

INFORME DE GESTIÓN DEL ACUERDO DE DESEMPEÑO ANUAL

CENTRO DE DESARROLLO DE NEGOCIOS DE CAUQUENES, REGIÓN DEL MAULE

OPERADOR: UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL MAULE

FECHA CADUCIDAD ACUERDO DE DESEMPEÑO: 06 DE OCTUBRE DE 2016

Según Acuerdo de desempeño anual, el agente operador del centro, Universidad Católica del Maule dentro de los 90 días previos al término del Acuerdo de desempeño anual, deberá presentar un Informe de Gestión, para acreditar el cumplimiento de las condiciones y desempeño general del Operador considerando los términos expuestos a continuación.

La Gerencia de Centros evaluará el cumplimiento del Operador de Centro, disponiendo conforme a ello, la aprobación o rechazo del Informe de Gestión del Acuerdo de Desempeño, con ello determinando si se renueva o no para el siguiente período.

Es en este contexto, que se presenta a continuación el presente informe de desempeño del Centro de Desarrollo de Negocios de Cauquenes.

1. INFORME TÉCNICO

1.1 Mapa estratégico actualizado

VISIÓN: Ser reconocido como un referente en la entrega de servicios de alto valor para el segmento de EMT y emprendedores, contribuyendo a la viabilidad y sostenibilidad de dichas empresas y sus trabajadores.



MISIÓN: Apoyar y contribuir la promoción del impacto y crecimiento económico e innovación al interior de las EMT de las comunas de Cauquenes, Chanco, Pelluhue y Empedrado, entregándoles herramientas mediante asesorías y capacitaciones de alto valor, que generen mejoras en su productividad, rentabilidad y madurez empresarial.

1.2 Perspectivas de intervención

1.2.1 Perspectiva Desarrollo Profesional y Recurso Humano

1.2.1.1 Detección de necesidades de capacitación del equipo del centro

Las principales falencias detectadas en el equipo del CDN cauquenes para el mejor desarrollo de sus labores de asesoría corresponden a aspectos vinculados a la tributación. Estos temas han sido los más recurrentes en relación al trabajo realizado durante el primer año de ejecución del proyecto y necesariamente deberán ser cubiertos para el desarrollo del segundo año del proyecto.

1.2.1.2 Capacitación realizada al equipo del centro en conformidad a las brechas detectadas

El equipo del CDN fue mentoreado por el Director de la Escuela de Ingeniería Comercial de la UCM, Andrés Valenzuela, quien visitó el CDN Cauquenes con la finalidad de transmitir su experiencia en asesoría especializada a empresas de tamaño medio y que pueden ser transmitidas a las empresas y empresarios que son atendidos por el CDN. También se puede mencionar la capacitación en facturación electrónica que se ha recibido desde el Servicio de Impuestos Internos y en que han participado los Asesores del Centro y las capacitaciones que se han realizado por parte de SERCOTEC.

1.2.1.3 Procesos de evaluación y autoevaluación del equipo del centro

Este proceso fue realizado por el equipo del Centro con el formato del cual dispone la Universidad Católica del Maule y entregado al Director ejecutivo del Centro, Víctor Hugo Monzón.

1.2.2 Perspectiva Procesos Internos

1.2.2.1 Captación y atracción de clientes (Según segmentación N1, N2 y N3)

Dado que el CDN Cauquenes es el primer Centro de estas características que ha existido en la Provincia, nos hemos dado cuenta que existe un desconocimiento general y hasta de desconfianza del empresariado frente a la propuesta de valor del CDN. Esto ha implicado que la captura de clientes se ha hecho difícil en un principio, ya que los usuarios que llegaron desde un comienzo buscaban recursos económicos para sus negocios o emprendimientos y con el pasar de los primeros meses pudimos empezar a focalizar nuestro actuar con los clientes que verdaderamente mantuvieron su compromiso con el CDN. A modo de atracción de nuevos clientes se realizó una campaña de apariciones radiales del Director del CDN junto a los primeros empresarios atendidos

N1: Este segmento de clientes han sido desarrollados por medio de la difusión de los servicios del Centro en Talleres y Seminarios (principalmente de Modelo de negocio,

Plan de negocio y evaluación de proyectos). Estos N1 en el primer año de operación han tenido que ser muy bien elegidos, ya que muchos de ellos no tienen un verdadero perfil de crecimiento y con los cuales se pueda proyectar un desarrollo comercial en el tiempo, por ello es que el CDN Cauquenes mantiene en sus archivos numerosos registros de usuarios que podrían a futuro ser contactados a fin de verificar si han podido mantener sus ideas de emprendimiento.

N2: Este segmento de clientes ha sido más esquivo al CDN, pese a las constantes acciones de vinculación, capacitación, realización de charlas, seminarios y asesorías específicas que se han realizado con ellos, esto creemos es principalmente por la multiplicidad de labores que enfrenta un MIPYME, que regularmente los deja fuera por un tema de tiempo, de instancias de capacitación o actualización de temas relacionados al emprendimiento. Pese a ello el CDN a la fecha del presente Informe cuenta con un 40% de Clientes N2 que son regularmente atendidos y sobre los cuales se ha podido capturar interesantes indicadores como nuevos productos o servicios, solicitudes de créditos en Instituciones bancarias y no bancarias. Lamentablemente a la fecha del presente informe estando a 3 meses del cierre del primer año, nos encontramos en la época más baja de contratación de personal, ya que es aquí donde se evidencia porque esta zona es denominada de rezago productivo, ya que todos los sectores productivos de importancia para la Provincia (Forestal maderero, Vitivinícola, Turístico y Agrícola), entran en una fuerte caída invernal y con ello se produce una baja en el comercio lo que termina por frenar toda la zona, lo que ha significado una mayor dificultad para la generación y captura de impacto económico para el Centro.

De todas formas y como una apuesta a romper este rezago económico es que este Centro de Desarrollo de Negocios, ha visualizado algunos sectores sobre los cuales trabajará arduamente en el segundo año y que son el turístico (desarrollo de productos turísticos y captura de clientes) y el de comercio (desarrollo de estrategias de marketing y estimulación de ventas) y, en segundo lugar, los sectores vitivinícola y forestal maderero para logra con ellos la implementación de diferenciación estratégica que permita el crecimiento de las utilidades de este segmento de clientes por medio de la vinculación comercial que podría articular el CDN.

N3: Este segmento de clientes es el que ha sido más difícil de encontrar pese a que el Centro ha desplegado su operativa articulándose con servicios como CORFO y Prochile, sin embargo las iniciativas de modelos de negocios de alto impacto son bastante escasas en esta zona, esto puede deberse a las barreras socioculturales y

administrativas que tanto los emprendedores como los empresarios encuentran en ecosistema.

1.2.2.2 Acciones de promoción y difusión del Centro a la comunidad

El Centro ha realizado múltiples actividades de difusión de sus servicios y su propuesta de valor hacia la comunidad empresarial y emprendedora, siendo las actividades de capacitación las que mejor respuesta han tenido, pero además de esto ha habido apariciones en prensa escrita y digital, redes sociales, programas radiales y entrevistas televisivas. Se suma a esto la participación en mesas sectoriales de Berries, Vitivinícola y de Turismo.

1.2.2.3 Seguimiento sistemático de los clientes

El seguimiento de clientes ha sido la clave para lograr el avance en el cumplimiento de metas del CDN, mucho de este seguimiento se ha realizado en el Mismo Centro, y además ha sido apoyado por capacitaciones específicas con lo cual nuestra presencia con los clientes se ha mantenido constante en el tiempo y nos ha permitido ganarnos la confianza de ellos y el compromiso de mantener su trabajo junto al Centro. A la fecha del presente informe podemos indicar que nuestro actuar como seguimiento de nuestros clientes es cercano al 62 % del tiempo de trabajo lo que implica el contacto telefónico, en terreno y reuniones que se realizan con los clientes.

1.2.2.4 Cobertura del Centro

El CDN Cauquenes desde que inició la atención a público tomó contacto con los representantes de los gremios locales como la Cámara de comercio e industrias de Cauquenes, la Cámara de comercio y turismo de Pelluhue, la agrupación de viñateros Vid Seca, así como con los municipios de Chanco, Pelluhue, Cauquenes y Empedrado, con los cuales se articuló el actuar del CDN en los puntos más lejanos de la capital provincial.

✓ Centros Satélites

En el Caso del Centro Satélite del CDN en la Comuna de Empedrado, que corresponde a la Provincia de Talca. La comuna de Empedrado en cuanto a población es la más pequeña de la región del Maule con una población menor a 4.000 personas, esta comuna representa un enorme desafío al emprendimiento ya que por su situación de aislamiento siempre ha sido fuertemente subvencionada y

esto implica que lamentablemente el emprendimiento que se ha detectado es con una base en los recursos y no en modelos de negocios efectivos y que tengan un real interés en el crecimiento, por otra parte los emprendimientos existentes son bastante precarios ya que están dados por pequeños empresarios del comercio menor. Lo que hemos podido captar como clientes son empresarios del sector maderero y de empresas polímeras que participan del clúster forestal desarrollado por grandes empresas como Arauco. En este sector hemos encontrado aproximadamente 10 empresas (10% de nuestros clientes), que se considera como un logro que intentaremos ampliar para el segundo año de operación del CDN.

✓ *Comunas con atención remota*

En CDN Cauquenes atiende a las comunas de Chanco, Pelluhue, Cauquenes y Empedrado y su trabajo de cobertura está focalizado en los sectores económicos de importancia para la zona, que son: agricultores de Chanco; turismo en Pelluhue; comercio y servicios en Cauquenes; y forestal en Empedrado, en estos sectores económicos se encuentran los clientes del CDN y lamentablemente uno de los motivos por los cuales esta Zona del País es considerada una “Zona de Rezago”, es porque todos los sectores económicos de importancia decaen su producción los meses invernales y esto implica que acarrear además al comercio que siente la baja del ingresos del público general y que trabaja en los sectores antes mencionados.

1.2.3 Perspectiva de clientes:

1.2.3.1 Servicios del centro diferenciados según segmento de clientes (N1, N2 y N3).

✓ *Resumen capacitación*

Servicios	Seminarios	Talleres	Charlas
Cantidad	3	11	11
Participantes	72	226	72
N1	3 (Seminarios)	10 (Talleres)	7 (Charlas)
N2	3 (Seminarios)	1 (Talleres)	4 (Charlas)

✓ *Asesoría*

El CDN Cauquenes ha completado a la fecha un nivel de 46% respecto a la meta significando un total de 366 horas de asesoría, lo que para el período desde la Inauguración del Centro (28-03-2016) a la fecha se han realizado un promedio de 3,4 horas de asesoría diarias, lo que no se considera un mal indicador para la provincia de Cauquenes y sus comunas más Empedrado.

✓ *Asesoría especializada*
Este indicador ha sido interesante de lograr ya que las empresas atendidas han indicado la tremenda utilidad para sus diferentes estrategias de desarrollo empresarial. Estas asesorías serán mantenidas e incrementadas a fin de ampliar a una mayor cantidad de profesionales de diferentes áreas y de esa forma brindar un servicio más complementario a las empresas N2 y N3 que atenderá el Centro en el próximo período.

✓ *Estudios de Mercado*
Los estudios de mercado asociados a los rubros de los sectores económicos relevantes serán abordados con el apoyo de alumnos en práctica de la carrera de Ingeniería Comercial de la UCM, con una validación práctica para que realmente puedan ser de utilidad para los planes de negocio de los clientes del CDN.

1.2.4 Perspectiva financiera y grupos de interés

1.2.4.1 Información de las actividades y resultados del Centro a los socios estratégicos a de interés a los Socios Estratégicos del CDN

Socio Estratégico	Actividades realizadas	Observaciones
Sercotec	<i>Se ha ejecutado el plan estratégico propuesto inicialmente y se tiene un nivel de cumplimiento a la fecha Cercano al 60% de lo comprometido.</i>	
Consejo Regional del Maule	<i>Se ha mantenido al corriente de las actividades del CDN a los dos consejeros regionales de la Provincia teniendo participación de uno de ellos (Sra. María del Carmen Pérez Donoso) en el comité directivo.</i>	
Gobierno Regional del Maule	<i>Se ha participado en variadas iniciativas del GORE, como la mesa del comité técnico asesor y la mesa de fomento productivo del Comité Técnico Asesor.</i>	
Cámara de Comercio e Industrias de Cauquenes	<i>Se han realizado talleres y charlas, donde hemos podido levantar varios de los clientes del Centro. Las actividades siempre han sido comunicadas al presidente y el secretario.</i>	

<i>Cámara de Turismo y Comercio de Pelluhue</i>	<i>Se han realizado 5 actividades directas con sus asociados, con el objetivo de generar iniciativas de crecimiento empresarial y generación de aumento de ventas.</i>	
<i>Asociación Gremial Vid Seca</i>	<i>Se trabaja en generar mayor interacción con productores vitícolas de la zona, lo que no ha sido exitoso hasta ahora.</i>	
<i>Banco Estado</i>	<i>Se han realizado a la fecha de este informe 4 reuniones de coordinación y un taller en conjunto. Próximamente realizaremos nuevas actividades con los clientes del Banco para dar a conocer la propuesta de valor del Centro, además de esto se ha derivado varios empresarios para la solicitud de Crédito.</i>	
<i>Cooperativa Ahorro Maule</i>	<i>Se ha realizado un convenio de cooperación para la derivación de clientes que requieren recursos y clientes que necesiten de capacitación y asistencia del CDN.</i>	

1.2.4.2 Apalancamiento de recursos

El apalancamiento de recursos está dado por la participación de docentes de la UCM (el operador) en las actividades del CDN y si bien es cierto esto a la fecha de este informe no está ejecutándose, ya se encuentran las coordinaciones principalmente con la escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Católica del Maule para iniciar con un seminario donde serán invitados tanto empresarios como estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la UCM.

1.3 Cumplimiento de metas y resultados al cierre del acuerdo Anual.

1.3.1 Metas de resultado (realizado- comprometido y proyección)

Fecha de apertura	11-02-2016			A 107 días desde apertura	
Fecha de Inauguración	28-03-2016				
Metas de Resultado	Centro Pequeño		META	AVANCE al Jueves 7 de Julio	Acciones importantes para lograr cumplimiento

N° total de participaciones en capacitación gestionadas y realizadas por el centro al año	460 / 38	Mínimo Capacitados: 460 anual / 38 mensual. Considerando un presupuesto disponible un 20% menor al correspondiente a un CDN pequeño	460	80%	Según proyecciones, a la fecha del término del periodo del primer año esta meta se cumplirá.
N° total de asesorados al año	160	45 clientes por cada asesor junior (2); 45 clientes para asesores freelance y 25 clientes asesorados por el Director del CDN.	160	53%	Se reactivará la captura de clientes en las zonas costeras, para lograr el cumplimiento de este indicador, sin embargo es posible que alcancemos un 80% del indicador.
% total de clientes Nivel 1 atendidos al año ((Número de clientes nivel 1 atendidos/número total de clientes atendidos por centro)*100)	40	Se consideran 65 clientes nivel 1 considerando zona rezagada. De acuerdo a http://reportescomunal.es.bcn.cl/2012/index.php/Cauquenes/Econom%3%ADa al 2010 aproximadamente el 77% de las empresas en Cauquenes corresponden a microempresas.	40%	120%	Meta alcanzada
N° total de horas de capacitación al año	5.712	Talleres: 15 hr., 10 o mas participantes, 2 al mes Seminario: 8 hr., 20 o mas participantes, 1 al mes Charlas: 4 hr., 2 o mas participantes, 2 al mes	5.712	73%	Se ha preparado un nutrido programa de capacitaciones, charlas y seminario para el trimestre final del primer año de operación, con lo que esta meta se cumplirá.
N° total de horas de asesoría al año	800	5 horas de trabajo por asesorado, considerando las horas destinadas en asesorías del Director.	800	45%	La captura de clientes ha dificultado este indicador, por ello es posible que esta meta sea cumplida en un 80%

1.3.2 Metas de Impacto (realizado- comprometido y proyección).

Metas de Impacto	Centro Pequeño		META	AVANCE al Jueves 7 de Julio	Acciones importantes para lograr cumplimiento
------------------	----------------	--	------	-----------------------------	---

N° empresas con aumento de ventas	21	Se considera que un 15% de 140 clientes atendidos al año en el CDN obtendrán un aumento en su nivel de ventas anual.	21	5%	Esta meta ha sido muy difícil por estar en medio del período económico más bajo de la zona pese a ello llegaremos a un 70% de la meta ya que muchos de los empresarios formalizados iniciarán ventas estos meses.
% de aumento de ventas de los clientes asesorados	35%		35%		
N° empresas con nuevos empleos formales	14	Se considera que un 10% de 140 clientes atendidos al año en el CDN incorporarán nuevos empleos formales.	14	7%	Este indicador es el más difícil de capturar por la condición de Zona de Rezago, por ello creemos que llegaremos a un 40%, ya que los indicadores productivos de la zona en el período invernal se detienen casi por completo.
% aumento empleos	1,5%		1,5%		
N° nuevas empresas formalizadas	20	De un total de 80 empresas asesoradas de nivel 1 consideradas en el CDN, un 25% serán formalizadas.	20	100%	Meta Cumplida
% empresas formalizadas asesoradas	25%		25%	100%	Meta Cumplida
N° nuevas empresas exportadoras	1	Se establece el mínimo de 1 empresa exportadora considerando que la Provincia de Cauquenes se encuentra categorizada como zona rezagada, con lo cual su prioridad es el establecimiento de empresas más que la generación de exportaciones en estas.	1	0%	Esta meta será cumplida a la fecha del término del primer año, ya que se está trabajando con varias empresas que se encuentran en un proceso de contactos comerciales internacionales.
% aumento de ventas en exportaciones	1%	Se establece el mínimo de 1% en aumento de exportaciones considerando que la Provincia de Cauquenes se encuentra categorizada como zona rezagada, con lo cual su prioridad es el establecimiento de empresas más que el aumento de	1%	0%	Esta meta será cumplida a la fecha del término del primer año.

		exportaciones en estas.			
Número de Empresas con nuevos contratos con clientes	1		1	100%	Meta cumplida y esperando nuevas empresas para incorporar más resultados al indicador.
Número de empresas con nuevos productos	1		1	400%	Meta cumplida y esperando nuevas empresas para incorporar más resultados al indicador.

1.3.3 Metas de gestión (realizado- comprometido y proyección).

De Gestión	Pequeño		META	AVANCE % al Jueves 7 de Julio	Acciones importantes para lograr cumplimiento
N° de clientes asesorados que solicitan financiamiento a instituciones pertinentes	42	De acuerdo al documento "Acceso a Financiamiento en los Emprendimientos" del Ministerio de Economía 2014, http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2014/01/Bolet%20C3%ADn-EME-3-Acceso-a-financiamiento.pdf , Un 29,6% de los Emprendedores en el país han solicitado un préstamo formal alguna vez con fines del negocio. Por lo que se establece en un 30% de lo 140 clientes asesorados que se considera tendrá el CDN.	42	60%	Esta meta ha sido difícil de alcanzar debido a la desconfianza por la que hoy día pasa el país y la situación mundial de una baja general de los mercados, y esto también afecta una zona deprimida, por lo que pese a esta situación la meta será alcanzada al término del período del primero año del proyecto.
N° de clientes asesorados que acceden a financiamiento de instituciones pertinentes	33	De acuerdo al documento http://www.consejoconsultivoemt.cl/wp-content/uploads/2014/09/Financiamiento-para-las-MIPYME.pdf el promedio las EMT que obtienen financiamiento anualmente es de un 28%. En base a la asesoría y acompañamiento que prestará el CDN para este proceso se establece que un 80% del total de empresas que solicitan financiamiento logran acceder a este.	33	24%	Este indicador será alcanzado en un 60% al término del período. Ya que hemos visto con el Banco Estado por ejemplo que sólo el 50% de los clientes derivados están pudiendo acceder a créditos y por otra parte los clientes asesorados en planes de negocio no todos podrán tener acceso a recursos.

% de clientes que califican satisfactoriamente la calidad del servicio recibido	85%		85%	118	Este indicador será cumplido a cabalidad por el CDN, por que el modelo de negocio ha significado un reconocimiento por el ecosistema empresarial local.
N° de horas de asesorías en terreno (se consideran aquellas asesorías en centros satélites, puntos móviles, unidades productivas del cliente, entre otras asesorías fuera del Centro Principal).	1.152	Se considera 12 horas de asesorías en terreno semanal en consideración a los recursos del CDN.	1.152	16%	Se considera que este indicador está completamente fuera de alcance y desmedido respecto a la realidad de un centro pequeño ya que el trabajo de gabinete y la atención de clientes N1 implica un trabajo más fuerte en el CDN que en terreno, sin embargo un tema no menos importante es que la atención en los centros satélites no se cuenta si no está asociado a un cliente y como mencionamos anteriormente el CDN satélite de Empedrado ha significado grandes esfuerzos par logara la captura de clientes, que puedan generar impacto económico.
Número de horas de capacitaciones especializadas al equipo del centro (todos el equipo participa)	96	De acuerdo al presupuesto del CDN se realizarán 8 hrs. Mensuales de capacitaciones especializadas destinadas al equipo del CDN.	96	172%	Meta cumplida
Número de estudios de mercado realizados por el centro	10	De acuerdo a lo indicado en http://reportescomunales.bcn.cl/2012/index.php/Cauquenes/Econom%C3%ADa al 2010 las principales actividades en la Comuna de Cauquenes son Agricultura, ganadería, caza y silvicultura, y Comercio al por mayor y menor, repuestos, vehículos, automotores/enseres domésticos.	10	0%	Hasta el momento se ha compartido información de fuentes secundarias entre los clientes. Pendiente está la elaboración por parte de la escuela de ingeniería comercial de la UCM de estudios propiamente tal.
Número de horas de asesorías especializadas que se realizan en el centro	96	Se consideran 2 horas semanales de asesoría especializada a realizar en el CDN.	96	47%	Se incorporarán las Horas de SENCE y SII como capacitaciones especializadas.

Monto de apalancamiento de nuevos recursos para el centro	10.839.300	Aporte de la UCM traducido en profesionales y estudiantes interinos	10.839.300	0%	Pendiente la rendición de la valoración correspondiente.
---	------------	---	------------	----	--

1.3.4 Distribución de metas, proceso de control y monitoreo

	Asesor Junior Oscar Belmar		Asesor Junior Cristian Reyes		Asesor Senior Rodrigo Uribe		Director Reynaldo Badilla			
Nivel	Meta A. Junior 1	Cump. a la fecha	Meta A. Junior 2	Cump. A la fecha	Meta A Sénior	Cump. a la fecha	Meta Director	Cump. a la fecha	TOTAL meta	Total a la fecha
N1	32	23	32	14	0	6	0	5	64	48
N2-N3	13	11	13	10	45	26	25	10	96	57
Sub total	45	34	45	24	45	32	25	15	160	105

El proceso de control de los avances con la captura de clientes de los diferentes segmentos de clientes se ha dado por medio de la generación de actividades de difusión y la captura directa de clientes por medio de la vinculación que los mismos clientes han generado, del cual podemos estar muy complacidos por que el nivel de conformidad con los servicios entregados es muy elevado y nos permite estar tranquilos de que en el segundo período del Centro podrá alcanzar con mayor facilidad las metas. Se ha alcanzado un 65% de generación de clientes, lo cual crecerá fuerte en el corto plazo.

2. INFORME FINANCIERO DEL CENTRO:

2.1 Memoria explicativa. (Explicar lógica del gasto)

A esta fecha (7 de julio) se han realizado dos rendiciones: primero una por un monto de \$11.719.318, correspondiente al periodo octubre 2015 – diciembre 2015, y una segunda por un monto de \$32.160.087, correspondiente al período enero 2016 – marzo 2016. Actualmente se prepara una tercera rendición del período abril 2016 – junio 2016. La suma de ambas asciende a un monto de \$43.879.405, de esto ha sido aprobado por Sercotec un total de \$7.912.744. Cabe aclarar que este desfase en la aprobación se debe a que por procedimientos de la Universidad, principalmente el pago de recurso humano es cancelado con una cuenta diferente a la del

proyecto. En cuanto al detalle rendido, el 80% es explicado por la cuenta de Recurso Humano; 11% por arriendo; 3% por viáticos; 3% por servicios básicos generales y el resto incluye mantenciones, reparaciones y materiales de oficina.

Plan de cuentas: presupuesto aprobado- ejecutado

	Último Presupuesto			Rendido a la fecha			Por Rendir		
	Sercotec	Operador	Total	Sercotec	Operador	Total	Sercotec	Operador	Total
Remuneraciones	112.584.000	4.800.000	117.384.000	35.094.967	0	35.094.967	77.489.033	4.800.000	82.289.033
IAS (Fondo de provisión legal)	5.508.000	0	5.508.000	1.550.883	0	1.550.883	3.957.117	0	3.957.117
Vacaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Honorarios y servicios profesionales	4.000.000	1.200.000	5.200.000	0	0	0	4.000.000	1.200.000	5.200.000
Materiales de Oficina	2.000.000	0	2.000.000	534.009	0	534.009	1.465.991	0	1.465.991
Servicios Básicos-Generales	9.000.000	0	9.000.000	1.277.183	0	1.277.183	7.722.817	0	7.722.817
Publicidad	6.773.680	0	6.773.680	298.944	0	298.944	6.474.736	0	6.474.736
Traslados y viáticos	4.000.000	0	4.000.000	1.721.665	0	1.721.665	2.278.335	0	2.278.335
Arriendos	14.650.000	0	14.650.000	4.800.000	0	4.800.000	9.850.000	0	9.850.000
Capacitación	6.702.000	0	6.702.000	0	0	0	6.702.000	0	6.702.000
Licencias	1.750.000	0	1.750.000	0	0	0	1.750.000	0	1.750.000
Reparaciones-Mantenición	2.000.000	0	2.000.000	602.637	0	602.637	1.397.363	0	1.397.363
Garantías Comisión- impto	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aporte Propio	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sub Total Operación	168.967.680	6.000.000	174.967.680	45.880.288	0	45.880.288	123.087.392	6.000.000	129.087.392

Garantías vinculadas al Convenio	1.556.178	0	1.556.178	0	0	0	1.556.178	0	1.556.178
OH	16.896.768	0	16.896.768	0	0	0	16.896.768	0	16.896.768
Sub Total Administración	18.452.946	0	18.452.946	0	0	0	18.452.946	0	18.452.946

3. CONCLUSIONES

El período en el cual el equipo del Centro ha tenido que desempeñar sus funciones no será de 12 meses, sino 8 meses desde la autorización de Sercotec de atender público, y de 7 meses desde que se pudo empezar a realizar actividades de difusión que permitieran el cumplimiento de las metas que se proyectaron para el primer año, por ello no se ha podido tener mejores resultados de los indicadores de impacto económico.

La situación especial de una “Zona de Rezago” guarda relación a una situación sociocultural que se suma a la condición en que todos los sectores económicos que generan trabajo y crecimiento económico se detienen estacionalmente: forestal-maderero, frutícola, vitivinícola, turístico, ladrillero, etc. Esto además hace que el sector de comercio también vea afectada su mantención, generadora de empleo y es por ello que además es y ha sido tan difícil el generar un mejor desempeño en relación a los indicadores de impacto económico, lo que debería cambiar en un segundo año de operación.