

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTUDIOS CON  
SERVICIOS INTEGRADOS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**JOHANA MILENA CUBIDES ROA  
MARIA FERNANDA ESTUPIÑÁN HORMIGA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA**

**2006**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTUDIOS CON  
SERVICIOS INTEGRADOS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**JOHANA MILENA CUBIDES ROA  
MARIA FERNANDA ESTUPIÑÁN HORMIGA**

**Directora  
DRA. LILIA ISABEL VALBUENA RUEDA  
Administradora de Empresas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2006**

## **DEDICATORIA**

*A Dios, amigo incondicional y soporte de mi vida.*

*A la Santísima virgen María, por su intersección al padre celestial, para que me enviara al Espíritu Santo, quien fue mi luz en todo el proceso del proyecto.*

*A mis padres, por su afecto, por confiar y estar en los momentos buenos como en los difíciles con una luz de esperanza.*

*Al Dr. Miguel Fernando Gómez, por su apoyo incondicional y asesorías.*

**JOHANA MILENA CUBIDES ROA**

*A Dios, por iluminarme y darme las fuerzas necesarias para seguir adelante.*

*A mis padres por la formación y la dedicación brindada.*

*A los compañeros que estuvieron conmigo durante mi carrera profesional.*

MARIA FERNANDA ESTUPIÑÁN HORMIGA

## **AGRADECIMIENTOS**

Al la **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**, **Programa Gestión Empresarial**, y docentes por su constancia, paciencia y entrega a los alumnos.

Al doctor **LUIS FRANCISCO ROJAS**, por depositar su voto de confianza en nuestro proyecto, apoyándonos en todas las decisiones tomadas a lo largo de la realización de este.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	21
1. GENERALIDADES.	23
2. ESTUDIO DE MERCADOS.	27
2.1 OBJETIVOS.	27
2.1.1 General	27
2.1.2 Específicos	27
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO.	27
2.2.1. Definición, usos y especificaciones del producto o servicio.	27
2.2.2. Atributos diferenciadores del producto o servicio.	29
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.	30
2.3.1 Mercado Potencial.	30
2.3.2 Mercado Objetivo.	30
2.4 LA DEMANDA.	30
2.4.1 INVESTIGACION DE MERCADOS.	30
2.4.1.1 Planteamiento del problema.	32
2.4.1.2 Necesidades de información.	32
2.4.1.3 Ficha Técnica.	33
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados	34
2.4.2 Estimación de la Demanda	47
2.4.3 Evolución Histórica de la demanda producto / servicio.	47
2.4.4. Proyección de la demanda	47
2.5 LA OFERTA	49
2.5.1 Necesidades de la información	50
2.5.2. Ficha Técnica	50
2.5.3 Presentación de los resultados de la Oferta	53

2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	59
2.5.5 Proyección de la Oferta	59
2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	61
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION	61
2.7.1 Estructuras de los canales actuales	61
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	62
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	62
2.8 PRECIO	63
2.8.1 Análisis de precios	63
2.8.2. Estrategias de fijación de precios	63
2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION	64
2.9.1. Objetivos	64
2.9.2 Logotipo	64
2.9.3 Lema	64
2.9.4. Análisis de los medios	65
2.9.5 Selección de los Medios	65
2.9.6 Estrategias Publicitarias	66
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	66
2.9.8 De lanzamiento	66
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.	67
3. ESTUDIO TÉCNICO	69
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	69
3.1.1 Descripción del Tamaño del Proyecto	69
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	69
3.1.3 Capacidad del proyecto	71
3.1.3.1. Capacidad total diseñada	71
3.1.3.2 Capacidad Instalada	72
3.1.3.3 Capacidad Utilizada y Proyectada	72
3.2 LOCALIZACION	72
3.2.1 Macro localización	74

3.2.2. Micro localización	74
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	75
3.3.1 Ficha Técnica del servicio	75
3.3.2. Recursos	75
3.3.2.1 Recursos Humanos	76
3.3.2.2 Recurso Físico	76
3.3.2.3 Recursos de Insumos	77
3.3.3 Estudio de proveedores	77
3.3.4 Distribución de la planta	77
3.3.5 Logística de Distribución	81
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO	81
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	81
4.1 FORMAS DE CONSTITUCIÓN	81
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	81
4.2.1 Visión	81
4.2.2 Misión	82
4.2.3 Objetivos	82
4.2.3.1 Objetivo General	82
4.2.3.2 Objetivo específico	82
4.2.4 Políticas	82
4.2.5 Políticas de Personal	82
4.2.6 Políticas de Compra	83
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	84
4.3.1 Organigrama	84
4.3.2 Descripción y perfil del cargo	85
4.3.3 Asignación Salarial	89
5. ESTUDIO FINANCIERO	90
5.1 inversiones	90
5.1.1 inversión fija	90
5.1.1.1 Maquinaria y equipo	90

5.1.1.2 Muebles y enseres	91
5.1.1.3 Equipos de oficina	91
5.1.1.4 Total de inversión fija	92
5.1.2 Inversión diferida	92
5.1.3 inversión de capital de trabajo	93
5.1.3.1. Costos de servicio	93
5.1.3.1.1 Servicios	94
5.1.3.1.2 mano de obra directa de servicios	94
5.1.3.1.3 Costos indirectos del servicios	96
5.1.3.1.4 Total de costos de Servicios	97
5.1.3.1 Gastos de administración y venta	98
5.1.3.3 Gastos financieros	99
5.1.3.4 Total capital de trabajo de servicios	99
5.1.4 Inversión total	99
5.1.5 Fuentes de financiación	100
5.2 Costos	101
5.2.1 Costos fijos	101
5.2.2 Costos variables	102
5.2.3 Costo total unitario	103
5.2.4 Precio del servicio	103
5.2.5 precio de venta de los servicios	104
5.3 Ingresos	105
5.3.1 Otros ingresos	105
5.4 EGRESOS	105
5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	108
5.6 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO	109
5.8 BALANCE GENERAL	111
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	113
6.1 IMPACTO SOCIAL	113
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	113

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	115
6.3.1 Valor presente neto	115
6.3.2 Tasa interna de retorno (TIR)	116
6.3.3 Periodo de recuperación	117
6.3.4 Análisis de las razones financieras	118
7. CONCLUSIONES	120
8. RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	123
ANEXOS	125

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Presentación de trabajos en grupo	35
Tabla 2. Lugar de Consultas	36
Tabla 3. Clases de Trabajos	37
Tabla 4. Frecuencia	38
Tabla 5. Lugares	39
Tabla 6. Desplazamiento al sitio de consultas	40
Tabla 7. Servicios preferidos	41
Tabla 8. Medios	41
Tabla 9. Necesidades	43
Tabla 10. Factores primordiales	44
Tabla 11. Precio del servicio	45
Tabla 12. Forma de pago	46
Tabla 13. Proyección de la demanda	48
Tabla 14. Aplicación	48
Tabla 15. Proyección de la demanda	49
Tabla 16. Servicios que ofrecen los estudiantes	53
Tabla 17. Horario que ofrecen a sus clientes	54
Tabla 18. Personas que consumen el servicio	56
Tabla 19. Incentivos	56
Tabla 20. Precio de Hora de Internet	57
Tabla 21. Forma de pago	58
Tabla 22. Proyección de la oferta	90
Tabla 23. Maquinaria y equipo	90
Tabla 24. Muebles y enseres	91
Tabla 25. Equipos de Oficina	91
Tabla 26. Total de inversión fija	92

Tabla 27. Depreciación	92
Tabla 28. Inversión Diferida	92
Tabla 29. Amortización	93
Tabla 30. Servicios	94
Tabla 31. Presupuesto de materia Prima	94
Tabla 32. Mano de Obra directa de servicios	94
Tabla 33. Presupuesto de mano de obra directa	95
Tabla 34. Materiales indirectos de servicios	96
Tabla 35. Depreciación	96
Tabla 36. Presupuesto de costos indirectos de servicio	97
Tabla 37. Total de Costos de producción	97
Tabla 38. Gastos de administración y venta	98
Tabla 39. Gastos financieros	99
Tabla 40. Total capital de trabajo	99
Tabla 41. Inversión Total	99
Tabla 42. Fuentes de financiación	100
Tabla 43. Costos fijos	101
Tabla 44. Costos variables	102
Tabla 45. Costo total unitario	103
Tabla 46. Capacidad Utilizada y proyectada	103
Tabla 47. Precio del Servicio de Internet	104
Tabla 48. Proyección de usuarios del servicio de Internet	104
Tabla 49. Precio de los servicios	104
Tabla 50. Ingresos Servicios de Internet	105
Tabla 51. Proyección de usuarios del Servicio de Vídeo Beam	106
Tabla 52. Ingresos Vídeo Beam	106
Tabla 53. Proyección de usuarios del servicio de asesorías	106
Tabla 54. Ingresos Asesorías Académicas	106
Tabla 55. Proyección de Usuarios de Otros servicios	107
Tabla 56. Ingresos Otros servicios	107

Tabla 57. Total otros Ingresos	107
Tabla 58. Egresos	108
Tabla 59. Estado de Resultados Proyectado	109
Tabla 60. Flujo de caja proyectado	110
Tabla 61. Balance General	111
Tabla 62. Proyección Balance General	112
Tabla 63. Valor presente neto	115
Tabla 64. Tasa Interna de Retorno (TIR)	116
Tabla 65. Periodo de Recuperación	117

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha Técnica 1.	33
Cuadro 2. Ficha Técnica 2.	50
Cuadro 3. Proyección de la Oferta	60
Cuadro 4. Presupuesto de publicidad y promoción	66
Cuadro 5. Lanzamiento	67
Cuadro 6. Capacidad diseñada	72
Cuadro 7. Capacidad Instalada	72
Cuadro 8. Capacidad Utilizada y proyectada	73
Cuadro 9. Aplicación método de puntos	75
Cuadro 10. Maquinaria y Equipos	76
Cuadro 11. Asignación salarial	83
Cuadro 12. Perfil del administrador	85
Cuadro 13. Perfil del especialista	86
Cuadro 14. Perfil Secretaria Auxiliar Contable	87
Cuadro 15. Perfil Auxiliar	88
Cuadro 16. Asignación salarial	89

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Selección de canales de comercialización	63
Figura 2. Logotipo	64
Figura 3. Planta 1	78
Figura 4. Planta 2	79
Figura 5. Organigrama	84
Figura 6. Flujograma del valor presente neto	116

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfica 1. Presentación de trabajos en grupo	35
Gráfica 2. Lugar de Consultas	36
Gráfica 3. Clases de Trabajos	37
Gráfica 4. Frecuencia	38
Gráfica 5. Lugares	39
Gráfica 6. Desplazamiento al sitio de consultas	40
Gráfica 7. Servicios preferidos	41
Gráfica 8. Medios	42
Gráfico 9. Necesidades	43
Gráfico 10. Factores primordiales	44
Gráfico 11. Precio del servicio	45
Gráfico 12. Forma de pago	46
Gráfico 13. Servicios que ofrecen a los estudiantes	54
Gráfico 14. Horario que ofrece a sus clientes	55
Gráfico 15. Personas que consumen el servicio	56
Gráfico 16. Incentivos	57
Gráfico 17. Precio de Hora de Internet	58
Gráfico 18. Forma de pago	59

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTA DE LA CREACIÓN DEL CENTRO – DEMANDA	127
ANEXO B. ENCUESTA DE LA CREACIÓN DEL CENTRO – OFERTA	129

## RESUMEN

**TITULO FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTUDIOS  
CON SERVICIOS INTEGRADOS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA \***

**AUTORES JOHANA MILENA CUBIDES ROA  
MARIA FERNANDA ESTUPIÑÁN HORMIGA \*\***

### **PALABRAS CLAVES:**

Educación, espacios alternos, comunidad, científico, estrategia, investigación.

### **RESUMEN**

La educación es un factor primordial, estratégico, prioritario, y esencial para el desarrollo social y económico de cualquier conglomerado humano. Igualmente, es un derecho universal, un deber del Estado y de la sociedad, y un instrumento esencial en la construcción de sociedades autónomas, justas y democráticas.

La curiosidad, la pregunta, la discusión, el trabajo en el grupo y la motivación para ser parte de una comunidad científica en para del desarrollo doméstico, ellos son algunos de los incentivos para la consolidación de las guarderías, grupos del estudio y otros espacios alternos que continuamente motivan la investigación, del ser y haciendo dentro de la Universidad.

En el interés de contribuir a la formación íntegra del estudiante para acercarse las situaciones diversas, la creación del centro de estudios estará como una estrategia atractiva lograr al estudiante para aprender a usar dentro de un creador y la manera constructiva el tiempo libre y fuera de del contexto escolar, los estudiantes han buscado para crear un espacio de aprendizaje que motiva a los estudiantes para ser hombres reflexivos, creativos, pensadores e investigadores capaz contribuir al desarrollo y el crecimiento doméstico, mientras diseñando y aplicando los proyectos que su crecimiento personal y el profesional lo permite.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Universidad industrial de Santander – Instituto de educación a distancia - Gestión Empresarial - Dra. Lilia Valbuena, Administradora de Empresas

## SUMMARY

**TITLE FACTIBILITY FOR THE CREATION OF A STUDIES CENTER WITH INTEGRATED SERVICES IN BUCARAMANGA CITY. \***

**AUTHORS: JOHANA MILENA CUBIDES ROA  
MARIA FERNANDA ESTUPIÑÁN HORMIGA \*\***

### KEY WORDS:

Education, alternating spaces, academic, community, strategy, investigation.

### SUMMARY

The education is a primordial, strategic, high-priority factor, and essential for the social and economic development of any human conglomerate. Likewise, it is an universal right, a duty of the State and of the society, and an essential instrument in the construction of autonomous, fair and democratic societies.

The curiosity, the question, the discussion, the work in group and the motivation to be part of a scientific community in for of the domestic development, they are some of the incentives for the consolidation of nurseries, study groups and other alternating spaces that continually motivate the investigation, from the being and making inside the University.

In the interest of contributing to the student's integral formation to approach the diverse situations, the creation of the center of studies will be like an attractive strategy to achieve the student to learn how to use inside in a creative and constructive way the free time and outside of the school context, you/he/she is looked for to create a learning space that motivates the students to be reflexive, creative men, thinkers and investigators able to contribute to the development and domestic growth, designing and applying projects that her personal growth and professional allow him.

---

\* Project of Degree

\*\* Universidad industrial de Santander – Institute of remote education - Enterprise Management  
- Dra. Lilia Valbuena, Administrator of Companies

## INTRODUCCIÓN

En los años recientes, el debate sobre el futuro de la educación superior ha estado presente en todo el mundo. Si algo ha caracterizado a la década de los noventa es la reflexión sobre los sistemas educativos y la búsqueda de nuevas estrategias para enfrentar a diferentes desafíos.

Existe un consenso generalizado en todos los países de que la educación constituye, y seguirá constituyendo cada vez mas el futuro, el medio fundamental para posibilitar el desarrollo sostenible de las sociedades. Basta ver las múltiples reuniones internacionales, regionales y nacionales que en estos años han reunido a expertos, investigadores, académicos y directivos de las instituciones educativas y de los gobiernos, para darnos cuenta que estamos asistiendo a una preocupación y en ciertas latitudes a una ocupación por realizar las reformas educativas que requieren nuestras sociedades.

Dentro de la problemática actual surge la idea de la creación del centro de estudios con servicios integrados, donde los estudiantes de nivel universitario podrán reunirse con su grupo de estudio a desarrollar trabajos asignados de sus diferentes centros educativos, contando con profesionales que les darán las asesorías necesarias para poder cumplir con sus deberes académicos.

El centro será un espacio que motivara al estudiante a realizar tertulias universitarias no solo con sus compañeros, si no con estudiantes de otras universidades, a encontrar la manera de incrementar sus conocimientos intelectuales a través de la investigación, desarrollando capacidades, habilidades, destrezas para poder enfrentarse a contextos familiares, laborales, sociales y culturales.

## 1. GENERALIDADES

La educación es un factor primordial, estratégico, prioritario, y esencial para el desarrollo social y económico de cualquier conglomerado humano.

Así mismo, es un derecho universal, un deber del Estado y de la sociedad, y un instrumento esencial en la construcción de sociedades autónomas, justas y democráticas.

De su cobertura y calidad dependen las posibilidades que tiene un país de competir en el concierto de las naciones. A pesar de los esfuerzos realizados, Colombia esta lejos de abarcar a la totalidad de los niños y jóvenes con una educación básica de calidad ya que la mayoría de nuestra población son de escasos recursos y solamente alcanzan a terminar el bachillerato. Los indicadores de cobertura, eficiencia y calidad de nuestro sistema educativo señalan que los avances han sido lentos e insuficientes<sup>1</sup>.

Sí bien es cierto que durante las ultimas décadas Colombia ha realizado grandes esfuerzos para superar dichos escollos en los distintos niveles educativos, los mayores incrementos se alcanzaron en los años 90 como resultado de los cambios estructurales derivados de la Constitución de 1991.

Sin embargo, dichos progresos no han sido suficientes para mantener los niveles de escolaridad esperados, acordes con el nivel de desarrollo deseado ya que influye el desempleo que abarca día a día nuestro país.

---

<sup>1</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

Por otra parte aparece la Revolución Educativa busca dar respuesta a las necesidades de cobertura y calidad que requiere el país, para alcanzar mejores condiciones de desarrollo, social, económico y mejorar la calidad de vida de la población. Para cumplir este objetivo, el Plan de Desarrollo Educativo ha definido tres políticas educativas básicas tales como: ampliar la cobertura educativa, mejorar la calidad de la educación y mejorar la eficiencia del sector educativo.

Estas tres políticas están orientadas a facilitar el acceso de los niños, niñas y jóvenes de todas las regiones del país a las instituciones educativas; a posibilitar la permanencia en las aulas a lo largo del nivel educativo; a mejorar los procesos de aprendizaje de tal manera que puedan desarrollar las capacidades necesarias para contribuir en forma permanente a la construcción de un mejor país y a enfrentar las exigencias del mundo contemporáneo.

El mejoramiento de la calidad constituye un pilar fundamental del Plan de Desarrollo educativo. Los programas de incremento de cobertura deben ir acompañados de un política de calidad que movilice el sistema educativo en función del mejoramiento de esquemas de aprendizaje y de motivación a la búsqueda del conocimiento, además lograr que los estudiantes aprendan lo que necesitan aprender, lo sepan aplicar y aprovechar a lo largo de su vida.

El desafío de la política de calidad consiste en involucrar a las instituciones educativas, a los maestros, a los padres de familia y a la sociedad en general, en el propósito común de poner en marcha un sistema de mejoramiento continuo de la calidad para el desarrollo de nuestros futuros profesionales.

Desde esta perspectiva, el Gobierno Nacional apoyará a las entidades territoriales y a las instituciones educativas en sus procesos de mejoramiento institucional y de gestión, para asegurarse que los educados desarrollen competencias básicas,

profesionales laborales y ciudadanas que contribuyan a elevar y consolidar los principios de convivencia, democracia y solidaridad.

Poco a poco la Universidad ha estado desarrollando su sistema de investigación, de la cual han surgido estrategias extracurriculares y curriculares que reafirmaban la necesidad de vincular a estudiantes de los diferentes programas de pregrado a la vida investigativa y aplicada, convirtiéndose poco a poco en un soporte del trabajo de los investigadores y grupos de investigación.

Para lograr estos objetivos es vital el tema de la investigación, pues anteriormente en el pregrado no se concebía como una estrategia para la formación profesional, sino que estaba limitada a estudios de postgrado y por la motivación de algunos profesiones por el interés de investigar.

Con el avance del conocimiento y los sistemas que lo soportan, se ha hecho necesario modificar las estructuras encargadas de la formación de los profesionales.

Hoy en día la educación utiliza un mecanismo excelente ya que estamos enseñando a nuestros futuros profesionales desde la primaria la importancia de la Investigación y la realización de proyectos que en un momento dado puedan tener algún resultado.

De forma extracurricular, los estudiantes por sí solos o en compañía de docentes, han creado espacios alternos de reflexión y análisis alrededor del que hacer investigativo.

La curiosidad, la pregunta, la discusión, el trabajo en grupo y la motivación por ser parte de una comunidad científica en pro del desarrollo del país, son algunos de los alicientes para la consolidación de semilleros, grupos de estudio y demás

espacios alternos que continuamente incentivan la investigación, desde el ser y el hacer dentro de la Universidad.

En la actualidad se han formado los semilleros de investigación que son comunidades o grupos de estudio de formación, donde confluyen estudiantes y profesores de diferentes profesiones y disciplinas con el animo de buscar una formación integral y holística; son encuentros disciplinarios de diferentes profesiones y disciplinas con el propósito de buscar la concientización de la comunidad académica hacia una cultura científica e interdisciplinaria con proyección investigativa.

El principal fin de los semilleros es apoyar y explorar alternativas que hagan de la investigación una fuente de conocimiento y eje central de desarrollo para el campus universitario.

Desde el punto de vista académico los semilleros son espacios de extensión y formación no “curricular” que permiten la formación investigativa donde los estudiantes son los protagonistas de su propio aprendizaje, y en ultimas los responsables de construir su propio conocimiento y de adquirir actitudes propias para el ejercicio de la investigación y la ciudadanía.

El objetivo de los semilleros y grupos de trabajo es motivar la capacidad investigativa entre profesores, investigadores y estudiantes con miras al fortalecimiento de la excelencia académica, el desarrollo social, progreso científico y el fortalecimiento de la comunidad, además desarrollar la capacidad de trabajo interdisciplinario, de igual manera crear una cultura de la formación critica.

El esquema Docente expone/ alumno toma nota, va quedando muy limitado en el contexto actual de las nuevas tecnologías, comienzan a tomar mayor relevancia roles de relación como de asesorar y hacer tutoría, acompañado del seguimiento

del proceso de aprendizaje, de diseñar contenidos y materiales en espacios interactivos, de promover un aprendizaje crítico, es decir pasar de ser expositores a gestores del conocimiento. Menos aprendizaje de memoria y más rutas de autoaprendizaje y valores basados en la flexibilidad y el esfuerzo propio.

En el interés de aportar a la formación integral del estudiante para abordar las diversas situaciones, la creación del centro de estudios será como una llamativa estrategia para lograr que el estudiante aprenda a usar de una forma creativa y constructiva el tiempo libre dentro y fuera del contexto escolar, se busca crear un espacio de aprendizaje que motive a los estudiantes a ser hombres reflexivos, creativos, pensadores e investigadores capaces de aportar al desarrollo y crecimiento del país, diseñando y aplicando proyectos que le permitan su crecimiento personal y profesional.

## **2. ESTUDIO DE MERCADOS.**

### **2.1 OBJETIVOS**

**2.1.1. Objetivo general.** Determinar el potencial de mercado que pueda tener la ciudad de Bucaramanga, para considerar la posibilidad de crear un Centro Estudios con Servicios Integrados, considerando la demanda, la oferta, precios y servicios sustitutos

#### **2.1.2. Objetivos específicos.**

- Estudiar el comportamiento de la demanda actual de centros de estudio, con el fin de identificar gustos, preferencias, aceptación y expectativas del mercado frente la competencia.
- Determinar la oferta, identificar los criterios en cuanto a precio, horario, publicidad, servicios ofrecidos.
- Determinar la cantidad de los servicios a ofrecer frente al segmento del mercado escogido basados en la preferencia de los clientes.
- Definir la demanda insatisfecha de los bienes o servicios objetos del proyecto.
- Identificar la frecuencia, la cantidad de clientes, de servicios, las preferencias de espacios, precios entre otros.
- Identificar cual es la competencia, que hace cuales son sus fortalezas y debilidades.
- Determinar los mecanismos de promoción y publicidad.

### **2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.**

**2.2.1. Definición, usos y especificaciones del producto o servicio.** En este Centro de Estudios con servicios integrados se contara con personal con alto

sentido de responsabilidad, compromiso, ética, moral y disposición de servicio al cliente para atender sus necesidades, que puedan enfrentar los retos que exige el ambiente contemporáneo con una mentalidad de éxito, permitiendo un ambiente de confianza entre empresa-cliente y que favorezca una mayor dinámica comercial.

Se busca aplicar en el contexto nuevas tecnologías, a aplicar roles como de asesorar y hacer tutoría, acompañado del seguimiento del proceso de aprendizaje, de diseñar contenidos y materiales en espacios interactivos, de promover un aprendizaje crítico, es decir que los estudiantes pasen de ser expositores a gestores del conocimiento. Menos aprendizaje de memoria y más rutas de autoaprendizaje y valores basados en la flexibilidad y el esfuerzo propio.

El centro de estudios con servicios integrados será un espacio que motivara al estudiante a realizar tertulias universitarias no solo con sus compañeros, si no con estudiantes de otras universidades, a encontrar la manera de incrementar sus conocimientos intelectuales a través de la investigación, desarrollando capacidades, habilidades, destrezas para poder enfrentarse a contextos familiares, laborales, sociales y culturales.

Se contarán con instalaciones modernas y confortables que logren hacer sentir a quien lo visite como en su propia casa, los horarios se establecerán de tal manera que se beneficien alumnos que estudien en las jornadas diurnas y nocturnas.

Motivar al estudiante al trabajo en equipo, será una de los objetivos de este centro, ya que este es un pilar fundamental del progreso social y del desarrollo humano, tanto personal como académico o profesional que contribuye al crecimiento y desarrollo.

El estudiante estar incentivado a trabajar en grupo luchando contra el individualismo, la despersonalización y el aislamiento social, en el que actualmente se vive, mejorará sus relaciones humanas, manejando la tolerancia, el respeto, la confianza, el apoyo mutuo, y aceptación de los demás con sus diferencias, descubriendo que en equipo todos y cada uno de sus miembros son importantes y un estímulo necesario, debido a que pueden aprender de las experiencias de otros.

El ambiente de investigación que ofrecerá el centro, ayudara a los usuarios a establecer un contacto con la realidad, el alumno descubrirá nuevas ideas, teorías que contribuyan a la innovación y creatividad incrementando su desarrollo intelectual, y cultural.

**2.2.2. Atributos diferenciadores del producto o servicio.** El centro de estudio con servicios integrados con respecto a la competencia, tiene grandes ventajas competitivas, la primera es lograr que el estudiante se motive en el tema de la investigación, la creatividad y que logre aplicar con mayor éxito el trabajo en equipo; para lograr estos objetivos el estudiante contara con personal capacitado que le ayudara a lograr incrementar sus conocimientos intelectuales, desarrollando capacidades, habilidades, destrezas para poder enfrentarse a contextos familiares, laborales, sociales y culturales.

Se facilitará el espacio donde el estudiante podrá relacionarse con alumnos de otros centros educativos, compartir experiencias, conocimientos, permitiendo así debatir temas y puntos de vista.

El centro será un lugar donde el alumno encuentre todo lo que necesita sin necesidad de desplazarse de un lugar a otro, ocasionando, gastos y perdida de tiempo.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** El mercado potencial serán los estudiantes universitarios del área metropolitana de Bucaramanga.

**2.3.2 Mercado objetivo.** Como mercado objetivo se tomo a los 51.243 estudiantes de las universidades tales como: Unidades tecnológicas de Santander, Universidad Industrial de Santander, Universidad Santo Tomas, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad de Santander (UDES), Universidad UNAB.

## **2.4 LA DEMANDA**

### **2.4.1 Investigación de mercados.**

**2.4.1.1 Planteamiento del problema.** En el ámbito de la sociedad Colombia existen preocupaciones importantes en torno a la educación y su función para el desarrollo social, económico, político y cultural.

En el primer lugar, el reconocimiento de la educación, como elemento fundamental para abordar el siglo XXI caracterizado por las sociedades del conocimiento, de la información, y el nuevo contexto de la “aldea global”.

Esto significa que el elemento esencial de transformación o de construcción de la sociedad debe estar centrado en el conocimiento y por ende en la educación.

En segundo lugar, el reconocimiento de la educación como factor de convivencia, paz, tolerancia y participación ciudadana.

En tercer lugar, la educación como elemento para enfrentar los nuevos retos de la sociedad del conocimiento, lo que implica que el sistema educativo debe

responder a una doble exigencia; por una parte, lograr que la escuela sea efectivamente universal y educadora y por otra, prepararse para la inserción en la “aldea global” sobre la base de insumos como la información y el desarrollo del talento creador.

En Colombia, ha crecido el interés por las nuevas tecnologías, así como la necesidad de alcanzar mayor competitividad a nivel internacional, entre los diversos esfuerzos mancomunados entre el sector oficial y privado se encuentran los de actualizar al país en materia de comunicaciones, democratizar y masificar el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones y, en particular, la conectividad y el uso de Internet.

La educación virtual en Colombia apenas se encuentra en su primera etapa de niveles de desarrollo, pues se requiere de una acción más decidida, mejor localizada, con una mayor eficiencia interna y mejor administrativa, de una capacidad científica y tecnológica que permita apoyar los proyectos innovadores a largo plazo.

El gobierno ha invertido en programas de subsidios a estudiantes de educación básica y media, la inversión para ampliar y mejorar la infraestructura educativa, y más recientemente el plan de reorganización del sector, el plan caminante y el programa de educación rural, han permitido ampliar la cobertura de diferentes niveles de educación.

De acuerdo con las proyecciones del Departamento Nacional de Estadísticas DANE basadas en el censo de población de 1.993, Colombia tiene para el año 200 una población total de 42.299.301 habitantes.

La educación superior a nivel nacional cuenta con 282 instituciones, repartidas entre instituciones técnicas, profesionales, instituciones universitarias y universidades que atienden cerca de 900.000 estudiantes.

En Bucaramanga se hace necesario un espacio donde los estudiantes puedan profundizar a un mas en los conocimientos adquiridos en sus centros educativos, logrando una mejor proyección profesional, investigativa, creativa, con miras al fortalecimiento de la excelencia académica, el desarrollo social, progreso científico y capacidad de trabajo en grupo y este preparando para enfrentar los retos de la era del conocimiento.

La aplicación de las nuevas tecnologías a la educación más que adquirir unas herramientas, implican un cambio en las reglas del juego. Cambian los paradigmas o formas de concebir y operar la educación; las instituciones educativas; las dimensiones y prioridades financieras para el desarrollo de las mismas; la formación, experiencia requerida y funciones de los docentes; los énfasis en la relación docencia / aprendizaje; la programación curricular; la estructura y diseño de los contenidos; la conceptualización y práctica pedagógica / andrágica; los ámbitos de tiempo y espacio; las actividades e interrelaciones de los alumnos; las relaciones con el entorno social tanto a nivel global como local, en fin, la totalidad del panorama educativo.

Es así como el centro de estudios contribuirá en el fortalecimiento de la educación virtual, ofreciendo a los estudiantes un espacio para interactuar con este medio, logrando incrementar sus conocimientos y relacionándose con personas en Colombia y el mundo.

**2.4.1.2 Necesidades de la información.** Para establecer las necesidades de información, se han tenido en cuenta los objetivos buscados a través de una investigación de mercados sobre la demanda de la creación del centro de estudio

con servicios integrados en el municipio de Bucaramanga, se busca conocer los gustos de los clientes, las edades de los estudiantes de la población objetivo, identificar los lugares donde los estudiantes se reúnen para realizar sus trabajos en grupo, describir los servicios que les gustaría encontrar , saber cuanto estarían dispuestos a cancelar por la prestación de los servicios ofrecidos por el centro.

### 2.4.1.3 Ficha técnica

Cuadro 1. Ficha técnica 1

Tipo de investigación	Descripción y exploratorio.
Método de investigación	En el presente proyecto se trabajarán combinadamente el método de inducción y deducción, ya que se hace necesario observar los fenómenos o situaciones particulares que se enmarcan en el problema.
Unidad Muestral	Está conformado por los 51.243 estudiantes de las Universidades de tales como : Santo Tomas, UIS, ITAE, UDES, Unidades tecnológicas, UNAB
Fuentes de información	Fuentes primarias: se diseñará una encuesta con preguntas de escogencia múltiple, que será aplicada a estudiantes universitarios del área de Bucaramanga.
Técnicas de recolección de información	La técnica a utilizar es cuantitativa a través de una encuesta, en donde se busca conocer la aceptación de los estudiantes por la creación de un centro de estudios con servicios integrados.
Instrumento	Un cuestionario de selección.
Modo de aplicación	Dirigida.
Definición de la población	Estudiantes Universitarios de Bucaramanga

Proceso de muestreo	<p>Aplicando la fórmula con un nivel de confiabilidad del 95%, error del 5%</p> <p>Z = 1.96  N = (51.243)  P =0.5  q =0.5  e =0.5  <b>n = N * z<sup>2</sup> p*q</b></p> <p style="text-align: center;"><math>z^2 \cdot p \cdot q + e^2 \cdot (N-1)</math></p> <p><b>n = 51.243*(1,96)<sup>2</sup>*0,5*0,5      n =318</b></p>
Elemento muestral	Está conformado por rectores de las Universidades de tales como: Santo Tomas, UIS, ITAE, UDES, Unidades tecnológicas, UNAB.
Alcance	Estudiantes Universitarios de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Tres (3) semanas.

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

#### 2.4.1.4 Tabulación y presentación y análisis de resultados.

- Análisis de la demanda. Según la Información suministrada por los Rectores de las Universidades tales como: Santo Tomas, UIS, ITAE, UDES, Unidades tecnológicas, UNAB hay en total 51.243 estudiantes matriculados en los diferentes programas académicos; según el proceso de muestreo dejo como resultado una muestra de 318 estudiantes de los cuales según la Grafica No. 9, un 94.34% piensan que es necesario la creación de un centro de estudios con servicios integrados.

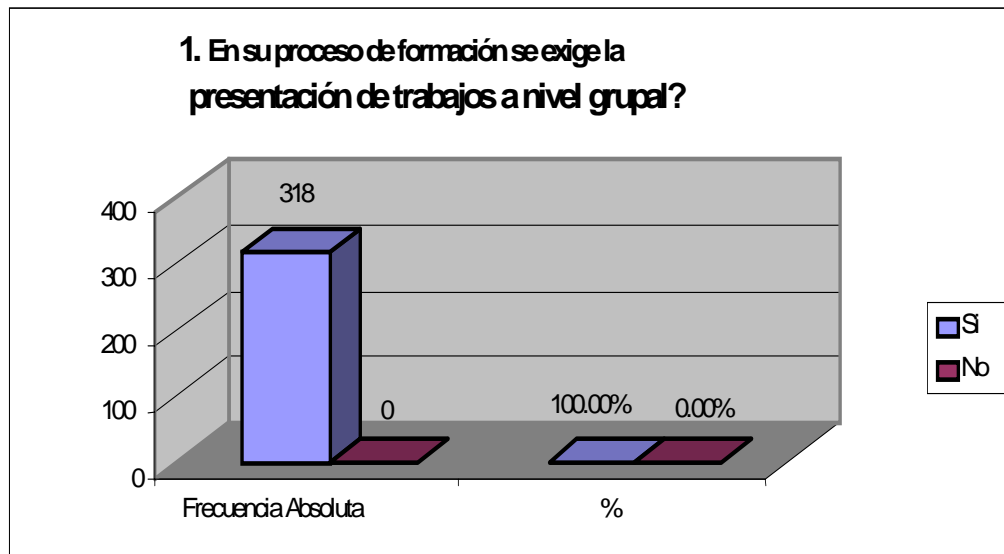
1. En su proceso de formación se exige la presentación de trabajos a nivel grupal?

Tabla 1. Presentación de trabajos en grupo

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
Si	318	100.00%
No	0	0.00%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica 1. Presentación de trabajos en grupo



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la gráfica 1 podemos observar que al 100% de la población encuestada, sus centros educativos le exigen la presentación de trabajos a nivel grupal.

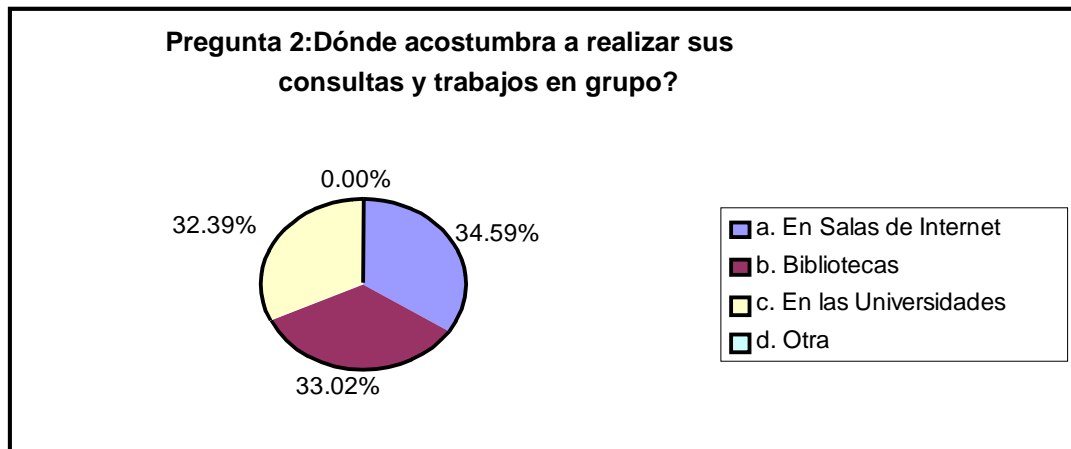
2. Dónde acostumbra a realizar sus consultas y trabajos en grupo?

Tabla 2. Lugar de consultas

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
a. En Salas de Internet	110	34.59%
b. Bibliotecas	105	33.02%
c. En las Universidades	103	32.39%
d. Otra	0	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfico 2. Lugar de consultas



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la gráfica 2 el 34.59% de la población prefiere realizar sus consultas y trabajos en grupo en las salas de Internet, el 33.02% en las Bibliotecas y el 32.39% en sus mismas universidades.

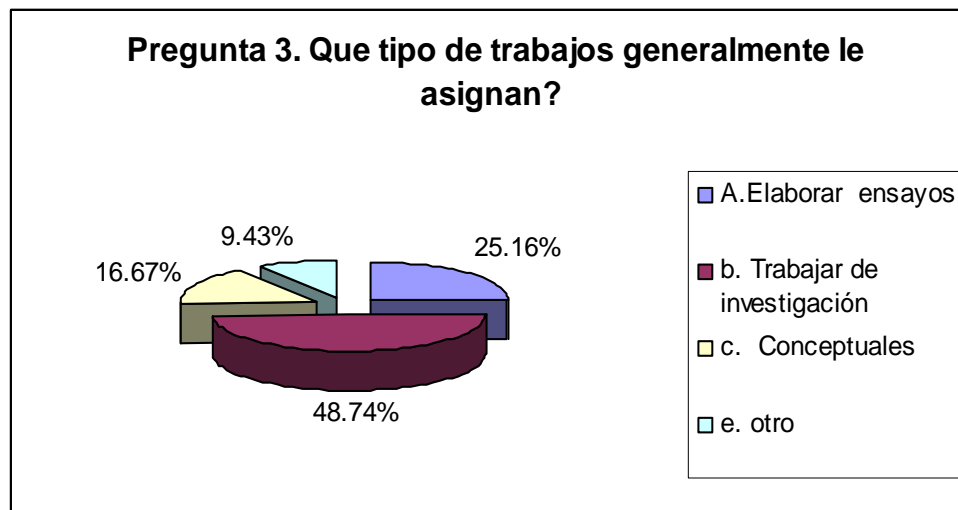
3. Que tipo de trabajos generalmente le asignan?

Tabla 3. Clases de trabajos

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
a. Elaborar ensayos	80	25.16%
b. Trabajos de investigación	185	58.18%
c. Conceptuales	53	16.67%
e. otro	0	0.00%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica 3. Clases de Trabajos



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la gráfica 3 de la clase de trabajos asignados a los estudiantes el 48.74% informo que son de carácter investigativo, el 25.16% son ensayos y el 16.67% conceptuales y 9.43% otros.

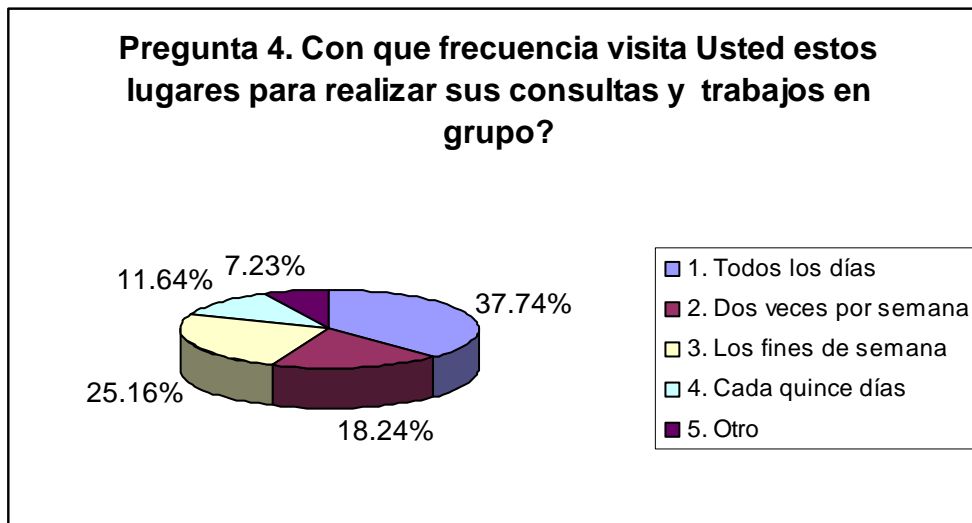
4. Con que frecuencia visita Usted estos lugares para realizar sus consultas y trabajos en grupo?

Tabla 4. Frecuencia

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
1. Todos los días	176	55.35%
2. Dos veces por semana	58	18.24%
3. Los fines de semana	47	14.78%
4. Cada quince días	37	11.64%
5. Otro	0	0.00%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafico 4. Frecuencia



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la gráfica 4, el 37.74% de la población encuestada visitan todos los días los lugares de consulta, el 18.24% dos veces por semana, 25.16% los fines de semana, 11.64% cada quince días.

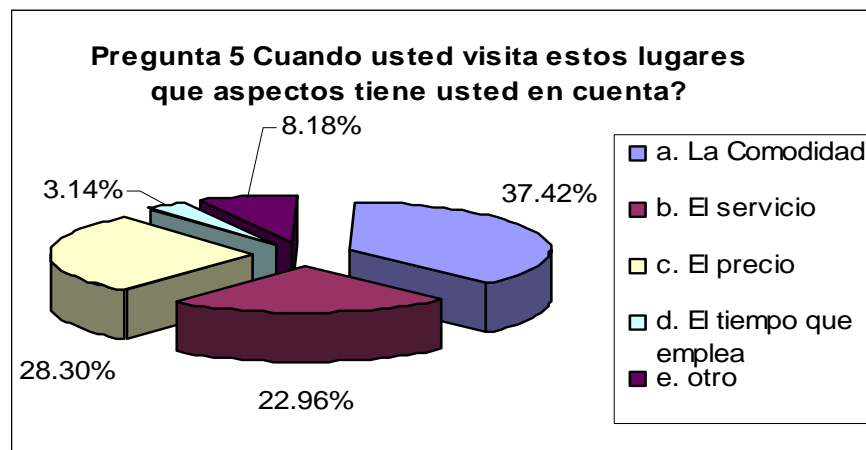
5. Cuando visita estos lugares que aspectos tiene usted en cuenta?

Tabla 5. Lugares

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. La Comodidad	72	22.64%
b. El servicio	143	44.97%
c. El precio	101	31.76%
d. El tiempo que emplea	2	0.63%
e. otro	0	0.00%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfica 5. Lugares



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica 5. El aspecto que los estudiantes tienen en cuenta en el momento de visitar un lugar para realizar sus trabajos esta representado de la siguiente manera: Un 22.96% opina que es muy importante el servicio, el 28.30% piensa que es importante el precio y un 37.42% la comodidad y un 3.14% dice que es importante el tiempo.

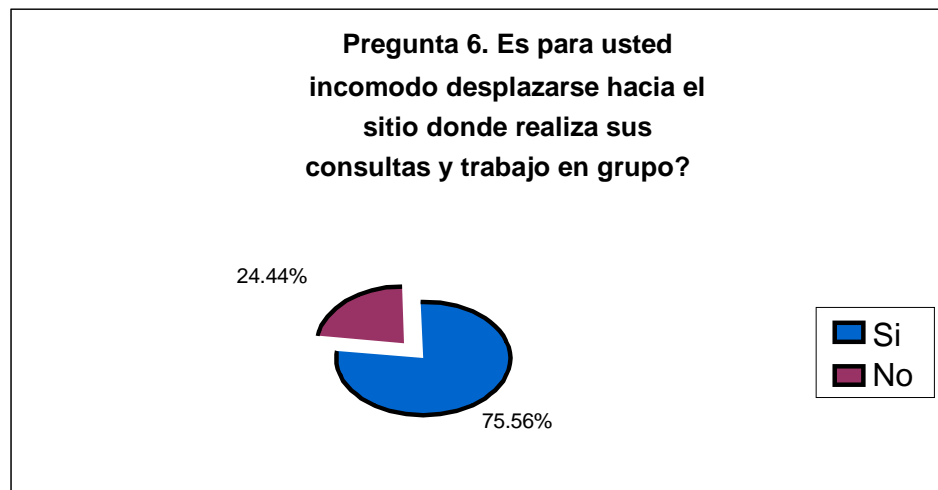
6. Es para Usted incomodo desplazarse hacia el sitio donde realiza sus consultas y trabajo en grupo?

Tabla 6. Desplazamiento al sitio de consultas

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
Si	68	75.56%
No	22	24.44%
Total	90	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafico 6. Desplazamiento al sitio de consultas



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la gráfica 6 el 75.56% de los estudiantes consideran que es muy incomodo desplazarse a los sitios donde se reunión de sus compañeros a realizar sus trabajos, y el 24.44% opina lo contrario.

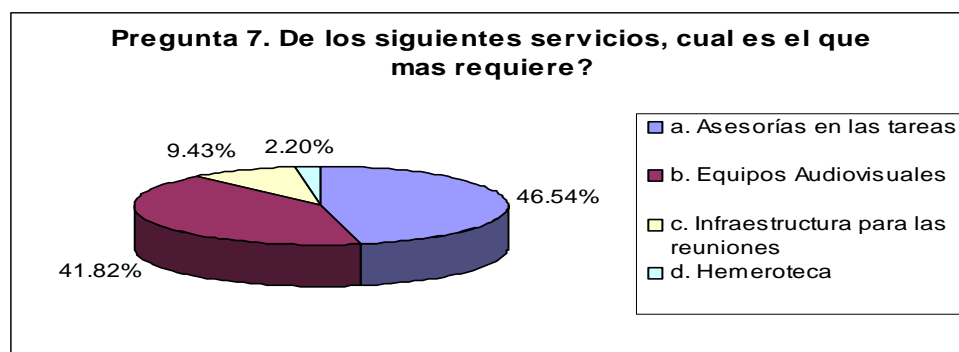
7. De los siguientes servicios, cual es el que más requiere:

Tabla 7. Servicios preferidos

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. Asesorías en las tareas	148	46.54%
b. Equipos Audiovisuales	65	20.44%
c. Infraestructura para las reuniones	60	18.87%
d. Hemeroteca	45	14.15%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfica 7. Servicios preferidos



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la gráfica 7 el servicio que mas les interesa a los estudiantes encuestados es las accesorias de las tareas con un 46.54%, el 41.82% opina que el servicio de equipos Audiovisuales, el 9.43% la infraestructura, y el 2.20% el servicio de hemeroteca.

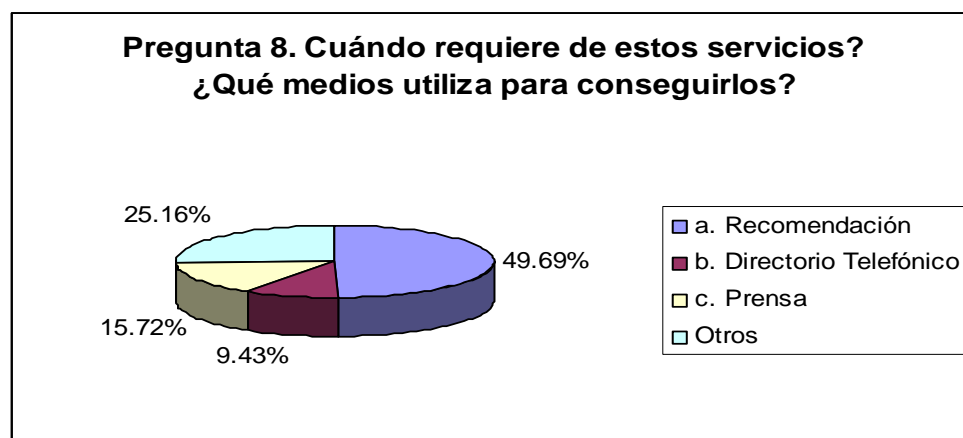
8. Cuándo requiere de estos servicios? ¿Qué medios utiliza para conseguirlos?

Tabla 8. Medios

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
a. Recomendación	158	49.68%
b. Directorio telefónico	30	9.43%
c. Prensa	50	15.72%
d. Otros	80	25.17%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfica 8. Medios



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la grafica 8 los servicios que utiliza la población encuesta para adquirir los servicios que requieren en el momento de hacer sus trabajos se reflejan de la siguiente manera con un porcentaje de 49.69% por recomendación, un 15.72% por prensa, un 9.43% por el directorio y 25.16% por otros medios como volantes, anuncios de radio entre otros.

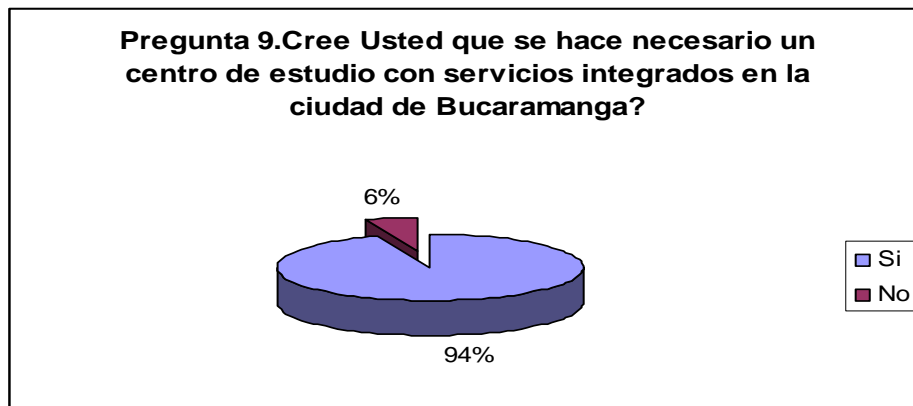
9. Cree Usted que se hace necesario un centro de estudio con servicios integrados en la ciudad de Bucaramanga?

Tabla 9. Necesidades

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
Si	300	94.34%
No	18	5.66%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfico 9. Necesidades



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la grafica 9 el 94% de los estudiantes opinan que es súper necesario un centro de estudios en la ciudad de Bucaramanga que les ofrezca todos los servicios planteados en la encuesta y un 5.66% creo que no es necesario que están conformes con los sitios que actualmente visitan.

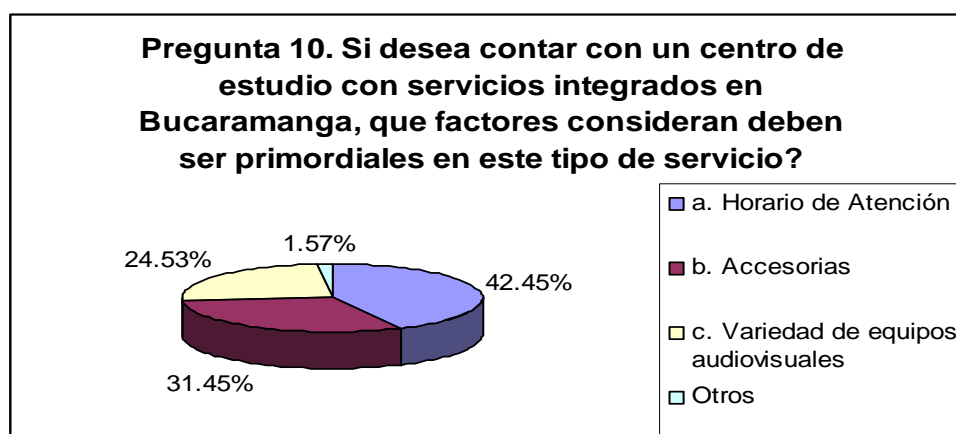
10. Si desea contar con un centro de estudio con servicios integrados en Bucaramanga, que factores consideran deben ser primordiales en este tipo de servicio.

Tabla 10. Factores primordiales

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. Horario de Atención	10	3.14%
b. Asesorias	280	88.05%
c. Variedad de equipos audiovisuales	23	7.23%
Otros	5	1.57%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfica 10. Factores primordiales



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la grafica No. 10 se refleja que el 31.45% de los estudiantes consideran como un factor importante en el servicio las accesorias, 42.45% el horario, el 24.53% la variedad de los equipos audiovisuales y el 1.57% Otros, como el servicio de celular.

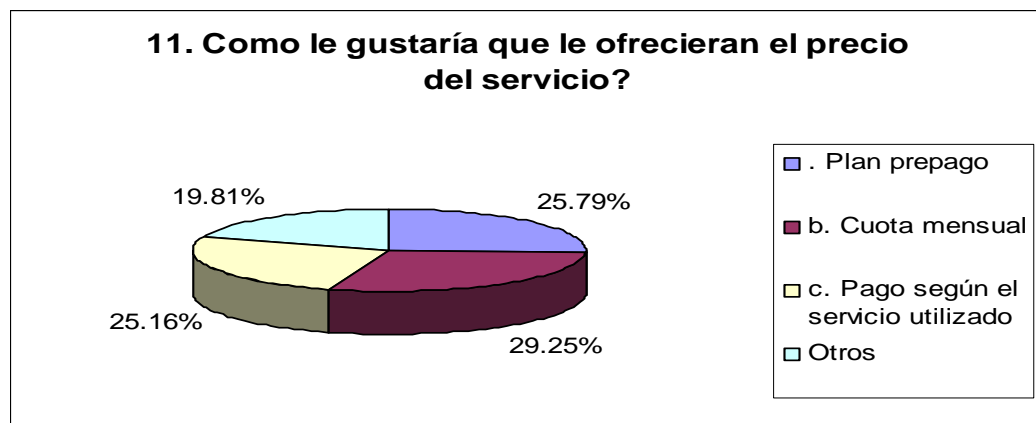
11. Como le gustaría que le ofrecieran el precio del servicio?

Tabla 11. Precio del servicio

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. Plan prepago	82	25.79%
b. Cuota mensual	93	29.25%
c. Pago según el servicio utilizado	63	19.81%
Otros	80	25.16%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfica 11. Precio del servicio



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según el grafico No. 11 el 29.25% de los estudiantes prefieren que la forma de pago sea mensual, el 25.79% prepago, el 19.81% según el servicio utilizado y el 25.16% otro.

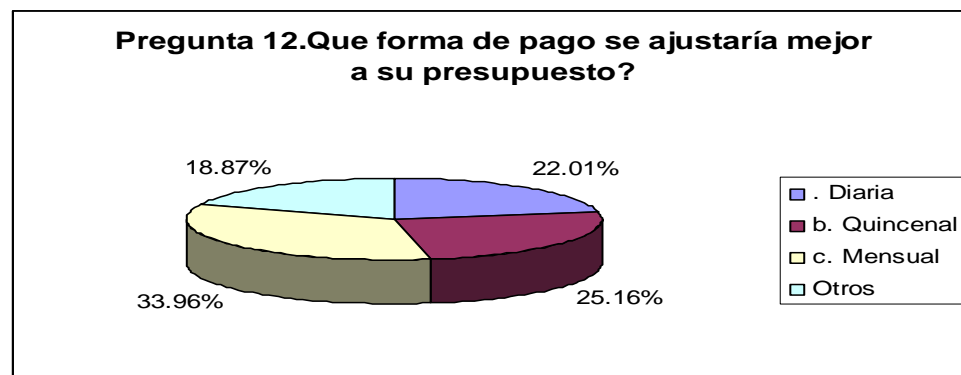
12. Que forma de pago se ajustaría mejor a su presupuesto?

Tabla 12. Forma de pago

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. Diaria	10	3.14%
b. Quincenal	40	12.58%
c. Mensual	188	59.12%
Otros	80	25.16%
Total	318	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfica 12. Forma de pago



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Según la grafica 12 el 59.12% de los encuestados preferirían pagar los servicios del centro pago mensual, y el 12.58% quincenal, el 3.14% diario y el 25.16% preferiría a forma de pago.

**2.4.2 Estimación de la demanda.** Teniendo en cuenta la información suministrada por los Rectores de las Universidades encuestadas tales como : Universidad Santo Tomas, Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad Industrial de Santander, ITAE; Unidades Tecnológicas, UNAB, UDES; actualmente se encuentran matriculados 51.243 estudiantes discriminados así: Universidad Santo Tomas (5.000), Universidad Cooperativa de Colombia (4.148), Universidad Industrial de Santander (16.747), ITAE (1.500), Unidades Tecnológicas de Santander (15.548), UNAB (4.800) y UDES (3.500) . del cual se calculo una muestra de 318 estudiantes, teniendo en cuenta un margen de error del 5%, con un grado de certeza del 95% que nos permite en alto grado de confiabilidad de la información obtenida.

**2.4.3. Evolución histórica de la demanda.** Esta se determina a través del crecimiento de los estudiantes que han ingresado a las diferentes universidades de Bucaramanga, con el fin de lograr su crecimiento intelectual y personal para enfrentarse a los diferentes retos de la vida, en nuestro estudio se han tomado las Universidades con mayor índice de población estudiantil en la ciudad de Bucaramanga, conformada por Unidades Tecnológicas, UIS, ITAE; UDES; UNAB, UDES, al transcurrir de los años han ido evolucionando en su crecimiento poblacional.

**2.4.4 Proyección de la demanda.** Para realizar la proyección de la demanda se basa en el método de mínimos cuadrados, los datos se obtuvieron de la información suministrada por los Rectores de las Universidades encuestadas tales como: Universidad Santo Tomas, Universidad Cooperativa de Colombia,

Universidad Industrial de Santander, ITAE; Unidades Tecnológicas, UNAB, UDES; quienes indicaron la cantidad de estudiantes matriculas en los últimos cinco años.

Tabla 13. Proyección de la demanda.

<b>AÑO</b>	<b>ESTUDIANTES</b>
2000	48.632
2001	48.800
2002	49.120
2003	49.530
2004	50.512
2005	51.243

Fuente: Datos suministrados de las Universidades encuestadas.

Tabla 14. Aplicación

<b>x</b>	<b>y</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>	<b>xy</b>
1	48632	1	2365071424	48632
2	48800	4	2381440000	97600
3	49120	9	2412774400	147360
4	49530	16	2453220900	198120
5	50512	25	2551462144	252560
6	51243	36	2625845049	307458

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

$$b. = 531,457.143$$

$$m.= 531,457.143$$

$$Y.= a + bx$$

$$a. = 47.779,4$$

$$y = 47.779,4 + 531,457.143 (7)$$

$$y = 51.499,60$$

Tabla 15. Proyección de la demanda

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS</b>
2007	51.500 Estudiantes
2008	52.031 Estudiantes
2009	52.563 Estudiantes
2010	53.094 Estudiantes
2011	53.625 Estudiantes

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 2.5 LA OFERTA

El estudio de la oferta tiene como objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro las demandas o necesidades de la comunidad, la oferta también es una variable que depende de otras tales como: los costos y disponibilidad de los insumos las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia etc.

En el estudio de la oferta se consideraran los siguientes aspectos:

**2.5.1 Necesidades de la información.** En la ciudad de Bucaramanga, existen establecimientos que brindan algunos de los servicios que ofrecerá el centro de estudios con servicios integrados, pero ninguno ofrece un paquete tan completo como el del Centro de Estudios con Servicios integrados, donde le permita al estudiante encontrar todas las herramientas que necesita para realizar sus trabajos, que le motiven al trabajo en equipo a la investigación, a descubrir nuevas ideas, teorías que contribuyan a la innovación y creatividad incrementando su desarrollo intelectual y cultural.

**2.5.2. Ficha técnica**

Cuadro 2. Ficha técnica 2

<p>Tipo de Investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Exploratoria: “Tiene por objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación mas precisa o el desarrollo de una hipótesis.(Claire Selltiz, Op.cit.,p.69.),</li> <li>▪ Descriptiva: El propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación”<sup>2</sup>.</li> </ul>
<p>Método de Investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análisis: Dividir el objeto de investigación en el mayor número de partes, a fin de encontrar mayores alternativas de estudio. En este caso la descomposición del trabajo en sus diferentes fases que la componen permite desarrollar sus principios o elementos.</li> <li>▪ Deductivo: A partir de situaciones generales se llegan a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. En este caso a partir de una teoría general acerca del fenómeno del reciclaje en general se explicarán hechos o situaciones a nivel de la ciudad.</li> </ul>

<sup>2</sup> MENDEZ, Carlos E. Metodología

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inductivo: “Es una forma de argumentación que conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas.</li> </ul>
Método de Investigación	<p>Este método permitirá a partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación concluir proposiciones y a la vez premisas que expliquen fenómenos similares al analizado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Síntesis: implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación.</li> </ul>
Fuentes de Información	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Primarias: Información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento. Para la investigación se tomará como base la entrevista realizada directamente en las empresas relacionadas.</li> <li>▪ Secundarias: Es la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. En este caso se referirán a libros, revistas, documentos, prensa, páginas de Web.</li> </ul>
Técnicas de recolección	Entrevista: Se realiza a través de formularios que tiene su aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes, documentales y demás sistemas de conocimiento.
Instrumento	Cuestionario

Modo de Aplicación	Directa
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Empresas que ofrecen servicios de Internet, asesorías, alquiler de video Beam.
Proceso de muestreo	<p>Aplicando la fórmula con un nivel de confiabilidad del 95%, error del 5%</p> <p><math>Z = 1.96</math></p> <p><math>N = (50)</math></p> <p><math>P = 0.5</math></p> <p><math>q = 0.5</math></p> <p><math>e = 0.05</math></p> <p><math>n = \frac{N * z^2 * p * q}{z^2 * p * q + e^2 * (N - 1)}</math></p> <p><math>n = \frac{50 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + (0,05)^2 * (51.243 - 1)}</math></p> <p><math>n = 5</math></p>
Elemento muestral	Esta conformado por los Gerentes o Propietarios de las empresas tales como: Abak, Centro Tecnológico el Cibernauta, Blue Site, Estrella Navegante, Web Center.,
Alcance	Empresas que ofrecen los servicios de Internet, Video Beam, asesorías entre otros.
Tiempo de aplicación	Del 1 al 9 de junio de 2006

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**2.5.3 Presentación de resultados de la oferta.** En Bucaramanga, existen 50 empresas que ofrecen los diferentes servicios integrados tales como Internet, préstamo de Video Beam, elaboración de trabajos entre otros, para la toma de datos de la oferta se realizó encuesta a cinco de los Gerentes, propietarios o administradores de estos establecimientos, tales como:

- Abak
- Centro Tecnológico el Cibernauta
- Blue Site
- Estrella Navegante
- Web Center.

Los resultados de la entrevista fueron los siguientes:

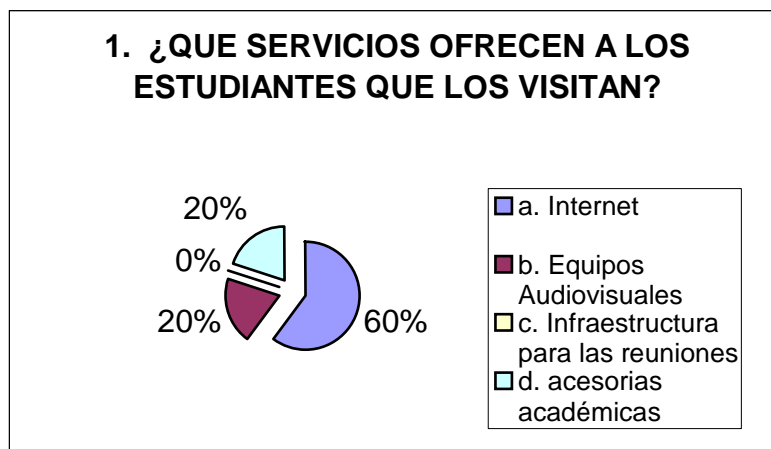
1. ¿Que servicios ofrecen a los estudiantes que los visitan?

Tabla 16. Servicios que ofrecen los estudiantes

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>%</b>
a. Internet	3	60,00%
b. Equipos Audiovisuales	1	20,00%
c. Infraestructura para las reuniones académicas	0	0,00%
d. Asesorías académicas	1	20,00%
Total	5	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica 13. Servicios que ofrecen a los estudiantes



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

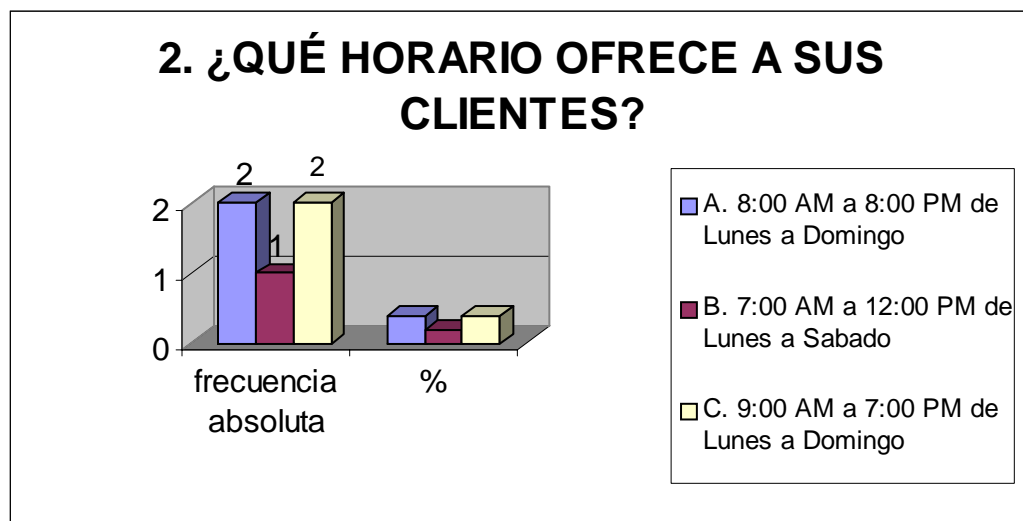
1. ¿Qué horario ofrece a sus clientes?

Tabla 17. Horario que ofrecen a sus clientes

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. 8:00 AM a 8:00 pm de Lunes a Domingo	2	40,00%
b. 7:00 AM a 12:00 pm de Lunes a sábado	1	20,00%
c. 9:00 AM a 7:00 pm Lunes a Domingo	2	40,00%
Total		100,00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica No. 14. Horario que ofrece a sus clientes



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

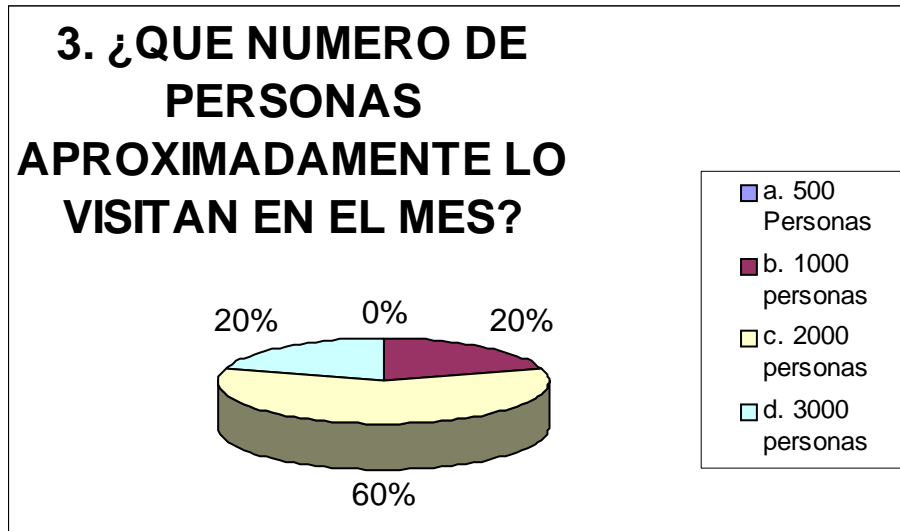
3. ¿Qué número de personas aproximadamente lo visitan en el mes?

Tabla 18. Personas que consumen el servicio de Internet en el mes

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. 500 Personas	0	0,00%
b. 1000 personas	1	20,00%
c. 2000 personas	3	60,00%
d. 3000 personas	1	20,00%
Total	5	100,00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica No. 15. Personas que consumen el servicio de Internet en el mes



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

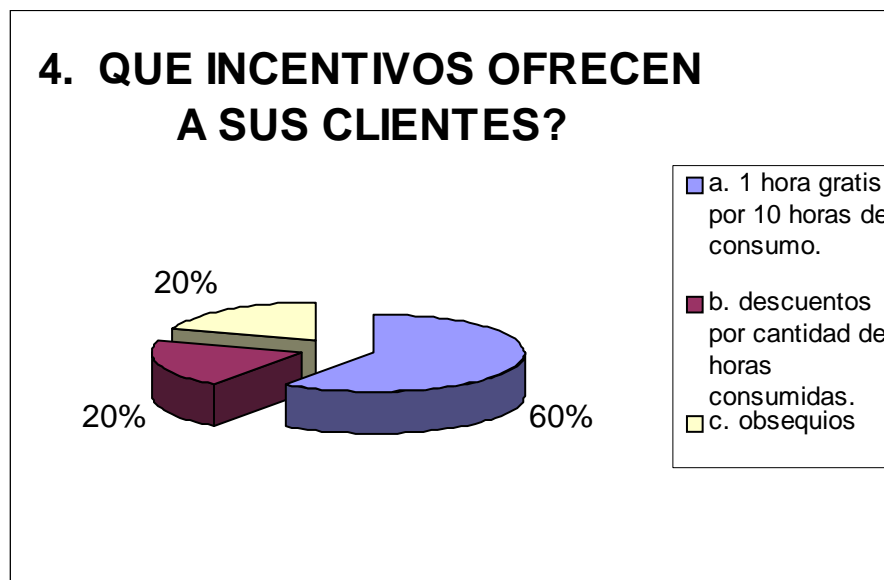
4. Qué incentivos ofrecen a sus clientes?

Tabla 19. Incentivos

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. 1 hora gratis por 10 horas de consumo.	3	60,00%
b. descuentos por cantidad de horas consumidas.	1	20,00%
c. obsequios	1	20,00%
Total	5	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica No. 16. Incentivos



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

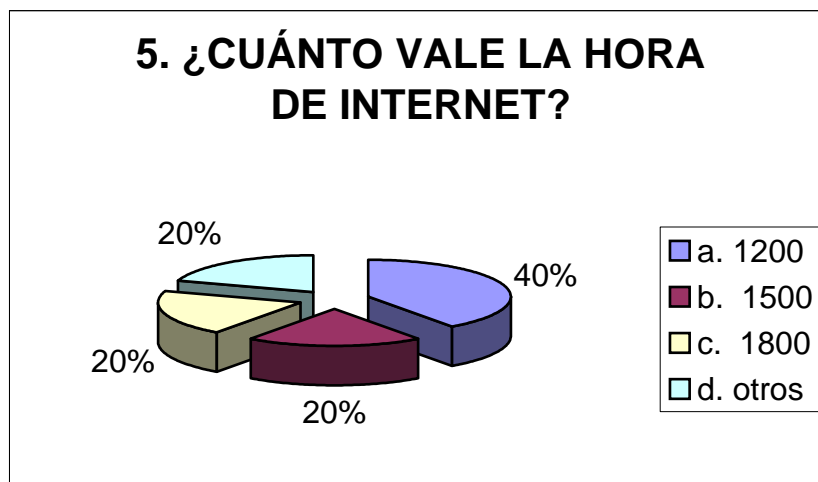
5. ¿Cuál es el valor de la hora de Internet en su establecimiento?

Tabla 20. Precio de hora de Internet

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. 1200	2	40,00%
b. 1500	1	20,00%
c. 1800	1	20,00%
d. otros	1	20,00%
Total	5	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Grafica No. 17. Precio de hora de Internet



Fuente: CUBIDES - ESTUPIÑÁN

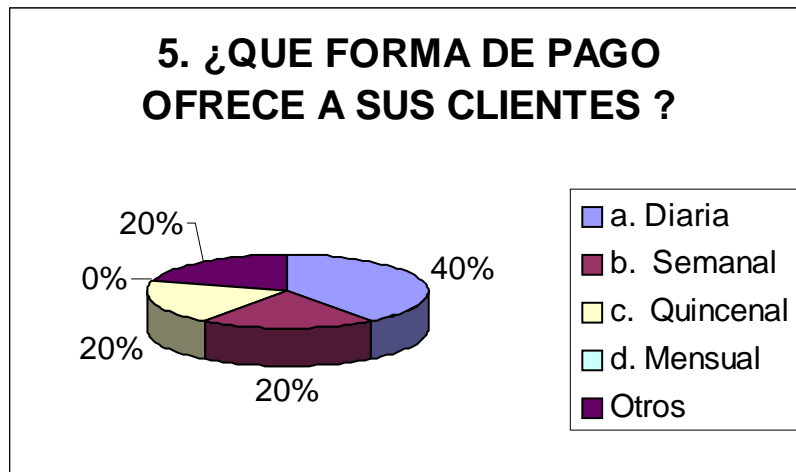
6. ¿Qué forma de pago ofrece a sus clientes?

Tabla 21. Forma de pago

Alternativa	Frecuencia Absoluta	%
a. Diaria	2	40,00%
b. Semanal	1	20,00%
c. Quincenal	1	20,00%
d. Mensual	0	0,00%
Otros	1	20,00%
Total	5	100.00%

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Gráfico 18. Forma de pago



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**2.5.4. Análisis de la situación actual de la competencia.** Analizando la competencia que tiene el Centro de Estudios con servicios integrados, no existe un lugar que ofrezca un paquete completo que contenga servicios tales como Internet, asesorías en tareas, servicio de video beam. Un espacio para trabajar con el equipo de trabajo o grupo de estudio, y que además disponga de un amplio horario de atención que favorezca a los estudiantes de la jornada nocturna.

En cuanto al número de visitantes oscila en un rango de 2.000 a 3.000 personas mensualmente teniendo en cuenta la pregunta número 3 gráfico 3, e con un porcentaje del 60%, de las cinco (5) entidades encuestas tres (3) de ellas, ofrecen a sus clientes un incentivo que consiste en obsequiar después de 10 horas de pago de servicio de Internet una hora gratuita, descuentos según cantidad de horas consumidas y rifas.

**2.5.5 Proyección de la oferta (Competencia).** Para la proyección de la oferta, de las 50 empresas que ofrecen los diferentes servicios integrados anteriormente mencionados se tomó según la muestra obtenida cinco (5) empresas tales como:

Abak, Centro Tecnológico el Cibernauta, Blue Site, Estrella Navegante, Web Center.

Tabla 22. Proyección de la oferta

<b>x</b>	<b>y</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>	<b>xy</b>
1	20	1	400	20
2	26	4	676	52
3	30	9	900	90
4	38	16	1444	152
5	45	25	2025	225
6	50	36	2500	300

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

$$b. = 6,14285714$$

$$m.= 6,14285714$$

$$Y.= a + bx$$

$$a.=13.3333333$$

$$y = 13,333333 + 6,14285714 (7)$$

$$y = 56,33$$

Cuadro 3. Proyección de la oferta

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA DE ESTABLECIMIENTOS</b>
2007	56 Establecimientos
2008	62 Establecimientos
2009	69 Establecimientos
2010	75 Establecimientos
2011	81 Establecimientos

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## **2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA**

La comparación de la demanda contra la oferta permite hacer una primera estimación de la demanda insatisfecha. En efecto, en el estudio realizado sobre la Creación del Centro de estudios con servicios integrados se refleja que existe una demanda insatisfecha por el mercado no está totalmente atendido, dejando como resultado precios elevados con respecto a la capacidad de pago de los estudiantes.

## **2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de nuestros productos al consumidor final.

Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** La estructura de los canales de comercialización del centro de estudios con servicios integrados serán directos y indirectos por medio de la siguiente estrategia publicitaria:

- Prensa: se publicaran clasificados llamativos en el periodo local Vanguardia Liberal, cuyo fin es dar a conocer el Centro de Estudios con servicios integrados.
- Radio: se harán de pautas publicitarias por medio de las emisoras Caracol y RCN.
- Plegables y volantes: se utilizaran estos medios rápidos, ligeros, económicos, los cuales se distribuirán en Bucaramanga dando una amplia información del Centro Educativo.

- Pendones: los pendones son un Elemento vistoso, llamativo y agradable que atraerá la atención de la gente que visite el Centro de Estudios con Servicios Integrados.
- Directorio telefónico: se publicara en las páginas amarillas del directorio telefónico un aviso publicitario con información del centro de estudios y los servicios a ofrecer.

**2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.** La principal ventaja de las bibliotecas públicas y privadas, se encuentra en que los docentes son los voceros directos para motivar a los estudiantes a visitar estos lugares, pues son ellos quienes les asignan tareas, trabajos de investigación, indicándoles los libros en los cuales podrían encontrar la información requerida.

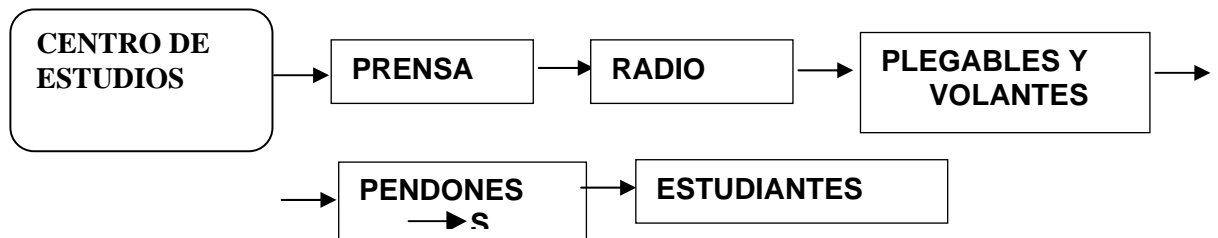
La otra ventaja es que el estudiante puede utilizar los servicios en el momento que lo requiera sin ningún costo.

Respecto a las salas de Internet, los estudiantes pueden encontrar la información que requieren en todos los buscadores de la red, en una forma ágil, sin necesidad de recurrir a los libros, permitiéndole ahorrar tiempo y encontrando variedad de información en una forma rápida, siendo esta la gran ventaja que existe frente a las bibliotecas privadas y publicas.

En cuanto a las desventajas que tienen las bibliotecas son los horarios limitados de atención y falta de equipos audiovisuales y de las salas de Internet es el costo que tienen que pagar los estudiantes según el tiempo que utilicen el servicio.

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** El canal de comercialización del centro de estudios con servicios integrados será de forma directa de la siguiente manera.

Figura 1. Selección de canales de comercialización



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 2.8 PRECIO

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto o servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio.

**2.8.1 Análisis de precios.** Dependiendo las políticas de precios que se establezcan para el centro de estudios integrados determinan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio que se va a fijar para la introducción en el mercado, los descuentos por utilizar los servicios en volumen o pronto pago, las promociones, los ajustes de acuerdo con la demanda, entre otras.

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** El centro de estudios con servicios integrados entrara al mercado con un precio que tenga en cuenta los costos de los servicios y la competencia. Por otra parte, se establecerán políticas claras con

relación a los descuentos por pronto pago o por volumen de servicios utilizados, así como los incentivos, promociones que se brindaran a los estudiantes, para lograr motivarlos a que visiten y utilicen los servicios que se ofrecen.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

### 2.9.1 Objetivos.

- Dar a conocer los servicios que ofrece el centro de estudios con servicios integrados
- Crear una imagen atractiva
- Incentivar a los estudiantes a visitar el lugar.
- Motivar a los estudiantes a que se interesen por la investigación y crecimiento intelectual.

**2.9.2 Logotipo.** El logotipo refleja un estudiante interesado por la investigación y su crecimiento personal y profesional.

Figura 2. Logotipo



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**2.9.3 Lema.** “Crece personal e intelectualmente nuestro país te necesita”. El estudiante se sentirá motivado y encontrara las herramientas necesarias para

desarrollar su capacidad investigativa, trabajar en grupo, debatir y analizar opiniones y criterios de otras personas, generar ideas que contribuyan al desarrollo de nuestro país.

**2.9.4 Análisis de los medios.** La razón misma de producción de medios de bienes o servicios que se ofrecen tienen la deliberada intención de llevarlos a los consumidores o usuarios finales por lo tanto cualquier acción de promoción y publicidad encaminada a hacerlo conocer o impulsar su consumo o utilización, genera necesariamente un valor agregado y supone desde luego la necesidad de asumir un costo por ese concepto<sup>3</sup>.

Algunos productos de gran consumo presentados en gran variedad de formas y marcas tendrán que disputarse a los consumidores a través de calidad, precio y desde luego, mediante promociones y campañas publicitarias.

Muchas instituciones que en otras épocas llegaban a los usuarios en forma espontánea como los bancos, las universidades, las iglesias hoy montan campañas publicitarias con el fin de atender a la clientela.

Las empresas no se escapan de esta corriente mediante publicaciones y cuñas por diferentes medios informan sobre su imagen corporativa, sus servicios y sus logros.

#### **2.9.5 Selección de los medios.**

- Medios publicitarios
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas

---

<sup>3</sup> MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos.

**2.9.6 Estrategias publicitarias.** Para dar a conocer la existencia del centro de estudios con servicios integrados se realizara diferentes actividades, entre ellas:

- Edición de volantes informativos se editaran y se reproducirán.
- Hacer una campaña publicitaria visitando a las universidades de Bucaramanga, instalando un stand ofreciendo los servicios del centro de estudios.
- Avisos publicitarios en las emisoras de la ciudad
- Se colocaran avisos en la prensa.
- Aviso publicitario en el directorio telefónico.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.**

Cuadro 4. Presupuesto de publicidad y promoción.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Publicidad (volantes, avisos publicitarios por prensa y radio, stand, pendones)	\$1.800.000
De operación	\$200.000
Total	\$2.000.000

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**2.9.8 De lanzamiento**

Cuadro 5. Lanzamiento

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Recepción de lanzamiento (pasabocas, cóctel, sonido, decoración)	\$2.660.000

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 2.10. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Tomando de los 51.243 estudiantes de las Universidades de tales como: Santo Tomas, UIS, ITAE, UDES, Unidades tecnológicas, UNAB una muestra de 318 personas, se realizo el estudio de mercados cuyos resultados fueron los siguientes:

Se encontró que el lugar donde acostumbran los estudiantes a realizar sus trabajos de investigación son las salas de Internet con un porcentaje del 34.59% como la indica la pregunta numero 2, gráfico 2, ya que en estos sitios se encuentra la información en una forma rápida, ágil.

El 37.74% de los estudiantes indicaron que visitan estos lugares todos los días, según la pregunta No. 4, gráfico 4.

Los encuestados informan que el aspecto mas importante en el momento de escoger un lugar para realizar los trabajos es la comodidad con un 37.42% según la pregunta 5 gráfica 5, pues el 75.56% de la población.

Encuestada según la pregunta No. 6, Grafico 6, considera que es muy incomodo desplazarse de un lugar a otro para realizar sus trabajos y consultas y piensan que seria excelente encontrar en un solo lugar todos los servicios que necesitan.

De los servicios que ofrecerá el centro de estudios a la población encuestada les pareció muy interesante el servicio de asesorías de tareas con un porcentaje del 46.54%, según la pregunta 7, gráfica 7, pues aparte de encontrar los equipos técnicos, pueden despejar las dudas e inquietudes que se presenten en el momento de realizar los trabajos.

Con un porcentaje del 49.68% según la pregunta 8, gráfica 8, los estudiantes indicaron que visitan los lugares de consulta por intermedio de recomendación de sus compañeros de estudios o amigos.

El 94.34% de la población, según la pregunta No. 9 Grafico 9, informa que se hace necesario un lugar con las características que ofrece el centro de estudios y un 88.05% según la pregunta 10, gráfica 10, menciona que el servicio que mas les interesa es el de las asesorías.

La forma de pago mas atractiva para la población estudiantil es de el pago mensual con un porcentaje del 29.25% según la pregunta 11, gráfico 11, pues les parece mas cómodo.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se va a determinar con base en el numero de estudiantes que visiten el centro de estudios; la jornada laboral será de 12 horas diarias, durante 26 días del mes, estipulada de la siguiente manera de 7:00 a.m. hasta las 1:00p.m y desde las 3:00 p.m. hasta las 9:00 p.m. de lunes a sábado.

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** El tamaño del proyecto lo determina la capacidad que tiene la empresa para atender a la cantidad de estudiantes que visiten el centro y utilicen los servicios que se ofrecen tales como: Servicio de Internet, video beam, asesorías académicas, y otros servicios adicionales que permitan el desempeño investigativo e innovador de los estudiantes.

#### **3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.**

a.) Demanda: La magnitud del mercado es uno de los aspectos que es preciso considerar, al estudiar el tamaño del proyecto; por lo tanto la reflexión que se hará en torno a la estimación del tamaño más apropiado descansará en el estudio del comportamiento de la demanda.

Teniendo en cuenta los estudios adelantados acerca de la oferta, la competencia, los clientes y demás factores condicionantes de este aspecto, se consideraron pertinentes los siguientes datos:

b) Mercado. En los establecimientos educativos del municipio de Bucaramanga, es poco o nada lo que se ha logrado impulsar el aprendizaje de un segundo idioma, pues no existe un proyecto específico que involucre la implementación de estrategias metodologías efectivas e innovadoras que logren que el estudiante

profundice sobre su importancia para su desarrollo personal y profesional que le ofrezca la posibilidad de ser competitivo en el mercado laboral interno y externo.

Los costos educativos actuales que se presentan, han desbordado la capacidad económica de las familias del municipio, induciéndolos a buscar la opción de otras alternativas de estudio para sus hijos. Queda entendido que esta opción que se busca se pretende sea en las mismas condiciones de calidad educativa, por eso la importancia de elevar los niveles de competencia en los establecimientos oficiales, que les permita ser competitivos a nivel de toda la población del municipio en relación con los de otras ciudades.

El sector empresarial de Bucaramanga requiere en la actualidad de jóvenes altamente preparados, pues ya está entrando en el mundo del intercambio comercial a niveles internacionales (exportaciones e importaciones) que puedan cubrir la demanda que presentan los departamentos de comercio exterior y del sector turístico en especial.

c) Disponibilidad de Insumos: La prestación de los servicios del centro requiere de equipos, línea de Internet, servicio de luz.

La capacidad que tienen los proveedores para satisfacer estas necesidades, es un factor determinante en el tamaño del proyecto. Sin embargo la demanda que existe actualmente de Insumos, hace más fácil su utilización.

d) Tecnología y equipos: La empresa que se está estudiando requiere del manejo de la tecnología y de modernos equipos, que le permitan al estudiante encontrar la información que requieren en una forma clara y ágil, además se contara con personal experto con alto conocimiento según las especialidades requeridas.

e) Tamaño y localización: El tamaño y la localización del centro de estudios constituye una gran ventaja, por el alto índice de población estudiantil que existe en el sector, igualmente por encontrarse en un punto central, la consecución de insumos, es más fácil. La empresa se ubicará dentro del área metropolitana de Bucaramanga, en el sector de la Ciudadela Real de Minas.

f) Financiamiento: Este aspecto es el que mayor restricción otorga a la capacidad del proyecto puesto que aunque exista amplia demanda del producto, posibilidades de conseguir los insumos y los equipos necesarios, todo esto genera costos e inversiones de alto nivel, que frenan la capacidad debido a que no es fácil conseguir recursos para los proyectos de inversión.

Aunque el gobierno nacional y las diferentes entidades de fomento industrial ofrezcan facilidades para el acceso al crédito, son en últimas, las entidades financieras quienes toman la decisión de prestar o no a los empresarios y en la mayoría de los casos la respuesta es negativa, o los montos menores y los intereses mayores, a los ofrecidos por el gobierno.

En el presente proyecto la financiación es muy importante, porque permite poder ofrecer tecnología avanzada o baja dependiendo los costos de los equipos.

### **3.1.3 Capacidad del proyecto.**

**3.1.3.1. Capacidad diseñada.** Corresponde a la máxima capacidad que se puede producir, las necesidades reales de la demanda, teniendo en cuenta que la jornada laboral será de 12 Horas diarias, se calcula la capacidad diseñada de la siguiente manera.

Cuadro 6. Capacidad diseñada.

<b>SERVICIOS</b>	<b>ESTUDIANTES QUE INGRESARAN AL CENTRO SEGÚN LOS DÍAS HÁBILES</b>	<b>ESTUDIANTES QUE INGRESARAN MENSUALMENTE</b>
Internet	120 estudiantes x 26 días	3.120
Video Beam	12 estudiantes x 26 días	312
Asesorías	24 estudiantes x 26 días	624
Otros Servicios	120 estudiantes x 26 días	3.120
<b>TOTAL</b>		<b>7.176</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**3.1.3.2 Capacidad Instalada.** Se tiene en cuenta el tiempo real de producción de la empresa según la jornada laboral, número de empleados, maquinaria disponible.

Expresar el número de unidades y los servicios que estarían en capacidad de salir al mercado.

La jornada laboral es de 12 horas pero realmente se considera que se trabajarían 11 horas pues se considera un tiempo de ocio de 1 hora discriminado así:

Al ingresar al centro de estudios, el personal debe ubicarse en sus puestos de trabajo y mientras se prenden los equipos se estima un tiempo de ocio de 10 minutos en la mañana y 10 en la tarde, en el periodo de refrigerio 15 minutos en la mañana y 15 minutos en la tarde y 10 minutos entre cambio de clientes, teniendo en cuenta el tiempo de 11 horas la capacidad instalada será la siguiente:

Cuadro 7. Capacidad Instalada.

<b>SERVICIOS</b>	<b>ESTUDIANTES QUE INGRESARAN AL CENTRO SEGÚN LOS DIAS HABILES.</b>	<b>ESTUDIANTES QUE INGRESARAN MENSUALMENTE</b>
Internet	110 x 26	2.860
Video Beam	11x26	286
Asesorias Ac. y Investg.	22 X 26	572
Otros servicios	110X26	2.860
<b>TOTAL</b>		<b>6.578</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.** Determina el margen de capacidad utilizada y el grado de participación que atenderá inicialmente al mercado. Realizando un análisis del mercado real, determinamos la capacidad utilizada y proyectada de la siguiente manera:

Cuadro 8. Capacidad utilizada y proyectada.

<b>SERVICIOS</b>	<b>ESTUDIANTES QUE INGRESARAN AL CENTRO SEGÚN LOS DÍAS HÁBILES.</b>	<b>ESTUDIANTES QUE INGRESARAN MENSUALMENTE</b>
Internet	90x 26	2.340
Video Beam	7 X26	182
Asesorias Ac. y Investig.	18 X 26	468
Otros servicios	104X26	2.704
<b>TOTAL</b>		<b>5.694</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización.** La empresa se localizará en el sector de la Ciudadela Real de Minas de la ciudad de Bucaramanga Santander.

El plan de ordenamiento territorial determina que esta zona es residencial y comercial, es una zona con un índice alto de población estudiantil, pues se encuentran colegios, universidades, además existen papelerías, salas de

Internet un centro comercial, fabricas de calzado entre otras, otro aspecto importante es que posee buenas vías de transporte.

Se ha determinado dar impulso al sector comercial, siempre y cuando no afecte la tranquilidad y comodidad de la población que se encuentre a su alrededor.

**3.2.2 Micro localización.** La estrategia es ubicar el centro de estudios cerca al mercado objetivo que se encuentra en la calle de los estudiantes de la Ciudadela Real de Minas, alrededor se encuentran los siguientes sitios:

El conjunto Residencial Plaza Mayor, El Centro Comercial Acrópolis, El Conjunto Residencial Macaregua, Metrópolis, y Barrio Gómez Niño, de los cinco (5) sitios analizados según el Método de puntos, se determinó que el sector que cumple con las necesidades y recursos con que cuenta el Centro de Estudios Integrados, es el Barrio Gómez Niño, específicamente en la Calle 6-50 de la Ciudadela Real de Minas, según el siguiente cuadro.

Cuadro 9. Aplicación método de puntos.

F	CLASE DE FACTOR	PLAZA MAYOR	ACRO-POLIS	MACA-REGUA	METRO-POLIS	GÓMEZ NIÑO
F1	Arriendo	3	1	3	1	5
F2	Servicios públicos	3	1	2	1	4
F3	Transporte	4	4	4	4	4
F4	Parqueaderos	1	5	1	1	3
F5	Vías de comunicación	3	4	2	3	3
		14	15	12	10	19

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del servicio.

a) Producto principal. El producto principal que ofrecerá el centro de estudio será la prestación de servicios, que apoyen al estudiante en la realización de sus actividades académicas.

b) Especificaciones técnicas. El centro ofrecerá cuatro servicios considerados vitales en la vida estudiantil tales como, Servicio de Internet, video beam, accesorias académicas, investigativas y otros servicios adicionales.

c) Diseño: Los servicios se ofrecerán dependiendo las necesidades que presente el estudiante.

**3.3.2 Recursos.** Para el funcionamiento de CENTRO DE ESTUDIOS CON SERVICIOS INTEGRADOS, es muy importante la utilización de los recursos

físicos y técnicos, para lograr desarrollar las actividades administrativas y la buena prestación de los servicios.

**3.3.2.1 Recursos humanos.** Para el buen funcionamiento de la empresa se debe contar con el siguiente personal:

- Especialista técnico. Estará encargada del control del servicio de Internet, Video Beam y el mantenimiento de los computadores.
- Administrador. Su función será encargarse de manejar los servicios adicionales, brindar asesoría al estudiante y vigilar el buen funcionamiento del centro.
- Secretaria auxiliar contable. Encargada del manejo de caja, llevar la contabilidad del centro, y presentar informes contables.

**3.3.2.2 Recurso físico.** Para llevar a cabo los procesos administrativos y productivos, se hace necesario contar con los siguientes recursos:

Cuadro 10. Maquinaria y equipos.

<b>EQUIPOS</b>	<b>CANT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Microcomputador Intel Pentium Iv de 2800 MHZ,512 MB,80GB, mouse, Monitor, micrófono, sistema Operativo.	12	\$25.056.000
Impresoras Láser HP ref. 1020	5	\$1.650.000
Instalación de Red 10 equipos		\$1.200.000
Ventiladores Super Crown Modelo Gv8f-12n.	6	\$300.000

Video Beam Sony	1	\$1.800.000
Cámaras Genius	12	\$1.800.000
Fotocopiadora Canon IR 1310	1	\$2.818.800
Escritorio	2	\$360.000
Silla ergonómica	3	\$180.000
Módulos Computador con sillas	11	\$3.850.000
Mesas para grupos	10	\$1.500.000
Sillas para las mesas de grupo	40	\$1.200.000
Archivador	1	\$150.000
Aparatos telefónicos Intelsa	2	\$60.000
Papeleras	6	\$18.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$41.942.800</b>

Fuente: Ok Computadores-Compumuebles de Colombia.

**3.3.2.3 Recurso de insumos.** Se requerirá el servicio de Internet por Telecom.

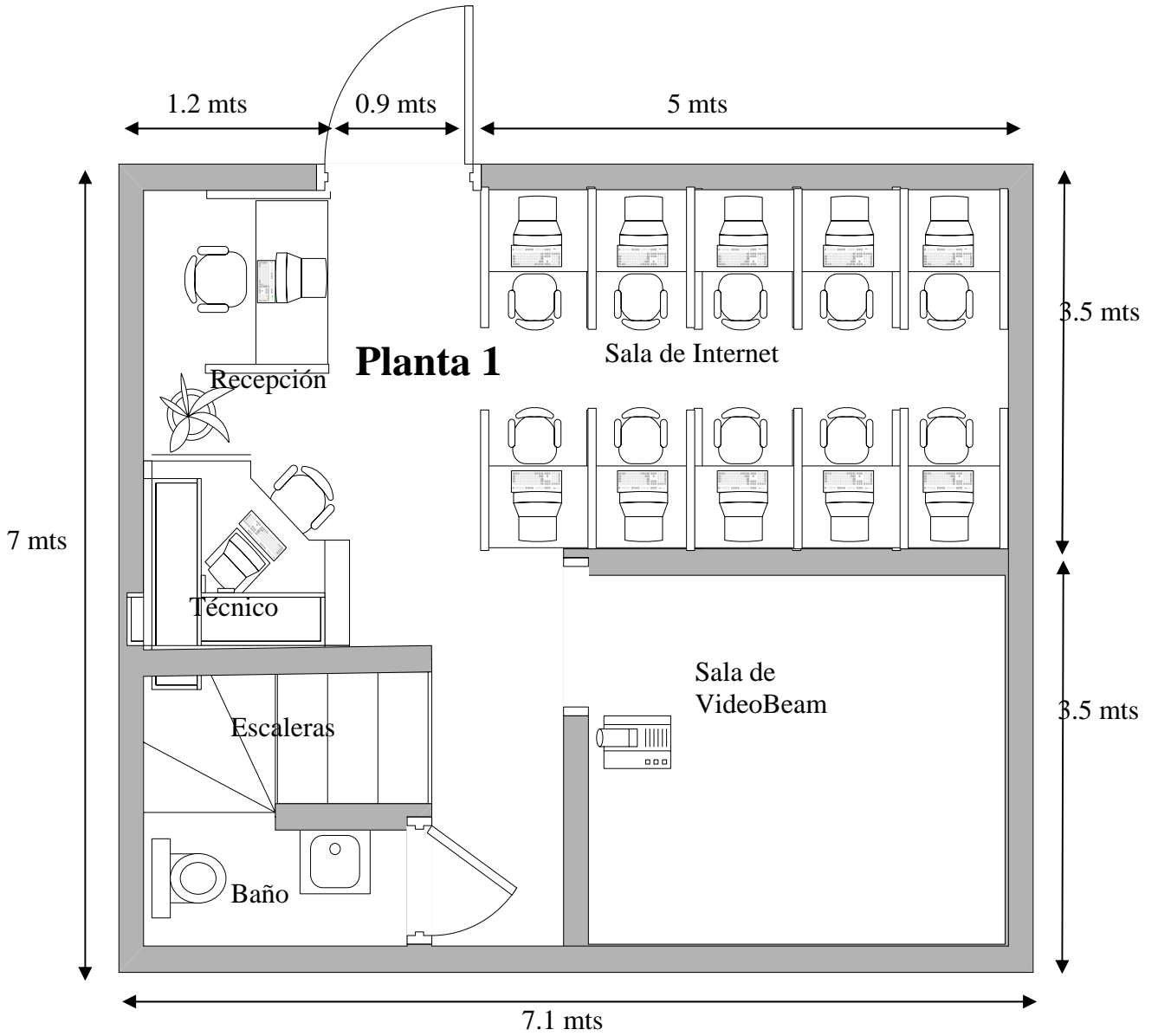
**3.3.3 Estudio de proveedores.** Se realizará un contrato con la empresa Telecom la cual ofrece la instalación de Internet e Intranet, banda ancha, con par de cobre de capacidad de 2MHZ, con capacidad para los doce computadores, a un costo mensual de 400.000 pesos, garantizando rápida conexión y calidad internacional.

**3.3.4 Distribución de planta.** Las instalaciones del centro de servicios estará distribuida de la siguiente manera.

La distribución de la planta esta conformada con dos plantas:

- Planta 1: se ubicarán los diez (10) computadores, la recepción y el especialista técnico.

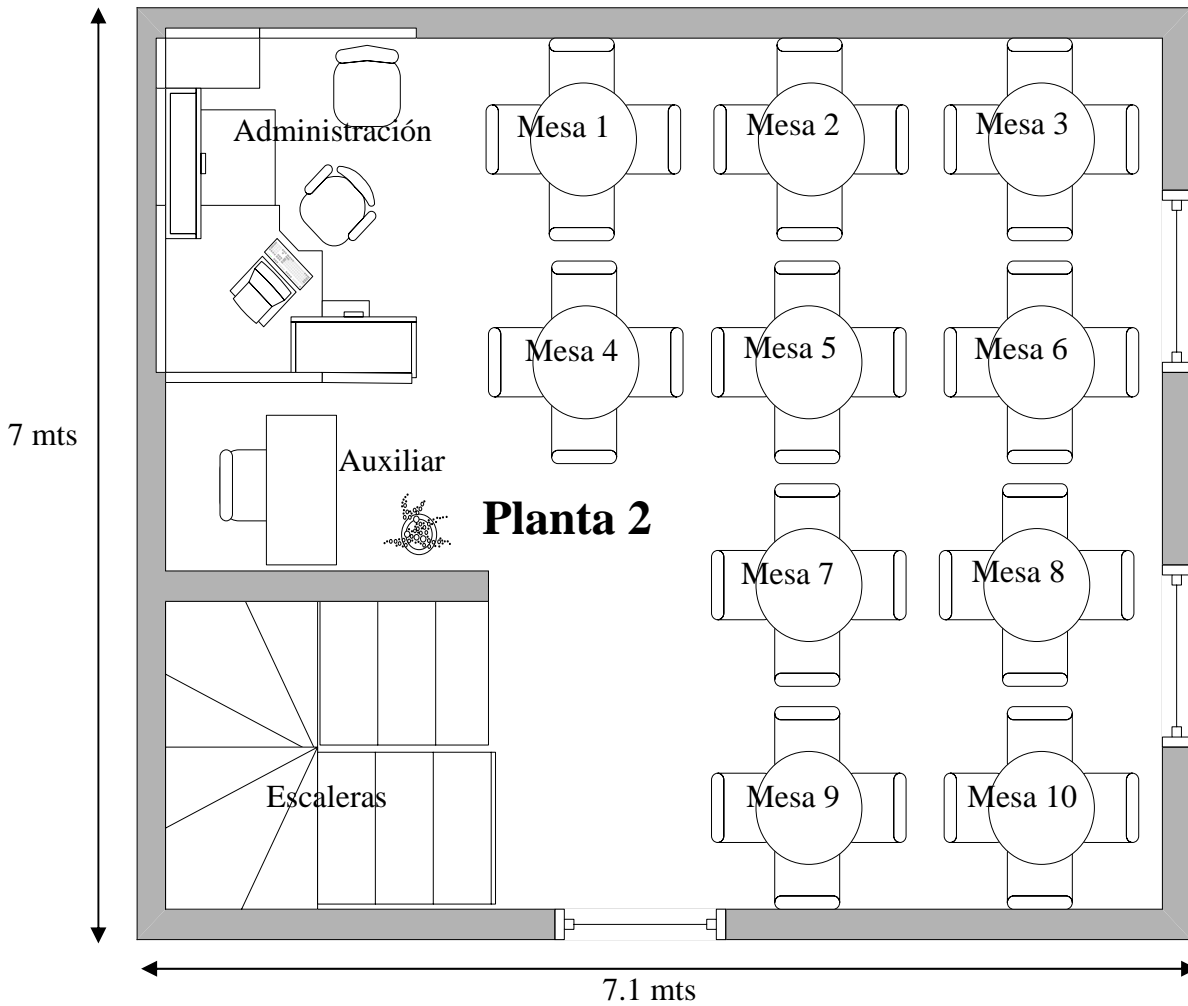
Figura 3. Planta 1



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

- Planta 2: Se ubicarán las diez (10) mesas de estudio, la sala de video Beam y la admón.

Figura 4. Planta 2.



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**3.3.5 Logística de Distribución.** La logística de CENTRO DE SERVICIOS, estará enfocada en mantener excelentes procesos de comunicación, operación y administración, para lo cual se aplicarán estrategias de manejo de personal, análisis de operaciones y en general todo lo relacionado con la materia.

Para que los objetivos de esta logística se cumplan, se debe manejar personal con espíritu emprendedor con capacidades para adoptar fácilmente el cambio y una mente abierta al mejoramiento continuo.

La empresa contará con planes de previsión en el área de seguridad industrial, talleres de manejo de clientes y relaciones comerciales, la organización estará a cargo de la secretaria auxiliar contable que será la persona encargada de organizar todas y cada una de las operaciones de la empresa.

#### **3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO**

Una vez realizado el estudio técnico de el presente proyecto se puede concluir que los factores que determinan su tamaño son aceptables, la capacidad del proyecto es importante ya que determina el nivel de servicios que se pueden ofrecer, el cual en su inicio es aceptable y es totalmente viable, además la localización de la empresa se hará en un punto muy central y esto es importante pues los servicios serán utilizados por un gran numero de estudiantes, los servicios que se ofrecerán están totalmente definidos, igualmente los niveles de control de la calidad de los servicios permitirán ofrecer una excelente atención al estudiante, quien hará del centro un lugar importante para su crecimiento personal y intelectual, logrando profesionales que ayuden al crecimiento de nuestro país.

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **4.1 FORMAS DE CONSTITUCIÓN**

EL CENTRO DE ESTUDIOS CON SERVICIOS INTEGRADOS, se constituirá mediante una sociedad limitada. Este tipo de sociedad es comercial y su capital está representado por derechos o cuotas, los cuales figuran en la escritura de constitución. El número mínimo de socios es de dos y no puede ser mayor de veinticinco. Los socios serán JOHANA MILENA CUBIDES ROA y MARIA FERNANDA ESTUPIÑÁN HORMIGA cada una aportará el capital inicial en partes iguales es decir 50% cada uno.

La responsabilidad de los socios esta limitada al capital aportado, salvo los impuestos, ya que los socios responden por los impuestos dejados de pagar por la Sociedad bajo las condiciones determinadas por el Estatuto Tributaria de Colombia.

Se constituirá una empresa conformada por una sociedad quienes destinaran parte de sus bienes para el desarrollo del centro de estudios con servicios integrados.

### **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

**4.2.1 Visión.** El centro de estudios con servicios integrados será una institución reconocida por la calidad de sus servicios, ofreciendo un ambiente de aprendizaje, utilizando la tecnología.

Estará conformado por un grupo humano capacitado, creativo, participativo integrado en una estructura organizacional flexible, dinámica y adaptativa al

cambio.

**4.2.2 Misión.** En el interés de aportar a la formación integral del estudiante para abordar las diversas situaciones, la creación del centro de estudios será como una llamativa estrategia para lograr que el estudiante aprenda a usar de una forma creativa y constructiva el tiempo libre dentro y fuera del contexto escolar.

#### **4.2.3 Objetivos.**

**4.2.3.1 Objetivo general.** Lograr que los estudiantes apliquen de una forma más efectiva su tiempo libre y se motiven a la iniciativa de la investigación, del trabajo en equipo y al intercambio de ideas con criterios creativos que contribuyan a la sociedad.

**4.2.3.2 Objetivo específicos.** Ofrecer un centro de estudios con servicios integrados de excelente calidad y acordes a las necesidades de los clientes.

- Cumplir los requisitos normativos para la constitución y funcionamiento del centro de estudios con servicios integrados.
- Cubrir la demanda potencial del centro de estudios en la zona de influencia

**4.2.4 Políticas.** Las políticas de la empresa están enmarcadas en la prestación de un excelente servicio que prestara el centro de estudios con servicios integrados de alta aceptación en el mercado, a bajo costo.

**4.2.5 Políticas de personal.** Para la prestación del servicio del centro de estudios integrados se contara con personal calificado para el cumplimiento de cada una de sus funciones.

Para su elección se hará por convocatoria abierta, evaluando hojas de vida, experiencia laboral y entrevista personal, seleccionando solo aquellas personas que cumplan los requisitos y se adapten en mayor medida a las políticas del centro de estudios.

Estas personas inicialmente ingresarán con un contrato a término fijo a (1) año, en el cual deberán pasar un periodo de prueba.

Estas personas recibirán una remuneración mensual según el oficio a desempeñar, así:

Cuadro 11. Asignación salarial.

<b>CARGO</b>	<b>ASIGNACIÓN SALARIAL</b>
Administrador	\$600.000
Especialista Técnico	\$408.000
Secretaria Auxiliar Contable	\$408.000
Auxiliar	\$408.000

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**4.2.6 Políticas de compra.** Una vez inventariada los proveedores según su ubicación y la clase de materiales que distribuyen, se solicitaran cotizaciones a las diferentes papelerías o distribuidores de la ciudad.

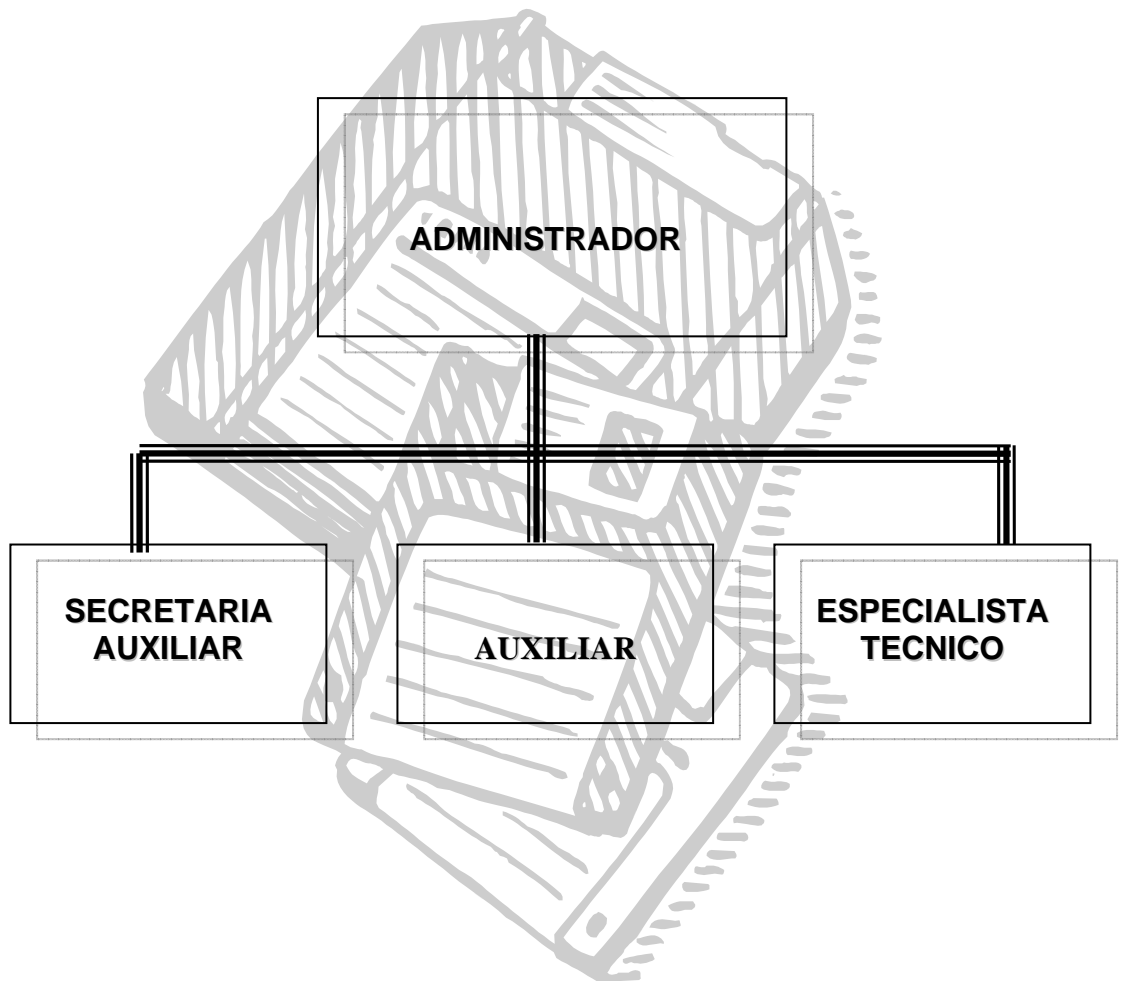
Para así consolidar una base de datos de los proveedores que nos proporcionaran sus servicios. Igualmente con los proveedores seleccionados se entrara a negociar la forma de pago más conveniente para el centro de estudios con servicios integrados, que puede ser de contado y/o a crédito dependiendo de la disponibilidad presupuestal que tenga en el momento o la rentabilidad de la

inversión.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. El Centro de estudios tendría la siguiente estructura organizacional.

Figura 5. Organigrama



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

#### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Descripción y perfil del Administrador

Cuadro 12. Perfil del administrador.

<b>CENTRO DE ESTUDIOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>			
<b>Nombre del cargo</b> ADMINISTRADOR	<b>Código</b>	<b>Fecha</b>	
		<b>D</b>	<b>M</b>
<b>Perfil del cargo</b> GESTOR EMPRESARIAL	<b>Experiencia</b> Un año como mínimo en funciones afines		
<b>Sección</b>	<b>Cargo jefe inmediato</b>		
<b>Supervisa a:</b> TODO EL PERSONAL	<b>No cargos similares</b> 0		
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL</b> Dirigir, coordinar, evaluar y mejorar el funcionamiento.			
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>			
<b>Tener actualizado los datos en cuanto a demanda de servios( y cantidad de estudiantes)</b>			
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijara las políticas de precio servicio</li> <li>• Determinara las estrategias en cuanto a compras y ventas</li> <li>• Planteara estrategias para atraer nuevos clientes</li> <li>• Evaluara la situación económica y financiera del centro de estudios</li> <li>• Será el encargado de seleccionar y brindar inducción al personal</li> <li>• Deberá elaborar las estrategias de mercadeo</li> <li>• Cuidara de hacer cumplir las normas establecidas del centro de estudios</li> <li>• Establecerá necesidades de compra de acuerdo al reporte de los asesores</li> <li>• Velara por la seguridad del personal a su cargo</li> <li>• Deberá establecer las pautas, normas y procedimientos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.</li> <li>• Verificara que los procedimientos, pautas y normas establecidas se cumplan ordenada y fielmente.</li> <li>• Deberá autorizar las ordenes de compra</li> <li>• Acordara las estrategias financieras necesarias.</li> <li>• Realizara el presupuesto anual del centro de estudios.</li> <li>• Controlara la ejecución del presupuesto y realizará el seguimiento trimestral del mismo.</li> <li>• Velara por que la contabilidad de la empresa este actualizada y con datos confiables y veraces.</li> </ul>			

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Cuadro 13. Perfil del especialista

<b>CENTRO DE ESTUDIOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>			
<b>Nombre del cargo</b> TÉCNICO ESPECIALISTA	<b>Código</b>	<b>Fecha</b>	
		<b>D</b>	<b>M</b>
<b>Perfil del cargo</b> Tecnólogo en sistemas	<b>Experiencia</b> Un año como en funciones relacionadas con el cargo.		
<b>Sección</b>	<b>Cargo jefe inmediato</b> ADMINISTRADOR		
<b>Supervisa a:</b>	<b>No cargos similares 0</b>		
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL</b> . atención al cliente			
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender las necesidades del cliente</li> <li>• Asesorar en el servicio de Internet</li> <li>• Mantenimiento y reparación de los equipos</li> <li>• Controlar las horas utilizadas por el cliente</li> <li>• Se encargara del servicio de video Beam</li> </ul>			
<b>Vo Bo EMPLEADO</b>	<b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b>	<b>ANALISTA</b>	

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Cuadro 14. Perfil secretaria auxiliar contable

<b>CENTRO DE ESTUDIOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>			
<b>Nombre del cargo</b> SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE	<b>Código</b>	<b>Fecha</b>	
		<b>D</b>	<b>M</b>
		<b>A</b>	
<b>Perfil del cargo</b>	<b>Experiencia</b>		
<b>Capacitada por el SENA</b>	Un año como mínimo en funciones afines		
<b>Sección</b>	<b>Cargo jefe inmediato</b>		
<b>Supervisa a:</b>	<b>No cargos similares</b> 0		
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL</b> Llevar la contabilidad			
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encargara de manejar la caja del centro</li> <li>• Realizara todas las operaciones contables, Pago de nominas, seguridad social, parafiscales.</li> <li>• Presentara informes a la junta de socios, con accesoria del contador.</li> <li>• Pagos a terceros</li> <li>• Presentar documentos legales.</li> </ul>			
<b>Vo Bo EMPLEADO</b>	<b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b>	<b>ANALISTA</b>	

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Cuadro 15. Perfil auxiliar

<b>CENTRO DE ESTUDIOS</b>			
<b>DESCRIPCION DE FUNCIONES</b>			
<b>Nombre del cargo</b> AUXILIAR	<b>Código</b>	<b>Fecha</b>	
		<b>D</b>	<b>M</b>
		<b>A</b>	
<b>Perfil del cargo</b> <b>Capacitada por el SENA</b>	<b>Experiencia</b> Un año como mínimo en funciones afines		
<b>Sección</b>	<b>Cargo jefe inmediato</b>		
<b>Supervisa a:</b>	<b>No cargos similares</b> 0		
<b>FUNCION PRINCIPAL</b> manejo de Internet, programas Microsof.			
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encargara de ofrecer sus servicios al cliente.</li> <li>• Se encarga de llevar el tiempo de los usuarios.</li> <li>• Hace mantenimiento cada 6 meses a los equipos</li> </ul>			
<b>Vo Bo EMPLEADO</b>	<b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b>	<b>ANALISTA</b>	

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

### 4.3.3 Asignación salarial.

Cuadro 16. Asignación salarial

<b>CARGO</b>	<b>SALARIO MAS AUX TRANSP.</b>
Administrador	\$647.700
Secretaria Auxiliar Contable	\$455.700
Especialista Técnico	\$455.700

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permitirá definir en el proyecto, los costos de operación, punto de equilibrio, las proyecciones de ingresos, egresos y de los estados financieros.

### 5.1 INVERSIONES

La inversión del proyecto se clasifica en inversión fija, diferida y capital de trabajo.

**5.1.1 Inversión fija.** La inversión fija que utilizará el centro de estudios será la siguiente:

**5.1.1.1 Maquinaria y equipos.** El equipo necesario para la creación del centro de estudios con servicios integrados tiene como valor total (\$30.448.800).

Tabla 23. Maquinaria y equipo

EQUIPOS	CANT.	VALOR TOTAL
Microcomputador Intel Pentium Iv de 2800 MHZ, MB,80GB, mouse, Monitor, micrófono, sistema Operativo.	10	\$20.880.000
Impresoras Láser HP ref. 1020	5	1.650.000
Instalación de Red 10 equipos		\$1.200.000
Ventiladores Super Crown Modelo Gv8f-12n.	6	\$300.000
Video Beam Sony	1	\$1.800.000
Cámaras Genius	12	\$1.800.000
Fotocopiadora Canon IR 1310	1	\$2.818.800
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>\$30.448.800</b>

Fuente. Ok Computadores-Copiequipos.

**5.1.1.2 Muebles y enseres.** Los muebles y enseres, necesarios en el área administrativa para el desarrollo normal de las actividades cuyo costo total es de (\$7.258.000).

Tabla 24. Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	2	\$180.000	\$360.000
Silla ergonómica con sillitas	2	\$90.000	\$180.000
Módulos Computador	11	\$350.000	\$3.850.000
Mesas para grupos	10	\$150.000	\$1.500.000
Sillas para mesas de grupo	40	\$30.000	\$1.200.000
Archivador	1	\$150.000	\$150.000
Papeleras	6	\$3000	\$18.000
Total	71	\$980.000	<b>\$7.258.000</b>

Fuente. Compumuebles- Metálicas de Colombia

**5.1.1.3 Equipos de oficina.** Los equipos de oficina para la empresa poseen un valor de \$4.236.000.

Tabla 25. Equipos de oficina

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Equipo de computo	2	\$2.088.000	\$4.176.000
Aparatos telefónicos Intelsa	2	\$30.000	\$60.000
Total	4	\$2.118.000	<b>\$4.236.000</b>

Fuente. Compusoft- Cibertel LTDA

**5.1.1.4 Total de inversión fija.** El total de la inversión fija es de (\$41.942.800)(Véase cuadro 20)

Tabla 26. Total de Inversión fija

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquinaria y equipo	\$30.448.800
Muebles y enseres	\$7.258.000
Equipos de oficina	\$4.236.000
<b>Total</b>	<b>\$41.942.800</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 27. Depreciación

<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>AÑOS DEP.</b>	<b>DEPRECIACIÓN MES</b>	<b>DEPRECIACIÓN AÑO</b>
Muebles y enseres	\$7.258.000	10	\$60.483	\$725.800
Equipos de oficina	\$4.236.000	5	\$70.600	\$847.200
Maquinaria y equipo	\$30.448.800	10	\$25.373	\$3.044.800
<b>TOTAL</b>	<b>\$41.942.800</b>		<b>\$15.456</b>	<b>\$4.617.800</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.1.2 Inversión diferida.** En la inversión diferida, se estima los conceptos de estudio del proyecto, gasto de constitución, suministrados por la Cámara de Comercio, las adecuaciones locativas menores y la publicidad de la etapa de

lanzamiento ubicada en el cuadro del estudio de mercados por valor de (\$6340.000).

Tabla 28. Inversión diferida

<b>CONCEPTOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Estudio del proyecto	\$1.200.000
Gastos de constitución	\$280.000
Licencia sanitaria	\$200.000
Publicidad- etapa de lanzamiento	\$4.660.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.340.000</b>

Fuente. Cámara de Comercio, DIAN, Ministerio de salud, Club profesionales.

Tabla 29. Amortización

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR DIFERIDO</b>	<b>AÑOS AMOR.</b>	<b>VALOR AMORTIZACIÓN MES</b>	<b>VALOR AMORTIZACIÓN AÑO</b>
Diferidos	\$6.340.000	5	\$105.667	<b>\$1.268.000</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

### **5.1.3 Inversión capital de trabajo.**

**5.1.3.1 Costos de servicio.** Los costos de servicio están conformados por materia prima de servicios, mano de obra directa de servicios, costos indirectos de servicios.

**5.1.3.1.1 Servicios.** Los costos para uno de los servicios del centro de estudio, es contar con el servicio de banda ancha que ofrece Telecom, realizando un presupuesto de cinco años.

Tabla 30. Servicios

<b>AÑO</b>	<b>MATERIA DE SERVICIOS</b>	<b>VALOR mensual</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	Canal de Internet	\$400.00	\$4.800.000
	Total		

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 31. Presupuesto de materia prima

<b>CONCEPTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Canal Inter.	\$4.800.000	\$5.040.000	\$5.292.000	\$5.556.600	\$5.834.430
Total	\$4.800.000	\$5.040.000	\$5.292.000	\$5.556.600	\$5.834.430

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.1.3.1.2 Mano de obra directa de servicios.** En el proceso se necesitaran inicialmente un especialista técnico y un Auxiliar.

Tabla 32. Mano de obra directa de servicios

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>SALARIOS (Incluye trans.)</b>		
Especialista técnico	\$455.700	\$5.468.400
Auxiliar	\$455.700	\$5.468.400
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$911.400</b>	<b>\$10.936.800</b>
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>		
Cesantías (8.333%)	\$75.947	\$911.364

Interés a la cesantía (1%)	\$759	\$9.114
Prima (8.333%)	\$75.947	\$911.364
Vacaciones(4.166%)	\$33.995	\$407.935
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$186.648</b>	<b>\$2.239.777</b>
<b>APORTES PARAFISCALES</b>		
Salud (12%)	\$109.368	\$1.312.416
Parafiscales (9%)	\$82.026	\$984.312
Pensión y fondo de solid (15.5%)	\$141.267	\$1.695.204
Riesgos Profesionales (0.522%)	\$4.758	\$57.096
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$337.419</b>	<b>\$4.049.028</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.435.467</b>	<b>\$17.225.605</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

De acuerdo con la cantidad de clientes que visiten el centro de estudios con servicios integrados se ira incrementando la mano de obra en un 1 auxiliar cada año.

Tabla 33. Presupuesto de mano de obra directa

<b>CONCEPTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Salarios	\$10.936.800	\$11.483.640	\$12.057.822	\$12.660.713	\$13.293.749
Prest. Soc.	\$2.239.777	\$2.351.766	\$2.469.354	\$2.592.822	\$2.722.463
Aportes parafiscales	\$4.049.028	\$4.251.479	\$4.464.053	\$4.687.256	\$4.921.619
<b>Total</b>	<b>\$17.225.605</b>	\$18.086.885	\$19.991.230	\$19.940.791	\$20.937.830

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.1.3.1.3 Costos indirectos del servicio.** En los costos indirectos de servicios para el centro serán los siguientes:

Tabla 34. Materiales indirectos de servicios

<b>MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Servicio de luz (80%)	400.000	\$320.000	\$3.840.000
Cartuchos de Tinta	10	\$730.350	\$8.764.200
Papelería		\$200.000	\$2.400.000
Arriendo (80%)	500.000	\$400.000	\$4.800.000
Deprec. De Maq y Equipo		\$253.733	\$3.044.796
Seguro en Ag. de S (80%) (\$500.000) año		\$33.333	\$399.996
Mantenimiento de comp.		\$50.000	\$600.000
Total		\$1.987.416	\$23.848.992

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 35. Depreciación

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AÑOS DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
Maquinaria y equipo	\$30.448.800	10	\$25.373	\$3.044.800

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 36. Presupuesto de costos indirectos del servicio.

<b>CONCEPTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materiales ind. Ser.	\$23.848.992	\$25.041.442	\$26.293.514	\$27.608.189	\$28.988.599
Depreciación (Maq.y eq)	\$3.044.800	\$3.197.040	\$3.356.892	\$3.524.737	\$3.700.973
<b>Total</b>	<b>\$26.893.792</b>	<b>\$28.238.482</b>	<b>\$29.650.406</b>	<b>\$31.132.926</b>	<b>\$32.689.572</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.1.3.1.4 Total de costos de servicios.** El monto total de los costos de producción son los siguientes. (Véase cuadro 31)

Tabla 37. Total de costos de producción

Conceptos	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima	\$400.000	\$4.800.000
Mano de obra directa	<b>\$1.435.467</b>	<b>\$17.225.605</b>
Costos indirectos de fabricación	\$1.987.416	\$23.848.992
<b>Total</b>	<b>\$3.822.803</b>	<b>\$45.874.597</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 37. Presupuestos de Costos de producción

### 5.1.3.1 Gastos de administración y venta.

Tabla 38. Gastos de administración y venta

Concepto	Mensual	Anual
<b>SALARIOS (Incluye transporte)</b>		
Administrador	\$647.600	\$7.771.200
Secretaria Auxiliar Contable	\$445.700	\$5.348.400
Auxiliar	\$445.700	\$5.348.400
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$1.539.000</b>	<b>\$18.468.000</b>
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>		
Cesantías (8.333)%	\$168.248	\$2.018.976
Interés a la cesantía (1%)	\$1.682	\$20.184
Prima (8.333%)	\$168.248	\$2.018.976
Vacaciones (4.166 %)	\$58.153	\$697.836
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$396.331</b>	<b>\$4.755.972</b>
<b>APORTES PARAFISCALES</b>		
Salud (12%)	\$184.680	\$2.216.160
Parafiscales (9%)	\$138.510	\$1.662.120
Pensión y fondo de solidaridad (15.5%)	\$238.545	\$2.862.540
Riesgos Profesionales (0.522%)	\$8.034	\$96.408
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$569.769</b>	<b>\$6.837.228</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>		
Honorarios contador	\$120.000	\$1.440.000
Honorarios Docentes (2)	\$234.000	\$2.808.000
Servicio de luz (20%)	\$200.000	\$2.400.000
Seguros (20%)	\$8.333.33	\$100.000
Servicio de Agua	\$30.000	\$360.000
Teléfono	\$60.000	\$720.000
Arriendo (20%)	\$100.000	\$1.200.000
Publicidad	\$150.000	\$1.800.000
Depreciación equipos de oficina, muebles y enseres	\$131.083	\$1.572.996
Amortización de diferidos	\$105.667	\$1.268.004
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$1.139.083.333</b>	<b>\$13.669.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.644.183.333</b>	<b>\$43.730.200</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPINÁN

### 5.1.3.3 Gastos financieros.

Tabla 39. Gastos financieros

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>
Gastos financieros	\$2.109.303	\$1.786.785	\$1.483.414	\$1.179.953	\$876.491	\$573.030

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.1.3.4 Total capital de trabajo de servicios.** Esta representada con el capital con que se cuenta para un mes de funcionamiento de la empresa, descontando las depreciaciones, los gastos incurridos en aportes sociales y amortizaciones.

Tabla 40. Total capital de trabajo

<b>CONCEPTOS</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Costos de producción	\$3.822.883
Gastos de administración y ventas	\$3.644.183
Gastos financieros	\$570.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$8.037.066</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.1.4 Inversión total.** Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

Tabla 41. Inversión Total

<b>CONCEPTOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Inversión fija	\$41.942.800
Inversión diferida	\$6.340.000
Inversión capital de trabajo	\$8.283.066
<b>TOTAL</b>	<b>\$56.565.866</b>

**5.1.5 Fuentes de financiación:** Para la consecución de los recursos del funcionamiento y desarrollo del proyecto se tendrá en cuenta que la empresa posee una inversión fija de \$41.942.800, una inversión diferida corresponde \$6.340.000 y la inversión capital de trabajo cuyo total es de \$8.283.066, en el cual los socios del proyecto aportan \$26.565.866, equivalente al 30% del total de la inversión; procediéndose a realizar un préstamo, para los \$30.000.000 restantes ; teniendo como referencia las diversas entidades y su modalidad en tasas de interés, se escogió el Banco de AVILLAS, cuya tasa mensual es de 1.9% mensual.

Tabla 42. Fuentes de financiación

<b>CAPITAL DISPONIBLE</b>	<b>VALOR \$</b>	<b>PARTICIPACIÓN %</b>
Recursos propios (aportes sociales)	\$26.565.866	47%
Recursos de terceros (crédito bancario)	\$30.000.00	53%
<b>TOTAL</b>	<b>\$56.565.866</b>	<b>100%</b>

<b>CUOTA No.</b>	<b>Saldo a Capital</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Vr. Cuota</b>
0	30.000.000,00			
1	\$ 29.000.000	\$ 1.000.000	570.000	\$ 1.570.000
2	\$ 28.000.000	\$ 1.000.000	532.000	\$ 1.570.000
3	\$ 27.000.000	\$ 1.000.000	513.000	\$ 1.570.000
4	\$ 26.000.000	\$ 1.000.000	494.000	\$ 1.570.000
5	\$ 25.000.000	\$ 1.000.000	475.000	\$ 1.570.000
6	\$ 24.000.000	\$ 1.000.000	456.000	\$ 1.570.000
7	\$ 23.000.000	\$ 1.000.000	437.000	\$ 1.570.000
8	\$ 22.000.000	\$ 1.000.000	418.000	\$ 1.570.000
9	\$ 21.000.000	\$ 1.000.000	399.000	\$ 1.570.000
10	\$ 20.000.000	\$ 1.000.000	380.000	\$ 1.570.000

11	\$ 19.000.000	\$ 1.000.000	361.000	\$ 1.570.000
12	\$ 18.000.000	\$ 1.000.000	342.000	\$ 1.570.000
13	\$ 17.000.000	\$ 1.000.000	323.000	\$ 1.570.000
14	\$ 16.000.000	\$ 1.000.000	304.000	\$ 1.570.000
15	\$ 15.000.000	\$ 1.000.000	285.000	\$ 1.570.000
16	\$ 14.000.000	\$ 1.000.000	266.000	\$ 1.570.000
17	\$ 13.000.000	\$ 1.000.000	247.000	\$ 1.570.000
18	\$ 12.000.000	\$ 1.000.000	228.000	\$ 1.570.000
19	\$ 11.000.000	\$ 1.000.000	209.000	\$ 1.570.000
20	\$ 10.000.000	\$ 1.000.000	190.000	\$ 1.570.000
21	\$ 9.000.000	\$ 1.000.000	171.000	\$ 1.570.000
22	\$ 8.000.000	\$ 1.000.000	152.000	\$ 1.570.000
23	\$ 7.000.000	\$ 1.000.000	133.000	\$ 1.570.000
24	\$ 6.000.000	\$ 1.000.000	114.000	\$ 1.570.000
\$ 25	\$ 5.000.000	\$ 1.000.000	95.000	\$ 1.570.000
26	\$ 4.000.000	\$ 1.000.000	76.000	\$ 1.570.000
27	\$ 3.000.000	\$ 1.000.000	57.000	\$ 1.570.000
28	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000	38.000	\$ 1.570.000
29	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	19.000	\$ 1.570.000
30	\$ 0	\$ 1.000.000	-	\$ 1.570.000
		30.000.000		\$ 1.570.000

Fuente. Banco de AV Villas.2006

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos fijos.** Son los costos que tienden a ser independientes y constante al volumen de los servicios prestados en relación con el normal funcionamiento de la empresa, lo cual se ve compensado con la utilidad ofrecida por la prestación de

los servicios; estos son: mano de obra directa, mantenimiento, depreciaciones, nomina administrativa y ventas, gastos de papelería, honorarios. etc

Tabla 43. Costos fijos

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTOS ANUALES</b>
Nomina administrativa	\$30.061.200
Honorarios	\$4.248.000
Servicios públicos	\$3.480.000
Arriendo	\$1.200.000
Seguros	\$100.000
Publicidad	\$1.800.000
Depreciación de muebles y enseres- equipos de oficina	\$1.572.996
Amortización de diferidos	\$1.268.004
Gastos financieros (intereses)	\$2.109.303
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$45.839.503</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

### 5.2.2 Costos variables.

Tabla 44. Costos variables

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTOS MENSUALES</b>	<b>COSTOS ANUALES</b>
Materia prima de servicios	\$400.000	<b>\$4.800.000</b>
Mano de obra Directa	\$1.435.467	\$17.225.605
Material indirecto de fabricación	\$1.987.416	\$23.848.992
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.822.803</b>	<b>\$45.874.597</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.2.3 Costos total unitario.** Se calculan teniendo en cuenta la sumatoria de los costos fijos y los variables.

Tabla 45. Costo unitario.

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTOS ANUALES</b>
Costos fijos	\$45.839.503
Costos variables	\$45.874.597
<b>Costos totales unitarios</b>	<b>\$91.714.100</b>
Cantidad de usuarios	68.328
Costo total	\$1.342

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

**5.2.4 Precio del servicio.** La empresa fijará los precios de acuerdo a los costos de los servicios de Internet, proyectándose a cinco años a precios constantes; teniendo en cuenta los costos unitarios y un margen de utilidad del 30%.

Tabla 46. Capacidad utilizada y proyectada.

<b>SERVICIOS</b>	<b>No. Usuarios X día</b>	<b>No. Usuarios mes</b>	<b>No. Usuarios año</b>
Internet	90 usuarios x 26 días	2.340	28.080
Video Beam	7 usuarios X26 días	182	2.184
Accesorias	18 usuarios X 26 días	468	5.616
Otros servicios	104 usuarios X26 días	2.704	32.448
<b>TOTAL</b>		<b>5.694</b>	<b>68.328</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 47. Precio del servicio de Internet.

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Costo servicio	1.342	1.409	1.480	1.554	1.713
Margen de utilidad	12%				

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 48. Proyección de usuarios del servicio de Internet

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Internet	28.080	29.484	30.958	32.506	34.131

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

### 5.2.5 Precio de Venta de los servicios.

Tabla 49.. Precio de los servicios

<b>SERVICIOS</b>	<b>Valor Precio Venta de servicios</b>
Servicio de Internet	\$1500
Servicio de video Beam	\$10.000
Accesorias Académicas	\$8.000
Otros servicios	\$500
<b>TOTAL</b>	<b>\$20.000</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

### 5.3 INGRESOS

Los ingresos corresponderán a los servicios realizados año por año.

Tabla 50. Ingresos Servicio de Internet.

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD USUARIOS</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
1	\$1.500	28.080	\$42.120.000
2	\$1.500	29.484	\$44.226.000
3	\$1.500	30.958	\$46.437.000
4	\$1.500	32.506	\$48.759.000
5	\$1.500	34.131	\$51.196.500
<b>TOTAL</b>		<b>155.159</b>	<b>\$232.738.500</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

#### 5.3.1. Otros ingresos.

- Servicio video Beam

Tabla 51. Proyección de usuarios del servicio de video Beam

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
video Beam	2.184	2.293	2.408	2.528	2.655

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 52. Ingresos video Beam

• AÑOS	PRECIO	CANTIDAD USUARIOS	INGRESO TOTAL
1	\$10.000	2.184	\$21.840.000
2	\$10.000	2.293	\$22.930.000
3	\$10.000	2.408	\$24.080.000
4	\$10.000	2.528	\$25.280.000
5	\$10.000	2.655	\$26.550.000
<b>TOTAL</b>		<b>12.068</b>	<b>\$120.680.000</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

- Asesorías Académicas.

Tabla 53. Proyección de usuarios del servicio de Asesorías Académicas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesorías	5.616	5.897	6.192	6.501	6.826

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 54. Ingresos Asesorías Académicas

AÑOS	PRECIO	CANTIDAD USUARIOS	INGRESO TOTAL
1	\$8.000	5.616	\$44.928.000
2	\$8.000	5.897	\$47.176.000
3	\$8.000	6.192	\$49.536.000
4	\$8.000	6.501	\$52.008.000
5	\$8.000	6.826	\$54.608.000
<b>TOTAL</b>		<b>31.032</b>	<b>248.256.000</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

- Otros Servicios

Tabla 55. Proyección de usuarios de otros servicios

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Otros Serv.	32.448	34.070	35.774	37.563	39.441

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 56. Ingresos Otros Servicios

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD USUARIOS</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
1	\$500	32.448	\$16.224.000
2	\$500	34.070	\$17.035.000
3	\$500	35.774	\$17.887.000
4	\$500	37.563	\$18.781.500
5	\$500	39.441	\$19.720.500
<b>TOTAL</b>		179.296	\$89.648.000

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 57. Total Otros Ingresos

<b>Servicios</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Video Beam	\$21.840.000	\$22.930.000	\$24.080.000	\$25.280.000	\$26.550.000
Asesorias	\$44.928.000	\$47.176.000	\$49.536.000	\$52.008.000	\$54.608.000
Otros Servicios	\$16.224.000	\$17.035.000	\$17.887.000	\$18.781.500	\$19.720.500
<b>TOTALES</b>	<b>\$82.992.000</b>	<b>\$87.141.000</b>	<b>\$91.503.000</b>	<b>\$96.069.500</b>	<b>\$100.878.500</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 5.4 EGRESOS

Tabla 58. Egresos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de materia prima	\$ 4.800.000	\$5.040.000	5.292.000	5.556.600	5.834.430
Costo de mano de obra	\$ 17.225.605	18.086.885	18.991.230	19.940.791	20.937.831
Costos indirectos de fabricación	\$ 23.848.992	25.041.442	26.293.514	27.608.189	28.988.599
Total costo de producción	\$ 45.874.597	48.168.327	50.576.743	53.105.580	55.760.859
Costos de administración y ventas	\$ 46.682.196	49.016.306	51.467.121	54.040.477	56.742.501
Gastos financieros	\$ 2.109.303	2.214.768	2.325.507	2.441.782	2.563.871
Total egresos	\$ 94.666.096	99.399.401	104.369.371	109.587.839	115.067.231

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.

$$PE \text{ año } 1 = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{\$45.839.503}{1 - \frac{\$45.874.597}{\$125.112.000}} = \$72.416.276$$

$$PE \text{ año } 2 = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{\$45.839.503}{1 - \frac{\$45.874.597}{\$131.367.700}} = \$70.522.312$$

$$\text{PE año 3} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{I}}} = \frac{\$45.839.503}{1 - \frac{\$45.874.597}{\$137.940.000}} = \$68.724.892$$

$$\text{PE año 4} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{I}}} = \frac{\$45.839.503}{1 - \frac{\$45.874.597}{\$144.823.500}} = \$67.114.938$$

$$\text{PE año 5} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{I}}} = \frac{\$45.839.503}{1 - \frac{\$45.874.597}{\$152.075.000}} = \$65.672.640$$

## 5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.

Tabla 59. Estado de Resultados Proyectado.

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio(Internet)	\$ 42.120.000	\$ 44.226.000	\$ 46.437.000	\$ 48.759.000	\$ 51.196.500
Otros Ingresos	\$ 82.992.000	\$ 87.141.000	\$ 91.503.000	\$ 96.069.500	\$ 100.878.500
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 125.112.000</b>	<b>\$ 131.367.000</b>	<b>\$ 137.940.000</b>	<b>\$ 144.828.500</b>	<b>\$ 152.075.000</b>
EGRESOS					
Gastos de administración	\$ 46.682.196	49.016.306	51.467.121	54.040.477	56.742.501
Costos de producción	\$ 45.874.597	48.168.327	50.576.743	53.105.580	55.760.859
<b>Total egresos</b>	<b>\$ 92.556.793</b>	<b>97.184.633</b>	<b>102.043.864</b>	<b>107.146.057</b>	<b>112.503.360</b>
Utilidad operacional	\$ 32.555.207	\$ 34.182.367	\$ 35.896.136	\$ 37.682.443	\$ 39.571.640
Gastos financieros	\$ 2.109.303	2.214.768	2.325.507	2.441.782	2.563.871
Utilidad antes de impuestos	\$ 30.445.904	\$ 31.967.599	\$ 33.570.629	\$ 35.240.661	\$ 37.007.769
Impuestos de renta 38,5%	\$ 11.721.673	\$ 12.307.526	\$ 12.924.692	\$ 13.567.654	\$ 14.247.991
<b>utilidad desp impuestos</b>	<b>\$ 18.724.231</b>	<b>\$ 19.660.074</b>	<b>\$ 20.645.937</b>	<b>\$ 21.673.006</b>	<b>\$ 22.759.778</b>
Reserva legal 10%	\$ 1.872.423	\$ 1.966.007	\$ 2.064.594	\$ 2.167.301	\$ 2.275.978
Utilidad neta	\$ 16.851.808	\$ 17.694.066	\$ 18.581.343	\$ 19.505.706	\$ 20.483.800

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## 5.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

Tabla 60. Flujo de caja proyectado

INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio(Internet)		\$42.120.000	\$44.226.000	\$46.437.000	\$48.759.000	\$51.196.500
Otros Ingresos		\$82.992.000	\$87.141.000	\$91.503.000	\$ 96.069.500	\$100.878.500
<b>Total ingresos</b>		<b>\$125.112.000</b>	<b>\$131.367.000</b>	<b>\$137.940.000</b>	<b>\$ 144.828.500</b>	<b>\$152.075.000</b>
Aportes sociales	\$26.565.866					
Crédito	\$30.000.000					
Total ingresos	\$56.565.866					
<b>EGRESOS</b>						
Maquinaria y equipo	\$30.448.800					
Muebles y enseres	\$7.258.000					
Equipo de oficina	\$ 4.236.000					
Diferidos	6.340.000					
Costo de producción		\$45.874.597	\$48.168.327	\$50.576.743	\$53.105.580	\$55.760.859
Gastos de administración		\$46.682.196	\$49.016.306	\$ 51.467.121	\$54.040.477	\$56.742.501
Gastos financieros		\$2.109.303	\$2.214.768	\$ 2.325.507	\$2.441.782	\$2.563.871
Impuestos de renta 38,5%		\$11.721.673	\$12.307.526	\$12.994.692	\$13.567.654	\$ 14.247.991
Reserva legal		\$1.872.423	\$ 1.966.007	\$2.064.594	\$2.167.301	\$2.275.978
Total de egresos	\$ 48.282.800	\$108.260.192	\$113.672.934	\$119.428.657	\$125.322.794	\$131.591.200
<b>Saldo(Ingresos-egresos)</b>	<b>\$ 8.283.066</b>	<b>\$16.851.808</b>	<b>\$17.694.066</b>	<b>\$ 18.511.343</b>	<b>\$19.505.706</b>	<b>\$20.483.800</b>
Más depreciación		\$4.617.800	\$4.617.800	\$ 4.617.800	\$4.617.800	\$4.617.800
Más amortización diferidos		\$1.268.000	\$1.268.000	\$1.268.000	\$1.268.000	\$1.268.000
Más reserva legal		\$1.872.423	\$1.966.007	\$2.064.594	\$2.167.301	\$2.275.978
Menos pago a principal		\$8.000.000	\$8.000.000	\$8.000.000	\$6.000.000	
<b>Total saldo neto</b>	<b>\$ 8.283.066</b>	<b>\$16.610.031</b>	<b>\$17.545.873</b>	<b>\$18.461.737</b>	<b>\$21.558.807</b>	<b>\$28.645.578</b>
Saldo inicial		\$8.283.066	\$24.892.097	\$42.437.970	\$60.899.707	\$82.458.514
Saldo final	\$ 8.283.066	\$24.893.097	\$42.437.970	\$60.899.707	\$82.458.514	\$111.104.092

Fuente: CUBIDES - ESTUPIÑAN

## 5.8 BALANCE GENERAL

Tabla 61. Balance general

<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Caja	\$8.283.066
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$8.283.066</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	
Activo fijo	
Maquinaria y equipo	\$30.448.800
Muebles y enseres	\$7.258.000
Equipo de oficina	\$4.236.000
Diferidos	\$6.340.000
	<b>\$48.282.800</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$56.565.866</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Obligaciones a corto plazo	8.000.000
	8.000.000
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
Obligaciones a largo plazo	22.000.000
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	22.000.000
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>30.000.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Aportes sociales	26.565.866
Reserva legal	
Utilidad ejercicio	
	<b>26.565.866</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	
	<b>26.565.866</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>56.565.866</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Tabla 62. Proyección Balance General.

CUENTA	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>					
Caja	\$ 8.283.066	\$ 8.697.219	\$ 9.132.080	\$ 9.588.684	\$ 10.068.118
<b>TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 8.283.066</b>	<b>\$ 8.697.219</b>	<b>\$ 9.132.080</b>	<b>\$ 9.588.684</b>	<b>\$ 10.068.118</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
Activo fijo					
Maquinaria y equipo	\$ 30.448.800	\$ 31.971.240	\$ 33.569.802	\$ 35.248.292	\$ 37.010.707
Muebles y enseres	\$ 7.258.000	\$ 7.620.900	\$ 8.001.945	\$ 8.402.042	\$ 8.822.144
Equipo de oficina	\$ 4.236.000	\$ 4.447.800	\$ 4.670.190	\$ 4.903.700	\$ 5.148.884
Diferidos	\$ 6.340.000	\$ 6.657.000	\$ 6.989.850	\$ 7.339.343	\$ 7.706.310
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 48.282.800</b>	<b>\$ 50.696.940</b>	<b>\$ 53.231.787</b>	<b>\$ 55.893.376</b>	<b>\$ 58.688.045</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 56.565.866</b>	<b>\$ 59.394.159</b>	<b>\$ 62.363.867</b>	<b>\$ 65.482.061</b>	<b>\$ 68.756.164</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
Obligaciones a corto plazo	8.000.000	\$ 8.400.000	\$ 8.820.000	\$ 9.261.000	\$ 9.724.050
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>8.000.000</b>	<b>\$ 8.400.000</b>	<b>\$ 8.820.000</b>	<b>\$ 9.261.000</b>	<b>\$ 9.724.050</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>					
Obligaciones a largo plazo	22.000.000	\$ 23.100.000	\$ 24.255.000	\$ 25.467.750	\$ 26.741.138
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>22.000.000</b>	<b>\$ 23.100.000</b>	<b>\$ 24.255.000</b>	<b>\$ 25.467.750</b>	<b>\$ 26.741.138</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>30.000.000</b>	<b>\$ 31.500.000</b>	<b>\$ 33.075.000</b>	<b>\$ 34.728.750</b>	<b>\$ 36.465.188</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Aportes sociales	26.565.866	\$ 27.894.159	\$ 29.288.867	\$ 30.753.311	\$ 32.290.976
Reserva legal					
Utilidad ejercicio					
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>26.565.866</b>	<b>\$ 27.894.159</b>	<b>\$ 29.288.867</b>	<b>\$ 30.753.311</b>	<b>\$ 32.290.976</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>56.565.866</b>	<b>\$ 59.394.159</b>	<b>\$ 62.363.867</b>	<b>\$ 65.482.061</b>	<b>\$ 68.756.164</b>

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

## **6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.**

### **6.1 IMPACTO SOCIAL**

La creación del centro de Estudios con servicios integrados, propende al desarrollo de un nuevo servicio, que trae consigo el mejoramiento de la calidad en asesorías académicas, servicio de Internet, préstamo de video Beam.

Este servicio busca las mejores expectativas del cliente en cuanto a la atención que se le proponga. El objetivo final es suministrar información pertinente, apoyar al estudiante en cuanto a la gestión tecnológica a nivel local con un sentido democrático contribuir al conocimiento y difusión de las tecnologías que están o podrían estar al alcance de los más pobres y finalmente contribuir a una reflexión sobre los impactos sociales de las TIC en el mundo contemporáneo.

Además el centro de estudios con servicios integrados generará nuevos puestos de trabajo en el sector, que contribuirán a disminuir el desempleo en la región para mejorar el bienestar y progreso de la comunidad.

### **6.2 IMPACTO AMBIENTAL**

Dentro de la evaluación integral del estudio para la factibilidad de la creación de un centro de estudios con servicios integrados, se tiene en cuenta la parte ambiental, con el propósito de garantizar un compromiso armónico del proyecto en su medio ambiente.

La legislación ambiental establece mecanismos de producción al medio ambiente, entre los que se encuentra las acciones populares y de cumplimiento, tipos penales ambientales, licencias y permisos (para verter aguas y emisión de

sustancias), derecho de marcas (Es el uso exclusivo de una marca se adquiere por su registro, el cual confiere a su titular el derecho de actuar contra cualquier tercero que sin su consentimiento realice los actos indicados en la norma suprema nacional andina.

De manera concordante con lo señalado el artículo 157 de la Decisión 486 establece que terceros podrán hacer uso de una marca registrada sin autorización del titular de la misma, cuando ello se haga de buena fe, no constituya uso a título de marca, se limite a informar y no sea capaz de confundir al público sobre la procedencia de los productos o servicios.), Derechos de autor ( La presente Ley, reglamentaria del artículo 28 constitucional, tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual. El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de esta Ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.

Estudio de impacto ambiental. El desarrollo de la producción de este proyecto no requiere de permisos de suelos, ya que no utilizan productos si no servicios, y estos no causan daños perjuicio al daño que lo rodean.

Por tal razón se instruirá y capacitara al personal involucrado en el proceso de producción, en cuanto al manejo de desechos sólidos y el reciclaje de los mismos, para el cual se utilizara papeleras y bolsas distribuidas dentro del centro.

### 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.

**6.3.1 Valor presente neto.** El valor presente es la diferencia entre los ingresos situados en el presente año (periodo cero). Se calculará a partir de los resultados obtenidos año tras año, durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial y los flujos netos, con una tasa de interés de oportunidad o tasa mínima atractiva de retorno (TMAR).

Teniendo en cuenta una tasa del mercado de 7.0% efectiva anual y un factor de riesgo de 10% se obtiene una tasa del 17.7% E.A y dado que las proyecciones se realizan a precios constantes, la tasa de descuento TMAR, es 12.79 % efectivo anual, sin incluir así mismo la tasa de inflación estimada del 5.0% efectivo anual.

Tasa descuento:  $(1.07) * (1.10)^{-1} = 17.7\%$

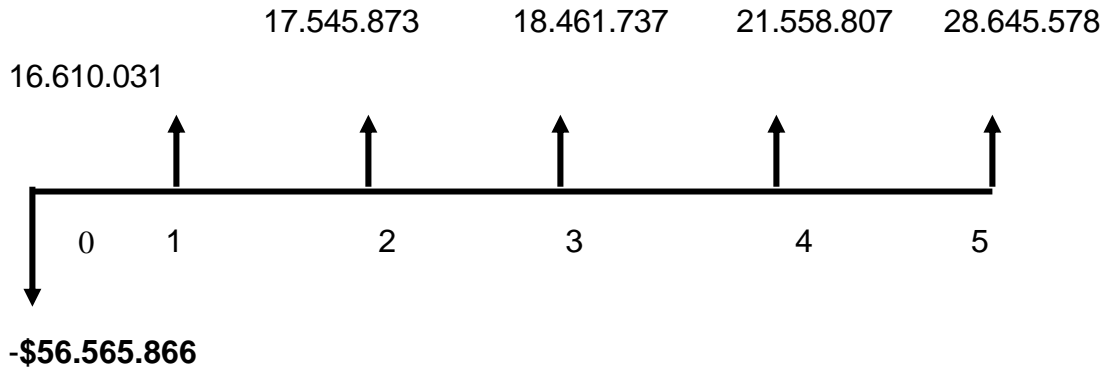
$(1.177) / (1.05)^{-1} = 12.09\%$  efectivo anual.

Tabla 63. Valor presente neto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	VPN AÑO CERO	VPN
0	-\$56.565.866	\$ - 56.565.866/ $(1.1209)^0 = -56.565.866$	\$-56.565.866
1	\$ 16.610.031	\$ 16.610.031/ $(1.1209)^1 = 14.148.847$	\$-42.417.019
2	\$ 17.545.873	\$ 17.545.873/ $(1.1209)^2 = 13.965.009$	\$-28.452.010
3	\$ 18.461.737	\$ 18.461.737/ $(1.1209)^3 = 14.693.959$	\$-13.758.051
4	\$ 21.558.807	\$ 21.558.807/ $(1.1209)^4 = 15.308.200$	\$1.550.149
5	\$ 28.645.578	\$ 28.645.578/ $(1.1209)^4 = 18.146.385$	\$19.696.534

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

Figura 6. Flujograma del valor presente neto.



Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

El valor presente es superior a cero; por lo tanto se dice que el proyecto es rentable y conveniente para su ejecución, Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos se reinvierten en el desarrollo del proyecto.

**6.3.2 Tasa interna de retorno (TIR).** La tasa interna de retorno se define como la tasa de interés de oportunidad para lo cual el proyecto será apenas aceptable constituyéndose como la misma rentabilidad que un inversionista está dispuesto a aceptar

Tabla 64. Tasa interna de retorno (TIR)

AÑOS	VALOR NETO A EVALUAR
0	-\$56.565.866
1	\$ 16.610.031
2	\$ 17.545.873
3	\$ 18.461.737
4	\$ 21.558.807
5	\$ 28.645.578

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

TIR = 21.50%

El resultado indica que la TIR es igual a 21.50% efectiva anual sin inflación, porque los resultados están a precios constantes, esto significa la rentabilidad de los dineros que se mantienen invertidos en el proyecto sin importar de donde provengan. Por otra parte como la TIR es mayor que la tasa de oportunidad se puede afirmar que el proyecto es factible financieramente.

**6.3.3 Periodo de recuperación.** Indica el tiempo en el cual la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión.

Para el presente proyecto, la inversión total de \$56.565.866, se recuperará en un período de 4 años, 10 meses y 22 días; tiempo relativamente corto dada la inversión, sin embargo esto se daría siempre y cuando se reinvirtiera los excedentes netos nuevamente en el proyecto. (Véase cuadro 81)

Tabla 65. Periodo de recuperación

PERIODO	INVERSION	FLUJOS NETOS	SALDO
0	\$-56.565.866		\$-56.565.866
1		15.308.200	\$-13.758.051
2		15.308.200	23.153.056

Fuente: CUBIDES – ESTUPIÑÁN

$$15.308.200 \text{ _____ } 12 \text{ meses}$$

$$13.758.051 \text{ _____ } X$$

$$X = 10.78$$

$$1 \text{ mes _____ } 30 \text{ días}$$

$$0.78 \text{ _____ } X$$

$$X = 23$$

### 6.3.4 Análisis de las razones financieras.

- Bloque razón de liquidez.

Razón corriente: activo corriente/ pasivo corriente

$$\text{Razón corriente: } 8.283.066 / 8.000.000 = 1.035$$

Esta razón significa que por cada peso de deuda a corto plazo, el centro de estudio dispone de \$1.035 de respaldo o solvencia y liquidez para cubrir oportunamente sus deudas.

- Bloque razón de endeudamiento

Nivel de endeudamiento: Pasivo Total/ Activo Total

$$\text{Nivel de endeudamiento: } \$30.000.000 / \$56.565.866 = 0.53$$

Esta razón indica que por cada peso del activo de la empresa \$0.53, son de los acreedores, este valor se considera aceptable ya que la empresa tiene el 47% de sus activos libres, ósea buena garantía para obtener créditos de sus proveedores o bancos comerciales.

- Bloque razón de endeudamiento.

Nivel de endeudamiento = pasivo total/ activo total

$$\text{Nivel de endeudamiento} = 11.000.000 / 17.759.323 = 61.93$$

Esta razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0.6193 han sido financiados por los acreedores son dueños 61.93% de la empresa en el primer año.

- Bloque razón de actividad.

Rotación de activos totales = ventas/ activos totales brutos

Rotación de activos totales =  $85.151.160/17.759.323= 4.79$

La rotación de los activos totales de la empresa para el primer año de funcionamiento fue de 4.79 veces es decir por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$4.79 pesos.

Bloque de rentabilidad.

Margen neto de ganancias = utilidad neta/ ventas netasx100

Margen neto de ganancias =  $\$16.851.808 /\$ 42.120.000*100= 40.00\%$

Esta razón muestra un margen neto de ganancia muy aceptable de utilidad, después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas. Para el primer año la utilidad neta es de 40.00% lo que demuestra que por cada servicio prestado el centro de estudios con centro de estudios gana \$0.40. pesos.

## 7. CONCLUSIONES

En los años recientes, el debate sobre el futuro de la educación superior ha estado presente en todo el mundo. Si algo ha caracterizado a la década de los noventa es la reflexión sobre los sistemas educativos y la búsqueda de nuevas estrategias para enfrentar a diferentes desafíos.

El esquema Docente expone/ alumno toma nota, va quedando muy limitado en el contexto actual de las nuevas tecnologías, comienzan a tomar mayor relevancia roles de relación como de asesorar y hacer tutoría, acompañado del seguimiento del proceso de aprendizaje, de diseñar contenidos y materiales en espacios interactivos, de promover un aprendizaje crítico, es decir pasar de ser expositores a gestores del conocimiento. Menos aprendizaje de memoria y más rutas de autoaprendizaje y valores basados en la flexibilidad y el esfuerzo propio.

Realizando el análisis de la información recolectada se pueden indicar las siguientes conclusiones:

Tomando de los 51.243 estudiantes de las Universidades de tales como: Santo Tomas, UIS, ITAE, UDES, Unidades tecnológicas, UNAB se tomo una muestra de 318 personas, se realizo el estudio de mercados cuyos resultados fueron los siguientes:

Se encontró que el lugar donde acostumbran los estudiantes a realizar sus trabajos de investigación son las salas de Internet ya que en estos sitios se encuentra la información en una forma rápida, ágil.

Los estudiantes indicaron que visitan estos lugares todos los días, y que el momento de escoger un lugar para realizar sus trabajos, el aspecto mas importante es la comodidad que les ofrezcan los establecimientos.

Otra aspecto importantes es que la población encuestada piensa que es muy incomodo desplazarse de un lugar a otro para realizar sus trabajos y consultas y piensan que seria excelente encontrar en un solo lugar todos los servicios que necesitan, como el Centro de Estudios con servicios integrados.

De los servicios que ofrecerá el centro de estudios a la población encuestada les pareció muy interesante el servicio de asesorías, pues aparte de encontrar los equipos técnicos, pueden despejar las dudas e inquietudes que se presenten en el momento de realizar los trabajos.

La forma de pago más atractiva para la población estudiantil es de el pago mensual.

En cuanto al estudio técnico de el presente proyecto se puede concluir que los factores que determinan su tamaño son aceptables, la capacidad del proyecto es importante ya que determina el nivel de servicios que se pueden ofrecer, el cual en su inicio es aceptable y es totalmente viable, además la localización de la empresa se hará en un punto muy central y esto es importante pues los servicios serán utilizados por un gran numero de estudiantes, los servicios que se ofrecerán están totalmente definidos, igualmente los niveles de control de la calidad de los servicios permitirán ofrecer una excelente atención al estudiante, quien hará del centro un lugar importante para su crecimiento personal y intelectual, logrando profesionales que ayuden al crecimiento de nuestro país.

## **8. RECOMENDACIONES**

Al terminar el estudio de la factibilidad de la creación del centro de estudios con servicios integrados, se dan las siguientes recomendaciones:

El Centro de estudios de ser un lugar donde los estudiantes se sienten motivados a la investigación, al trabajo en equipo, a desarrollar buenas relaciones interpersonales que contribuyan al crecimiento del país.

La ubicación del Centro debe ser un punto clave donde exista un mercado atractivo, igualmente que sea ubicado en un sitio central y que posea buenas vías de comunicación y transporte.

La tecnología y la investigación serán las herramientas que debe aplicar el centro para lograr ofrecer a los estudiantes calidad y servicio.

El personal debe ser calificado, preparado para despejar las dudas e inquietudes de los estudiantes s estudiantes despejando sus inquietudes en el momento de realizar sus trabajos.

## BIBLIOGRAFÍA

BROWNE, Lynn. Nuevas Tecnologías y Empleo. Revista perspectivas económicas No. 49.

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Concepto de economía de Santander. Año 2.001.

Decreto 1641 de 1995 Ministerio de Salud. Por el cual se aclara el Decreto 677 del 26 de abril de 1995.

GUDIÑO, Dávila. Contabilidad 2000.

MÉNDEZ, Carlos E., Metodología Mc GrawHill.

MENDOZA, Carlos E. Metodología de la Investigación. Mc Graw-Hill.

Mercadeo; Gestión empresarial INSEM, 2002

MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. Evaluación Financiera, Economía social, ambiental. Quinta Edición. Enero 2005.

RAIVORN, ANDERSON, Costos para la gerencia. Primera Edición. Diciembre 1993.

RESOLUCIÓN 10984 DE 1993(diciembre 27) por la cual se modifica la Resolución 000717, de marzo 18 de 1992 en el sentido de señalar el documento que certifica

VILLEGAS, ECHEVERRI Luis Carlos. Manual de Normas de alimentos y Procedimientos

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

[www.portafolio.com](http://www.portafolio.com) .

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

# **ANEXOS**

## ANEXO A. ENCUESTA DE LA CREACIÓN DEL CENTRO – DEMANDA

**OBJETIVO:** Con el objetivo de identificar las necesidades de los estudiantes del sector de la ciudadela real de minas, en cuanto al desplazamiento que se ven sometidos en el momento de realizar sus trabajos en grupo y buscar asesorías académicas, agradecemos su colaboración en responder la siguiente encuesta:

Nombre \_\_\_\_\_

Facultad \_\_\_\_\_ Universidad \_\_\_\_\_

**1. En su proceso de formación se exige la presentación de trabajos a nivel grupal?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**2. Dónde acostumbra a realizar sus consultas y trabajos en grupo?**

- a. En Salas de Internet
- b. Bibliotecas
- c. En las Universidades
- d. Otra \_\_\_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

**2. Que tipo de trabajos generalmente le asignan?**

- a. Elaborar de ensayos
- b. Trabajar de investigación
- c. Conceptuales
- d. Otros \_\_\_\_\_ cuales? \_\_\_\_\_

**4. Con que frecuencia visita Usted estos lugares para realizar sus consultas y trabajos en grupo?**

- a. Todos los días

- b. Dos veces por semana
- c. Los fines de semana
- d. Cada quince días
- e. Otra \_\_\_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

**5. Cuando visita estos lugares que aspectos tiene usted en cuenta?**

- a. La Comodidad
- b. El servicio
- c. El precio
- d. El tiempo que emplea
- e. Otro \_\_\_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

**6. Es para Usted incomodo desplazarse hacia el sitio donde realiza sus consultas y trabajo en grupo?**

- a. Sí \_\_\_\_\_ b. No \_\_\_\_\_ Porque? \_\_\_\_\_

**7. De los siguientes servicios, cual es el que mas requiere:**

- a. Asesorías en las tareas
- b. Equipos Audiovisuales
- c. Infraestructura para las reuniones
- d. Hemeroteca
- e. Otros Cuales? \_\_\_\_\_

**8. Cuándo requiere de estos servicios? ¿Qué medios utiliza para conseguirlos?**

- a. Recomendación
- b. Directorio Telefónico
- c. Prensa
- d. Otros Cuales? \_\_\_\_\_

**9. Cree Usted que se hace necesario un centro de estudio con servicios integrados en la ciudad de Bucaramanga?**

a. SI\_\_\_      b. NO\_\_\_ Porque?\_\_\_\_\_

**10. Si desea contar con un centro de estudio con servicios integrados en Bucaramanga, que factores consideran deben ser primordiales en este tipo de servicio.**

a. Horario de Atención

b. Perfil profesional del personal

c. Variedad de equipos audiovisuales

d. Otros      Cuales?\_\_\_\_\_

**11. Cómo le gustaría que le ofrecieran el precio del servicio?**

a. Plan prepago

b. Cuota mensual

c. Pago según el servicio utilizado

**12. Que forma de pago se ajustaría mejor a su presupuesto?**

a. Diaria

b. Quincenal

c. Mensual

d. Otro      Cual?\_\_\_\_\_

## **ANEXO B. ENCUESTA DE LA CREACIÓN DEL CENTRO – OFERTA**

**OBJETIVO:** Con el objetivo de identificar las empresas que ofrecen servicios integrados como Internet, préstamo de Vídeo Beam, asesorías académicas elaboración de trabajos entre otros, en el sector de la ciudadela real de minas, agradecemos su colaboración en responder la siguiente encuesta:

Nombre de la empresa \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

### **1. ¿Que servicios ofrecen a los estudiantes que los visitan?**

- a. Internet
- b. Equipos Audiovisuales
- c. Infraestructura para las reuniones académicas
- d. Asesorías Académicas

### **2. ¿Qué horario ofrece a sus clientes?**

- a. 8:00 a.m. a 8:00 p.m. de Lunes de a Domingo
- b. 7:00 a.m. a 12:00p.m de Lunes a sábado
- c. 9:00 a.m. a 7:00 p.m. Lunes a Domingo

### **3. ¿Qué número de personas aproximadamente lo visitan al mes?**

- a. 500 personas
- b. 1000 personas
- c. 2000 personas
- d. 3000 personas

**4. ¿Qué servicios ofrecen a sus clientes?**

- a. 1 Hora gratis por 10 horas de consumo
- b. Descuentos por cantidad de horas consumidas
- c. Obsequios

**5. ¿Cuál es el valor de la hora de Internet en su establecimiento?**

- a. 1200
- b. 1500
- c. 1800
- d. Otros

**6. ¿Qué forma de pago ofrece a sus clientes?**

- a. Diaria
- b. Semanal
- c. Quincenal
- d. Mensual
- c. Otros