventas	10.692.000
Materia Prima, Mano de Obra	35.640.000
Depreciación	1.579.400
Agotamiento	0
Otros Costos	2.400.000
Utilidad Bruta	163.528.600
Gasto de Ventas	2.400.000
Gastos de Administración	69.360.000
Provisiones	0
Amortización Gastos	0
Utilidad Operativa	91.768.600
Otros ingresos	
Intereses	0
Otros ingresos y egresos	0
Revalorización de Patrimonio	-1.867.200
Ajuste Activos no Monetarios	447.000
Ajuste Depreciación Acumulada	0
Ajuste Amortización Acumulada	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0
Total Corrección Monetaria	-1.420.200
Utilidad antes de impuestos	90.348.400
Impuestos (35%)	31.621.940
Utilidad Neta Final	58.726.460

Al finalizar el primer año de operaciones, la empresa tiene ventas por valor de 213.840.000 pesos, una utilidad antes de impuestos de 90.348.400 pesos y después de impuestos la utilidad final del primer año es de 58.726.460 pesos.

Figura 36: Tasa interna de retorno y valor actual neto

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	20%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	288,88%
VAN (Valor actual neto)	199.353.935
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,35
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	8 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	0,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	15 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	16 mes

La TIR es de 288,88 en una proyección a cinco años y el VAN es de 199.353.935 pesos. Estos números son atractivos para las inversionistas que esperaban una rentabilidad mínima de 50% y por lo tanto deciden emprender el proyecto.

XII. CONCLUSION ANALISIS FINANCIERO

- ✓ De acuerdo a un análisis realizado el mercado objetivo de C & A Advisors está integrado por aproximadamente a 22.172 empresas en Bogotá, se presume que el primer año se logrará conseguir aproximadamente el 0,3% del mercado que equivale a 66.51 compañías, que multiplicadas por 18 horas, promedio requerido por cada entidad, representan 1.188 horas anuales, multiplicadas por 180.000 pesos valor de cada hora, nos arrojaría un total de ventas de 213.840.000 pesos como lo muestra el estado de resultados, los cual descontando todos los gastos, pagos de impuestos etc., nos deja una utilidad neta de 58.726.460 pesos en el primer año.

XIII. CONCLUSIONES GENERALES

Las principales conclusiones de este proyecto de grado son:

- ✓ Para desarrollar este trabajo de grado, se ejecutó una investigación en la cual se pudo establecer la necesidad existente del mercado objetivo, respecto al servicio de asesoría y consultoría en comunicación organizacional,
- ✓ interactuando con los empresarios, se pudo apreciar su deseo de mejorar varios aspectos en sus compañías, además se sintieron atraídos ante la posibilidad de innovar en sus negocios, ya que están consientes que ante los procesos de tratados y convenios internacionales, las empresas deben estar en constante crecimiento e implementar nuevas estrategias para mantenerse en el mercado.
- ✓ Con este trabajo de grado se aplicaron y afianzaron muchos de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera, además se fortaleció y complementó el proceso de creación de empresa.
- ✓ Se pudo comprobar que obtener información de la competencia es difícil, ya que enviamos la encuesta a varias empresas y tratamos de realizarlas telefónicamente, pero fue complicado, dichas entidades son reacias a proporcionar información.
- ✓ De acuerdo con los estados financieros se pudo establecer que el proyecto es viable y confiable, ya que observando el estado de resultados se pueden apreciar cifras alentadoras.
- ✓ Se estableció que las socias pertenecientes a esta entidad, están en la capacidad de trabajar en equipo y de resolver los diferentes problemas que se puedan presentar en el camino.
- ✓ De acuerdo con el análisis realizado C & A Advisors obtendrá una utilidad neta de 58.726.460 pesos en el primer año, lo cual indica que C&A Advisors es una empresa sostenible desde sus inicios y con un futuro promisorio.

- ✓ Con este proyecto se demostró que una idea de negocio debe ser analizada antes de eliminarse y que es aconsejable realizar el estudio pertinente para comprobar la viabilidad del proyecto; no es conveniente dejarse llevar por mitos tradicionales tales como: No se puede, se requiere mucho dinero ó es imposible de emprender, es importante recordar que para los estudiantes emprendedores de la universidad EAN no hay cosas imposibles.

XIV. RECOMENDACIONES GENERALES

- ✓ Se recomienda cumplir con todas normas legales y con los pagos tributarios requeridos, para el buen funcionamiento de la empresa.
- ✓ Realizar con frecuencia seminarios y capacitaciones en la materia, para estar actualizadas en todos los procesos y aplicar en las empresas conocimientos y técnicas vanguardistas.
- ✓ Estar pendiente de la atención al cliente, prestando un excelente servicio, ya que ellos pueden ser nuestra mejor referencia.
- ✓ Realizar campañas de mercadeo dando a conocer la entidad y las bondades de sus prácticas, para captar nuevos clientes.

XV.BIBLIOGRAFIA

Aces. (2 de Abril de 2012). Recuperado el 2 de Abril de 2012, de Asesoría de comunicación estratégica: http://colombia.acambiode.com/empresa/aces-asesoria-en-comunicacion-estrategica_269051

Bancoldex. (24 de Marzo de 2012). Recuperado el 24 de Marzo de 2012, de Comentario Económico del día: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Oct24-11.pdf>

CECORP. (24 de 05 de 2012). *Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.* Recuperado el 26 de 05 de 2012, de <https://sites.google.com/site/cecorpcol/cecorp-1>

Comunicación Organizacional. (13-14 de Marzo de 2012). Recuperado el 13-14 de Marzo de 2012, de Antecedentes de la Comunicación: <http://www.mitecnologico.com/Main/ComunicacionOrganizacional>

Conielec. (20-22 de Marzo de 2012). Recuperado el 20-22 de Marzo de 2012, de Servicios en Colombia: <http://procesosconielec.blogspot.com/2007/10/sector-servicios-colombia.html>

Consulting Associates. (4 de Abril de 2012). Recuperado el 4 de Abril de 2012, de <http://www.consultoresasociados.com/website/>:
http://www.consultoresasociados.com/website/index.php?option=com_content&view=article&id=16&Itemid=13

Directorio Textil.com. (30-31-10-11 de Marzo- Abril de 2012). Recuperado el 30-31-10-11 de Marzo- Abril de 2010, de Destacando empresas en la web: <http://www.directoriotextil.com/result.php?paisBus=57&cat=8>

elempleo.com. (3 de Mayo de 2012). Recuperado el 3 de Mayo de 2012, de Noticias Laborales- pasos para crear empresa en Colombia: http://noticias.elempleo.com/colombia/noticias_laborales/pasos-para-crear-empresa-en-colombia/6585309

Eumed.net. (18 de Abril de 2012). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de Estrategia de distribución: <http://www.eumed.net/libros/2008c/426/Estrategia%20de%20distribucion%20y%20promocion.htm>

Invest in Bogota. (26 de Marzo de 2012). Recuperado el 26 de Marzo de 2012, de Inversión extranjera directa en Bogotá:

http://www.investinbogota.org/Informe_Especial_Inversion_Extranjera_Directa_en_Bogota

La Nota Economica. (28 de Marzo de 2012). Recuperado el 28 de Marzo de 2012, de LaNotadigital.com: <http://www.lanotadigital.com/business/crecimiento-de-sector-petrolero-beneficiara-sectores-de-servicios-e-infraestructura-31100.html>

Liderando el cambio el con Audacia. (5-6 de Marzo de 2012). Recuperado el 5-6 de Marzo de 2012, de <http://www.liderandoelcambioconaudacia.com.co/servicios-de-consultoria-coaching-personal-taller-interactivo/>

Noticias tele Medellin. (29 de Marzo de 2012). Recuperado el 29 de Marzo de 2012, de Crecen Empresas de servicios: <http://noticias.telemedellin.tv/?p=27738>

Planeta Colombia.com. (13 de Abril de 2012). Recuperado el 13 de Abril de 2012, de Cur Consultoria especializada en Bogota: <http://www.planetacolombia.com/cur-consultoria-especializada-F100BC90E18D4>

Proexpor Colombia. (7 de Mayo de 2012). Recuperado el 7 de Mayo de 2012, de Sociedad por Acciones Simplificadas: <http://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir/pasos-para-instalarse/constituir-una-sociedad/sociedad-por-acciones-simplificada.html>

Promonegocios.net. (17 de Abril de 2012). Recuperado el 17 de Abril de 2012, de Cosultoria para empresas: <http://www.promonegocios.net/directorio/consultorias-empresas.html>

Promonegocios.net. (19 de Abril de 2012). Recuperado el 19 de Abril de 2012, de Estrategia de precio: <http://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

Promonegocios.net. (18 de Abril de 2012). Recuperado el 18 de Abril de 2012, de Cosultoria para empresas- Empresas en Bogota: <http://www.promonegocios.net/directorio/consultorias-empresas.html>

<http://www.actia-sas.com/index.html>. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de <http://www.actia-sas.com/index.html>: <http://www.actia-sas.com/index.html>

<http://www.asesoriasyproyectos.com/>. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 16, de <http://www.asesoriasyproyectos.com/>: <http://www.asesoriasyproyectos.com/>

<http://www.clarkemodet.com>. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de <http://www.clarkemodet.com>: <http://www.clarkemodet.com>

<http://www.comunicacion360grados.com/>. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de <http://www.comunicacion360grados.com/>:
<http://www.comunicacion360grados.com/>

<http://www.focalizarconsultores.com/>. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de Focalizar Consultores: <http://www.focalizarconsultores.com/>

<http://www.maximizar.com.co/>. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de <http://www.maximizar.com.co/>: <http://www.maximizar.com.co/>

www.ceccorp.org/. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de www.ceccorp.org/: www.ceccorp.org/

XVI. ANEXOS

Anexo 1: Formato de aplicación de encuestas

Encuesta dirigida a los de Empresarios de las Pymes

Esta encuesta es elaborada y aplicada por estudiantes de Lenguas Modernas de la Universidad EAN interesados en establecer la demanda en el mercado de los servicios de consultoría y asesoría en Comunicación Organizacional.

Toda la información suministrada en este documento será confidencial.

Nombre: _____

Carrera o profesión: _____

Edad: a) Entre 18 – 25 b) 26 – 35 c) 36 – 45 d) 46-55 e) 56 en adelante

Sexo: ____ F: ____

Sus ingresos mensuales son:

a) Entre 1 a 5 SMLV b) entre 6 A 10 SMLV c) entre 11 a 15 SMLV d) Más de 16 SMLV

1. ¿Usted Considera que es importante el buen manejo de la comunicación organizacional dentro de su compañía en el momento de hacer negocios?

- a) Si
- b) No

2. ¿Cree usted que implementar o perfeccionar los procesos de Comunicación Organizacional en su compañía, incrementaría los ingresos y la haría más sostenible en el mercado?

- a) Si
- b) No

3. ¿Considera importante que su portafolio de servicios se presenta en otros idiomas?

- a) Si
- b) No

4. Si a la pregunta anterior respondió si ¿Diga cuales?

- a) Ingles
- b) Italiano
- c) Portugués
- d) Otros

Cuales _____

5. ¿En su organización existe una persona que supervise la comunicación organizacional de sus empleados, clientes y proveedores?

- a) Si
- b) No


6. Si a la pregunta anterior respondió No, ¿Contrataría los servicios de asesoría y consultoría para el mejoramiento de comunicación organizacional en su compañía?

- a) Si
- b) No

7. Si su respuesta es No a la anterior pregunta ¿diga por qué?

Agradecemos a Ud. Su ayuda y el tiempo destinado para responder esta encuesta, ya que sus respuestas son de gran importancia para nosotros.

Anexo 2: Cámara de formulario adicional de registro con otras entidades

	Cámara de Comercio de Bogotá	4 DE FEBRERO DE 2011 31-08-2011	
FORMULARIO ADICIONAL DE REGISTROS CON OTRAS ENTIDADES			
No. Matricula Mercantil: <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>			
No. Inscripción Unal: <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>			
(Para uso exclusiva de la Cámara de Comercio de Bogotá)			
Número de Formulario DIAN: <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>			
Este número se obtiene una vez diligencie el formulario de Registro Único Tributario en la página www.dian.gov.co			
Asignación: <input type="checkbox"/> Actualización: <input type="checkbox"/>			
I. Datos Básicos: Nombre y apellido o razón social: _____			
II. Solicitud de inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) en la Secretaría de Hacienda Distrital			
Año Mes Día			
Fecha de inicio de actividades con ICA: <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>			
IMPORTANTE: SEÑOR CONTRIBUYENTE no puede estar inscrito en el RIT de la Secretaría de Hacienda de Bogotá, un individuo que informa LA FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES, según sus datos, artículos 86 y 77 del Decreto Distrital 857/1995.			
III. Solicitud de inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN Información del Contribuyente que firma los estados financieros de la empresa			
Tipo de documento	No. de identificación	DV	No. de tarjeta profesional
<input style="width: 40px;" type="text"/>	<input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>	<input style="width: 40px;" type="text"/>	<input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>
Primer apellido	Segundo apellido	Primer Nombre	Otros Nombres
<input style="width: 40px;" type="text"/>	<input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>	<input style="width: 40px;" type="text"/>	<input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>
Código de la Identificación Tributaria (NIT) - DV		Empresa a la que pertenece:	
<input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>		<input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/> <input style="width: 40px;" type="text"/>	
IV. Entidad que ejerce control, inspección y vigilancia (sólo para Entidades sin Animo de Lucro):			

V. Firmas: contribuyente o representante legal con mi firma certifico que los datos contenidos en el presente formulario es verdadero, veraz, completa y exacta			
Nombre: _____		Firma: _____	
Número de identificación: _____		_____	

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Martha Patricia Cerchiaro Rivero

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1065609765 /valledpar

Nombre Completo Ivonne Helena Angarita Rodríguez

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 51727064 /Bogota

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Plan de negocios para la creación de la empresa
C&A Advisors S.A.S

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Martha Patricia Gerchiro R</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Ivonne Helena Anganta R.</u>
FIRMA: <u>Martha Gerchiro R</u>	FIRMA: <u>[Firma]</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1065609765</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>51727064</u>
FACULTAD: <u>Humanidades y Ciencias Sociales</u>	FACULTAD: <u>Humanidades y Ciencias Sociales</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas Modernas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas Modernas</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 16 de Julio del 2012