

**CREACIÓN DE AGENCIA DE ASESORÍA DE ESTUDIOS EN EL EXTERIOR
“OPEN SKIES- INTERNATIONAL EDUCATION S.A.S”**

DIANA MILENA MURCIA MÉNDEZ

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ALTERNATIVA EMPRENDIMIENTO
BOGOTÁ
2018**

**CREACIÓN DE AGENCIA DE ASESORÍA DE ESTUDIOS EN EL EXTERIOR
“OPEN SKIES- INTERNATIONAL EDUCATION S.A.S.”**

DIANA MILENA MURCIA MÉNDEZ

**Trabajo de Grado para optar al título de
Ingeniero Industrial**

**Director
Ing. Msc. Cornelio Ernesto Bilbao
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ALTERNATIVA EMPRENDIMIENTO
BOGOTÁ
2018**



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, 23, mayo, 2018

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. GENERALIDADES	15
1.1 ANTECEDENTES	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2.1 Descripción del problema	15
1.2.2 Formulación del problema	16
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Objetivos Específicos.	16
1.4 JUSTIFICACIÓN	16
1.5 DELIMITACIÓN	17
1.5.1 Espacio	17
1.5.2 Tiempo	17
1.5.3 Contenido	17
1.5.6 Alcance	17
1.6 MARCO REFERENCIAL	17
1.6.1 Marco Teórico.	17
1.6.1.1 Pasos para crear empresa	17
1.6.1.2 Cómo una empresa crea, entrega y captura valor	18
1.6.1.3 Clases de empresas en Colombia	19
1.6.1.4 Cotización a la seguridad social – aportes	22
1.6.1.5 Como expedir el RUT	22
1.6.1.6 Uso de las redes sociales en Latinoamérica	23
1.6.2 Marco Conceptual.	24
1.6.2.1 Impuesto de renta	24
1.6.2.2 Impuesto al valor agregado IVA	24
1.6.2.3 Impuesto de industria y comercio ICA	24
1.6.2.4 Retención en la fuente.	24
1.6.2.5 Gravamen a los movimientos financieros	24
1.6.2.6 Impuesto predial	25
1.6.2.7 Impuesto al patrimonio	25
1.6.2.8 Sociedad por acciones simplificada (SAS)	25
1.6.2.9 Estudio de mercado	25
1.6.2.10 Estudio técnico	25
1.6.2.11 Estudio administrativo y legal	25
1.6.2.12 Estudio financiero	26
1.6.2.13 Análisis del punto de equilibrio	26
1.6.2.14 Costos fijos	26
1.6.2.15 Costos variables	26
1.6.3 Marco legal e histórico.	26

	pág.
1.6.3.1 Antecedentes históricos y de contexto	26
1.6.3.2 Causas de la migración	27
1.7 METODOLOGÍA	28
1.7.1 Tipo de estudio.	28
1.7.2 Línea de investigación.	28
1.7.3 Eje Temático	28
1.7.4 Fuentes de Información	28
1.7.4.1 Primarias	28
1.7.4.2 Secundarias	28
1.8 DISEÑO METODOLÓGICO	28
1.8.1 Etapa 1. Estudio de mercado	28
1.8.2 Etapa 2. Estudio Técnico	28
1.8.3 Etapa 3. Estudio administrativo y legal	28
1.8.4 Etapa 4. Estudio financiero	29
2. ESTUDIO DE MERCADO	30
2.1 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO	30
2.1.1 Tipo de servicio	30
2.1.1.1 Asesoría general	30
2.1.1.2 Inscripción	30
2.1.1.3 Pago del programa a la institución del país	30
2.1.1.4 Proceso de visa	30
2.1.1.5 Orientación final	30
2.1.2 Características del servicio	30
2.2 DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE	31
2.2.1 Edad	31
2.2.2 Nivel socioeconómico	31
2.2.3 Ocupación	31
2.2.4 Intereses de viaje	31
2.2.5 Capacidad económica.	31
2.2.6 Población referencia	31
2.2.7 Población afectada	31
2.2.8 Población objetivo	31
2.3 DELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	31
2.3.1 Aplicación del instrumento	31
2.3.2 Delimitación del área geográfica	31
2.3.3 Demanda del servicio	32
2.3.4 Oferta del servicio	33
2.3.5 Análisis oferta – demanda	34
2.4 COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS	35
2.4.1 Distribución de los servicios	35
2.4.2 Sistema de distribución	37
2.4.3 Precio	37

	pág.
2.4.4 Promoción y publicidad	38
2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	39
2.5.1 Conclusión	47
3. ESTUDIO TÉCNICO	48
3.1 TAMAÑO	48
3.2 PROCESO DE SERVICIO	48
3.2.1 Descripción del proceso de servicio	48
3.2.2 Descripción de equipos	50
3.2.3 Identificación de talento humano requerido	50
3.3 CAPACIDAD DE TRABAJO	50
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	52
4.1 CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA	52
4.1.1 Constitución de la empresa	52
4.1.2 Razón social	52
4.1.3 Información legal de la agencia	52
4.1.4 Objeto social	52
4.1.5 Documentación legal	52
4.1.6 Aspectos tributarios.	53
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	53
4.2.1 Organigrama.	53
4.3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	53
4.3.1 Misión	53
4.3.2 Visión	54
4.3.3 Valores	54
4.3.4 Logo	54
4.3.5 Tarjeta de presentación	54
4.3.6 Análisis DOFA	55
4.3.7 Objetivos de la agencia	56
5. ESTUDIO FINANCIERO	58
5.1 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS	58
5.2 DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS	58
5.3 FLUJO DE CAJA MENSUAL	59
5.4 FLUJO DE CAJA ANUAL	61
5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	63
5.6 FINANCIACIÓN	64
5.6.1 Amortización mensual	64
5.6.2 Amortización Anual.	66
6. CONCLUSIONES	67

	pág.
7. RECOMENDACIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	69
ANEXOS	72

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Cantidad de Estudiantes Graduados Esperados en Bogotá, Interesado en Estudiar en el Exterior (75%)	33
Figura 2. Agencias de Asesoría de Estudios en el Exterior en Colombia al 2016	34
Figura 3. Salón de Conferencia 1. En Coworking.	36
Figura 4. Salón de Conferencia 2. en Coworking.	36
Figura 5. Sistema de Distribución de Servicio Agencia Open Skies - International Education S.A.S	37
Figura 6. Imagen publicitaria Open Skies - International Education. S.A.S	38
Figura 7. Imagen Publicitaria Open Skies - International Education. S.A.S	39
Figura 8. Pregunta No. 1 Sexo	39
Figura 9. Pregunta No. 2 Edad	40
Figura 10. Pregunta No. 3 Estrato Socioeconómico	40
Figura 11. Pregunta No. 4 Nivel de Estudio Actual	41
Figura 12. Pregunta No. 5 Nivel de Estudio que Desea Alcanzar	41
Figura 13. Pregunta No. 6 Ocupación	42
Figura 14. Pregunta No. 7 ¿A qué País le Gustaría Viajar?	42
Figura 15. Pregunta No. 8 Motivo Principal del Viaje	43
Figura 16. Pregunta No. 9 ¿Tiene Algún Familiar Viviendo en Otro País?	43
Figura 17. Pregunta No. 10 Tipo de Estudio que le Gustaría Realizar Primeramente	44
Figura 18. Pregunta No. 11 ¿En qué Área del Conocimiento está Interesado en Estudiar?	44
Figura 19. Pregunta No. 12 ¿De Cuánto Dinero Podría Disponer para Invertir en su Plan de Viaje?	45
Figura 20. Pregunta No.13 ¿De Quién Depende su Decisión de Viajar?	45
Figura 21. Pregunta No. 14 ¿Cuantos Años Estaría Afuera del País?	46
Figura 22. Pregunta No. 15 ¿Qué Busca al Escoger una Agencia que lo Asesore?	46
Figura 23. Pregunta No. 16 Formas en las que Prefiere Ser Contactado	47
Figura 24. Flujograma del Proceso de Asesoría de Estudios en el Exterior en la Agencia Open Skies International Education S.A.S.	49
Figura 25. Organigrama Open Skies - International Education S.A.S Proyectado al 5 año	53
Figura 26. Logo Open Skies - International Education S.A.S.	54
Figura 27. Tarjeta de Presentación Gerente General Open Skies - Intenational Education S.A.S	55
Figura 28. Análisis DOFA Agencia Open Skies- International Education S.A.S.	56
Figura 29. Gráfico Punto de Equilibrio de la Agencia	63

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Preguntas por Responder en la Elaboración de un Modelo de Negocio	19
Cuadro 2. Aportes al Sistema de Seguridad Social	22
Cuadro 3. Número de Matriculados en Primer Semestre en Programas Técnicos, Tecnológicos y Universitarios en la Ciudad de Bogotá	32
Cuadro 4. Distribución de la Matrícula en Primer Curso 2003-2015 Según Estrato Socioeconómico	32
Cuadro 5. Número de Estudiantes Graduados Esperados en Bogotá	33
Cuadro 6. Análisis Oferta - Demanda	34
Cuadro 7. Comparación de Cursos de Inglés de 24 Semanas en Australia	38
Cuadro 8. Tabla de Conceptos y Precios de la Agencia Open Skies - International Education S.A.S	38
Cuadro 9. Equipos Agencia Open Skies - International Education S.A.S	50
Cuadro 10. Cargos Requeridos por Año Agencia Open Skies - International Education S.A.S	50
Cuadro 11. Concepto e Ingreso Recibidos por la Agencia Proyectados a 5 Años	58
Cuadro 12. Gastos de Operación de la Agencia Proyectados a 5 Años	59
Cuadro 13. Flujo de Caja Mensual de la Agencia Open Skies - International Education S.A.S	60
Cuadro 14. Total activos de la Agencia al Comienzo del Año 1	61
Cuadro 15. Flujo de Caja Anual de la Agencia Open Skies- International Education S.A.S	62
Cuadro 16. Punto de equilibrio Agencia Open Skies- International Education S.A.S	63
Cuadro 17. Datos del Préstamo a Solicitar	64
Cuadro 18. Amortización Mensual	65
Cuadro 19. Amortización Anual	66

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada Open Skies - International Education S.A.S.	72
Anexo B. Formulario del Registro Único Tributario	78
Anexo C. Certificado de Registro Mercantil	81

GLOSARIO

AU PAIR: es una palabra francesa que se refiere a niñera o a una persona que es acogida temporalmente en un hogar, usualmente de otro país, para cuidar a los niños, a cambio de un pago, estadía, alimentación, entre otros. Muchas mujeres toman esta opción para aprender el idioma del otro país y/o estudiar en los tiempos libres.

CAPITAL DE TRABAJO: son los recursos que requiere la empresa para poder operar mientras llega a su punto de equilibrio.

DTF: tasa de interés que en promedio los bancos y demás entidades financieras se comprometieron a pagar a los ahorradores, por los certificados de depósito a término (CDT) a un plazo de 90 días.

FLUJO DE CAJA: es un informe financiero en donde se muestra el detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que la empresa tiene en un período determinada.

PERFIL DEL ESTUDIANTE: son las características personales y profesionales con las que cuenta la persona que quiere realizar sus estudios técnicos, profesionales o de postgrado en otro país, características como estado civil, edad, nivel de estudios, profesión u ocupación, entre otros.

PUNTO DE EQUILIBRIO: es en donde los ingresos totales generados de una empresa son iguales a los costos totales por la venta de un servicio o un producto.

RED INTERNACIONAL DEL APOYO: es un grupo de personas naturales o jurídicas que se relacionan a nivel internacional con la intención de orientar al estudiante en el país destino, en aspectos como aplicación para un trabajo, requisitos para la extensión de la visa y todas las inquietudes que se pudieran presentar mientras se da la adaptación y el desenvolvimiento del estudiante en su nuevo entorno.

RUT: el Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar.

TIR: la Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de rentabilidad o interés que ofrece una determinada inversión.

VAN: el Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en llevar los pagos de un proyecto o una inversión a la actualidad para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión.

VISA: la visa o visado es una autorización impresa en el pasaporte que permite la entrada y permanencia de forma legal de un país, aunque no se cuente con la nacionalidad de ese país o no esté permitida la entrada libre.

RESUMEN

Actualmente son muchas las personas que buscan nuevas experiencias y mejores oportunidades de estudio y trabajo en el exterior, y cada día son más las posibilidades que se abren y hay menos barreras para poder viajar a otros países. Sin embargo, cada país maneja unas políticas migratorias y tiene unos requisitos establecidos para el otorgamiento de VISA o permiso de entrada y estadía en su país, requisitos que de no tenerse en cuenta podrían culminar en una negativa de VISA o inclusive en una deportación. Además, hoy en día, son muchos los peligros a los que se enfrentan las personas que deciden viajar al exterior sin ningún tipo de asesoría, conocimiento y experiencia de viajar al exterior.

Por lo anterior se buscaba constituir una agencia de asesoría de estudios en el exterior, aprovechando los más de 10 años de experiencia en este campo, poniendo al servicio el conocimiento y la experticia adquiridos durante estos años, y generando bienestar no sólo a los socios de la empresa, sino también a todo el equipo de trabajo. Para lo cual se requería adelantar los estudios pertinentes de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero, determinando así, aspectos cruciales y determinantes para el funcionamiento óptimo y continuidad del proyecto en el tiempo y reduciendo los riesgos de pérdida de recursos e inversiones.

Para la creación de la agencia de asesoría de estudios en el exterior se realizó un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda del negocio en la ciudad de Bogotá, en donde se aplicó una encuesta de mercado a una muestra de 200 personas, para lograr identificar el público objetivo y, sus gustos, intereses y expectativas de viaje y estudio. Se realizó el estudio técnico, en donde se definió el tamaño de la empresa, el diagrama de proceso, los equipos y el talento humano requeridos, un estudio administrativo y legal para definir el tipo de empresa y administración más conveniente a desarrollar y por último se realizó el estudio financiero para evaluar económicamente junto con los demás estudios la viabilidad del proyecto.

Lo que se logró, finalmente, fue constituir legalmente la agencia de asesoría de estudios en el exterior “OPEN SKIES – INTERNATIONAL EDUCATION S.A.S” llevando a la práctica los resultados y recomendaciones generados de cada estudio realizado.

INTRODUCCIÓN

Cada año cientos de colombianos viajan a otros países en búsqueda de nuevas experiencias de vida y mejores oportunidades académicas y laborales. Según el boletín Anual de estadísticas del Ministerio de Relaciones Exteriores, en el 2015 salieron del país alrededor de 3.861.508 colombianos y en el 2016 cerca de 3.794.529¹. Entre los países destino más visitados por los colombianos se encuentran Estados Unidos, Panamá y México, no obstante, cada vez es más frecuente que nuestros nacionales busquen nuevos destinos, como es el caso de España, Francia, Países Bajos y Australia, con variaciones del 44%, 32%, 31% y 20% respectivamente, en el 2016 con relación al 2015.

Entre los principales motivos de migración internacional desde Colombia están “el turismo, la residencia, la búsqueda de oportunidades laborales y el estudio, causadas por el deseo de mejorar los niveles de calidad de vida y la oferta de estudios en educación superior de otros países”².

El beneficio no sólo es para quienes toman la decisión de viajar y establecerse en otro país, sino también para sus familias. “Aproximadamente, para el 2015 los migrantes hicieron envíos por US\$601.000 millones a sus familias en los países de origen, lo que representa grandes repercusiones en los países receptores”³.

Crear una agencia de asesoría de estudios en el exterior, tiene como objeto brindar la información y acompañamiento adecuados a los estudiantes que toman la decisión de cursar sus estudios en otros países, así como asesorar cuál es la mejor ruta y/o manera de alcanzar sus objetivos personales. Es importante realizar una correcta planeación para la creación de la agencia, teniendo como base los estudios de mercado, técnicos, Administrativos y legales, y financiero, que permitan entender las necesidades del mercado, la competencia, el entorno, los requisitos legales, la mejor forma de constitución jurídica, costos, punto de equilibrio, entre otros aspectos importantes a conocer previamente para reducir y controlar los riesgos de pérdida de la empresa.

¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES. Boletín Anual de Estadísticas Enero- Diciembre de 2015 [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 15 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <http://migracioncolombia.gov.co/phocadownload/Boletin%20estadistico%202015%20espanol.pdf>>

² CANCELLERÍA DE COLOMBIA. Antecedentes históricos y causas de la migración [en línea]. Bogotá: La Cancillería [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>>

³ REVISTA DINERO. La migración desarrollo económico 2016 [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.dinero.com/economia/articulo/la-migracion-desarrollo-economico-2016/217641>>

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

Cada país cuenta con sus propios requisitos y políticas para el ingreso y estadía de extranjeros, como tipos de visa, duración del tiempo de estadía, formularios específicos, procesos diferentes de aplicación de visa que, además, cambian o actualizan regularmente de acuerdo con las políticas o necesidades del momento; a partir del 1 de septiembre de 2015, por ejemplo, se dio la eliminación de la visa Schengen para los colombianos y en febrero de 2017 se impartieron, bajo la presidencia de Donald Trump, algunos cambios para la solicitud de visa de Estados Unidos para los colombianos.

Las agencias de asesoría de estudios en el exterior deben estar constantemente consultando en las embajadas de los diferentes países, verificando y actualizando los requisitos definidos para el trámite de la visa.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción del problema. Hoy en día son muchos los colombianos que sueñan con estudiar, trabajar, conocer e incluso establecerse en otros países, sin embargo, algunas personas emprenden ese sueño sin la asesoría e información correcta y necesaria, por lo cual, la mayoría de veces se desconocen las políticas migratorias de cada país; normas, regulaciones y restricciones, las oportunidades laborales, situación política, condiciones socioeconómicas y referentes históricos y culturales. Razón por la cual se terminan cometiendo errores que ocasionan en muchos casos la negación de la visa o ya en el país destino, decepciones, gastos inesperados, experiencias negativas, entre otras, que terminan por convertir este sueño en una pesadilla.

Viajar a otros países, ya sea por estudio, trabajo o residencia, constituye un proyecto de vida en el que se invierte tiempo, dinero y esfuerzo, generando consecuencias adicionales como el desarraigo tanto familiar como social, el aplazamiento o interrupción de otros planes, salir del confort de lo conocido y seguro para explorar otras culturas, sin garantía de alcanzar los objetivos y expectativas previamente fijados. Sumado a esto, los engaños de los que frecuentemente son objeto los viajeros, la realidad del sinnúmero de experiencias conocidas y sin conocer acerca de la trata de personas de las que muchos son víctimas a diario en nuestro país por desconocimiento y falta de asesoramiento. “Así lo confirman los 5721 procesos que cursan en la Fiscalía y las 147 condenas que se lograron desde 2015”⁴.

⁴ CARACOL RADIO. Bandas criminales reclutan menores y abusan de ellos: Fiscalía [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: http://caracol.com.co/radio/2017/11/16/nacional/1510849289_920095.html>

Dado lo arriba descrito, es imperativo que toda persona que decide salir del país busque orientación profesional de una agencia legalmente constituida que le brinde información clara, pertinente y oportuna de las características del país destino, como condiciones climáticas, entorno socio económico, realidad política, cultura, oportunidades laborales, condiciones del tipo de visa. Del mismo modo es necesario saber, cuál es el perfil del aplicante, cuál es el mejor destino de acuerdo con su motivación de viaje, el que mayor confiabilidad y respaldo le brinde para llevar a cabo este proyecto de vida, entre otros.

1.2.2 Formulación del problema. ¿Qué se requeriría para crear en Bogotá una agencia de asesoría de estudios en el exterior, enfocada a estudiantes de pregrado de los estratos 2 a 6?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General. Crear una agencia de asesoría de estudios en el exterior, que brinde la información y acompañamiento necesarios a personas que tengan el proyecto de viajar a estudiar en otro país.

1.3.2 Objetivos Específicos. Los objetivos específicos son:

- Realizar el estudio de mercado que permita identificar la oferta y la demanda del negocio, y que permita identificar el público objetivo.
- Realizar el estudio técnico para definir el tamaño y capacidad de la empresa, los procesos, los equipos y mano de obra necesarios para llevar a cabo el objeto social de la misma.
- Realizar el estudio administrativo y legal para definir la estructura, tipo de empresa, de dirección o administración óptima de la misma, y establecer los objetivos a corto, mediano y largo plazo a alcanzar por parte de la agencia.
- Realizar el estudio financiero para analizar la viabilidad financiera de la agencia y brinde la confianza para realizar las inversiones necesarias.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Con la creación de la agencia de asesoría de estudios en el exterior Open Skies-International Education, se busca ayudar a las personas a llevar a cabo su sueño de estudiar en otros países, de la forma más confiable y segura posible, brindando la información y acompañamiento necesarios. Antes del viaje: orientándolos sobre la mejor alternativa de país, ciudad, escuela o universidad y programas académicos de acuerdo con el perfil, motivaciones y preferencias de viaje del estudiante; durante el viaje: haciendo el seguimiento adecuado e interactuando con las demás personas y/o entidades pertinentes y después del viaje: con una

red internacional de apoyo con la que se pretende ayudar al estudiante a desenvolverse en el nuevo entorno internacional desde el país destino.

No sólo se proyecta ayudar a los clientes a alcanzar sus sueños, sino también, de carácter interno, los del equipo de trabajo, promoviendo un clima organizacional amigable, colaborativo, sano, motivacional y con unas condiciones justas de trabajo que contribuyan al desarrollo personal y profesional y con el mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores.

1.5 DELIMITACIÓN

1.5.1 Espacio. El proyecto se desarrollará a nivel nacional con sede principal en la ciudad de Bogotá, pero con representación comercial en las principales ciudades del país y algunas ciudades a nivel internacional mediante la estrategia de alianzas comerciales y convenios inter institucionales.

1.5.2 Tiempo. El proyecto se desarrollará en un periodo de 4 meses iniciando en febrero de 2018.

1.5.3 Contenido. Para el contenido del proyecto se establece lo siguiente:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo y legal
- Estudio Financiero

1.5.6 Alcance. El proyecto inicia con la elaboración del estudio de mercado y finaliza con la constitución legal y puesta en marcha de la agencia de asesoría de estudios en el exterior Open Skies- International Education.

1.6 MARCO REFERENCIAL

1.6.1 Marco Teórico.

1.6.1.1 Pasos para crear empresa. De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá los pasos para la creación de una empresa son los siguientes:

- **Tomar la decisión.** El primer paso en todo proceso de creación de empresa es tomar la decisión de hacerlo. Para esto es indispensable fortalecer la autoconfianza y superar las barreras personales que impiden iniciar el proyecto empresarial. Así mismo, es de gran importancia identificar los miedos, dificultades y competencias empresariales para tener mayor seguridad y confianza al momento de emprender.
- **Definir la idea de negocio.** Para la definición de la idea de negocio es muy importante tener en cuenta la propuesta de valor que se ofrecerá y su relación con

aspectos como el mercado, el segmento de clientes objetivo, el desarrollo innovador del producto o servicio a ofrecer y los aspectos económicos y financieros. Una herramienta de gran ayuda para la definición de la idea de negocio es el Design Thinking, una metodología que ayuda en la generación de ideas innovadoras, centrada en el entendimiento y la solución a necesidades reales.

➤ **Diseñar un modelo de negocio exitoso.** En el modelo de negocio se define la estructura de cómo una empresa crea, captura y entrega valor. Es una herramienta necesaria para definir actividades y estrategias que le permitirán a la empresa su desarrollo futuro y competir acertadamente en el mercado. Algunos de los aspectos a tener en cuenta al momento de estructurar el modelo de negocio son:

- ✓ El segmento de clientes objetivo
- ✓ El relacionamiento con los clientes objetivo
- ✓ La propuesta de valor
- ✓ Los canales de comunicación, distribución y ventas
- ✓ La estructura de costos y las fuentes de ingreso

➤ **Iniciar la operación de la empresa.** En esta etapa se debe estar preparado para comenzar a implementar el modelo de negocio definido, de acuerdo con la propuesta de valor que se ofrecerá a los clientes. Así mismo, seguir los objetivos y metas de la empresa, planteados en el plan estratégico.

Tener claridad de los parámetros legales, laborales, contractuales y tributarios vigentes que regirán el negocio⁵.

1.6.1.2 Cómo una empresa crea, entrega y captura valor. El modelo de negocio representa el valor que una empresa se proyecta ofrecer a sus clientes y describe las capacidades y recursos necesarios para crear, comercializar y entregar valor, con el objetivo de crear fuentes de ingresos sustentables y rentables.

Las preguntas que se deben contestar para la correcta elaboración de un modelo de negocio se encuentran a continuación (véase el Cuadro 1).

⁵ CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ. Pasos para crear empresa [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

Cuadro 1. Preguntas por Responder en la Elaboración de un Modelo de Negocio

Pregunta	Bloque	Check list
Qué	La Propuesta de valor	¿Qué se venderá?, ¿Qué tiene de diferente de lo que hacen las demás empresas competidores y sustitutos?, ¿Los clientes consideran valiosa la oferta? ¿Pueden los competidores mejorar esta oferta en términos de precios, calidad y/o cantidad?
Quién	Los Clientes	¿A quiénes se ofrecerá la propuesta de valor?, ¿Cómo se relacionará la empresa con el target?, ¿Cómo será el marketing y la publicidad y la manera de comunicarse con la audiencia?, ¿Se conoce bien a los clientes? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las Relaciones con los clientes ¿cómo se adquirirán, retendrán y cómo se realizarán ventas adicionales?, ¿existe una estrategia? ¿Cómo se recibirá feedback de los clientes? ▪ Los Canales de distribución (front office): ¿Cómo se espera hacer llegar esa propuesta de valor a los clientes?, ¿Se llegará directamente a los clientes? ¿los canales están bien diseñados?
Cómo	Las Operaciones (back office)	¿Cómo se organizará la empresa para ofrecer la propuesta de valor? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recursos claves: son aquellos que se requieren para ejecutar las actividades claves ¿Calidad? ¿Cantidad? ▪ Actividades claves: Aquellas que permiten entregar la propuesta de valor ¿Somos eficientes en ellas?, ¿Utilizamos el outsourcing? ▪ Red de proveedores y partners: ¿Qué relaciones tenemos? ¿Somos dependientes de ellos?
Cuánto	Finanzas	¿Cuáles son los números del negocio? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Flujos de ingresos: ¿El flujo actual es sostenible?, ¿Está diversificado? ▪ Costo de la estructura: ¿Entendemos qué ítems tienen un mayor costo? ¿Cuán ágil es la estructura?

Fuente. UNIVERSIA. Cómo una empresa crea, entrega y captura valor [en línea]. Santiago de Chile: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://noticias.universia.cl/vida-universitaria/noticia/2010/05/18/403633/empresa-crea-entrega-captura-valor.html>>

1.6.1.3 Clases de empresas en Colombia.

➤ Sociedades limitadas

- ✓Cómo se constituye: mediante escritura pública.
- ✓Cantidad de socios: mínimo 2, máximo 25.
- ✓Constitución del capital: El capital social se pagará íntegramente al constituirse la compañía, así como al incurrir en cualquier aumento del mismo. El capital estará

dividido en cuotas de igual valor, cesibles en las condiciones previstas en la ley o en los estatutos.

✓Responsabilidad de los socios: En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.

Las sociedades limitadas deberán llevar las siglas “Ltda” al finalizar su razón social, de no ser así los socios serán responsables solidariamente por las obligaciones de la sociedad con respecto a los terceros⁶.

➤ **Sociedades en comandita.** Ésta puede ser simple o por acciones.

✓Cómo se constituye: Por escritura pública ante un notario.

✓Cantidad de socios: La comandita simple tendrá un mínimo de 2 gestores y la cantidad máxima es ilimitada, la comandita por acciones será de mínimo 5 gestores y no tiene cantidad máxima, este tipo de constitución será conformada por dos tipos de socios: Gestores y comanditarios; los gestores administran, más no es necesario un aporte extra, por otro lado, los comanditarios hacen los aportes adicionales.

✓Constitución de capital: El capital de la sociedad en comandita por acciones estará representado en títulos de igual valor. Mientras las acciones no hayan sido íntegramente pagadas serán necesariamente nominativas. El aporte de industria de los socios gestores no formará parte del capital social. Tales socios podrán suscribir acciones de capital sin perder la calidad de colectivos.

✓Responsabilidad de los socios: Tratándose de comandita simple los socios gestores comprometen solidaria e ilimitadamente su responsabilidad por las operaciones sociales, los socios comanditarios limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes.

La responsabilidad de los accionistas en la Comandita por Acciones sigue las reglas que se establecen para las Sociedades Anónimas.

La razón social de las sociedades en Comandita deberá estar conformadas por el nombre completo o solo el apellido de uno o más socios colectivos adicionando las siglas “& Cía.” y para diferenciar si es Simple deberá tener además las siglas “S. en C.”, y si es por acciones “S.C.A.”⁷.

⁶ COLCONNECTADA. Crear empresa: Tipos de sociedades y características [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>>

⁷ COLCONNECTADA. Crear empresa: Tipos de sociedades y características [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>>

➤ **Sociedades anónimas**

- ✓Cómo se constituye: Por escritura pública, inscrito en el registro mercantil.
- ✓Cantidad de accionistas: La sociedad anónima no podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas y no posee un número máximo.
- ✓Constitución del capital: El capital de la sociedad anónima se dividirá en acciones de igual valor que se representarán en títulos negociables.

Al constituirse la sociedad deberá suscribirse no menos del cincuenta por ciento del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte del valor de cada acción de capital que se suscriba. Al darse a conocer el capital autorizado se deberá indicar, a la vez, la cifra del capital suscrito y la del pagado.

- ✓Responsabilidad de los accionistas: Serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Su razón social deberá estar seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de las letras “S.A.”⁸

➤ **Sociedad por acciones simplificada**

- ✓Cómo se constituye: Mediante documento privado inscrito en el registro mercantil en la debida cámara de comercio de la ciudad.
- ✓Cantidad de accionistas: como mínimo deberá tener 1 accionista y no posee límite máximo.
- ✓Constitución del capital: Será el mismo que para las sociedades anónimas, a diferencia de que al momento de su constitución no es necesario pagar, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 1258 del 2008.
- ✓Responsabilidad de los accionistas: Tendrán las mismas responsabilidades que las sociedades anónimas; hasta el límite de sus aportes, pero en caso que se descubran actos fraudulentos pasarán a responder más allá del monto de sus aportes.

Su razón social deberá estar acompañada de las siglas S.A.S⁹.

⁸ COLCONNECTADA. Crear empresa: Tipos de sociedades y características [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>>

⁹ COLCONNECTADA. Crear empresa: Tipos de sociedades y características [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>>

➤ Colectivas

- ✓Cómo se constituye: mediante Escritura pública ante notario.
- ✓Cantidad de socios: mínimo 2 socios, no tiene límite máximo.
- ✓Constitución del capital: El capital social se divide en partes de interés social de igual valor, y debe estar totalmente pago al momento de constituir la compañía, las partes de interés pueden ser en especie, trabajo o dinero.
- ✓Responsabilidad de los socios: Es solidaria e ilimitada, todos responden por las actuaciones que realice la sociedad y los demás asociados. Esta responsabilidad sólo podrá deducirse contra los socios cuando se demuestre, aun extrajudicialmente, que la sociedad ha sido requerida vanamente para el pago.

La razón social se formará con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios seguido de las expresiones “y compañía”, “hermanos”, “e hijos”, u otras análogas, si no se incluyen los nombres completos o los apellidos de todos los socios.¹⁰

1.6.1.4 Cotización a la seguridad social – aportes. Los aportes al Sistema de Seguridad Social se realizan de acuerdo con las siguientes proporciones en relación con el salario devengado (véase el Cuadro 2).

Cuadro 2. Aportes al Sistema de Seguridad Social

	Empleador/a	Trabajador/a	Total
Pensiones	12%	4%	16%
Salud	8,5%	4%	12,5%
Riesgos laborales - Nivel I	0,5%		0,5%
Cajas de Compensación	4%		4%
Total	25%	8%	33%

Fuente. COLOMBIA. MINISTERIO DE TRABAJO. Cotización a la Seguridad Social - Aportes [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.mintrabajo.gov.co/empleo-y-pensiones/empleo/subdireccion-de-formalizacion-y-proteccion-del-empleo/formalizacion-laboral/cotizacion-a-la-seguridad-social-aportes>>

1.6.1.5 Como expedir el RUT. Para expedir el RUT lo primero que se debe hacer es ingresar a la página web de la Dian (www.dian.gov.co), allí se hace clic en la opción RUT, “luego aparecerá la opción 'Usuarios Nuevos', la cual se debe elegir

¹⁰ COLCONECTADA. Crear empresa: Tipos de sociedades y características [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>>

para que le despliegue una nueva ventana en la que se debe clicar en 'Inscripción RUT' y a continuación llene la autenticación que está en la parte inferior de la pantalla. Una vez termine de llenar los datos, el sistema le arrojará un código que deberá utilizar para la generación del RUT¹¹.

1.6.1.6 Uso de las redes sociales en Latinoamérica. En Latinoamérica, como alrededor del mundo, las redes sociales han ido creciendo: más usuarios, más variedad y más interacción.

De acuerdo con el estudio Usos de Internet de 2016 elaborado por Tendencias Digitales se encontró lo siguiente:

➤ **Principales plataformas sociales.** A la cabeza de las plataformas de las redes sociales, encontramos a YouTube con un 95% de uso en América Latina. El líder de los videos en Internet es también la red social y de contenido a la que más recurren los internautas de la región para entretenerse, informarse y educarse.

Le sigue el gran gigante Facebook, con un 89%. La omnipresencia de Facebook también se manifiesta en la región Latinoamericana: más de 4 de cada 5 internautas tiene un perfil en esta red social.

En tercer lugar, se encuentra G+, con un 64%. Si bien esta plataforma no es la más popular en uso, estrictamente hablando, este lugar en el podio se relaciona con la alta penetración de cuentas Gmail y otros servicios de Google, que implican la creación de perfiles en dicha red.

LinkedIn y Twitter comparten el puesto con un 56% cada una. Instagram y Skype tienen un 47% y 45% respectivamente.

En los últimos lugares están Spotify (29%), Pinterest (27%) y Snapchat (14%).

Esta variedad de opciones no intimida a los internautas latinoamericanos. Por el contrario, parece haberlos impulsado. De acuerdo con nuestro estudio de 2016, 88% de los latinoamericanos usa las redes al menos una vez al día y 69% las usa más de una vez al día, versus el 75% de uso que arrojó nuestro estudio del 2015.

➤ **¿Para qué las redes sociales?** Las redes sociales son utilizadas principalmente para entretenerse, saber de otros y compartir. Entre los usos que les dan los latinoamericanos a las redes sociales, encontramos:

73% Leer contenido.
64% Mensajes y chat.
53% Comentar.
50% Publicar fotos.

¹¹ EL TIEMPO. Desde su computador puede obtener o actualizar su RUT [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/como-obtener-sacar-y-actualizar-el-rut-por-internet-171864>>

45% Compartir contenido.
44% Saber de amigos.
39% Actualizar mi estado.

En estos datos salta a la vista la importancia de crear contenido original, relevante y compartible para alimentar los perfiles en redes sociales y blogs. Esta afirmación aplica para marcas corporativas, marcas personales e influenciadores que quieran tener un impacto en los internautas y aprovechar los usos que estos dan a las redes.

Las redes sociales, además de servir para la comunicación entre personas, también pueden funcionar como puentes de interacción entre las marcas y sus consumidores, es decir entretenerlos o informarlos para lograr el engagement que se traduce en conversiones. Esto no es otra cosa que el mercadeo de contenidos¹².

1.6.2 Marco Conceptual.

1.6.2.1 Impuesto de renta. Es un impuesto nacional, de carácter anual, el cual grava las utilidades que haya generado la empresa desde el primero (1) de enero hasta el treinta y uno (31) de diciembre de cada año.

1.6.2.2 Impuesto al valor agregado IVA. De carácter nacional que grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar. La tarifa general actualmente es del 19%.

1.6.2.3 Impuesto de industria y comercio ICA. Es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios. Su tarifa se encuentra entre el 0,2% y 1,4% de los ingresos de la compañía.

1.6.2.4 Retención en la fuente. “La retención en la fuente es un sistema de recaudo anticipado del impuesto sobre la renta y complementarios, del impuesto a las ventas, del impuesto de timbre nacional y del impuesto de industria y comercio; que consiste en restar de los pagos o en abonos en cuenta un porcentaje determinado por la ley, a cargo de los contribuyentes de dichos pagos o abonos en cuenta”¹³.

1.6.2.5 Gravamen a los movimientos financieros. Es un impuesto que grava las transacciones financieras, mediante la disposición de los dineros depositados

¹² TENDENCIAS DIGITALES. Uso de las redes sociales en Latinoamérica. Datos y reflexiones [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://tendenciasdigitales.com/re-des-sociales-usos-latinoamerica/>>

¹³ FINANZAS PERSONALES. ¿Qué es y cómo opera la retención en la fuente? [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.finanzaspersonales.co/impuestos/articulo/como-pagar-retencion-fuente/53416>>

en cuentas corrientes, de ahorro. La tarifa es del 4 por 1.000 (monto de la transacción multiplicado por 0.004).

1.6.2.6 Impuesto predial. Es el impuesto que grava anualmente el derecho de propiedad de un inmueble en Colombia. Su tarifa se encuentra entre 0.3% y 3.3%

1.6.2.7 Impuesto al patrimonio. “Es un impuesto que grava la riqueza de las empresas, entendiendo riqueza como el patrimonio líquido que la compañía tenga el primero (1) de enero de cada año”¹⁴.

1.6.2.8 Sociedad por acciones simplificada (SAS). “Es un tipo societario creado por la Ley 1258 de 2008, caracterizado por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas”¹⁵.

1.6.2.9 Estudio de mercado. “Es un proceso de investigación mediante el cual se recoge información sobre diferentes factores relacionados con la actividad empresarial (clientes, competencia, entorno y variables que intervienen en un marco delimitado de actuación), se somete a un análisis e interpretación y se extraen una serie conclusiones que facilitarán la toma de decisiones sobre la viabilidad o reformulación de un proyecto empresarial”¹⁶.

1.6.2.10 Estudio técnico. Se enfoca en el estudio de aspectos técnicos operativos necesarios para realizar un manejo óptimo de los recursos disponibles en la producción de bienes o servicios de una compañía. En el estudio técnico se determina el tamaño del lugar de producción, la localización, instalaciones, capacidad de trabajo y el proceso que se realizará para el desarrollo del objeto del negocio.

1.6.2.11 Estudio administrativo y legal. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, como paso previo a la definición del tipo de empresa que se va a constituir, la determinación de la estructura organizacional más adecuada para la organización, los estilos de dirección a

¹⁴ GESTIÓN LEGAL COLOMBIA. ¿Qué impuestos pagan las empresas en Colombia? [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>>

¹⁵ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Guía núm. 1. Constitución de una sociedad por acciones simplificadas (SAS) [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 17 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: [file:///E:/DianaM/Downloads/Gu%C3%ADa%20n%C3%BAm.%201.%20Constituci%C3%B3n%20de%20una%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas%20\(SAS\).pdf](file:///E:/DianaM/Downloads/Gu%C3%ADa%20n%C3%BAm.%201.%20Constituci%C3%B3n%20de%20una%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas%20(SAS).pdf)>

¹⁶ VÍA-E PLATAFORMA DEL APOYO AL EMPRENDIMIENTO. Pautas para elaborar un estudio de mercado [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar_estudio_mercado.pdf >

implementar, los mecanismos de control, la planeación estratégica, es decir; las políticas de administración de personal, su gestión y resultados a lograr.

1.6.2.12 Estudio financiero.

Es parte fundamental de un proyecto de inversión ya que en él se analiza la capacidad de una empresa para que sea viable y rentable en el tiempo. Para realizar este estudio se requiere información sobre estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudio de mercado, costos laborales, costos de financiamiento, activos, depreciación, entre otros. Los objetivos principales del estudio financiero son: conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio. Con base en el estudio financiero la organización toma decisiones sobre el direccionamiento, riesgos y estrategias a implementar¹⁷.

1.6.2.13 Análisis del punto de equilibrio. “En este análisis se identifica el número de ventas, en unidades físicas y monetarias, que se deben tener en un periodo de tiempo determinado para cubrir los gastos fijos y variables de este mismo periodo. A partir del punto de equilibrio, el proyecto comienza a ser rentable. Es recomendable presentar esta información en forma de gráficos”¹⁸.

1.6.2.14 Costos fijos. “Son los costos principales en los que se incurre sin importar el volumen de ventas, como costos de recursos humanos, servicios, seguros, contabilidad externa, entre otros”¹⁹.

1.6.2.15 Costos variables. “Están relacionados directamente con el volumen de ventas, entre mayor número de ventas, mayor valor de costo variable”²⁰.

1.6.3 Marco legal e histórico.

1.6.3.1 Antecedentes históricos y de contexto.

Colombia, históricamente, se ha caracterizado por una gran movilidad de población, que se registra en tres olas comprendidas en los periodos de la década de los años sesenta (mayoritariamente hacia Estados Unidos, primera ola), la

¹⁷ PALACIO, Edwin. El estudio financiero del plan de negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>>

¹⁸ PALACIO, Edwin. El estudio financiero del plan de negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>>

¹⁹ PALACIO, Edwin. El estudio financiero del plan de negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>>

²⁰ PALACIO, Edwin. El estudio financiero del plan de negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>>

década de los años ochenta (dirigido a Venezuela, segunda ola) y la década de los años noventa (en rutas hacia España, tercera ola).

La emigración colombiana a Estados Unidos se produjo en los años sesenta y setenta, y se reprodujo en los noventa, especialmente por factores económicos – posibilidades de conseguir empleo y aumentar los ingresos y, en alguna medida, por razones políticas relacionadas con la amenaza de grupos armados al margen de la ley. Esta migración se caracteriza por un nivel educativo alto de los migrantes, buen conocimiento del idioma inglés, mayor proporción de mujeres y una importante presencia de migrantes de clase media y alta.

En cuanto a la emigración hacia España, aumentó considerablemente a partir del año 1998, lo que se explica en gran parte por la crisis económica del país en los años 1998-1999, especialmente en ciertas regiones como el Eje Cafetero, y por el atractivo que presenta este país para integrar laboralmente al colectivo inmigrante, además de la facilidad idiomática que presenta para los colombianos. Actualmente, el colectivo colombiano en España constituye la cuarta nacionalidad más numerosa, precedida por la marroquí, la ecuatoriana y la rumana. Los migrantes colombianos en España se caracterizan por ser mayoritariamente mujeres, tener un nivel educativo medio y pertenecer a clase media y media baja.

Según estimación realizada desde 1985, el DANE calculó que para 2005 había una población de 3.378.345 colombianos residiendo de manera permanente en el exterior. Los destinos elegidos por los migrantes colombianos según el DANE son: Estados Unidos (34,6%), España (23,1%), Venezuela (20,0 %), Ecuador (3,1%), Canadá (2,0%), Panamá (1,4%), México (1,1%), Costa Rica (1,1%), y con un porcentaje mínimo Australia, Perú y Bolivia²¹.

1.6.3.2 Causas de la migración.

La migración internacional en Colombia es un fenómeno creciente y heterogéneo cuyas causas y consecuencias están profundamente ligadas a la situación local y global. Los colombianos que emigran lo hacen por diversas razones y hacia diferentes destinos. Entre los principales motivos están la búsqueda de oportunidades laborales, teniendo en cuenta la demanda de fuerza de trabajo poco calificada en los países desarrollados y el efecto de la globalización sobre el aumento de fuerza de trabajo que busca una mayor remuneración en los países desarrollados. Así mismo, se encuentran causas como la reunificación familiar, la mejora de los niveles de calidad de vida y la oferta de estudios en educación superior de otros estados²².

²¹ CANCELLERÍA DE COLOMBIA. Antecedentes históricos y causas de la migración [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 enero, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>>

²² CANCELLERÍA DE COLOMBIA. Antecedentes históricos y causas de la migración [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 enero, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>>

1.7 METODOLOGÍA

1.7.1 Tipo de estudio. Descriptivo.

1.7.2 Línea de investigación. Gestión Integral y dinámica de las Organizaciones Empresariales

1.7.3 Eje Temático. Emprendimiento

1.7.4 Fuentes de Información. El proyecto cuenta con dos fuentes de información:

1.7.4.1 Primarias. Técnicas cuantitativas y cualitativas; se realizará una encuesta dirigida a la población universitaria en la ciudad de Bogotá para conocer sus intereses de viaje, de estudio, edad, capacidad económica, entre otros.

1.7.4.2 Secundarias. Se consultará la información disponible en internet, en la biblioteca de la universidad, libros, entre otros, que pueda ser útil para la creación de la agencia.

1.8 DISEÑO METODOLÓGICO

Para el desarrollo del proyecto se tendrán en cuenta las siguientes etapas:

1.8.1 Etapa 1. Estudio de mercado.

- Identificación y caracterización del servicio
- Descripción del cliente
- Delimitación y descripción del mercado
- Comercialización de los servicios.

1.8.2 Etapa 2. Estudio Técnico.

- Tamaño
- Proceso de Servicio
- Capacidad de trabajo

1.8.3 Etapa 3. Estudio administrativo y legal.

- Constitución Jurídica de la Empresa
- Estructura Organizacional
- Planeación Estratégica

1.8.4 Etapa 4. Estudio financiero.

- Determinación de Ingresos
- Determinación de gastos
- Flujo de caja mensual
- Flujo de caja anual
- Punto de equilibrio
- Financiamiento

2. ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado, se tuvo en cuenta la cantidad de estudiantes matriculados en un programa de pregrado, en modalidad presencial, de los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 en la ciudad de Bogotá, de acuerdo con información del Ministerio de Educación del año 2015, y utilizando la tabla Militar Standard se determinó una muestra de 200 personas para la aplicación de una encuesta al segmento del mercado que se encuentra en edades entre los 18 y los 40 años.

2.1 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

2.1.1 Tipo de servicio. Asesoría por la cual se brinda la información, orientación y acompañamiento a las personas que desean estudiar en el exterior, en cuanto a programas de estudio, países, cultura, ubicación, oportunidades de trabajo entre otros, para definir el mejor plan de viaje de acuerdo con sus necesidades y expectativas, y que se adapte a su proyecto de vida. La asesoría se compone de las siguientes fases:

2.1.1.1 Asesoría general. Se busca conocer datos sociodemográficos, académicos y culturales del cliente, sus intereses, preferencias y expectativas de viaje para establecer su perfil y posteriormente definir sus posibilidades de destino, condiciones del país, oportunidades laborales, entre otros, así mismo dar información sobre costos, características del programa e instituciones.

2.1.1.2 Inscripción. Una vez la persona ha tomado la decisión del destino, institución y programa a estudiar, se inicia el proceso de inscripción con la institución de interés, en donde se paga un valor por inscripción, el cual no será reembolsable si se retracta de continuar con el proceso.

2.1.1.3 Pago del programa a la institución del país destino. Posterior a la inscripción del programa, la institución envía respectiva carta de aceptación con los costos correspondientes, se procede a brindarle al cliente las instrucciones para que pueda realizar su pago.

2.1.1.4 Proceso de visa. Es el momento en el que se realiza todo el trámite de la visa del país correspondiente.

2.1.1.5 Orientación final. Se le hacen las recomendaciones finales al cliente sobre pormenores de su viaje.

2.1.2 Características del servicio. La asesoría general incluye lo siguiente:

- Identificación de la necesidad
- Análisis de la capacidad económica

- Historial académico y laboral
- Definición de perfil

2.2 DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE

2.2.1 Edad. Las personas con mayor interés de viajar son estudiantes universitarios en edades entre los 18 a los 35 años.

2.2.2 Nivel socioeconómico. Se encuentran en familias de estratos 2, 4, 5 y 6.

2.2.3 Ocupación. En su mayoría son personas que trabajan y estudian alternamente. Son estudiantes de una carrera de educación superior con aspiraciones de continuar sus estudios hasta un nivel de Maestría o Doctorado.

2.2.4 Intereses de viaje. Los países con mayor motivación de viaje son Canadá, Australia y Alemania. La motivación principal de viaje es por estudio (75%), seguido por la opción de trabajo (46,88%) y turismo (37.50%). Principalmente buscan iniciar sus estudios en otro país con la maestría, seguido por algún curso de idiomas. Son personas que están interesadas en estudiar fuera del país alrededor de 3 a 5 años, regresando a Colombia transcurrido este tiempo.

2.2.5 Capacidad económica. Son personas que podrían disponer de \$5'000.000 a \$15'000.000 millones de pesos para realizar su viaje, donde el dinero provendría principalmente de ahorros, la decisión de viaje depende de sí mismos.

2.2.6 Población referencia. Estudiantes universitarios de últimos semestres.

2.2.7 Población afectada. Estudiantes universitarios de últimos semestres, en la ciudad de Bogotá.

2.2.8 Población objetivo. Estudiantes universitarios de últimos semestres, en la ciudad de Bogotá, matriculados en programas técnicos, tecnológicos y universitarios, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2, 3, 4, 5 y 6, que se encuentren en edades de los 18 a los 35 años.

2.3 DELIMITACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

2.3.1 Aplicación del instrumento. Se realizó una encuesta a 200 personas, hombre y mujeres estudiantes universitarios en edades entre los 18 y 35 años, en la ciudad de Bogotá, cuyos resultados se analizarán posteriormente a medida que se va a desarrollando el proyecto.

2.3.2 Delimitación del área geográfica. De acuerdo con las cifras del Ministerio de Educación, “en Colombia se matricularon para cursar primer semestre de programas técnicos, tecnológicos, universitarios, especialización, maestría y

doctorado, 267.519 estudiantes en el 2010, 379.183 en el 2011, 384.404 en el 2012, 354.336 en el 2013, 381.317 en el 2014 y 423.731 en el 2015. Del total de matriculados en estos años, aproximadamente el 35% pertenecen a la ciudad de Bogotá”²³.

2.3.3 Demanda del servicio. Las personas que estarían dispuestas a inscribirse para iniciar su proceso de asesoría y trámite para estudiar en el exterior son los universitarios recién egresados. Para realizar el cálculo de los estudiantes que se graduarán en los años 2018, 2019, 2020 y 2021, se tomaron los datos del Ministerio de educación de los estudiantes matriculados en primer semestre en algún programa técnico, tecnológico y universitario, en la ciudad de Bogotá, en los años comprendidos entre 2010 y 2015, y se realizó una proyección de estos datos a 6 años más, es decir del 2016 al 2021 (véase el Cuadro 3).

Cuadro 3. Número de Matriculados en Primer Semestre en Programas Técnicos, Tecnológicos y Universitarios en la Ciudad de Bogotá

CONCEPTO/ AÑO	DATOS REALES DEL MINISTERIO						DATOS PROYECTADOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total matriculados en primer semestre	267.519	379.183	384.404	354.336	381.317	423.731	440.821	462.461	484.101	505.741	527.380	549.020
Matriculados en Bogotá	94.376	127.243	129.359	117.824	137.344	149.324	155.262	163.648	172.034	180.420	188.806	197.192
Porcentaje de matriculados en Bogotá frente al total	35%	34%	34%	33%	36%	35%	35%	35%	36%	36%	36%	36%
Matriculados en Bogotá en programas técnicos	17.662	24.613	15.907	10.276	12.133	10.755	7.464	5.246	3.029	812	-1.406	-3.623
Matriculados en Bogotá en programas tecnológicos	6.521	31.272	30.010	24.093	26.348	33.233	36.533	39.758	42.983	46.208	49.433	52.658
Matriculados en Bogotá en programas universitarios	51.945	59.054	69.839	67.552	76.472	81.862	87.743	93.444	99.146	104.847	110.548	116.250
Total matriculados en programas técnicos, tecnológicos y universitarios	76.128	114.939	115.756	101.921	114.953	125.850	131.740	138.449	145.158	151.867	158.576	165.285

Fuente. El Autor.

Se tuvo en cuenta la duración del programa para estimar la cantidad de estudiantes graduados en el 2018 y en los siguientes tres años, adicionalmente se tomó el porcentaje de estudiantes matriculados en cada programa que pertenecen a estratos socioeconómicos entre 2 y 6 (véase el Cuadro 4).

Cuadro 4. Distribución de la Matrícula en Primer Curso 2003-2015 Según Estrato Socioeconómico

Estrato	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Estrato 1	10,96%	12,20%	11,88%	13,26%	14,76%	16,68%	16,43%	16,91%	18,41%	19,64%	20,66%	22,02%	23,26%
Estrato 2	40,60%	45,97%	47,39%	48,78%	50,67%	52,42%	45,42%	43,04%	42,29%	41,61%	40,82%	40,37%	40,20%
Estrato 3	39,37%	37,14%	34,84%	33,79%	31,07%	27,20%	28,85%	29,21%	28,82%	28,55%	28,30%	27,49%	26,96%
Estrato 4	7,45%	3,57%	3,83%	2,42%	2,22%	2,26%	5,97%	6,89%	6,70%	6,68%	6,72%	6,66%	6,35%
Estrato 5	1,23%	0,80%	1,49%	1,10%	0,94%	0,92%	2,26%	2,63%	2,51%	2,39%	2,32%	2,30%	2,20%
Estrato 6	0,40%	0,32%	0,57%	0,65%	0,33%	0,52%	1,07%	1,31%	1,28%	1,13%	1,17%	1,15%	1,02%

Fuente. COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Sistema para la prevención y Análisis de la Deserción de la Educación Superior. SPADIES. Bogotá: El Ministerio, 2016. p.12

²³ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Compendio Estadístico de Educación Superior Colombiana [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 13 marzo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>>

Fecha de corte: marzo de 2016

En total los graduados de los programas Graduados esperados de programas técnicos, tecnológicos y universitarios, pertenecientes a los estratos socioeconómicos del 2 al 6 de la ciudad de Bogotá se presentan a continuación (véase el Cuadro 5).

Cuadro 5. Número de Estudiantes Graduados Esperados en Bogotá

NÚMERO DE GRADUADOS ESPERADOS POR AÑO EN BOGOTÁ				
AÑO	2018	2019	2020	2021
Graduados esperados	108.249	118.252	124.649	131.537
% de matriculados en primer semestre pertenecientes a estratos socioeconómicos 2,3,4,5 y 6	72,98%	71,73%	70,49%	69,24%
TOTAL	79.003	84.828	87.862	91.076

Fuente. El Autor.

Estas cifras corresponden al 100% de los estudiantes que se graduarán en los próximos años, sin embargo, de acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada, del 100% de los estudiantes, sólo el 75% de ellos está interesado en estudiar en el exterior. Por lo que se tomó de igual manera, sólo el 75% de los estudiantes egresados en la ciudad de Bogotá del 2018 al 2021 para determinar finalmente la siguiente demanda (véase la Figura 1).

Figura 1. Cantidad de Estudiantes Graduados Esperados en Bogotá, Interesado en Estudiar en el Exterior (75%)



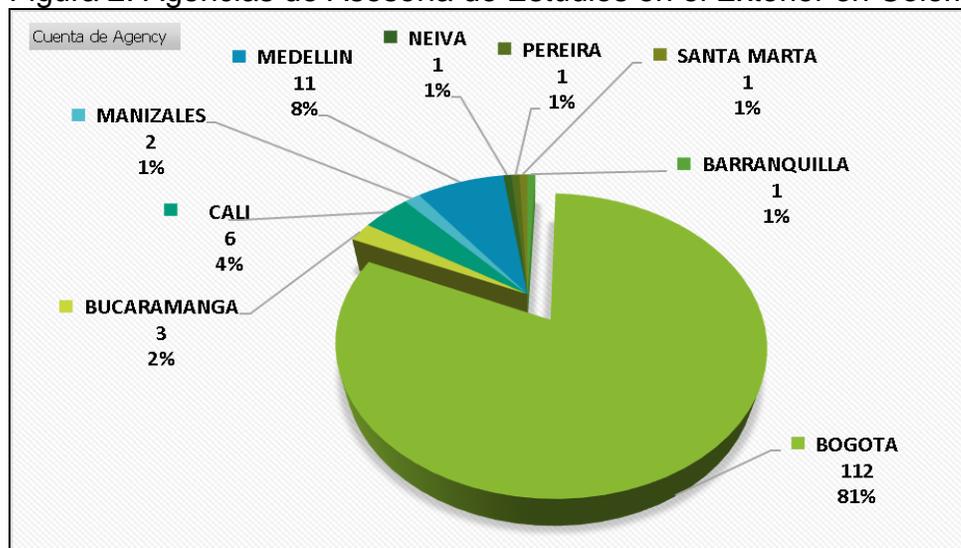
Fuente. El Autor

2.3.4 Oferta del servicio. De acuerdo con la información suministrada por The Language Gallery (TLG) Institución educativa del exterior que realiza convenios con agencias en los diferentes países, en Colombia existen actualmente 138 agencias que ofrecen el servicio de asesoría de estudios en el exterior, de las cuales 112 se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá. Algunas de ellas

ofrecen diversos programas en diferentes países, mientras que unas se dedican a ofrecer únicamente programas de inglés en diferentes países y otras a ofrecer diversos programas en un sólo País.

A continuación, se encuentra la distribución de agencias de asesoría de estudios en el exterior en Colombia del año 2016 (véase la Figura 2).

Figura 2. Agencias de Asesoría de Estudios en el Exterior en Colombia al 2016



Fuente. El Autor.

2.3.5 Análisis oferta – demanda. De acuerdo con los datos obtenidos en los clientes potenciales en Colombia y la cantidad de agencias que prestan servicios de asesoría de estudios en el exterior, que, incluyendo la agencia Open Skies International Education son 113 en la ciudad de Bogotá, se puede determinar la cantidad anual de clientes potenciales que le correspondería a cada agencia en los próximos años. De igual forma, si la agencia Open Skies International Education S.A.S., decidiera abarcar sólo el 5% de la cantidad que le corresponde, esto correspondería a 247 posibles clientes en el año y 21 al mes, para el año 2018 (véase el Cuadro 6)

Cuadro 6. Análisis Oferta - Demanda

AÑO	2018	2019	2020	2021
Cantidad de clientes potenciales	59.252	63.621	65.896	68.307
113 agencias en bogotá	4938	5302	5491	5692
% de abarcamiento	5%	5%	5%	5%
TOTAL ANUAL	247	265	275	285
TOTAL MENSUAL	21	22	23	24

Fuente. El Autor.

2.4 COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS

2.4.1 Distribución de los servicios. La distribución de los servicios se realizará a través de redes sociales, ferias de educación en el exterior, charlas grupales en coworking y asesorías virtuales o personales.

Dado que en Latinoamérica y alrededor del mundo el uso de redes sociales ha venido incrementando, se buscará hacer un óptimo uso de ellas para enviar constantemente información sobre los programas, instituciones y países ofrecidos, con el objetivo de captar la atención de los estudiantes interesados en viajar al exterior y convocarlos a las charlas grupales de información.

Anualmente se realizan en Bogotá varias ferias de educación internacional, en donde “se reúnen diferentes agencias de asesoría de estudios en el exterior, universidades e instituciones extranjeras educativas y personas que quieran realizar estudios en el extranjero”²⁴, en estas ferias, generalmente se ofrecen diferentes descuentos o becas, para lo cual se toman los datos de los estudiantes y posterior a la feria se realiza seguimiento. La participación de estas ferias tiene un costo que depende del tamaño del stand a utilizar, por lo que se buscará participar de las ferias más importantes y concurridas como Eduexpo, Expoestudiante y Sueduexpo, logrando captar la mayor información de los estudiantes interesados y convocarlos posteriormente a las charlas grupales e individuales.

En las charlas grupales se busca reunir alrededor de 20 a 50 personas y brindar información general sobre las oportunidades de estudio, de trabajo, condiciones de Visa, carreras en alta demanda, costos de inversión, instituciones y programas ofrecidos en los diferentes países, entre otros. Generando interés y motivación entre los asistentes y presentando la agencia de asesoría de estudios en el exterior Open Skies International Education, como una agencia seria, segura y profesional que está dispuesta a brindar la información y acompañamiento necesarios para la realización del proyecto de viaje. En Bogotá se alquilan diferentes espacios (coworking) para la realización de conferencias, son espacios cómodos, modernos, equipados y con una ubicación central y estratégica. El alquiler de estos espacios tiene un costo que va desde los \$75.000 a los \$200.000 por hora, dependiendo de la cantidad de personas asistentes, el tamaño de la sala y los dispositivos electrónicos a utilizar; pantallas LCD, sonido, Video Beam, entre otros.

²⁴ REVISTA PORTAFOLIO. Este 25 de febrero Eduexpo, la feria de estudios más grande del país, inicia su gira en Colombia [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 20 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.portafolio.co/tendencias/este-25-de-febrero-eduexpo-la-feria-de-estudios-mas-grande-del-pais-inicia-su-gira-en-colombia-514294>>

Posterior a la charla grupal se realizará seguimiento a las personas interesadas en estudiar en el exterior, según la encuesta realizada, el 29,10% de la población prefiere recibir información a través de su correo electrónico, el 19,40% visitaría la página web y casi el 15% preferiría el WhatsApp o ir directamente a la oficina de la agencia, como opción para ser contactado o recibir información, por lo que se tendrían que utilizar por lo menos el correo electrónico, la página Web y el WhatsApp como medio de comunicación con los posibles clientes (véase las Figuras 3 y 4).

Figura 3. Salón de Conferencia 1. En Coworking.



Fuente. HUGBOG. Salas de reuniones y conferencias [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://hubbog.com/salas-de-reunion-y-conferencia/>>

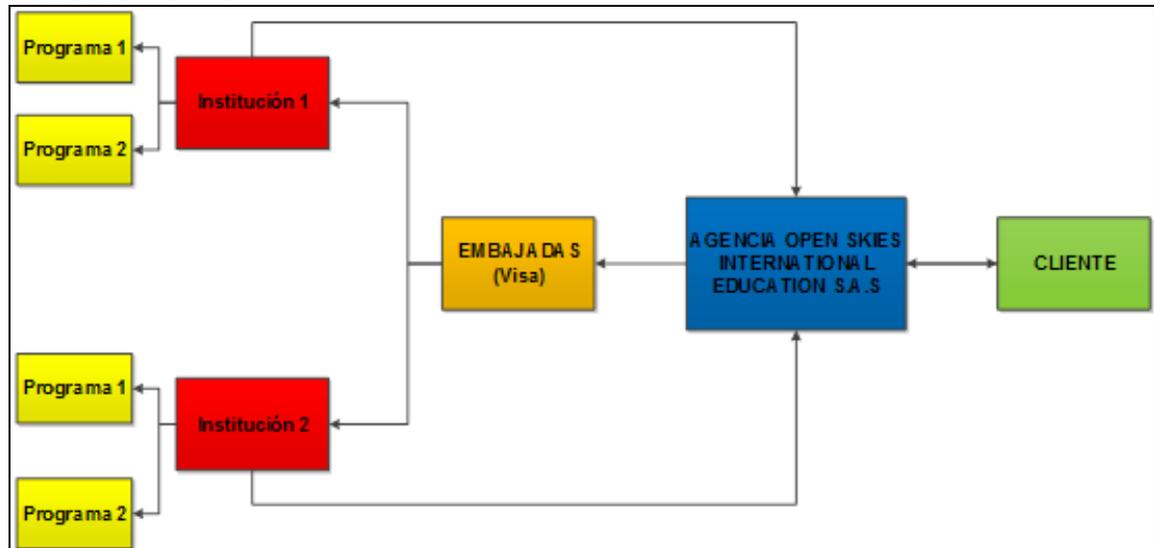
Figura 4. Salón de Conferencia 2. en Coworking.



Fuente. HUBBOG. Salas de reuniones y conferencias [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 abril, 2018]. Disponible en Internet: < URL: <https://hubbog.com/salas-de-reunion-y-conferencia/>>

2.4.2 Sistema de distribución. La agencia de estudios en el exterior Open Skies International Education, es intermediaria entre el estudiante, la embajada y la institución educativa en el exterior, le brinda toda la información y acompañamiento necesario al estudiante en el cumplimiento de los requisitos para la inscripción y matrícula del programa internacional y para la solicitud de la Visa del país correspondiente (véase la Figura 5).

Figura 5. Sistema de Distribución de Servicio Agencia Open Skies - International Education S.A.S



Fuente. El Autor.

2.4.3 Precio. La mayor cantidad de los ingresos que recibe la agencia, corresponden a la comisión por venta de cursos que paga la institución en el exterior, esta comisión corresponde en promedio al 25% sobre el valor total del curso vendido. El valor del curso generalmente está dado en la moneda extranjera correspondiente y por semanas, varía según el país, ciudad, institución y tipo de programa. El programa más vendido, según la experiencia, y que se tomó como base para el cálculo de ingresos promedio de la agencia, es un programa de inglés de una duración de 24 semanas. Se tomó el valor mínimo y el valor máximo de un “curso de inglés con una duración de 24 semanas; 6 meses, en Australia, de acuerdo con la información publicada en su página de la agencia Mundo Destinos”²⁵ así (véase el Cuadro 7).

²⁵ MUNDO DESTINOS. Inglés en Australia [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 27 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.mundodestinos.com/cursos-de-idiomas/cursos-de-ingles-en-australia.html>>

Cuadro 7. Comparación de Cursos de Inglés de 24 Semanas en Australia

Precio	Ciudad	Institución	Valor del curso por semana en AUD	N° semanas promedio a estudiar	Valor total del curso en AUD	Valor Total curso en COP
Mínimo	Perth	Navitas	\$ 200	24	\$ 4'800	\$ 10'155'072
Máximo	Melbourne	Embassy English	\$ 296	24	\$ 7'110	\$ 15'042'200

Fuente. El Autor.

“Tasa de conversión 1 AUD =2,124.62 COP”²⁶ (véase el Cuadro 8).

Cuadro 8. Tabla de Conceptos y Precios de la Agencia Open Skies - International Education S.A.S

CONCEPTO	VALOR PROMEDIO	% COMISIÓN	TOTAL A RECIBIR
INSCRIPCIÓN	\$ 50'000	NO APLICA	\$ 50'000
ASESORÍA VISAS (TURISMO Y EDUCACIÓN)	\$ 70'000	NO APLICA	\$ 70'000
VALOR CURSO DE INGLES 6 MESES	\$ 12'000'000	25%	\$ 3'000'000
TIQUETES	\$ 3'000'000	3%	\$ 90'000
SEGUROS INTERNACIONALES 6 MESES	\$ 600'000	20%	\$ 120'000

Fuente. El Autor.

2.4.4 Promoción y publicidad. Para la publicidad se buscará utilizar imágenes llamativas para personas jóvenes, que tengan relación con estudios en el exterior (véase las Figuras 6 y 7).

Figura 6. Imagen publicitaria Open Skies - International Education. S.A.S



Fuente. El Autor.

²⁶ XE. Currency Converter: AUD to COP [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 27 abril, 2018]. Disponible en Internet : <URL: <https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=AUD&To=COP>>

Figura 7. Imagen Publicitaria Open Skies - International Education. S.A.S

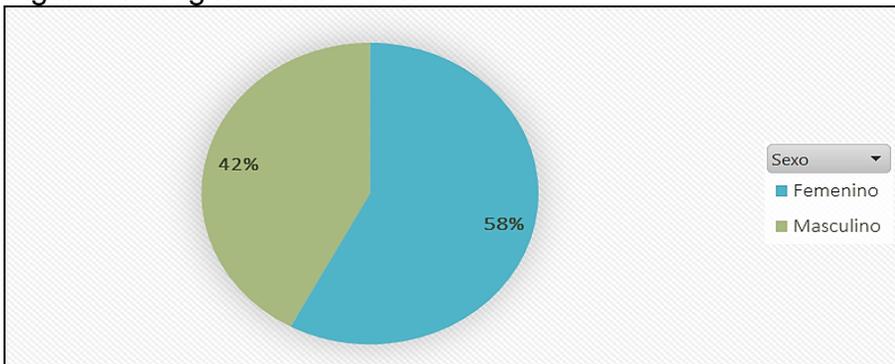


Fuente. El Autor.

2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

De acuerdo con la población total 140.034 y un nivel de inspección igual a uno (1) la tabla military standard, determina el código (L) y propone una muestra de tamaño igual a 200. Por lo anterior, se realizó la encuesta a 200 personas en edades de los 18 a los 45 años. La encuesta se hizo a través de un formulario en Google y físicamente en la Universidad Católica de Colombia, Universidad Militar, Universidad del Bosque, Universidad Central y Universidad Inca de Colombia. El formato de la encuesta (véase el Anexo A). Los resultados obtenidos son los siguientes (véase las Figuras 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23)

Figura 8. Pregunta No. 1 Sexo

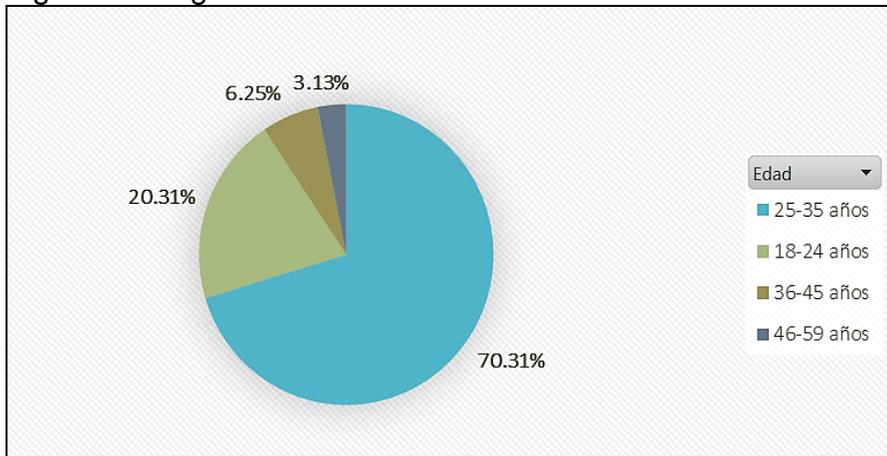


Fuente. El Autor.

Análisis: el 58% de la población encuestada fueron mujeres. De acuerdo con las cifras del Ministerio de relaciones exteriores, en noviembre de 2017 viajaron al

exterior 161'353 mujeres y 148'691 para un total de 310'044, lo cual corresponde al 52% de mujeres sobre el 48% de hombre.

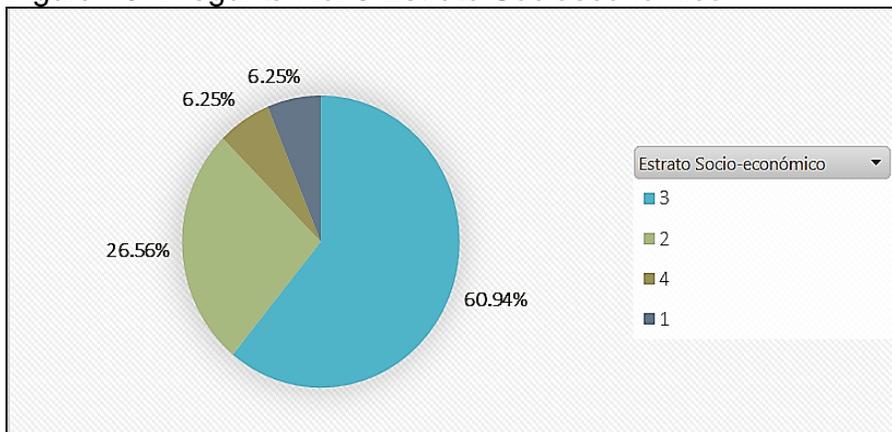
Figura 9. Pregunta No. 2 Edad



Fuente. El Autor.

Análisis: más del 70% de la población encuestada se encuentran en edades entre los 25 y 35 años, seguido con un 20.31% por jóvenes entre los 18 y 24 años. Son personas que por sus características viajan más y tiene una cultura de expandir sus límites cada día más.

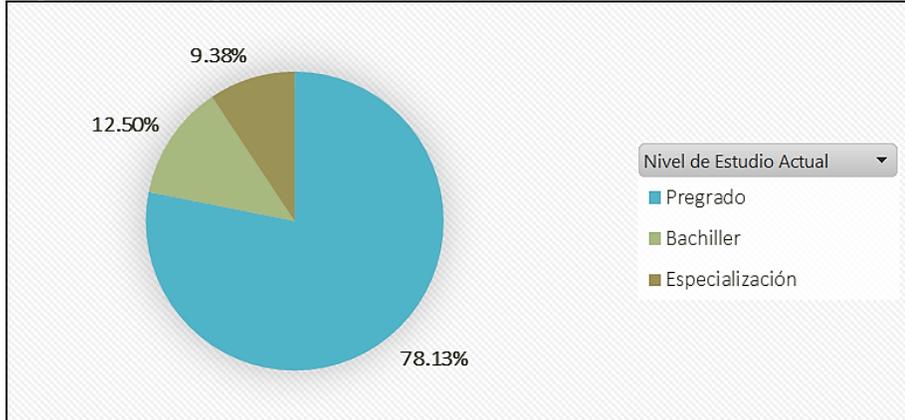
Figura 10. Pregunta No. 3 Estrato Socioeconómico



Fuente. El Autor.

Análisis: cerca del 90% de la población encuestada pertenece a estratos socioeconómicos 2 y 3; casi el 61% pertenece al estrato 3.

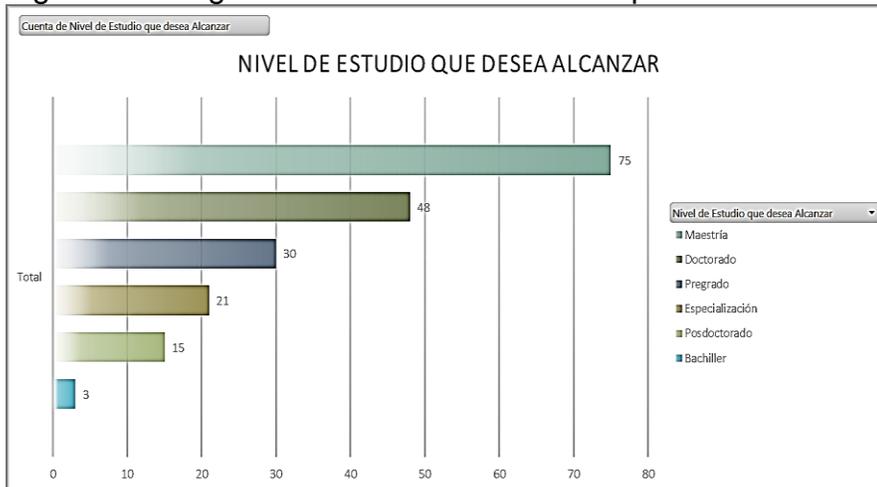
Figura 11. Pregunta No. 4 Nivel de Estudio Actual



Fuente. El Autor.

Análisis: debido a que la encuesta se aplicó a estudiantes universitarios, el 78,13% de ellos se encuentra estudiando una carrera de pregrado, seguido de estos, el 12,50 se encuentra en un nivel académico de bachiller y sólo el 9.38% ha realizado una especialización, ninguno de los encuestados ha realizado estudios de maestría o doctorado.

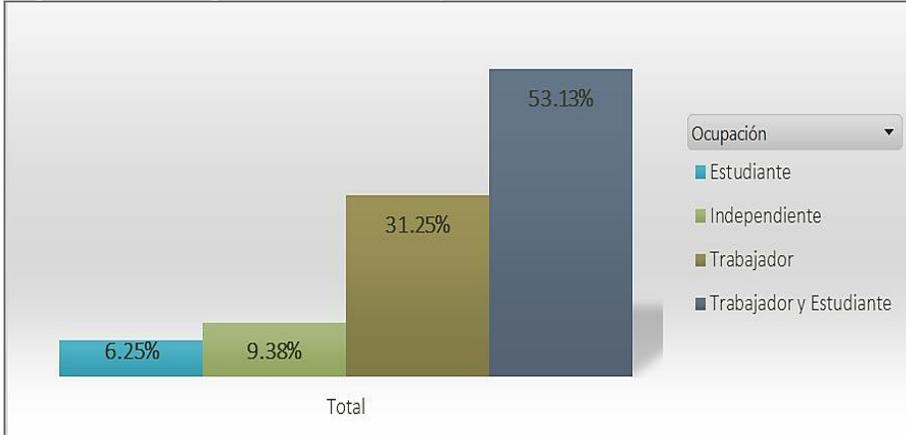
Figura 12. Pregunta No. 5 Nivel de Estudio que Desea Alcanzar



Fuente. El Autor.

Análisis: en esta pregunta los encuestados podían escoger más de una opción de respuesta, la opción más escogida entre la población encuestada fue maestría, con 75 personas de las 200 encuestadas, seguida por el doctorado con 48, esto quiere decir que más del 61% de la población universitaria desea alcanzar un nivel alto de educación, por lo que se debe buscar establecer convenios con universidades que ofrezcan programas de maestría, acompañado de programas de inglés o del idioma natal del país destino, ya que para realizar los estudios de maestría en otro país se requiere un nivel bastante alto del idioma de dicho país.

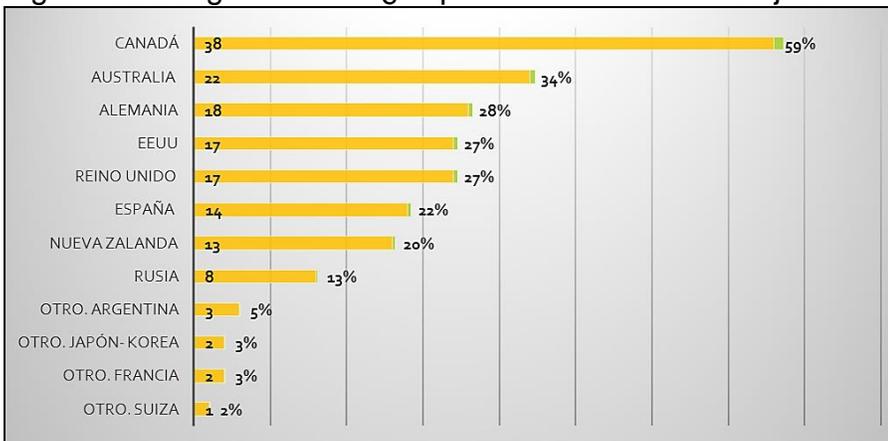
Figura 13. Pregunta No. 6 Ocupación



Fuente. El Autor.

Análisis: un poco más de la mitad de los encuetados trabajan y estudian alternamente, es una población que se esfuerza bastante por estudiar y mejorar su nivel de vida. También es una población con poca disponibilidad de tiempo, por lo que se tendrán que adoptar estrategias que permitan la facilidad y agilidad en el contacto con esta población.

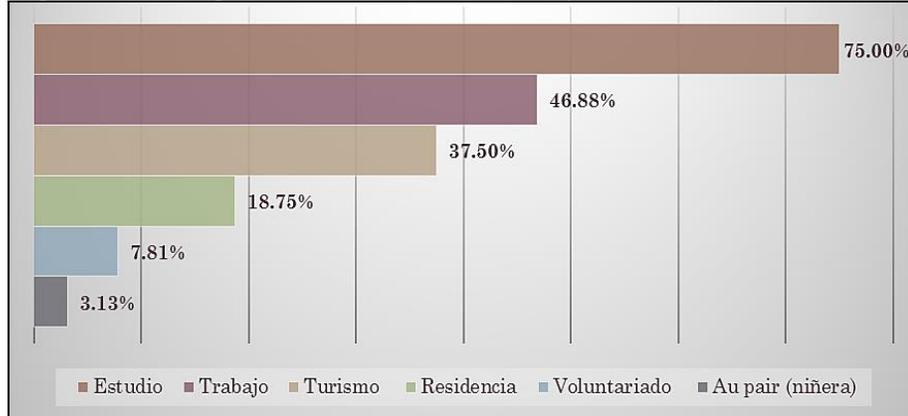
Figura 14. Pregunta No. 7 ¿A qué País le Gustaría Viajar?



Fuente. El Autor.

Análisis: sin duda Canadá es uno de los destinos preferidos por las personas que aspiran salir del país a estudiar y buscar mejores condiciones de vida, debido a que Canadá es un país que está brindando oportunidades de trabajo y estudio para poblar su país con gente joven. Su población cada vez más adulta adolece de mano de obra calificada para las cada vez más exigentes tareas.

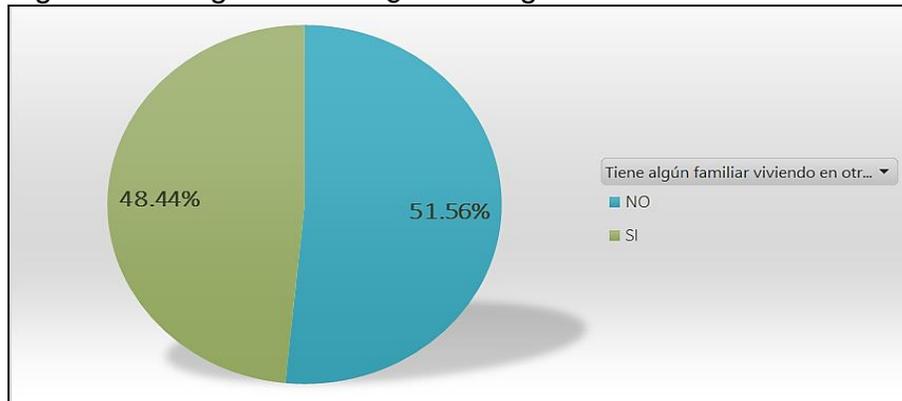
Figura 15. Pregunta No. 8 Motivo Principal del Viaje



Fuente. El Autor.

Análisis: el 75% de la población encuestada busca viajar a otros países principalmente a estudiar, seguido por ir a trabajar con un 46% y por turismo el 37.5%. Dentro de las estrategias se debe buscar que las personas que viajen con visa de estudiante puedan también trabajar, para ayudarse con los gastos de su plan de viaje. También es importante investigar sobre las oportunidades de trabajo en los países destino ofrecidos por la agencia Open Skies International Education para facilitar la búsqueda del mismo para las personas que toman la decisión de viaje.

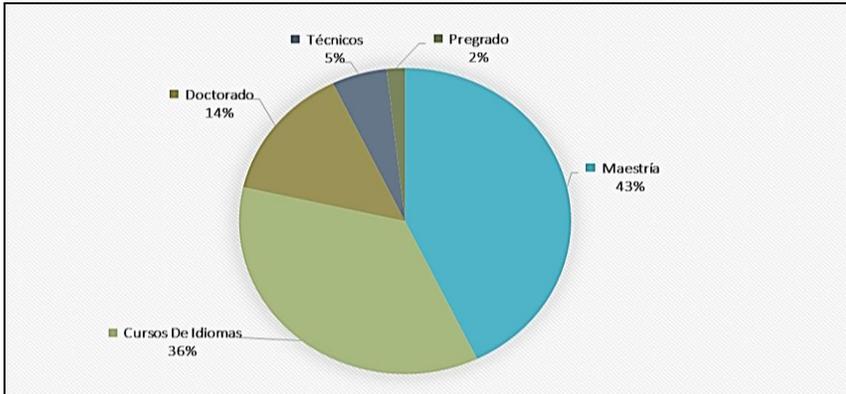
Figura 16. Pregunta No. 9 ¿Tiene Algún Familiar Viviendo en Otro País?



Fuente. El Autor.

Análisis: casi la mitad de la población tiene algún familiar viviendo en el exterior, lo cual conlleva a indagar la incidencia que tiene el tener un familiar en el país en donde se va a solicitar la Visa, hay países en donde esto puede ser causal de negación de la Visa, como hay otros que no presentan ningún inconveniente; por el contrario, contar con un apoyo económico en el país destino puede significar poder demostrar un menor presupuesto de viaje.

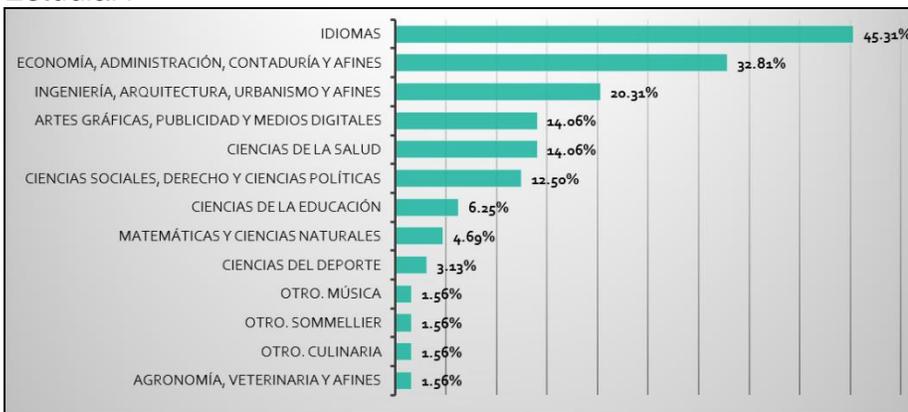
Figura 17. Pregunta No. 10 Tipo de Estudio que le Gustaría Realizar Primeramente



Fuente. El Autor.

Análisis: el 43% de la población encuestada escogería estudiar en primer lugar la maestría, el 36% empezaría a estudiar con un curso de idiomas, por lo que se deben buscar convenios con instituciones que ofrezcan programas de maestría y cursos de idiomas principalmente.

Figura 18. Pregunta No. 11 ¿En qué Área del Conocimiento está Interesado en Estudiar?

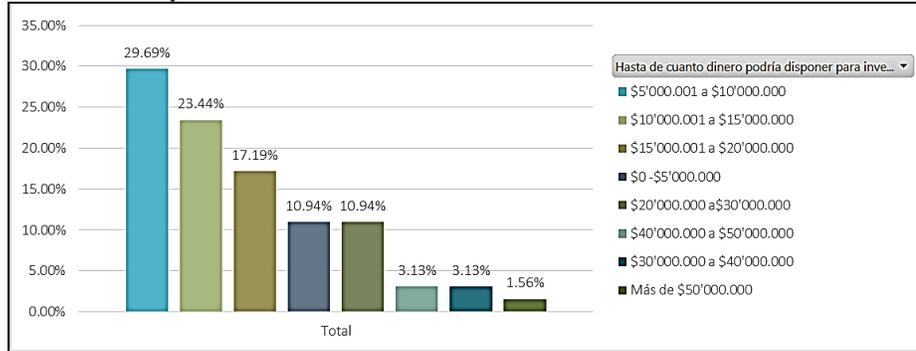


Fuente. El Autor.

Análisis: la población encuestada se interesa principalmente por estudiar idiomas con una participación del 45.31%, seguido por el área de conocimiento de Economía, Administración, Economía y Afines con un 32.81% de participación y el área del conocimiento de Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines con el 20.31%. Los programas que se deben tener a disposición son, en su mayoría, programas administrativos, sin embargo, también se deben poder ofrecer programas en las demás áreas del conocimiento, por lo que lo mejor sería buscar establecer convenios con universidades o instituciones que ofrezcan una amplia gama de programas en las diferentes áreas del conocimiento y preferiblemente

que tenga presencia en varios países para tener gran cobertura con pocos convenios que se usen regularmente.

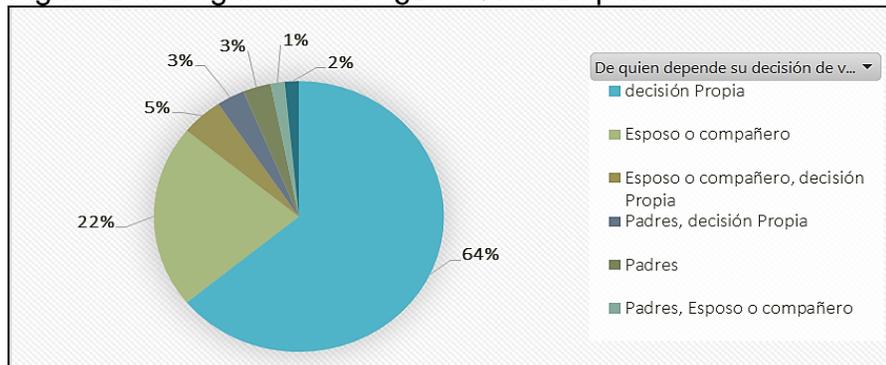
Figura 19. Pregunta No. 12 ¿De Cuánto Dinero Podría Disponer para Invertir en su Plan de Viaje?



Fuente. El Autor.

Análisis: el presupuesto con el que cuenta más del 80% de la población encuestada es de menos de 20 millones de pesos, por lo que se deben ofrecer programas acordes a estos presupuestos, sin embargo con este presupuesto no se podría costear un programa de maestría en el exterior, se tendría que pensar en dos estrategias; por un lado se tendría que buscar en Colombia alternativas de financiación de programas como este, por ejemplo el Icetex y por otro lado ofrecer cursos de idiomas o programas intermedios, es decir programas de especialización o diplomados acordes a la maestría, en países que permitan trabajar con la visa de estudio y que le den al estudiante un margen de ganancia tal, que les permita financiar, al cabo de seis meses o un año, los estudios de maestría en los que la mayoría de los encuestados se encuentran interesados.

Figura 20. Pregunta No.13 ¿De Quién Depende su Decisión de Viajar?

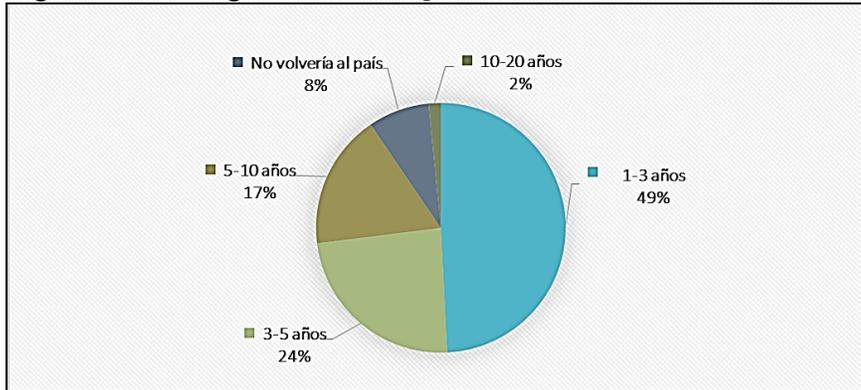


Fuente. El Autor.

Análisis: para el 64% de la población encuestada, la decisión de viaje es propia, esto podría indicar que este porcentaje de la población está formado por personas solteras e independientes, sin embargo para el 27% de la población, que es un

porcentaje importante, su decisión de viaje depende de su esposo (a) o compañero (a), por lo que se debe ofrecer programas en su mayoría para personas solteras, pero también se deben tener programas para parejas, incluso para familias con hijos.

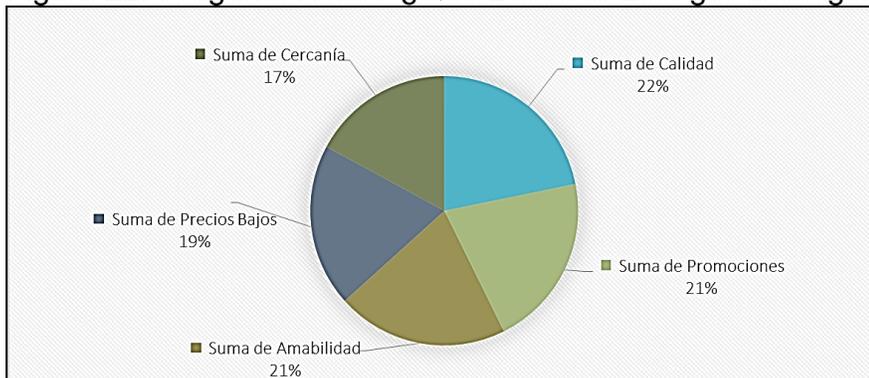
Figura 211. Pregunta No. 14 ¿Cuántos Años Estaría Afuera del País?



Fuente. El Autor.

Análisis: el 92% de la población encuestada aspira regresar al país, el 49% al cabo de 1 a 3 años el 24% al cabo de 3 a 5 años y el 17 al cabo de 5 a 10 años, lo cual indica que la gran mayoría viaja para estudiar, especializarse y vivir en otro país sólo por unos pocos años.

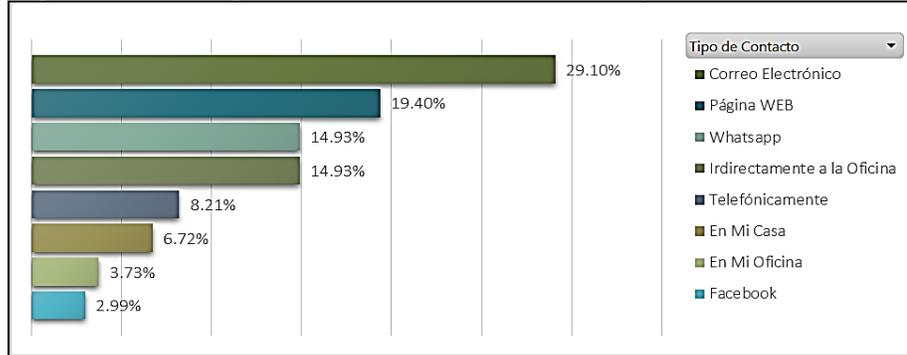
Figura 22. Pregunta No. 15 ¿Qué Busca al Escoger una Agencia que lo Asesore?



Fuente. El Autor.

Análisis: no se evidencia una gran diferencia entre los aspectos que buscan las personas encuestadas al escoger una agencia que los asesore en su plan de viaje, proporcionalmente buscan calidad, promociones, amabilidad, precios bajos y por último cercanía, por lo que es importante enfocarse en ofrecer, en lo posible, todos estos aspectos.

Figura 232. Pregunta No. 16 Formas en las que Prefiere Ser Contactado



Fuente. El Autor.

Análisis: el 29,10% de la población prefiere recibir información a través de su correo electrónico, el 19,40% visitaría la página web y casi el 15% preferiría el WhatsApp o ir directamente a la oficina de la agencia, como opción para ser contactado o recibir información, por lo que se tendrían que utilizar por lo menos el correo electrónico, la página Web y el WhatsApp como medio de comunicación con los clientes.

2.5.1 Conclusión. El mercado al cual la agencia Open Skies – International Education S.A.S va a dirigir sus esfuerzos es a jóvenes estudiantes universitarios, entre los 18 y 35 años de edad, de los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6, de la ciudad de Bogotá. De acuerdo con la capacidad económica identificada en la encuesta, se enfocará en ofrecer cursos rápidos, económicos, en su mayoría de Idiomas, se buscará también ofrecer programas en países que permitan trabajar con la visa de estudio, y de esta manera los estudiantes se puedan financiar sus gastos básicos. Se usarán, en su mayoría, los medios de contacto virtuales como lo son; el correo electrónico, Skype, la página web y el WhatsApp, logrando una comunicación efectiva con los clientes, con el mínimo costo.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO

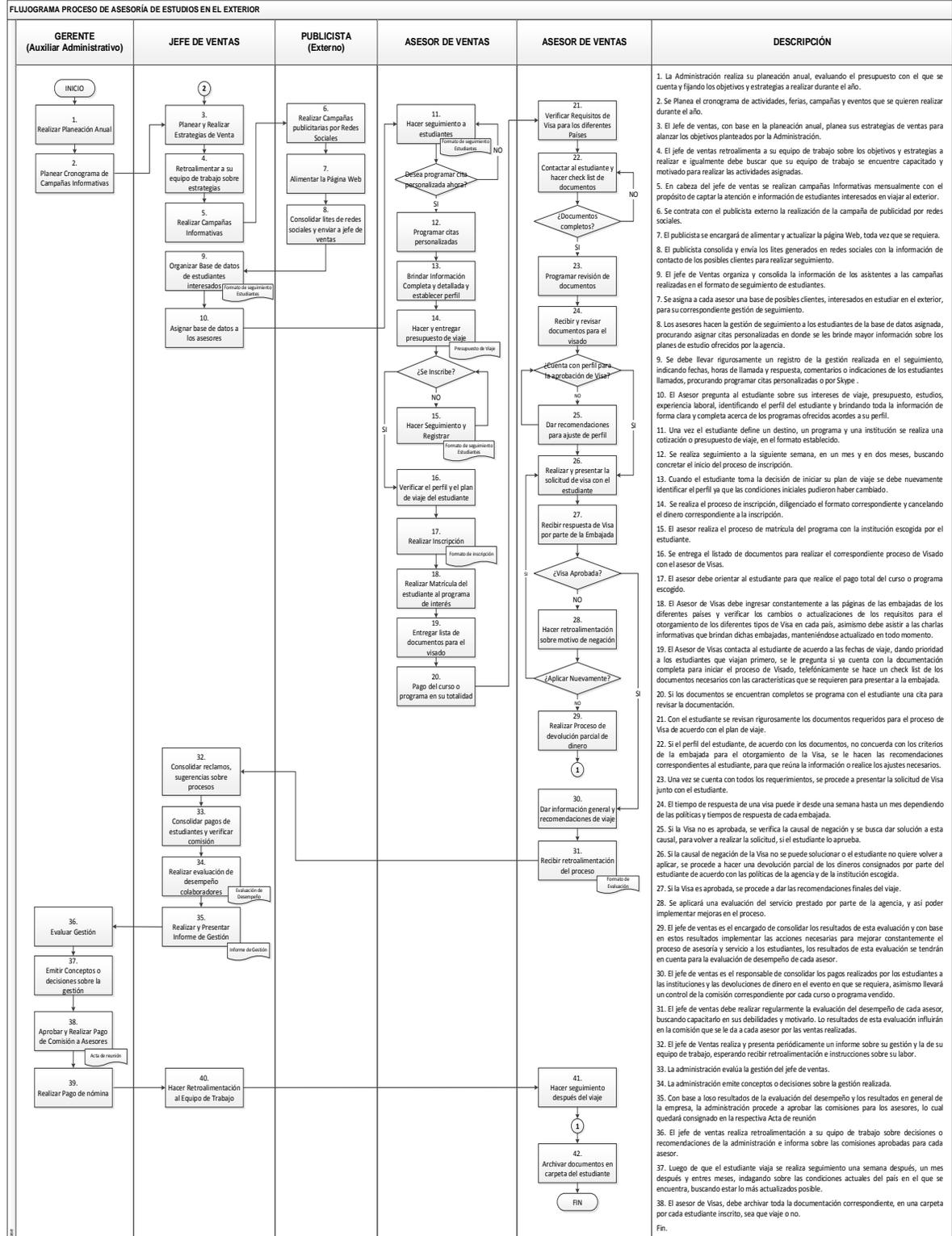
De acuerdo con la ley 905 de agosto 2 de 2004, es una microempresa “aquella que cuenta con una planta de personal no superior a 10 trabajadores y tiene unos activos no mayores a 500 SMMLV”²⁷, por lo tanto, la agencia Open Skies estaría clasificada como una microempresa, ya que inicialmente va a operar con tres personas y los activos suman en total 5 millones de pesos.

3.2 PROCESO DE SERVICIO

3.2.1 Descripción del proceso de servicio. El servicio de asesoría de estudios en el exterior que planea manejar la agencia Open Skies – International Education es a domicilio. Se pretende realizar grandes esfuerzos en la parte de publicidad, utilizando al máximo las redes sociales para lograr convocar la mayor cantidad de personas interesadas en viajar a estudiar al exterior, a una charla general, estas charlas se realizarán cada tres meses y lo que se pretende es hablar específicamente de un país cada trimestre, o cada semestre, la charla general será gratuita y lo que se busca es logra captar la atención y los posibles clientes y buscar programar una cita virtual para una asesoría específica, conociendo las condiciones, capacidad económica, intereses y perfil del estudiante y ofreciendo las mejores opciones, no para la empresa, sino para el estudiante. Cuando ya el estudiante tome la decisión de iniciar su proceso realiza el pago de la inscripción y ya se le entrega una lista de documentos que debe reunir para realizar el trámite de Visa, una vez se corrobora virtual o telefónicamente la totalidad de los documentos requeridos, se programa una visita personal para la revisión de la documentación y el diligenciamiento del formulario de solicitud de Visa. Una vez la embajada se pronuncia con la aprobación de la Visa, se procede a ofrecer los tiquetes y seguro de viaje al estudiante y a dar las últimas recomendaciones de viaje, posterior al viaje se espera seguir haciendo seguimiento y acompañamiento del estudiante en el exterior (véase la Figura 24).

²⁷ COLOMBIA. MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet:<URL: http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_pequena_mediana_o_grande>

Figura 24. Flujoograma del Proceso de Asesoría de Estudios en el Exterior en la Agencia Open Skies International Education S.A.S.



Fuente. El Autor

3.2.2 Descripción de equipos. La agencia de asesorías de estudios en el exterior Open Skies International Education S.A.S. necesita de poca infraestructura al ser una empresa que va a brindar sus servicios a domicilio y aprovechando las herramientas tecnológicas disponibles en la web por lo que está previsto contar con una oficina que tenga conexión a internet y el espacio suficiente para tres computadores personales, un teléfono, impresora, tres sillas y tres escritorios (véase el Cuadro 9).

Cuadro 9. Equipos Agencia Open Skies - International Education S.A.S

CANTIDAD	EQUIPOS	MARCA
2	Computador portátil	HP
1	Impresora	HP
1	Celular	Motorola
2	Escritorio	No Aplica
2	Silla	No Aplica

Fuente. El Autor.

3.2.3 Identificación de talento humano requerido. A continuación, se describen las personas y cargos requeridos en el transcurso del año 1 al año 5 del proyecto, los cuales se contratarán progresivamente en este tiempo (véase el Cuadro 10).

Cuadro 10. Cargos Requeridos por Año Agencia Open Skies - International Education S.A.S

CARGO	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	CRECIMIENTO					
Gerente	5%	\$ 1'000'000	\$ 1'500'000	\$ 2'000'000	\$ 2'500'000	\$ 3'000'000
Asesor 1	5%		\$ 850'000	\$ 892'500	\$ 937'125	\$ 983'981
Auxiliar Administrativo	5%		\$ 850'000	\$ 892'500	\$ 937'125	\$ 983'981
Asesor 2	5%			\$ 892'500	\$ 937'125	\$ 983'981
Gerente de Ventas	5%			\$ 1'500'000	\$ 1'575'000	\$ 1'653'750
TOTAL		\$ 1'000'000	\$ 3'200'000	\$ 6'177'500	\$ 6'886'375	\$ 7'605'694

Fuente. El Autor.

3.3 CAPACIDAD DE TRABAJO

Según la experiencia, un asesor puede vender alrededor de 6 a 8 cursos al mes, realizando todo el proceso de inicio a fin, incluyendo seguimiento, asesoría, inscripción y matrícula del estudiante al programa con la entidad en el exterior, realizando el proceso de pago y el proceso de trámite de Visa, en un horario de 8 horas, 5 días a la semana. Si se cuenta con una persona que se dedique exclusivamente a los tramites de Visa, el promedio de ventas por asesor aumentaría de 8 a 10 cursos al mes y si también se contara con otra persona que se encargara únicamente de los procesos de inscripción, matrícula y pagos con la institución del exterior, estas ventas podrían ser de 10 a 12 cursos por mes por cada asesor. Lo anterior es, teniendo una oficina en donde el cliente sea el que se acerque a realizar su proceso. Sin embargo, como la agencia Open Skies –

International Education planea operar a domicilio, en donde la operatividad y los tiempos de transporte son mayores, se calcula una capacidad de trabajo de 3 ventas por mes, por asesor para el primer año, para el segundo en el que se tendrán dos asesores, serán 6 ventas por mes y a partir del tercer año, la capacidad de trabajo será de 9 ventas en el mes.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.1 CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

4.1.1 Constitución de la empresa. La agencia de estudios en el exterior Open Skies - International Education S.A.S., es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Bogotá D.C.

4.1.2 Razón social. Para la razón social de la agencia se decidió por “Open Skies - International Education S.A.S” lo cual traduce cielos abiertos, y es lo que se busca proyectar: cielos abiertos a las oportunidades de estudio en el exterior.

4.1.3 Información legal de la agencia. Es la siguiente:

- **Número de Matrícula:** 0002886743
- **Identificación:** Nit 901127758 - 9
- **Fecha de Matrícula:** 30 de octubre de 2017
- **Tipo de Sociedad:** Sociedad Comercial
- **Tipo de Organización:** Sociedades Por Acciones Simplificadas SAS
- **Categoría de la Matrícula:** Sociedad o Persona Jurídica Principal o Esal
- **Actividad Económica:** 8560 - Actividades de Apoyo a la Educación

4.1.4 Objeto social. La sociedad tendrá por objeto gestionar, adquirir, administrar, comercializar, cobrar, recaudar, intermediar en la promoción de programas académicos: idiomas, técnicos, carreras, postgrados, maestrías y doctorados en el exterior, representar instituciones del exterior en Colombia a nivel nacional. Realización de eventos, ferias, seminarios y conferencias. Turismo, excursiones, tiquetes, seguros médicos, importación y exportación de productos relacionados con el objeto social. Gestionamiento de visados con las diferentes embajadas de cada país.

4.1.5 Documentación legal. La documentación es la siguiente:

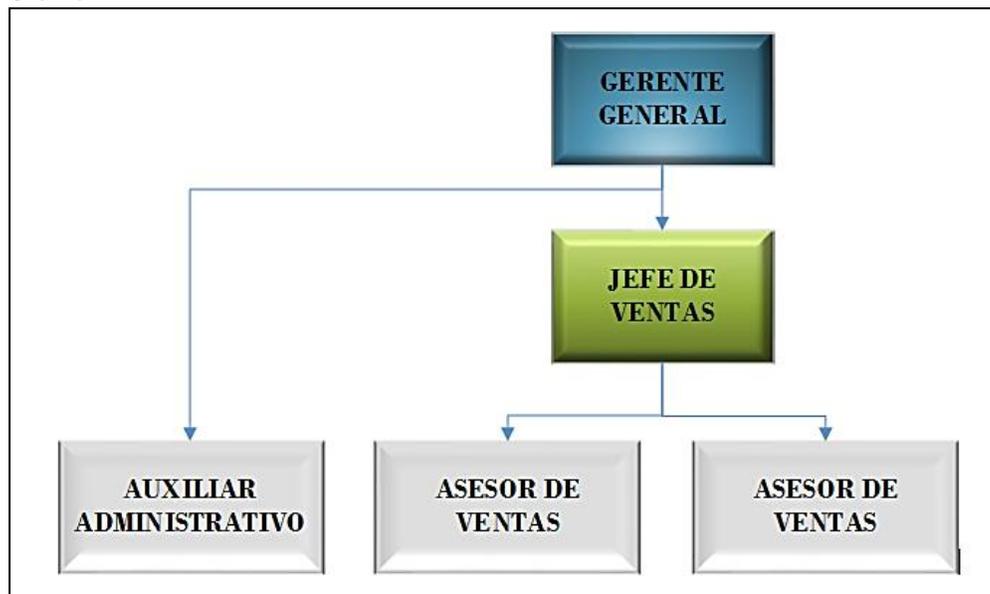
- Estatutos de Constitución, relacionando las condiciones legales de la Sociedad (véase el Anexo A).
- Pre – Rut Dian. Se realizó la inscripción ante el Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) como prerequisite de la creación de la agencia ante la Cámara de Comercio de Bogotá (véase el Anexo B).
- Certificado de Registro Mercantil. La empresa se encuentra registrada ante la Cámara de Comercio de Bogotá, desde el 30 de octubre de 2017 (véase el Anexo C).

4.1.6 Aspectos tributarios. La agencia de asesoría de estudios en el exterior Open Skies – International Education debe cumplir con el impuesto del IVA, ICA, Impuesto de renta y Gravamen a los Movimientos Financieros.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Organigrama. El organigrama proyectado a partir del cuarto año de operación contempla en su estructura a 5 personas; un gerente, encargado a partir del tercer año de la parte administrativa de la agencia, un jefe de ventas que se contratará a partir del tercer año de operación y que se encargará de toda la logística de ventas y del cumplimiento de las metas comerciales estipuladas, se contratara a partir del segundo año un asesor de ventas y en el tercer año un segundo asesor, encargados de realizar las ventas propuestas y de hacer todo el proceso de inscripción y matrícula del programa ante la institución del exterior, estudiar el perfil de cada estudiante y gestionar el trámite de Visa correspondiente de cada país, por último se contratará a partir del tercer año de operación a un Auxiliar administrativo que brinde apoyo a las tareas operativas de la agencia (véase la Figura 25)

Figura 25. Organigrama Open Skies - International Education S.A.S Proyectado al 5 año



Fuente. El Autor

4.3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

4.3.1 Misión. Somos una agencia de asesoría de estudios en el exterior, enfocados en contribuir a la realización de las metas profesionales, académicas y personales de nuestros clientes, a través del acompañamiento, información

pertinente y buen servicio, para la elaboración del mejor plan de estudio en el exterior. Con un equipo consolidado, comprometido y dedicado a servir con calidad, honestidad, responsabilidad y amabilidad.

4.3.2 Visión. Para el 2020 seremos una agencia destacada en el mercado por brindar un buen servicio de asesoría, seguimiento y acompañamiento a nuestros clientes apoyándonos en la integridad, trabajo en equipo, motivación al logro y compromiso de todos y cada uno de los miembros de nuestro equipo de trabajo.

4.3.3 Valores. Los valores organizacionales para la agencia de asesoría para estudios en el exterior Open Skies –International Education son: **Responsabilidad** en el cumplimiento del servicio ofrecido, **Calidad** del servicio brindado, **Honestidad** y **objetividad** al momento de brindar opciones e **Idoneidad** en los aspectos de la oferta global de servicios.

4.3.4 Logo. En el desarrollo del logo se quiso proyectar modernidad, seriedad, profesionalismo y confianza. El birrete representa la educación y la esfera representa el mundo con un mar de posibilidades. Los colores corporativos serán el azul oscuro, azul claro y el gris o plateado (véase la Figura 26).

Figura 26. Logo Open Skies - International Education S.A.S.



Fuente. El Autor.

4.3.5 Tarjeta de presentación. El diseño de la tarjeta de presentación es el siguiente (véase la Figura 27).

Figura 27. Tarjeta de Presentación Gerente General Open Skies - International Education S.A.S



Fuente. El Autor.

4.3.6 Análisis DOFA. Se identificó en el análisis DOFA que la agencia de asesoría de estudios en el exterior Open Skies –International Education, cuenta con una amplia experiencia en el campo de la educación en el exterior, además de un buen conocimiento y manejo de los procesos de visas que, es de los aspectos más importantes en una agencia. Por otro se cuenta con una gran cantidad de estudiantes enviados al exterior, que refieren continuamente a otras personas. Como una debilidad se encuentra la falta de musculo financiero al inicio del proyecto, dado que los socios de la agencia no cuentan con un gran capital de inversión y no planean endeudarse con grandes sumas de dinero, lo cual limita a la empresa en realizar inversiones importantes iniciales y la lleva a esperar y planear bien sus ingresos y decisiones para hacer inversiones e inclusiones de personal progresivamente conforme se van recibiendo las utilidades de cada año. Una de las amenazas más importantes a considerar es la alta competencia del mercado. Sólo en Bogotá hay alrededor de 112 agencias de estudio en el exterior que prestan servicios de asesoría similares. Otro aspecto que constituye una amenaza es la impersonalidad del servicio que se quiere manejar, puesto que aún hay desconfianza e inseguridad en el uso de herramientas tecnológicas para la asesoría, trámites de visa y pagos.

Como oportunidad se identifica el crecimiento de personas que buscan viajar al exterior a estudiar y de igual forma el crecimiento de los estudiantes que buscan cada día prepararse y especializarse más para un mercado laboral cada vez más competitivo (véase la Figura 28).

Figura 28. Análisis DOFA Agencia Open Skies- International Education S.A.S.



Fue

nte. El Autor.

4.3.7 Objetivos de la agencia. La agencia pretende alcanzar los siguientes objetivos a corto, mediano y largo plazo:

- Ejecutar un plan estratégico de reconocimiento y posicionamiento de marca con el objetivo de ser la agencia en educación internacional más reconocida en el mercado, tanto para nuestros clientes como para nuestros proveedores de servicio.

- Diseñar un sistema de información y asesoría claro, amplio y honesto basado en los testimonios reales de estudiantes que ya han viajado a través de OSIE y que han cumplido sus sueños y expectativas.
- Diseñar un plan de viaje para nuestros colaboradores con la intención que viajen al exterior a los destinos y conozcan los diferentes aspectos en cada uno de ellos como: Sus ciudades, infraestructura, sus paisajes, clima, cultura, instituciones educativas, entre otros, y de esta manera mejorar sus habilidades comerciales y motivación dentro de la empresa.
- Contar con una red internacional de apoyo en la que los estudiantes que viajan a través de la agencia Open Skies - International Education S.A.S, ayuden a los nuevos estudiantes a acoplarse a las condiciones del país, y este mismo a su vez ayude más adelante a otros estudiantes que viajen al mismo país.
- Generar oportunidades de empleo para aquellos que tienen la habilidad de trabajar externamente a través de internet y otras fuentes.
- Tener una fundación para ayudar a estudiantes con bajos recursos económicos a cumplir sus sueños de viajar al exterior.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Los ingresos de la agencia Open Skies - International Education S.A.S provienen en su mayoría de la comisión por venta de programas de las universidades o instituciones en el exterior. Sin embargo, también se reciben ingresos por el valor de la inscripción, el cual el estudiante debe cancelar para iniciar su proceso de asesoría, se recibe un ingreso por la asesoría y trámite de la Visa, generalmente de turismo, aparte de las personas que se inscriben para iniciar sus estudios en el exterior y se recibe una comisión por venta de tiquetes y seguros. Los valores unitarios y proyectados a 5 años con un incremento anual del 2% se encuentran a continuación (véase el Cuadro 11).

Cuadro 11. Concepto e Ingreso Recibidos por la Agencia Proyectados a 5 Años

	Valor Promedio	% de Comisión	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO							
INSCRIPCIÓN	\$ 50'000		\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000
VALOR CURSO DE INGLES 6 MESES	\$ 12'000'000		\$ 12'000'000	\$ 12'240'000	\$ 12'484'800	\$ 12'734'496	\$ 12'989'186
VALOR COMISIÓN	\$ 12'000'000	25%	\$ 3'000'000	\$ 3'060'000	\$ 3'121'200	\$ 3'183'624	\$ 3'247'296
OTROS INGRESOS							
TIQUETES	\$ 3'000'000	3%	\$ 90'000	\$ 91'800	\$ 93'636	\$ 95'509	\$ 97'419
SEGUROS INTERNACIONALES	\$ 600'000	20%	\$ 120'000	\$ 122'400	\$ 124'848	\$ 127'345	\$ 129'892
ASESORÍA VISAS (TURISMO Y EDUCACIÓN)	\$ 70'000		\$ 70'000	\$ 71'400	\$ 72'828	\$ 74'285	\$ 75'770

Fuente. El Autor

5.2 DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS

Dado que la agencia va a operar durante los primeros 5 años con servicio a domicilio, no se contemplan gasto de arrendamiento, pero si hay un gasto mayor para el transporte y servicios. Dentro de los gastos también se tiene en cuenta el valor de comisión por venta de programas en el exterior, que se le entrega a cada asesor, y que corresponde al 5% del valor del programa vendido. La publicidad constituye un valor importante para la agencia, ya que las estrategias publicitarias se van a realizar 100% por redes sociales. El valor de nómina durante los primeros 3 años tiene un gran incremento dado que para el segundo año se pretende contratar a un asesor de ventas y para el año 3 se planea vincular a otro asesor de ventas, un jefe de ventas y un auxiliar administrativo que colabora que la parte operativa de la agencia (véase el Cuadro 12).

Cuadro 12. Gastos de Operación de la Agencia Proyectados a 5 Años

EGRESOS					
Gastos fijos					
Nómina	\$ 17'744'484	\$ 41'434'904	\$ 107'745'595	\$ 119'807'255	\$ 132'054'850
Servicios	\$ 2'160'000	\$ 2'203'200	\$ 2'247'264	\$ 2'292'209	\$ 2'338'053
Plan de celular	\$ 840'000	\$ 856'800	\$ 1'747'872	\$ 1'782'829	\$ 1'818'486
Internet	\$ 1'440'000	\$ 1'468'800	\$ 1'498'176	\$ 1'528'140	\$ 1'558'702
Transporte	\$ 4'800'000	\$ 9'792'000	\$ 14'981'760	\$ 15'281'395	\$ 15'587'023
Depreciación	\$ 760'000	\$ 760'000	\$ 760'000	\$ 760'000	\$ 760'000
Contabilidad	\$ 1'200'000	\$ 1'260'000	\$ 1'323'000	\$ 1'389'150	\$ 1'458'608
Gastos Financieros	\$ 3'530'143	\$ 3'530'143	\$ 3'530'143	\$ -	\$ -
Total Gastos fijos	\$ 32'474'627	\$ 61'305'847	\$ 133'833'810	\$ 142'840'978	\$ 155'575'722
Gastos Variables					
Publicidad	\$ 1'200'000	\$ 3'672'000	\$ 3'745'440	\$ 3'820'349	\$ 3'896'756
Coworking	\$ 900'000	\$ 1'236'000	\$ 1'273'080	\$ 1'311'272	\$ 1'350'611
Papelería	\$ 360'000	\$ 367'200	\$ 374'544	\$ 382'035	\$ 389'676
GMF (4X1000)	\$ 640'463	\$ 2'330'618	\$ 4'337'220	\$ 5'554'150	\$ 5'665'233
N° Comisiones a pagar		8	66	108	108
Valor de comisiones a pagar	\$ -	\$ 1'224'000	\$ 10'299'960	\$ 17'191'570	\$ 17'535'401
Total Gastos Variables	\$ 3'100'463	\$ 8'829'818	\$ 20'030'244	\$ 28'259'376	\$ 28'837'676
TOTAL EGRESOS	\$ 35'575'090	\$ 70'135'665	\$ 153'864'054	\$ 171'100'354	\$ 184'413'398

Fuente. El Autor

5.3 FLUJO DE CAJA MENSUAL

Para el flujo de caja mensual se tiene proyectado en el primer mes realizar toda la planeación de la campaña inicial de publicidad, el objetivo de estas campañas es, primero convocar a la mayor cantidad de personas interesadas en realizar sus estudios en el exterior a una charla motivacional en donde se hablará de las condiciones, requisitos y oportunidades de un país en específico, y segundo recaudar la información de los estudiantes, posibles clientes.

Luego de realizar toda la planeación de este primer evento, en el segundo mes se dicta la charla y posterior a esto se realizará seguimiento a todas las personas convocadas, buscando inscribir a partir del tercer mes a la primera persona para algún programa de estudios en el exterior. Usualmente todas las personas inscritas durante el primer semestre del año tienen planeado viajar finalizando el año, por lo que el ingreso de esta venta se estaría dando entre los meses de agosto y octubre. De igual forma las personas que se inscriban en el segundo semestre del año, por lo general están realizando el pago en los meses de marzo y abril en su mayoría, por lo que en el año se presentan dos temporadas importantes en las que se recibe la mayor cantidad de dinero y por tanto es importante aprovisionar para los meses en los que por lo general no se reciben muchos pagos.

Por lo general las ventas de tiquetes y seguros de viaje se dan en los meses en que se planea viajar, es decir en los meses de junio y diciembre, mientras que el ingreso por Visas si se mantiene constante durante todo el año, con un promedio de 4 Visas en el mes (véase el Cuadro 13).

Cuadro 13. Flujo de Caja Mensual de la Agencia Open Skies - International Education S.A.S

CONCEPTO	AÑO 1												TOTAL AÑO 1	
	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11		MES 12
INGRESOS														
Cantidad de Inscripciones			1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	25
valor de inscripción		\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000
valor total de Inscripciones		\$ -	\$ -	\$ 50'000	\$ 100'000	\$ 100'000	\$ 100'000	\$ 150'000	\$ 150'000	\$ 150'000	\$ 150'000	\$ 150'000	\$ 150'000	\$ 1'250'000
Cantidad de Pagos (cursos)								2	3	5	1	2		13
Valor Unitario		\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000	\$ 3'000'000
Valor total de pagos		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6'000'000	\$ 9'000'000	\$ 15'000'000	\$ 3'000'000	\$ 6'000'000	\$ 39'000'000
OTROS INGRESOS														
Cantidad de Visas		5	5	5	5	5	5	4	4	4	6	4	4	56
Valor Unitario		\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000
valor		\$ 350'000	\$ 350'000	\$ 350'000	\$ 350'000	\$ 350'000	\$ 350'000	\$ 280'000	\$ 280'000	\$ 280'000	\$ 420'000	\$ 280'000	\$ 280'000	\$ 3'920'000
Cantidad Tiquetes												2	3	5
Valor Unitario Comisión Tiquetes		\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000	\$ 90'000
Valor total de tiquetes		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 180'000	\$ 270'000	\$ 450'000
Cantidad Seguros												1	2	3
Valor Unitario Comisión Seguro		\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000
Valor total de seguros		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 120'000	\$ 240'000	\$ 360'000
SUBTOTAL		\$ 350'000	\$ 350'000	\$ 400'000	\$ 450'000	\$ 450'000	\$ 450'000	\$ 430'000	\$ 6'430'000	\$ 9'430'000	\$ 15'570'000	\$ 3'730'000	\$ 6'940'000	\$ 44'980'000
IVA		\$ 66'500	\$ 66'500	\$ 76'000	\$ 85'500	\$ 85'500	\$ 85'500	\$ 81'700	\$ 1'221'700	\$ 1'791'700	\$ 2'958'300	\$ 708'700	\$ 1'318'600	\$ 8'546'200
TOTAL INGRESOS		\$ 283'500	\$ 283'500	\$ 324'000	\$ 364'500	\$ 364'500	\$ 364'500	\$ 348'300	\$ 5'208'300	\$ 7'638'300	\$ 12'611'700	\$ 3'021'300	\$ 5'621'400	\$ 36'433'800
EGRESOS														
Gastos fijos														
Nómina		\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 1'478'707	\$ 17'744'484
Servicios		\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 180'000	\$ 2'160'000
Plan de celular		\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 70'000	\$ 840'000
Internet		\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 120'000	\$ 1'440'000
Transporte		\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 400'000	\$ 4'800'000
Depreciación		\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 63'333	\$ 760'000
Contabilidad		\$ 300'000			\$ 300'000			\$ 300'000			\$ 300'000			\$ 1'200'000
Gastos Financieros		\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 294'179	\$ 3'530'143
Total Gastos fijos		\$ 2'906'219	\$ 2'606'219	\$ 2'606'219	\$ 2'906'219	\$ 2'606'219	\$ 2'606'219	\$ 2'906'219	\$ 2'606'219	\$ 2'606'219	\$ 2'906'219	\$ 2'606'219	\$ 2'606'219	\$ 32'474'627
Gastos Variables														
Publicidad		\$ 200'000	\$ 200'000			\$ 200'000	\$ 200'000			\$ 200'000	\$ 200'000			\$ 1'200'000
Coworking		\$ 300'000				\$ 300'000	\$ 300'000			\$ 300'000	\$ 300'000			\$ 900'000
Papelería		\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 30'000	\$ 360'000
GMF (4X1000)				\$ 1'296	\$ 1'458	\$ 1'458	\$ 1'458	\$ 1'393	\$ 97'120	\$ 145'120	\$ 241'680	\$ 50'320	\$ 99'160	\$ 640'463
N° Comisiones a pagar														\$ -
Valor de Comisiones														\$ -
Total Gastos Variables		\$ 530'000	\$ 230'000	\$ 31'296	\$ 31'458	\$ 231'458	\$ 531'458	\$ 31'393	\$ 127'120	\$ 375'120	\$ 771'680	\$ 80'320	\$ 129'160	\$ 3'100'463
TOTAL EGRESOS		\$ 3'436'219	\$ 2'836'219	\$ 2'637'515	\$ 2'937'677	\$ 2'837'677	\$ 3'137'677	\$ 2'937'612	\$ 2'733'339	\$ 2'981'339	\$ 3'677'899	\$ 2'686'539	\$ 2'735'379	\$ 35'575'090
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ (3'152'719)	\$ (2'552'719)	\$ (2'313'515)	\$ (2'573'177)	\$ (2'473'177)	\$ (2'773'177)	\$ (2'589'312)	\$ 2'474'961	\$ 4'656'961	\$ 8'933'801	\$ 334'761	\$ 2'886'021	\$ 858'710
Impuesto de Renta (33%)														
Impuesto del ICA (0,966%)														
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS		\$ (3'152'719)	\$ (2'552'719)	\$ (2'313'515)	\$ (2'573'177)	\$ (2'473'177)	\$ (2'773'177)	\$ (2'589'312)	\$ 2'474'961	\$ 4'656'961	\$ 8'933'801	\$ 334'761	\$ 2'886'021	\$ 858'710
Inversión de las socias		\$ 10'000'000												
Préstamo		\$ 9'000'000												
FLUJO DE CAJA		\$ 19'000'000	\$ 15'847'281	\$ 13'294'562	\$ 10'981'047	\$ 8'407'870	\$ 5'934'693	\$ 3'161'517	\$ 572'204	\$ 3'047'166	\$ 7'704'127	\$ 16'637'928	\$ 16'972'689	\$ 19'858'710

Fuente.

El

Autor

5.4 FLUJO DE CAJA ANUAL

En la proyección anual a cinco años, se puede observar a partir del tercer año, una estabilidad tanto en los ingresos como en los gastos, ya que en este año ya se cuenta con el total del personal planeado, que son cinco personas de las cuales tres, se dedicarían a la parte comercial y dos a la parte administrativa, y de requerirse o plantearse contratar más personal a partir del quinto año, se tendría que tener en cuenta una proporción, idealmente de uno a tres, es decir; por una persona administrativa, se deben tener tres comerciales, para que los ingresos soporten los gastos y generen unas utilidades que permitan que el proyecto continúe siendo rentable en el tiempo.

El capital de trabajo es igual a \$ 18'427.796 para operar los primeros 7 meses del primer año, a partir del octavo mes y hasta el décimo se espera recibir el pago de los programas vendidos durante el primer semestre de ese año. Para cubrir este capital de trabajo, se dispondrá de \$10'000.000, que aportaran las socias al inicio del primer año y, necesariamente, se tendría que solicitar un préstamo por \$ 9'000.000. Adicionalmente, la agencia cuenta con unos activos iguales a \$4'000.000 que se aportaran al comienzo del primer año, lo cual suma \$23'000.000 como inversión inicial, de los cuales \$19'000.000 se tendrían disponibles en el banco, para soportar los gastos de los primeros meses (véase el Cuadro 14).

Cuadro 14. Total activos de la Agencia al Comienzo del Año 1

ACTIVOS	VALOR	DEPRECIACIÓN FISCAL ANUAL %	VALOR DEPRECIACIÓN
Escritorios de trabajo 1	\$ 200.000	10%	\$ 20.000
Escritorios de trabajo 2	\$ 200.000	10%	\$ 20.000
Impresora	\$ 700.000	20%	\$ 140.000
Portatil HP	\$ 1.000.000	20%	\$ 200.000
Portatil HP	\$ 1.000.000	20%	\$ 200.000
Celular	\$ 800.000	20%	\$ 160.000
Teléfono Fijo	\$ 100.000	20%	\$ 20.000
TOTAL ANUAL	\$ 4.000.000		\$ 760.000
TOTAL MENSUAL	\$ 333.333		\$ 63.333

Fuente. El Autor

En el flujo de caja anual se evidencia que la inversión inicial realizada por \$19'000.000, se recupera desde el primer año y se obtiene además, una utilidad de \$ 858.710 y para los últimos dos años ya se espera tener una utilidad anual estándar entre \$70'000.000 y \$80'000.000.

Dada la forma en la que se plantea iniciar el proyecto; con el mínimo de inversión, y las utilidades esperadas en los primeros 5 años del proyecto se obtiene una tasa interna de retorno (TIR) del 100%.

En la proyección anual a cinco años que se realizó, se espera contar, en este último año con una utilidad acumulada de \$ 265'758.507, con lo cual ya se podría pensar en invertir en una oficina para continuar creciendo en los siguientes años (véase el Cuadro 15).

Cuadro 15. Flujo de Caja Anual de la Agencia Open Skies- International Education S.A.S

CONCEPTO	TOTAL AÑO 0	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
INGRESOS						
Cantidad de Inscripciones		25	59	96	108	108
valor de Inscripción		\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000	\$ 50'000
valor total de Inscripciones		\$ 1'250'000	\$ 2'950'000	\$ 4'800'000	\$ 5'400'000	\$ 5'400'000
Cantidad de Pagos (cursos)		13	47	86	108	108
Valor Unitario		\$ 3'000'000	\$ 3'060'000	\$ 3'121'200		\$ 3'247'296
Valor total de pagos		\$ 39'000'000	\$ 143'820'000	\$ 268'423'200	\$ 343'831'392	\$ 350'708'020
OTROS INGRESOS						
Cantidad de Visas		56	48	48	48	48
Valor Unitario		\$ 70'000	\$ 71'400	\$ 72'828	\$ 74'285	\$ 75'770
valor		\$ 3'920'000	\$ 3'427'200	\$ 3'495'744	\$ 3'565'659	\$ 3'636'972
Cantidad Tiquetes		5	23	40	53	53
Valor Unitario Comisión Tiquetes		\$ 90'000	\$ 91'800	\$ 93'636	\$ 95'509	\$ 97'419
Valor total de tiquetes		\$ 450'000	\$ 2'111'400	\$ 3'745'440	\$ 5'061'962	\$ 5'163'201
Cantidad Seguros		3	15	27	36	36
Valor Unitario Comisión Seguro		\$ 120'000	\$ 122'400	\$ 124'848	\$ 127'345	\$ 129'892
Valor total de seguros		\$ 360'000	\$ 1'836'000	\$ 3'370'896	\$ 4'584'419	\$ 4'676'107
SUBTOTAL		\$ 44'980'000	\$ 154'144'600	\$ 283'835'280	\$ 362'443'432	\$ 369'584'300
IVA		\$ 8'546'200	\$ 29'287'474	\$ 53'928'703	\$ 68'864'252	\$ 70'221'017
TOTAL INGRESOS		\$ 36'433'800	\$ 124'857'126	\$ 229'906'577	\$ 293'579'180	\$ 299'363'283
EGRESOS						
Gastos fijos						
Nómina		\$ 17'744'484	\$ 41'434'904	\$ 107'745'595	\$ 119'807'255	\$ 132'054'850
Servicios		\$ 2'160'000	\$ 2'203'200	\$ 2'247'264	\$ 2'292'209	\$ 2'338'053
Plan de celular		\$ 840'000	\$ 856'800	\$ 1'747'872	\$ 1'782'829	\$ 1'818'486
Internet		\$ 1'440'000	\$ 1'468'800	\$ 1'498'176	\$ 1'528'140	\$ 1'558'702
Transporte		\$ 4'800'000	\$ 9'792'000	\$ 14'981'760	\$ 15'281'395	\$ 15'587'023
Depreciación		\$ 760'000	\$ 760'000	\$ 760'000	\$ 760'000	\$ 760'000
Contabilidad		\$ 1'200'000	\$ 1'260'000	\$ 1'323'000	\$ 1'389'150	\$ 1'458'608
Gastos Financieros		\$ 3'530'143	\$ 3'530'143	\$ 3'530'143	\$ -	\$ -
Total Gastos fijos		\$ 32'474'627	\$ 61'305'847	\$ 133'833'810	\$ 142'840'978	\$ 155'575'722
Gastos Variables						
Publicidad		\$ 1'200'000	\$ 3'672'000	\$ 3'745'440	\$ 3'820'349	\$ 3'896'756
Coworking		\$ 900'000	\$ 1'236'000	\$ 1'273'080	\$ 1'311'272	\$ 1'350'611
Papelería		\$ 360'000	\$ 367'200	\$ 374'544	\$ 382'035	\$ 389'676
GMF (4X1000)		\$ 640'463	\$ 2'330'618	\$ 4'337'220	\$ 5'554'150	\$ 5'665'233
N° Comisiones a pagar			8	66	108	108
Valor de comisiones a pagar		\$ -	\$ 1'224'000	\$ 10'299'960	\$ 17'191'570	\$ 17'535'401
Total Gastos Variables		\$ 3'100'463	\$ 8'829'818	\$ 20'030'244	\$ 28'259'376	\$ 28'837'676
TOTAL EGRESOS		\$ 35'575'090	\$ 70'135'665	\$ 153'864'054	\$ 171'100'354	\$ 184'413'398
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 858'710	\$ 54'721'461	\$ 76'042'523	\$ 122'478'826	\$ 114'949'885
Impuesto de Renta (33%)			\$ 18'058'082	\$ 25'094'033	\$ 40'418'013	\$ 37'933'462
Impuesto del ICA (0,966%)			\$ 528'609	\$ 734'571	\$ 1'183'145	\$ 1'110'416
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS		\$ 858'710	\$ 36'134'770	\$ 50'213'920	\$ 80'877'668	\$ 75'906'007
Inversión de las socias	\$ (10'000'000)					
Préstamo	\$ (9'000'000)					
Activos fijos	\$ (4'000'000)					
TOTAL	\$ (23'000'000)	\$ 858'710	\$ 36'134'770	\$ 50'213'920	\$ 80'877'668	\$ 75'906'007
FLUJO DE CAJA	\$ 19'000'000	\$ 20'618'710	\$ 57'255'337	\$ 107'971'116	\$ 189'350'642	\$ 265'758'507
TIR	100%					
VAN	\$ 142'140'533.17					

Fuente. El Autor

5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio calculado fue igual a 1,15 ventas en el mes, lo que significa que, para no incurrir en pérdidas, la agencia Open Skies- International Education S.A.S, debe vender como mínimo 2 cursos al mes. Lo cual, en los primeros meses, iniciando será muy difícil, pero se espera que a partir del cuarto mes se cumpla con este mínimo y a partir del séptimo mes las ventas se establezcan en 3 unidades por mes (véase el Cuadro 16 y la Figura 29).

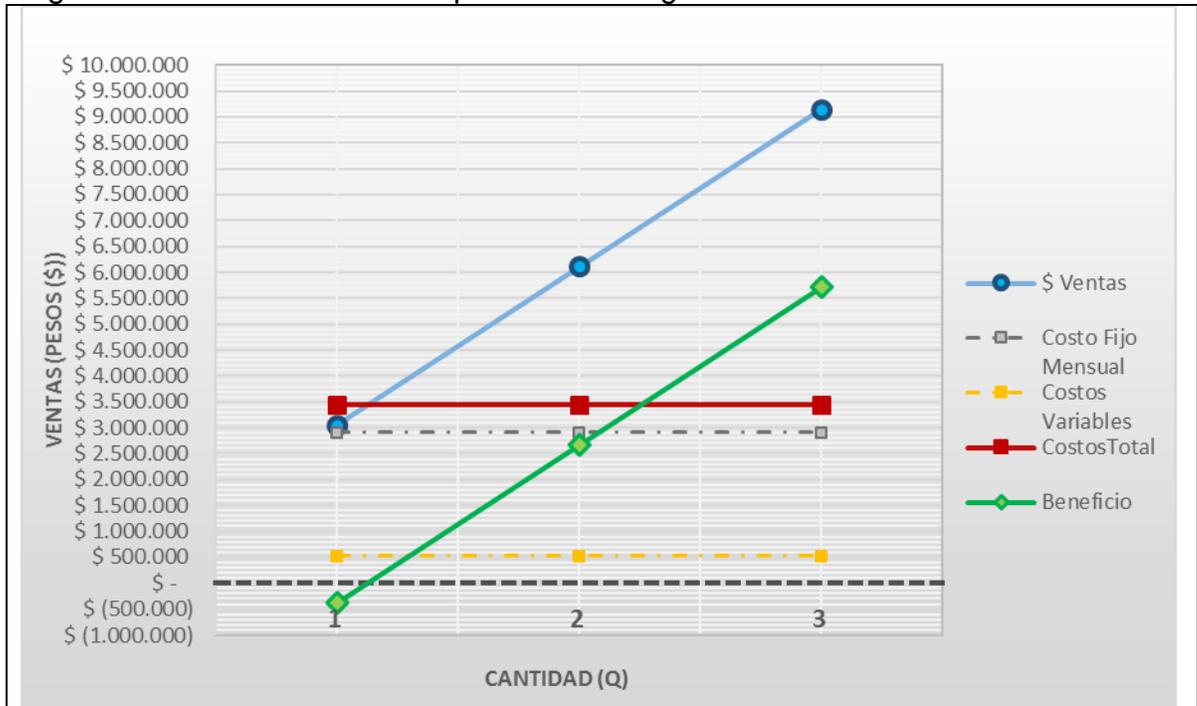
Cuadro 16. Punto de equilibrio Agencia Open Skies- International Education S.A.S

Datos para el gráfico	PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	1	2	3
\$ Ventas	\$ 3'050'000	\$ 6'100'000	\$ 9'150'000
Costo Fijo Mensual	\$ 2'906'219	\$ 2'906'219	\$ 2'906'219
Costos Variables	\$ 530'000	\$ 530'000	\$ 530'000
CostosTotal	\$ 3'436'219	\$ 3'436'219	\$ 3'436'219
Beneficio	\$ (386'219)	\$ 2'663'781	\$ 5'713'781

Para alcanzar el punto de equilibrio debe vender 2 unidades al mes

Fuente. El Autor

Figura 29. Gráfico Punto de Equilibrio de la Agencia



Fuente. El Autor

5.6 FINANCIACIÓN

Como se mencionó anteriormente, la agencia requiere para completar su capital de trabajo inicial, solicitar un préstamo por \$9'000.000, este préstamo lo solicitaría una de las socias, a través del fondo de empleados de Ecopetrol "Cavipetrol", en donde labora y en donde le otorgan el 100 % del valor requerido, a una tasa de interés del 11,45% E.A, con un plazo de 3 años, la cuota mensual quedaría en \$294.179, aunque lo que se espera es, una vez se cuente con el dinero se realice el pago total del saldo de la deuda (véase el Cuadro 17).

Cuadro 17. Datos del Préstamo a Solicitar

Financiacion	\$ 9'000'000
Tasa EA	11.45%
Tasa mensual	0.907475%
Plazo en años	3
Plazo en meses	36
Sistema de Pago	Cuota Fija Mensual
Cuota mensual	\$ 294'178.57

Fuente. El Autor

5.6.1 Amortización mensual. En la amortización mensual, pese a que se habla de una tasa más baja de lo que se maneja en el sector bancario, se observa que en los primeros meses de pago del crédito, de la cuota mensual, casi el 27% se abona a intereses y el resto para capital, ya al cabo de los últimos meses esta proporción cambia, abonando más del 90% a capital.

Entre más tiempo se demore en pagar la totalidad del crédito mayores serán los intereses a pagar, por lo que se debe procurar en la medida de lo posible, realizar abonos más grandes al crédito o, si se cuenta con el dinero, realizar el pago total del saldo del mismo y no esperar a que se cumpla todo el plazo (véase el Cuadro 18).

Cuadro 18. Amortización Mensual

AMORTIZACIÓN MENSUAL				
PERIODO	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 9'000'000.00
1	\$ 294'178.57	\$ 81'672.76	\$ 212'505.82	\$ 8'787'494.18
2	\$ 294'178.57	\$ 79'744.32	\$ 214'434.25	\$ 8'573'059.93
3	\$ 294'178.57	\$ 77'798.38	\$ 216'380.19	\$ 8'356'679.74
4	\$ 294'178.57	\$ 75'834.79	\$ 218'343.79	\$ 8'138'335.95
5	\$ 294'178.57	\$ 73'853.37	\$ 220'325.20	\$ 7'918'010.75
6	\$ 294'178.57	\$ 71'853.98	\$ 222'324.60	\$ 7'695'686.15
7	\$ 294'178.57	\$ 69'836.44	\$ 224'342.14	\$ 7'471'344.01
8	\$ 294'178.57	\$ 67'800.59	\$ 226'377.99	\$ 7'244'966.02
9	\$ 294'178.57	\$ 65'746.26	\$ 228'432.31	\$ 7'016'533.71
10	\$ 294'178.57	\$ 63'673.30	\$ 230'505.28	\$ 6'786'028.43
11	\$ 294'178.57	\$ 61'581.52	\$ 232'597.06	\$ 6'553'431.37
12	\$ 294'178.57	\$ 59'470.76	\$ 234'707.82	\$ 6'318'723.55
13	\$ 294'178.57	\$ 57'340.84	\$ 236'837.73	\$ 6'081'885.82
14	\$ 294'178.57	\$ 55'191.60	\$ 238'986.98	\$ 5'842'898.85
15	\$ 294'178.57	\$ 53'022.85	\$ 241'155.72	\$ 5'601'743.12
16	\$ 294'178.57	\$ 50'834.42	\$ 243'344.15	\$ 5'358'398.97
17	\$ 294'178.57	\$ 48'626.14	\$ 245'552.44	\$ 5'112'846.53
18	\$ 294'178.57	\$ 46'397.81	\$ 247'780.77	\$ 4'865'065.77
19	\$ 294'178.57	\$ 44'149.26	\$ 250'029.31	\$ 4'615'036.45
20	\$ 294'178.57	\$ 41'880.31	\$ 252'298.27	\$ 4'362'738.18
21	\$ 294'178.57	\$ 39'590.76	\$ 254'587.81	\$ 4'108'150.37
22	\$ 294'178.57	\$ 37'280.44	\$ 256'898.13	\$ 3'851'252.24
23	\$ 294'178.57	\$ 34'949.15	\$ 259'229.42	\$ 3'592'022.82
24	\$ 294'178.57	\$ 32'596.71	\$ 261'581.86	\$ 3'330'440.96
25	\$ 294'178.57	\$ 30'222.92	\$ 263'955.65	\$ 3'066'485.30
26	\$ 294'178.57	\$ 27'827.59	\$ 266'350.98	\$ 2'800'134.32
27	\$ 294'178.57	\$ 25'410.52	\$ 268'768.05	\$ 2'531'366.27
28	\$ 294'178.57	\$ 22'971.52	\$ 271'207.06	\$ 2'260'159.21
29	\$ 294'178.57	\$ 20'510.38	\$ 273'668.19	\$ 1'986'491.02
30	\$ 294'178.57	\$ 18'026.91	\$ 276'151.66	\$ 1'710'339.35
31	\$ 294'178.57	\$ 15'520.90	\$ 278'657.67	\$ 1'431'681.68
32	\$ 294'178.57	\$ 12'992.15	\$ 281'186.42	\$ 1'150'495.26
33	\$ 294'178.57	\$ 10'440.46	\$ 283'738.12	\$ 866'757.14
34	\$ 294'178.57	\$ 7'865.61	\$ 286'312.97	\$ 580'444.17
35	\$ 294'178.57	\$ 5'267.39	\$ 288'911.19	\$ 291'532.99
36	\$ 294'178.57	\$ 2'645.59	\$ 291'532.99	\$ (0.00)

Fuente. El Autor

5.6.2 Amortización Anual. Al final de los tres años se estaría pagando por los \$9'000.000 inicialmente prestados, \$10'590.429, es decir; \$1'590.429 de intereses totales (véase el Cuadro 19).

Cuadro 19. Amortización Anual

AMORTIZACIÓN ANUAL				
AÑO	PAGOS	INTERESES	AMORTIZACIONES	SALDO
1	\$ 3'530'142.90	\$ 848'866.45	\$ 2'681'276.45	\$ 6'318'723.55
2	\$ 3'530'142.90	\$ 541'860.30	\$ 2'988'282.60	\$ 3'330'440.96
3	\$ 3'530'142.90	\$ 199'701.94	\$ 3'330'440.96	\$ (0.00)
TOTAL	\$ 10'590'428.70	\$ 1'590'428.70	\$ 9'000'000.00	

Fuente. El Autor

6. CONCLUSIONES

En el estudio de mercado se logró establecer la población objetivo y sus intereses de viaje de acuerdo con la encuesta de percepción de mercado que se realizó. Se determinó también, la demanda de estos clientes en Colombia y específicamente en Bogotá que, comparados con la oferta en la ciudad de Bogotá, para el 2018 a la agencia le correspondería 4938 clientes potenciales en el año. En el estudio de mercado se identifica que del total de la población que se graduará en los próximos años, sólo el 35% aproximadamente, pertenecen a la ciudad de Bogotá, es decir que hay un mercado importante de graduados y posibles clientes en las otras ciudades que tampoco está siendo atacado en su totalidad por las demás agencias, ya que el 81% de las agencias identificadas se encuentran en Bogotá.

En el estudio técnico, se construyó el flujograma del proceso de asesoría desde la etapa de planeación anual, hasta el seguimiento de los estudiantes que viaja con la agencia, se identificaron los recursos necesarios para el funcionamiento de la agencia y se determinó la capacidad de trabajo en tres estudiantes por mes, para el primer año, lo cual es sólo el 1 % de la demanda que le correspondería a la agencia.

Dado el estudio administrativo, se determinó como mejor opción constituir la agencia de asesoría de estudios en el exterior, como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.) dada la flexibilidad de este tipo de sociedades y la opción de constituir la con un bajo presupuesto entre otras. Se realizó un análisis DOFA para identificar los aspectos más importantes de la agencia para tenerlos en cuenta en la planeación estratégica de la misma y se propuso la estructura organizacional a partir del cuarto año de operación, puesto que la agencia planea ir vinculando progresivamente el personal que vaya necesitando.

En el estudio financiero se realizó una proyección de los ingresos y gastos a 5 años y se determinó un valor de capital de trabajo igual a \$ 18'427.796 para operar los primeros 7 meses del primer año, de los cuales la agencia dispone de \$10'000.000 y debe solicitar un préstamo por el dinero faltante. Financieramente el negocio planteado de asesoría de estudios en el exterior se encuentra rentable, con una Tasa de Interna de Retorno del 100%. El punto de equilibrio de la agencia se fijó en 2 ventas por mes, para el primer año, lo cual, para la capacidad de trabajo de la agencia y la alta demanda del mercado, es una cantidad totalmente alcanzable.

7. RECOMENDACIONES

Debido a que se evidencia un gran porcentaje de clientes potenciales sin atender en otras ciudades diferentes a Bogotá en Colombia, se recomienda buscar tener un alcance mayor del servicio y llegar por lo menos a las ciudades principales del país. Para lo cual se tendría que establecer una estrategia para la prestación del servicio 100% de forma virtual.

Dado que se percibe una alta demanda en la ciudad de Bogotá y un gran mercado por atacar en las demás ciudades de Colombia, se recomienda incrementar moderadamente la capacidad de trabajo, contratando más asesores de ventas, ya sea con tipo de contrato indefinido o a través de la modalidad Freelance, para lograr abarcar un mayor porcentaje de la demanda.

Se recomienda hacer un seguimiento a la normatividad aplicable a las Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) para estar al tanto de los requisitos legales que le competen y en la parte tributaria, saber con qué obligaciones debe cumplir y cada cuanto para evitar así, sanciones o multas por parte del estado.

Se recomienda hacer un seguimiento mensual de los ingresos y los gastos de la agencia, para tener control sobre el flujo de caja y hacer aprovisionamiento para los meses de enero y febrero del año en donde no se perciben muchos pagos, para no incumplir con las obligaciones mensuales. Se recomienda también, hacer abonos mayores al crédito solicitado o realizar el pago total del mismo a penas se cuente con el dinero.

BIBLIOGRAFÍA

BENASSINI, Marcela. Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina. México: Pearson, 2001. 240 p.

CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ. Pasos para crear empresa [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Guía núm. 1. Constitución de una sociedad por acciones simplificadas (SAS) [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 17 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: [file:///E:/DianaM/Downloads/Gu%C3%ADa%20n%C3%BAm.%201.%20Constituci%C3%B3n%20de%20una%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas%20\(SAS\).pdf](file:///E:/DianaM/Downloads/Gu%C3%ADa%20n%C3%BAm.%201.%20Constituci%C3%B3n%20de%20una%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas%20(SAS).pdf)>

CANCILLERÍA DE COLOMBIA. Antecedentes históricos y causas de la migración [en línea]. Bogotá: La Cancillería [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>>

CARACOL RADIO. Bandas criminales reclutan menores y abusan de ellos: Fiscalía [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: http://caracol.com.co/radio/2017/11/16/nacional/1510849289_920095.html>

COLCONNECTADA. Crear empresa: Tipos de sociedades y características [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.colconnectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>>

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN. Compendio Estadístico de Educación Superior Colombiana [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 13 marzo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>>

------. Sistema para la prevención y Análisis de la Deserción de la Educación Superior. SPADIES. Bogotá: El Ministerio, 2016. 35 p.

COLOMBIA. MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet:<URL: http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresa_rial_micro_pequena_mediana_o_grande>

------. MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES. Boletín Anual de Estadísticas Enero- Diciembre de 2015 [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 15 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <http://migracioncolombia.gov.co/phocadownload/Boletin%20estadistico%202015%20espanol.pdf>>

------. MINISTERIO DE TRABAJO. Cotización a la Seguridad Social - Aportes [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.mintrabajo.gov.co/empleo-y-pensiones/empleo/subdireccion-de-formalizacion-y-proteccion-del-empleo/formalizacion-laboral/cotizacion-a-la-seguridad-social-aportes>>

EL TIEMPO. Desde su computador puede obtener o actualizar su RUT [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/como-obtener-sacar-y-actualizar-el-rut-por-internet-171864>>

FINANZAS PERSONALES. ¿Qué es y cómo opera la retención en la fuente? [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.finanzaspersonales.co/impuestos/articulo/como-pagar-retencion-fuente/53416>>

GESTIÓN LEGAL COLOMBIA. ¿Qué impuestos pagan las empresas en Colombia? [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 22 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.gestionlegalcolombia.com/impuestos-empresas-colombia.html>>

HUGBOG. Salas de reuniones y conferencias [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://hubbog.com/salas-de-reunion-y-conferencia/>>

MUNDO DESTINOS. Inglés en Australia [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 27 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.mundodestinos.com/cursos-de-idiomas/cursos-de-ingles-en-australia.html>>

PALACIO, Edwin. El estudio financiero del plan de negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>>

REVISTA DINERO. La migración desarrollo económico 2016 [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.dinero.com/economia/articulo/la-migracion-desarrollo-economico-2016/217641>>

REVISTA PORTAFOLIO. Este 25 de febrero Eduexpo, la feria de estudios más grande del país, inicia su gira en Colombia [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 20 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.portafolio.co/tendencias/este-25-de-febrero-eduexpo-la-feria-de-estudios-mas-grande-del-pais-inicia-su-gira-en-colombia-514294>>

TENDENCIAS DIGITALES. Uso de las redes sociales en Latinoamérica. Datos y reflexiones [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 16 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://tendenciasdigitales.com/redes-sociales-usos-latinoamerica/>>

UNIVERSIA. Cómo una empresa crea, entrega y captura valor [en línea]. Santiago de Chile: La Empresa [citado 15 mayo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://noticias.universia.cl/vida-universitaria/noticia/2010/05/18/403633/empresa-crea-entrega-captura-valor.html>>

VÍA-E PLATAFORMA DEL APOYO AL EMPRENDIMIENTO. Pautas para elaborar un estudio de mercado [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 14 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: http://cepymeemprende.es/sites/default/files/manuales/Elaborar_estudio_mercado.pdf >

VISA AMERICANA. Visa, que es y para qué sirve [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 17 noviembre, 2017]. Disponible en Internet: <URL: <https://visa-americana.com/visa-que-es-y-para-que-sirve/>>

XE. Currency Converter: AUD to COP [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 27 abril, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.xe.com/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=AUD&To=COP>>

ANEXOS

Anexo A. Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada Open Skies - International Education S.A.S.

ESTATUTOS BÁSICOS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA				
Bogotá D.C., 30 de octubre de 2017				
Por medio del presente documento privado, ¹ Nosotros,				
NOMBRE	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
-BLANCA ERLI MENDEZ Y DIANA MILENA MURCIA-	Cédula de Ciudadanía	52551835 Y 1016027413	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
<p>Manifestamos con la firma de este documento nuestra voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se registrará por los siguientes estatutos:</p>				
CAPÍTULO I				
NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD				
ARTÍCULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.				
La sociedad se denomina OPEN SKIES – INTERNATIONAL EDUCATION SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Bogotá D.C.—La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.				
ARTÍCULO 2. OBJETO:				
-La sociedad tendrá por objeto gestionar, adquirir, administrar, comercializar, cobrar, recaudar, intermediar en la promoción de programas académicos: idiomas, técnicos, carreras, postgrados, maestrías y doctorados en el exterior, representar instituciones del exterior en Colombia a nivel nacional. Realización de eventos, ferias, seminarios y conferencias. Turismo, excursiones, tiquetes, seguros médicos, importación y exportación de productos relacionados con el objeto social. Gestionamiento de visados con las diferentes embajadas de cada país. También podrá para el cumplimiento del objeto: A) Celebrar contratos de y con sociedades, empresas, entidades, asociaciones o personas naturales nacionales e internacionales que tengan objeto similares, complementarios o auxiliares al suyo. B) Dar o tomar en arrendamiento, en opción o para su administración, toda clase de bienes, gravarlos en cualquier forma y pignorarlos. C) Tomar o dar dinero en mutuo, con o sin garantía de los bienes propios de la empresa y celebrar toda clase de operaciones con entidades de crédito o de seguros. D) Formular propuestas y participar en toda clase de contrataciones o licitaciones en su propio nombre o en nombre de terceros, con entidades públicas o privadas cuyo fin sea la celebración de contratos. E) Crear, realizar, asesorar, organizar, promover y adelantar toda clase de actividades				

que conduzcan a la Implementación de programas que contribuyan al alcance de las metas propuestas. F) Todas aquellas que permitan el logro de sus fines. La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil

ARTÍCULO 3. DURACIÓN.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

▲ **CAPÍTULO II**
CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ 1.000.000)
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
5	-\$5.000.000-

CAPITAL SUSCRITO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
-5-	-\$5.000.000-

CAPITAL PAGADO	
“No. DE ACCIONES”	“VALOR TOTAL”

DIANA MILENA MURCIA MENDEZ	1016027413	51%
BLANCA ERLI MENDEZ	52551835	49%

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designará a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV
ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V
DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.

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

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

**CAPÍTULO VI
RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

ARTÍCULO 18. ARBITRAMIENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por 5 Arbitros que decidirán en Equidad, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

**CAPÍTULO VII
REMISIÓN**

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

**CAPÍTULO VIII
DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal—Principal —
Se designa en este cargo a: BLANCA ERLI MENDEZ MENDEZ , identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 52.551.835 de Bogotá D.C..
La persona designada como Representante Legal Principal Estando presente acepta el cargo

Firmas:

REPRESENTANTE LEGAL: BLANCA ERLI MENDEZ MENDEZ
52.551.835

SUPLENTE: DIANIA MILENA MURCIA MENDEZ
1016027413

Anexo B. Formulario del Registro Único Tributario

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001																																																									
2. Concepto: <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario: 14435441143																																																											
																																																															
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. Dv:		12. Dirección seccional		14. Rótulo electrónico																																																									
		-		Impuestos de Renta		3-2																																																									
IDENTIFICACION																																																															
24. Tipo de contribuyente:		25. Tipo de documento:		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:																																																									
Persona jurídica		1																																																													
Lugar de expedición		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:																																																									
		COLOMBIA		Bogotá D.C.		Bogotá, D.C.																																																									
31. Primer apellido		32. Segundo apellido		33. Primer nombre		34. Otros nombres																																																									
35. Razón social: OPEN SKIES INTERNATIONAL EDUCATION SAS																																																															
36. Nombre comercial: OPEN SKIES INTERNATIONAL EDUCATION SAS																																																															
UBICACION																																																															
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:																																																											
COLOMBIA		BOGOTÁ D.C.		BOGOTÁ, D.C.		001																																																									
41. Dirección principal: CR 34 10 A 44 TO 8 OF 302																																																															
42. Correo electrónico: operskies.edu@gmail.com		43. Código postal:		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:																																																									
		3124012452																																																													
CLASIFICACION																																																															
Actividad económica				Ocupación																																																											
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		52. Número establecimiento																																																									
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	51. Código:																																																										
8580	20171005	7490	20171005	1	2																																																										
Responsabilidades, Calidades y Atributos																																																															
53. Código: 11																																																															
11-Ventas régimen común																																																															
Obligados aduaneros				Exportadores																																																											
54. Código:				55. Forma:		56. Tipo:																																																									
<table border="1"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											11	12	13	14	15	16	17	18	19	20											<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>						<table border="1"> <tr><td>Servicio</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td>57. Modo:</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>58. CPC:</td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>		Servicio	1	2	3	57. Modo:				58. CPC:			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																																						
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20																																																						
Servicio	1	2	3																																																												
57. Modo:																																																															
58. CPC:																																																															
¡IMPORTANTE! Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.																																																															
Para uso exclusivo de la DIAN																																																															
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios:		61. Fecha:																																																											
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo escribe y en consecuencia corresponde exclusivamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en sus contenidos podrá ser sancionada. Artículo 10 Parágrafo 1º del Decreto 1471 de noviembre de 2013. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 994. Nombre: 995. Cargo:																																																											

		Formulario del Registro Único Tributario				001	
Espacio reservado para la DIAN 				Página 2 de 3 Hoja 2 4. Número de formulario 14436441143 			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV		12. Dirección seccional Instituto de Registro		14. Razon electrónico	
						3-2	
Categorías y formas de las organizaciones							
62. Naturales <input type="checkbox"/>		63. Formas asociativas <input type="checkbox"/>		64. Entidades o institutos de Servicio público de orden nacional, departamental, municipal y descentralizado <input type="checkbox"/>		65. Fondos <input type="checkbox"/>	
65. Fondos <input type="checkbox"/>		66. Cooperativas <input type="checkbox"/>		67. Sociedades y organizaciones extranjeras <input type="checkbox"/>		68. Sin personería jurídica <input type="checkbox"/>	
68. Sin personería jurídica <input type="checkbox"/>		69. Otras organizaciones no clasificadas <input type="checkbox"/>		70. Beneficio <input type="checkbox"/>			
Constitución, Registro y Última Reforma				Composición del Capital			
Documento		1. Constitución		2. Reforma		Composición del Capital	
71. Clase: <input type="text" value="01"/>		72. Número: <input type="text"/>		73. Fecha: <input type="text"/>		82. Nacional: <input type="text" value="1000"/> %	
74. Número de Notaría: <input type="text"/>		75. Entidad de registro: <input type="text"/>		76. Fecha de registro: <input type="text"/>		83. Nacional público: <input type="text" value="0"/> %	
77. No. Matrícula mercantil: <input type="text"/>		78. Departamento: <input type="text"/>		79. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>		84. Nacional privado: <input type="text" value="1000"/> %	
Vigencia:		80. Desde: <input type="text"/>		81. Hasta: <input type="text"/>		85. Extranjero: <input type="text" value="0"/> %	
						86. Extranjero público: <input type="text" value="0"/> %	
						87. Extranjero privado: <input type="text" value="0"/> %	
Entidad de vigilancia y control							
88. Entidad de vigilancia y control: <input type="text"/>							
Estado y Beneficio							
89. Ben	89. Estado actual	90. Fecha cambio de estado	91. Número de identificación Tributaria (NIT):				
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
5	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>				
Vinculación económica							
93. Vinculación económica <input type="checkbox"/>		94. Nombre del grupo económico y/o empresarial			95. Número de identificación Tributaria (NIT) de la matriz o controlante		96. DV
97. Nombre o razón social de la matriz o controlante							
170. Número de identificación tributaria otorgado en el exterior		171. PIS		172. Número de identificación tributaria sociedad o natural del exterior con ICF			
173. Nombre o razón social de la sociedad o natural del exterior con ICF							

		Formulario del Registro Único Tributario Representación				001	
Espacio reservado para la DIAN 				Página 3 de 3 Hoja 3 4. Número de formulario 14436441143 			
5. Número de identificación Tributaria (NIT):		6. DV		12. Dirección seccional		14. Razon electrónico	
		-		Instituto de Regalía		3-2	
Representación							
98. Representación: REPRS LEGAL PRIN		99. Fecha inicio ejercicio representación: 1 8		99. Fecha inicio ejercicio representación: 2 0 1 7 1 0 0 5			
100. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía		101. Número de identificación: 1 3 5 2 5 5 1 8 3 5		102. DV		103. Número de tarjeta profesional:	
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre		107. Otros nombres	
108. Número de identificación Tributaria (NIT):		109. DV		110. Razón social representante legal			
-		-					
98. Representación:		99. Fecha inicio ejercicio representación:					
100. Tipo de documento:		101. Número de identificación:		102. DV		103. Número de tarjeta profesional:	
				-			
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre		107. Otros nombres	
108. Número de identificación Tributaria (NIT):		109. DV		110. Razón social representante legal			
-		-					
98. Representación: REPRS LEGAL PRIN		99. Fecha inicio ejercicio representación: 1 8		99. Fecha inicio ejercicio representación:			
100. Tipo de documento:		101. Número de identificación:		102. DV		103. Número de tarjeta profesional:	
				-			
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre		107. Otros nombres	
108. Número de identificación Tributaria (NIT):		109. DV		110. Razón social representante legal			
-		-					
98. Representación:		99. Fecha inicio ejercicio representación:					
100. Tipo de documento:		101. Número de identificación:		102. DV		103. Número de tarjeta profesional:	
				-			
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre		107. Otros nombres	
108. Número de identificación Tributaria (NIT):		109. DV		110. Razón social representante legal			
-		-					
98. Representación:		99. Fecha inicio ejercicio representación:					
100. Tipo de documento:		101. Número de identificación:		102. DV		103. Número de tarjeta profesional:	
				-			
104. Primer apellido		105. Segundo apellido		106. Primer nombre		107. Otros nombres	
108. Número de identificación Tributaria (NIT):		109. DV		110. Razón social representante legal			
-		-					

Colombia, un compromiso que no podemos evadir.

Fecha generación documento PDF: 24-10-2017 09:30:14PM

Anexo C. Certificado de Registro Mercantil



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CODIGO VERIFICACION: 0550045865EC6B

23 DE NOVIEMBRE DE 2017 HORA 12:05:49

R055004586

PAGINA: 1 de 2

* * * * *

LA MATRICULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS.

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRONICAMENTE Y CUENTA CON UN CODIGO DE VERIFICACION QUE LE PERMITE SER VALIDADO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FACIL, RAPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOS/ELECTRONICOS/

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS.

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : OPEN SKIES - INTERNATIONAL EDUCATION SAS
N.I.T. : 901127758-9 ADMINISTRACION : DIRECCION SECCIONAL DE IMPUESTOS DE BOGOTA
DOMICILIO : BOGOTA D.C.

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 02886743 DEL 30 DE OCTUBRE DE 2017

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA :30 DE OCTUBRE DE 2017
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2017
ACTIVO TOTAL : 5,000,000
TAMAÑO EMPRESA : MICROEMPRESA

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CR 32 NO. 10 A 45
MUNICIPIO : BOGOTA D.C.
EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : dmilenita8000@gmail.com
DIRECCION COMERCIAL : CR 43 A SUR NO. 72 G 62
MUNICIPIO : BOGOTA D.C.
EMAIL COMERCIAL : beam1970@gmail.com

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. sin num DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 30 DE OCTUBRE DE 2017, INSCRITA EL 30 DE OCTUBRE DE 2017 BAJO EL NUMERO 02272117 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA OPEN SKIES - INTERNATIONAL EDUCATION SAS.

CERTIFICA:

DURACIÓN: QUE LA SOCIEDAD NO SE HALLA DISUELTA, Y SU DURACIÓN ES INDEFINIDA

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ POR OBJETO GESTIONAR, ADQUIRIR, ADMINISTRAR, COMERCIALIZAR, COBRAR, RECAUDAR, INTERMEDIAR EN LA PROMOCIÓN DE PROGRAMAS ACADÉMICOS: IDIOMAS, TÉCNICOS, CARRERAS, POSTGRADOS, MAESTRÍAS Y DOCTORADOS EN EL EXTERIOR, REPRESENTAR INSTITUCIONES DEL EXTERIOR EN COLOMBIA A NIVEL NACIONAL. REALIZACIÓN DE EVENTOS, FERIAS, SEMINARIOS Y CONFERENCIAS. TURISMO, EXCURSIONES, TIQUETES, SEGUROS MÉDICOS, IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS RELACIONADOS CON EL OBJETO SOCIAL. GESTIONAMIENTO DE VISADOS CON LAS DIFERENTES EMBAJADAS DE CADA PAÍS. TAMBIÉN PODRÁ PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETO: A) CELEBRAR CONTRATOS DE Y CON SOCIEDADES, EMPRESAS, ENTIDADES, ASOCIACIONES O PERSONAS NATURALES NACIONALES E INTERNACIONALES QUE TENGAN OBJETO SIMILARES, COMPLEMENTARIOS O AUXILIARES AL SUYO. B) DAR O TOMAR EN ARRENDAMIENTO, EN OPCIÓN O PARA SU ADMINISTRACIÓN, TODA CLASE, DE BIENES, GRAVARLOS EN CUALQUIER FORMA Y PIGNORARLOS. C) TOMAR O DAR DINERO EN MUTUO, CON O SIN GARANTÍA DE LOS BIENES PROPIOS DE LA EMPRESA Y CELEBRAR TODA CLASE DE OPERACIONES CON ENTIDADES DE CRÉDITO O DE SEGUROS. D) FORMULAR PROPUESTAS Y PARTICIPAR EN TODA CLASE DE CONTRATACIONES O LICITACIONES EN SU PROPIO NOMBRE O EN NOMBRE DE TERCEROS, CON ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS CUYO FIN SEA LA CELEBRACIÓN DE CONTRATOS. E) CREAR, REALIZAR, ASESORAR, ORGANIZAR, PROMOVER Y ADELANTAR TODA CLASE DE ACTIVIDADES QUE CONDUCAN A LA IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS QUE CONTRIBUYAN AL ALCANCE DE LAS METAS PROPUESTAS. F) TODAS AQUELLAS QUE PERMITAN EL LOGRO DE SUS FINES. LA SOCIEDAD PUEDE REALIZAR, EN COLOMBIA, Y EN EL EXTERIOR CUALQUIER ACTIVIDAD LÍCITA, COMERCIAL O CIVIL.

CERTIFICA:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

8560 (ACTIVIDADES DE APOYO A LA EDUCACION)

CERTIFICA:

CAPITAL:

** CAPITAL AUTORIZADO **

VALOR : \$5,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 5.00
VALOR NOMINAL : \$1,000,000.00

** CAPITAL SUSCRITO **

VALOR : \$5,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 5.00
VALOR NOMINAL : \$1,000,000.00

** CAPITAL PAGADO **

VALOR : \$5,000,000.00
NO. DE ACCIONES : 5.00
VALOR NOMINAL : \$1,000,000.00

CERTIFICA:

REPRESENTACIÓN LEGAL: LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD ESTÁ EN CARGA DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN TENDRÁ UN SUPLENTE QUE PODRÁ REEMPLAZARLO EN SUS FALTAS ABSOLUTAS, TEMPORALES O ACCIDENTALES. LA REPRESENTACIÓN LEGAL PUEDE SER EJERCIDA POR PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS, LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, DESIGNARÁ A LOS REPRESENTANTES LEGALES POR EL PERÍODO QUE LIBREMENTE DETERMINE O EN FORMA INDEFINIDA, SI ASÍ LO DISPONE, Y SIN PERJUICIO DE QUE LOS NOMBRAMIENTOS SEAN REVOCADOS LIBREMENTE EN CUALQUIER TIEMPO.



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CODIGO VERIFICACION: 0550045865EC6B

23 DE NOVIEMBRE DE 2017 HORA 12:05:49

RO55004586

PAGINA: 2 de 2

CERTIFICA:

** NOMBRAMIENTOS **

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. sin num DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 30 DE OCTUBRE DE 2017, INSCRITA EL 30 DE OCTUBRE DE 2017 BAJO EL NUMERO 02272117 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE	IDENTIFICACION
REPRESENTANTE LEGAL MENDEZ MENDEZ BLANCA ERLI	C.C. 000000052551835

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: LOS REPRESENTANTES LEGALES PUEDEN CELEBRAR O EJECUTAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS EN EL OBJETO SOCIAL O QUE SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON LA EXISTENCIA Y FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONSTENCIOSO ADMINISTRATIVO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE LA CORRESPONDIENTE ANOTACIÓN. SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSO. (LOS SABADOS NO SON TENIDOS EN CUENTA COMO DIAS HABLES PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ)

*** EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE ***
*** FUNCIONAMIENTO EN NINGUN CASO ***

INFORMACION COMPLEMENTARIA

LOS SIGUIENTES DATOS SOBRE PLANEACION DISTRITAL SON INFORMATIVOS
FECHA DE ENVIO DE INFORMACION A PLANEACION DISTRITAL : 30 DE OCTUBRE DE 2017

SEÑOR EMPRESARIO, SI SU EMPRESA TIENE ACTIVOS INFERIORES A 30.000 SMLMV Y UNA PLANTA DE PERSONAL DE MENOS DE 200 TRABAJADORES, USTED TIENE DERECHO A RECIBIR UN DESCUENTO EN EL PAGO DE LOS PARAFISCALES DE 75% EN EL PRIMER AÑO DE CONSTITUCION DE SU EMPRESA, DE 50% EN EL SEGUNDO AÑO Y DE 25% EN EL TERCER AÑO. LEY 590 DE 2000 Y DECRETO 525 DE 2009.

RECUERDE INGRESAR A www.supersociedades.gov.co PARA VERIFICAR SI SU EMPRESA ESTA OBLIGADA A REMITIR ESTADOS FINANCIEROS. EVITE SANCIONES. EL EMPRESARIO CUMPLE CON LOS REQUISITOS DE PEQUEÑA EMPRESA JOVEN PARA ACCEDER AL BENEFICIO QUE ESTABLECE EL ARTICULO 3 DE LA LEY 1780 DEL 2 DE MAYO DE 2016, Y QUE AL REALIZAR LA MATRICULA MERCANTIL INFORMO BAJO GRAVEDAD DE JURAMENTO LOS SIGUIENTES DATOS:

EL EMPRESARIO OPEN SKIES - INTERNATIONAL EDUCATION SAS REALIZO LA MATRICULA MERCANTIL EN LA FECHA: 30 DE OCTUBRE DE 2017.

LOS ACTIVOS REPORTADOS EN LA MATRICULA MERCANTIL SON DE: \$ 5,000,000.
EL NUMERO DE TRABAJADORES OCUPADOS REPORTADO POR EL EMPRESARIO EN LA
MATRICULA ES DE:0.

QUE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICION DE PEQUEÑA EMPRESA DE ACUERDO
CON LO ESTABLECIDO EN EL NUMERAL 1 DEL ARTICULO 2° DE LA LEY 1429 DE
2010

** ESTE CERTIFICADO REFLEJA LA SITUACION JURIDICA DE LA **
** SOCIEDAD HASTA LA FECHA Y HORA DE SU EXPEDICION,.. **

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO,
VALOR : \$ 5,200

PARA VERIFICAR QUE EL CONTENIDO DE ESTE CERTIFICADO CORRESPONDA CON LA
INFORMACION QUE REPOSA EN LOS REGISTROS PUBLICOS DE LA CAMARA DE
COMERCIO DE BOGOTA, EL CODIGO DE VERIFICACION PUEDE SER VALIDADO POR
SU DESTINATARIO SOLO UNA VEZ, INGRESANDO A WWW.OCB.ORG.CO

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRONICAMENTE CON FIRMA DIGITAL Y
CUENTA CON PLENA VALIDEZ JURIDICA CONFORME A LA LEY 527 DE 1999.

FIRMA MECANICA DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA
AUTORIZACION IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y
COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE NOVIEMBRE DE 1996.

