

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA QUE PRESTE LOS  
SERVICIOS DE ORIENTACION VOCACIONAL Y PROFESIONAL PARA  
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA EN EL AREA METROPOLITANA DE  
BUCARAMANGA

NESTOR ALEXANDER ACEVEDO RUGELES  
ERIKA GYSELLA PABON VESGA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2011

FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA QUE PRESTE LOS  
SERVICIOS DE ORIENTACION VOCACIONAL Y PROFESIONAL PARA  
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA EN EL AREA METROPOLITANA DE  
BUCARAMANGA

NESTOR ALEXANDER ACEVEDO RUGELES  
ERIKA GYSELLA PABON VESGA

Proyecto como requisito para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

Director  
ING. ALEJANDRO MANTILA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2011

## **DEDICATORIA**

A mi madre, mis hermanos, y a mi familia que siempre estuvieron en los momentos que los necesite, siendo mi fuente de alegría y motivación para seguir adelante y dar siempre lo mejor de mi, para llegar a la meta propuesta.

**ERIKA GYSELLA PABON VESGA**

## **DEDICATORIA**

A toda mi familia, mis compañeros, tutores, amigos que siempre me apoyaron y me acompañaron en todo el proceso por el que tuve que pasar para llegar y lograr la meta propuesta, en la cual puse toda mi dedicación y esfuerzo y les dedico tan preciado éxito.

**NESTOR ALEXANDER ACEVEDO RUGELES**

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS en primer lugar por ser siempre una luz y una motivación para lograr todos los objetivos de nuestras vidas.

A nuestros padres por ser el motor diario y brindarnos siempre no solo el apoyo económico sino por la confianza que depositaron en nosotros para el desarrollo de esta meta.

A nuestros compañeros de clase y a nuestro grupo de cipas, por la unión y esfuerzo que siempre estuvieron presentes para el logro de nuestras metas.

A cada uno de los tutores por ser constantes y por acompañarnos y enseñarnos no solo las asignaturas si no por formarnos como personas antes que como profesionales.

Al INSED y a la Universidad Industrial de Santander por permitirnos realizarnos como profesionales en tan distinguida carrera.

A todas las empresas que nos abrieron las puertas para realizar las visitas técnicas que tanto nos aportaron en nuestra formación para la realización de todos los procesos.

A nuestra familia por estar hay presente siempre brindándonos confianza y seguridad para seguir adelante.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	25
1. GENERALIDADES	26
1.1. ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	26
1.2. LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL	30
1.3. MARCO LEGAL	35
2. ESTUDIO DEL MERCADO	45
2.1. OBJETIVOS	45
2.1.1. General	45
2.1.2. Específicos	45
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO	45
2.2.1. Definición, Usos y especificaciones del producto	45
2.2.2. Productos sustitutos	48
2.2.3. Productos Complementarios	49
2.2.4. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia	49
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	50
2.3.1. Mercado potencial	50
2.3.2. Mercado objetivo	50
2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS	50
2.4.1 La Demanda	50
2.4.1.1. Planteamiento del problema	50
2.4.1.2. Necesidades de información	51
2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda	52
2.4.1.4. Resultados del trabajo de campo:	53
2.4.2. La Oferta	67
2.4.2.1. Necesidades de información	67

2.4.2.2. Ficha Técnica de la oferta	68
2.4.2.3. Resultados del trabajo de campo:	68
2.4.2.4. Estimación de la Oferta	71
2.5. RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	72
2.5.1. Demanda insatisfecha o excedente de mercado para el producto	72
2.6. CANALES DE COMERCIALIZACION	73
2.6.1. Estructura de los canales actuales	73
2.6.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales	73
2.6.3. Selección de los canales de comercialización	74
2.7. PRECIO	75
2.7.1. Análisis de precios	75
2.7.2. Estrategias de fijación de precios.	75
2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCION	76
2.8.1. Objetivos	76
2.8.2. Logotipo	77
2.8.3. Lema	77
2.8.4. Análisis de medios	77
2.8.5. Selección de medios	78
2.8.6. Estrategias Publicitarias	78
2.8.7. Presupuesto De publicidad y promoción	79
2.8.7.1 De lanzamiento	79
2.8.7.2. De operación	79
2.8.7.3. Presupuesto total de publicidad	80
2.9. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	80
3. ESTUDIO TÉCNICO	82
3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto.	82
3.1.2. Factores que determinan el tamaño de un proyecto	82
3.1.3. Capacidad del proyecto	83
3.1.3.1. Capacidad total diseñada	83

3.1.3.2. Capacidad instalada	83
3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada	83
3.2. LOCALIZACION	84
3.2.1. Macro localización	84
3.2.2. Micro localización	84
3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO	87
3.3.1. Ficha técnica del producto	91
3.3.2. Descripción técnica del proceso	91
3.3.3. Diagrama de procedimiento	92
3.3.4. Control de calidad	94
3.3.5. Recursos	96
3.3.5.1 Recurso humano	96
3.3.5.2. Recurso Físico	97
3.3.5.3. Insumos.	97
3.3.6. Estudio de proveedores	98
3.3.7. Distribución de planta.	99
3.3.8. Logística de Facilitación del Servicio	99
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	101
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	102
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	102
4.2. CULTURA EMPRESARIAL	104
4.2.1. Visión	104
4.2.2. Misión	104
4.2.3. Objetivos empresariales	104
4.2.4. Políticas empresariales	104
4.2.4.1 Política de personal	104
4.2.4.2 Política de compras	105
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	106
4.3.1. Organigrama	106

4.3.2. Descripción y perfil de cargos	106
4.3.2.1. Director General	106
4.3.2.2 Secretaria auxiliar contable	112
4.3.2.3 Coordinador de proyectos	118
4.3.2.4 Coordinador comercial	123
4.3.3. Asignación salarial	126
5. ESTUDIO FINANCIERO	127
5.1. INVERSIONES	127
5.1.1. Inversión Fija	127
5.1.1.1. Equipo de oficina	127
5.1.1.2. Total de Inversión fija	128
5.1.2. Inversión diferida	128
5.1.3. Inversión en capital de trabajo	128
5.1.3.1. Costos de producción	128
5.1.3.1.1. Insumos	128
5.1.3.1.2. Mano obra directa e indirecta	129
5.1.3.1.3. Costos indirectos fabricación	129
5.1.3.1.4. Gastos de administración y ventas	130
5.1.3.2. Total costos de producción	130
5.1.3.3. Total Capital de trabajo	131
5.1.4. Inversión total	131
5.1.5. Fuentes de financiación	131
5.2. COSTOS	132
5.2.1. Costos fijos	132
5.2.2. Costos variables.	133
5.2.3. Costos totales unitarios	133
5.2.4. Precio de venta	133
5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS	133
5.3.1. Ingresos proyectados	134

5.3.2. Egresos Proyectados (cálculo de los costos totales anuales durante los primeros cinco años teniendo en cuenta el cálculo inicial sin incrementarlos durante el periodo proyectado).	134
5.4. ESTADOS FINANCIEROS	134
5.4.1. Flujo de caja proyectado	134
5.4.2. Estado de Resultados proyectado	137
5.4.3. Balance general	140
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	141
6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO	141
6.2. IMPACTO SOCIAL	142
6.3. IMPACTO AMBIENTAL	143
6.4. EVALUACION FINANCIERA	146
6.4.1. Valor presente neto	146
6.4.2. Tasa interna retorno TIR.	149
6.4.3. Periodo de recuperación.	149
6.4.4. Análisis de las razones financieras	149
7. CONCLUSIONES	152
8. RECOMENDACIONES	153
BIBLIOGRAFIA	154
ANEXOS	156

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Han hablado su hijo y usted del futuro	53
Figura 2 Su hijo ha planificado las acciones a seguir	53
Figura 3 Estratos de mayor interés	54
Figura 4 Qué hará su hijo al concluir la secundaria	55
Figura 5 Decisión sobre el futuro profesional de su hijo	55
Figura 6 Decisión vocacional de su hijo	56
Figura 7 Desinterés de los padres de familia	57
Figura 8 Necesidad de Orientación Vocacional	57
Figura 9 Le han proporcionado orientación Vocacional	58
Figura 10 Ha recibido su hijo orientación vocacional	59
Figura 11 Donde ha recibido Orientación	59
Figura 12 Tiene su hijo información sobre las carreras	60
Figura 13 Ya eligió la carrera que va a estudiar	60
Figura 14 Nivel de Asesoría Vocacional	61
Figura 15 Cree que su hijo necesita asesoría en	62
Figura 16 Disposición para que su hijo tome un curso de orientación profesional	62
Figura 17 Cuanto está dispuesto a invertir	63
Figura 18 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga	65
Figura 19 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria que acuden a un sovp en el amb.	65
Figura 20 Proyección de la Demanda	66
Figura 21. Dentro de los servicios que usted presta, se encuentra el de orientación vocacional y professional	69
Figura 22. De cuantas sesiones consta el servicio de Orientación Vocacional y Profesional que usted ofrece	69

Figura 23. Cuantos servicios de Orientación Vocacional y Profesional presto durante el último año	70
Figura 24. Cual es el precio del Servicio de Orientación Vocacional y profesional ofrecido por usted	71
Figura 25 Canales de comercialización 1	73
Figura 26 Canales de comercialización 2	73
Figura 27 Ventajas y desventajas de los canales actuales	74
Figura 28 Selección de los canales de comercialización	75
Figura 29 Diagrama de procedimiento	93
Figura 30 Organigrama	106
Figura 31.Punto de equilibrio	142

## LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Han hablado su hijo y usted	53
Cuadro 2 Su hijo ha planificado las acciones a seguir	54
Cuadro 3 Estratos de mayor interés	54
Cuadro 4 Qué hará su hijo al concluir la secundaria	55
Cuadro 5 Decisión sobre el futuro profesional de su hijo	56
Cuadro 6 Decisión vocacional de su hijo	56
Cuadro 7 Desinterés de los padres de familia	57
Cuadro 8 Necesidad de Orientación Vocacional	58
Cuadro 9 Le han proporcionado orientación Vocacional	58
Cuadro 10 Ha recibido su hijo orientación vocacional	59
Cuadro 11 Donde ha recibido Orientación	60
Cuadro 12 Tiene su hijo información sobre las carreras	60
Cuadro 13 Ya eligió la carrera que va a estudiar	61
Cuadro 14 Nivel de Asesoría Vocacional	61
Cuadro 15 Cree que su hijo necesita asesoría en	62
Cuadro 16 Disposición para que su hijo tome un curso de orientación profesional	63
Cuadro 17 Cuanto está dispuesto a invertir	63
Cuadro 18 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga	64
Figura 18 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga	65
Cuadro 19 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria que acuden a un sovp en el amb.	65
Cuadro 20 Proyección de la Demanda	66
Cuadro 21 Dentro de los servicios que usted presta, se encuentra el de orientación vocacional y profesional	69

Cuadro 22. De cuantas sesiones consta el servicio de Orientación Vocacional y Profesional que usted ofrece	70
Cuadro 23. Cuantos servicios de Orientación Vocacional y Profesional preste durante el último año	70
Cuadro 24. Cual es el precio del Servicio de Orientación Vocacional y profesional ofrecido por usted	71
Cuadro 25 Demanda Insatisfecha	72
Cuadro 26 Presupuesto publicidad y promoción	79
Cuadro 27 De operación	79
Cuadro 28 Presupuesto publicidad	80
Cuadro 29 Capacidad utilizada y proyectada	84
Cuadro 30 Ponderación de factores y grados	86
Cuadro 31. Determinación de la ubicación	87
Cuadro 32. Asignación salarial	126
Cuadro 33 Equipo de oficina	127
Cuadro 34 Total de Inversión fija	128
Cuadro 35 Inversión diferida	128
Cuadro 36 Costos de producción	128
Cuadro 37 Mano obra directa e indirecta	129
Cuadro 38 Costos indirectos fabricación	129
Cuadro 39 Mano de obra indirecta	129
Cuadro 40 Insumos indirectos	130
Cuadro 41 Costos indirectos	130
Cuadro 42 Total costos de producción	130
Cuadro 43 Total Capital de trabajo	131
Cuadro 44 Inversión total	131
Cuadro 45 Amortización	132
Cuadro 46 Costos fijos	132
Cuadro 47 Costos variables	133
Cuadro 48 Costos totales unitarios	133

Cuadro 49 Proyecciones financieras	133
Cuadro 50. Presupuesto de Egresos	134
Cuadro 51. Ingresos Proyectados	134
Cuadro 52.Egresos Proyectados	134
Cuadro 53.Flujo de caja año 1	135
Cuadro 54.Flujo de caja proyectado	136
Cuadro 55. Estado de Resultados proyectado	137
Cuadro 56. Estado de Resultados proyectado	138
Cuadro 57.Balance general	140
Cuadro 58 Punto de equilibrio	141
Cuadro 59.Impacto Ambiental	143
Cuadro 60.Flujo de caja proyectado	147

## LISTA DE TABLA

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Descripción del servicio	48
Tabla 2. Ficha Técnica de la demanda	52
Tabla 3 Proyección de la demanda	66
Tabla 4 Ficha técnica de la oferta	68
Tabla 5 Análisis de precios	75
Tabla 6 Personal administrativo	96
Tabla 7. Personal operativo	96
Tabla 8. Recurso físico	97
Tabla 9. Insumos	97

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Listado De La Competencia Pública Y Privada	157
Anexo B. Ficha De Identificación Con Datos	161
Anexo C. Plano	162
Anexo D. Encuesta De Demanda	163
Anexo E Encuesta De Oferta	165
Anexo F. Minuta Para La Constitución Sociedad Limitada.	166
Anexo G Cotizacion	172
Anexo H. Base Tecnologica	173
Anexo I. Programa Jovenes Rurales	174

## GLOSARIO

**PARTE ESTRATÉGICA:** Contiene el conjunto armónico e integrado de objetivos

**UNESCO:** Comisión Internacional sobre Educación

**EDUCACION SUPERIOR:** Es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano

**ICFES:** Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior

**SENA:** Servicio Nacional de Aprendizaje

**ORIENTACION VOCACIONLA Y PROFESIONAL:** brinda a los usuarios la posibilidad de conocer sus intereses y actitudes

**PROYECTOS PERSONALES:** Corrección y elaboración de fantasías, prejuicios y estereotipos.

**FINAGRO:** Empresa rizar el campo-Cundinamarca-Tolima, Boyacá.-Huila

**BOLSA NACIONAL AGROPECUARIA:** Bolsa didáctica para aprender a negociar

**EMPRESAS DINAMIZADORAS DE SECTORES:** Por departamentos y Subregiones

**PRE-ICFES:** Orientan a los jóvenes en el conocimiento de carreras, profesiones, universidades.

**BIENESTAR UNIVERSITARIO:** Atiende los trámites solicitados por los estudiantes o por las Unidades Académicas y Administrativas.

**PRECIO:** Valor, precio del servicio ofrecido por los competidores

**FRECUENCIA:** La publicidad será emitida durante todo el año

**IMPACTO:** Se busca tener un alto impacto de recordación en los clientes

**ALCANCE:** Se pretende que la estrategia de publicidad llegue a todo

**ORGANIZACION:** Los lineamientos y políticas para alcanzar que la organización Cumpla con los objetivos.

**MANDO:** Cada facilitador es responsable de los respectivos informes

**PREVISION:** Se mantendrá el control de los insumos y servicios

**CONTROL:** Al finalizar el proceso llevado a cabo en la ejecución de las pruebas

**POLITICA DE COMPRAS:** Criterios generados desde la dirección de una empresa

**IMPACTO AMBIENTAL:** forma directa o indirecta, afecta el medio ambiente

**VPN:** Valor presente neto

**TIR:** Tasa interna de retorno

**PERIODO DE RECUPERACION:** Es el tiempo promedio estipulado en que los flujos netos efectivos sin actualizar cubren el monto total de la inversión

## RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA QUE PRESTE LOS SERVICIOS DE ORIENTACION VOCACIONAL Y PROFESIONAL\*

AUTORES: ACEVEDO RUGELES, Nestor Alexander  
PABON VESGA, Erika Gysella\*\*

PALABRAS CLAVES: Educación, Proyecto de Formación, Acompañamiento padre-estudiante, Valores

### DESCRIPCION

La orientación debe reconocerse en un contexto amplio de la educación, dado que los procesos de orientación están inmersos en el orden social, cultural y económico del país; la orientación es una estrategia en el nivel formal de la educación, donde los estudiantes toman las decisiones profesionales y laborales de acuerdo a un sinnúmero de variables y factores inmersos en el mundo actual y la prospectiva de desarrollo mundial.

La organización educativa secundaria se considera como un momento vital de desarrollo intelectual, afectivo y social donde los jóvenes toman las decisiones sobre su futuro profesional y laboral, y realizan sus decisiones con base en las exploraciones vocacionales que desde la primaria logran reconocer de si mismos. La Misión Ciencia, Educación y Desarrollo (1994), "Plantea que el conocimiento, la ciencia y la tecnología se generan, difunden y utilizan casi siempre en organizaciones, como universidades, los centros de investigación, los institutos tecnológicos y otras instituciones educativas y cada vez más en las empresas... Son las organizaciones las que hacen posible directa o indirectamente, que las personas contribuyan con su trabajo al funcionamiento de la sociedad de la cual hacen parte y reciban como retribución una parte del ingreso colectivo".

En la sociedad actual la educación ha ido pasando de un mero lugar de la instrucción formal para las letras y las matemáticas, a un escenario donde es el medio privilegiado por el cual la sociedad contribuye al desarrollo intelectual, físico, ético, afectivo, moral y estético de los individuos; prepara para el trabajo productivo y para el disfrute de los bienes materiales, Espirituales y culturales; sirve para mejorar la calidad de vida de los Colombianos; y forma para la defensa de los recursos naturales y la preservación del ambiente (Plan Nacional de Educación 1996 -2005).

---

\*Trabajo de grado

\*\*Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Programa de Gestión Empresarial. Director: Ing. Alejandro Mantilla

## ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A COMPANY TO PAY FOR SERVICES VOCATIONAL AND PROFESSIONAL

AUTHORS: ACEVEDO RUGELES, Néstor Alexander  
PABON VESGA, Erika Gysella \*\*

KEY WORDS: Education, Training Project, Support parent-student, Values

### DESCRIPTION

The orientation should be recognized in the broader context of education, since the orientation processes are involved in the social, cultural and economic development, the orientation is a strategy in the formal level of education, where students make decisions professional and work according to a number of variables and factors involved in today's world and the prospect of global development.

Secondary educational organization is considered a vital moment of intellectual, emotional and social development where young people make decisions about their future career and work, and make their decisions based on vocational examinations from primary fail to recognize about themselves. Mission Science, Education and Development (1994), "argues that knowledge, science and technology are generated, distributed and used most often in organizations such as universities, research institutes, technological institutes and other educational institutions and each more and more companies are organizations that directly or indirectly make it possible that people contribute their work to the functioning of society which are part and receive in return a part of the collective income.

"

In today's society, education has shifted from a mere place of formal instruction and mathematics points to a scenario where the main means by which society contributes to the intellectual, physical, ethical, emotional, moral and aesthetic of individuals, prepared for productive work and for the enjoyment of material goods, spiritual and cultural, serves to improve the quality of life of Colombians, and how to defend natural resources and preservation of the environment (Plan nacionala educations 1996-2005).

---

\* Degree work

\*\* Industrial University of Santander, Instituto Regional Projection and Distance Education engineer director Alejandro Mantilla,

## INTRODUCCION

Los estudiantes son los futuros profesionales comprometidos con su desarrollo personal, laboral y profesional, para con la sociedad. En tal virtud es obligatorio que se piense en otorgarles los medios suficientes para que se desarrollen en el campo laboral como futuros profesionales en el mercado laboral y que tengan las herramientas necesarias para responder a sus responsabilidades desempeñándose siempre como una persona emprendedora.

Bajo estos parámetros y teniendo en cuenta los análisis de la información recolectada de diferentes fuentes como (encuesta, observación, fuentes de información), se llego a la conclusión que en Bucaramanga, algunos estudiantes no tienen acceso a una asesoría por falta de recursos, de información, o porque las propuestas educativas no cumplían con las expectativas de los padres de familia, a partir de esta idea se genera la idea de ofrecer un servicio de orientación vocacional y profesional para los estudiantes de secundaria que diera respuesta a una necesidad primordial e importante en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Teniendo entre sus objetivos brindar una propuesta de asesoría educativa que cubriera la necesidad de los estudiantes en los colegios de Bucaramanga, y que de igual manera también cumpliera con los requerimientos actuales y que la ciencia y los avances tecnológicos han globalizado el mundo sin dejar de un lado el interés de mantener la identidad de los jóvenes y los valores y principios para que las sociedades vivan en paz y armónicamente, se decide adoptar un modelo de asesoría educativa que promocióne el aprendizaje desde el momento que inician su ciclo de básica secundaria.

Bajo estos parámetros se realizo un estudio de factibilidad, teniendo una buena aceptación por parte de los padres de familia los cuales mostraron gran interés en que la propuesta se ponga en marcha, con una viabilidad técnica y económica muestra que las asesorías educativas son rentables y generan un impacto social.

## **1. GENERALIDADES**

### **1.1. ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA**

En la ordenanza No. 020 del 15 de Diciembre de 1981, (“Por medio de la cual se dispone el funcionamiento del Área Metropolitana de Bucaramanga”), disponerse el funcionamiento del Área Metropolitana de Bucaramanga compuesta de los siguientes Municipios: Bucaramanga, Floridablanca y Girón En el Artículo 2º de esta misma ordenanza, establece que el Área Metropolitana de Bucaramanga, debe regirse por las normas del Decreto Ley 3104 de 1979 y otras disposiciones.

Los municipios del Área Metropolitana como polos industriales o de servicios industrializados para conformar un territorio con visión del futuro y abierto al mundo, del bienestar y del conocimiento para un desarrollo tecno económico endógeno, ambientalmente sustentable, físicamente agradable y moderno, institucional y socialmente cohesionado que le permita a sus habitantes convivir con equidad para lograr un desarrollo individual y colectivo sostenible.

Es importante anotar, que la planeación aplicada durante más de dos décadas, permitió desarrollar una cultura de respeto por la integridad territorial, además de poder mostrar una ciudad metropolitana conformada por cuatro cascos urbanos ordenada en términos generales, para a la vez, con muchos inconvenientes generados por efectos de un modelo normativo diseñado para una visión casi exclusivamente urbana, que no previó los acelerados cambios sociales, económicos y coyunturales de la región mediante mecanismos de una dinámica y preventiva planeación.

Para definir un perfil estratégico metropolitano, se deben contextualizar desde el punto de vista estructural los aspectos que definen una directriz de desarrollo para la región, el Área y los Municipios, lo cual es indispensable en el momento de fijar un modelo de ocupación territorial.

El Plan de Desarrollo del Área Metropolitana de Bucaramanga, concebido para un horizonte de ejecución hasta el año 2010. Está conformado tanto por una PARTE ESTRATÉGICA – que contiene el conjunto armónico e integrado de objetivos, estrategias, políticas, programas y proyectos que debe ejecutar el AMB para el cumplimiento de las funciones y el logro de los propósitos que le han sido constitucional y legalmente asignados, como por un PLAN DE INVERSIONES – en donde se presentan par cada año los proyectos a ejecutar, con sus respectivas

erogaciones y las fuentes de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander, está ubicada sobre la cordillera Oriental. Su población asciende a los 716.512 habitantes. Ubicada a 400 Km. de Bogotá, la capital del país. Por ser la capital del departamento de Santander, Bucaramanga alberga las sedes de la Gobernación de Santander, la Asamblea Departamental, la sede seccional de la Fiscalía y el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Bucaramanga es un eje vial de importancia entre el interior del país y la frontera con Venezuela, igualmente es una ruta importante entre el interior y la Costa Atlántica. Para el transporte aéreo la ciudad cuenta con el Aeropuerto Internacional de Palo negro.

El crecimiento vertiginoso de la ciudad se ha extendido a los vecinos municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta con los cuales se conforma actualmente el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Su economía gira alrededor de la fabricación de zapatos y accesorios de cuero, similares, se desarrolla el 70% de la actividad joyera del país, igualmente las confecciones infantiles y el sector metalmecánico representan importantes cifras. Es también una ciudad educadora en la que se encuentran excelentes planteles educativos de educación secundaria y universitaria.

Se conoce con los apodos de “ciudad bonita”, “ciudad de los parques”, “la ciudad más cordial de Colombia”.

Floridablanca es un municipio del Departamento de Santander, con 254,683 habitantes (Dane 06/2005 Población ajustada) (260,042 habitantes Proyección 2009). Tiene una extensión aproximada de 97 kilómetros cuadrados. Forma parte del Área Metropolitana de Bucaramanga.

El sector más importante de la economía del municipio de Floridablanca es el sector terciario, especialmente la actividad comercial. En el sector industrial el 50% de las empresas se dedica a la producción de alimentos, el 14.3% a la fabricación de prendas de vestir y el mismo guarismo a la fabricación de minerales no metálicos, lo que significa que estos tres rubros agrupan cerca del 80% del total de establecimientos industriales localizados en el municipio.

Su principal atracción es la fabricación de obleas y dulces de paila, manjares con gran variedad de sabores que cada domingo reúne a cientos de amantes del dulce.

Es muy visitada, la Casa de la Cultura, construida alrededor de la Piedra del Sol, vigía de significativos pictogramas indígenas, alberga el Museo de la Cultura Guane, importante colección de obras artesanales de esta cultura.

El turismo extremo encuentra en la Mesa de Ruitoque, uno de los sitios más reconocidos en el país para la práctica del parapente, además de sitios de gran belleza natural como pozos, saltos y una gran variedad de flora. El municipio de Girón está ubicado a solo 10 minutos de Bucaramanga sobre la vía a Barrancabermeja.

El nombre completo de esta población es San Juan de Girón, fue fundada en el año 1631 aunque en el año 1638 fue desplazada al lugar donde se encuentra en la actualidad como consecuencia de una epidemia. San Juan de Girón posee una arquitectura del tipo colonial del siglo XVII.

Los aspectos que más llaman la atención de Girón son sus casas, que conservan el mismo estilo de su época; paredes blancas, puertas y ventanas de color marrón, amplios balcones. También resaltan sus calles empedradas y estrechos andenes. Su arquitectura religiosa es motivo de ramería por parte de feligreses y turistas. San Juan de Girón fue declarado Monumento Nacional en el año 1959.

Girón es fuente de deliciosas golosinas y centro de artesanías. En los alrededores, camino a Bucaramanga o en ruta para Zapatoca, se pueden admirar las caprichosas formaciones de los estoraques, erosión causada naturalmente por los vientos y el agua.

Piedecuesta se encuentra a 17 Km. de Bucaramanga. Su extensión territorial es de 344 kilómetros cuadrados; tiene una variada geografía que nos ofrece un sin número de valles, mesetas, montañas y colinas, accidentes territoriales que nos presentan gran variedad de climas, pasando del radiante sol de pescadero a la neblina del páramo de Juan Rodríguez.

La agricultura es el principal pilar de la economía piedecuestana. Debido a la variedad del relieve y por consiguiente a los pisos térmicos, existe diversidad de productos. Su situación topográfica cuenta con partes altas, en donde se cultiva el

maíz, la arveja, el trigo, la cebolla, las hortalizas, la arracacha, distintos pastos, verduras y algunos frutales. La parte baja rica en caña de azúcar, maíz, tabaco y plátano. En la parte templada se cultiva yuca, tomate, caña y tabaco. Los productos básicos de la economía piedecuestana son la caña de azúcar y el tabaco, adicionalmente es un gran productor de mora.

La industria tiene su base en los siguientes renglones: elaboración de tabacos y cigarrillos, elaboración de panela, industria del fique, industria de alfarería, industria alimenticia y del cuero. Estudios realizados demuestran la existencia de: caliza, fluorita, plomo, mercurio y granito, no explotados. Los únicos minerales que se han explotado aunque en mínima cantidad son la cal y la arcilla. De las playas que forman los ríos se aprovecha el cascajo y la arena para construcción.

En turismo se destaca por excelencia la Semana Santa que cuenta con una tradición religiosa de muchos años, cuenta con un magno despliegue en su organización. La Semana Mayor de Piedecuesta es declarada patrimonio municipal por sus diferentes aspectos que resaltan o que a la vez la destacan sobre otras actividades en el municipio.

La población del Área Metropolitana es de 1.255.331 habitantes, distribuida del modo siguiente: Bucaramanga: 716.512 habitantes, Floridablanca: 260.042 habitantes, Girón: 150.531 habitantes Piedecuesta: 321.000 habitantes

Dado que la población total del Departamento de Santander es de 1.916.336 habitantes, resulta que en el Área Metropolitana de Bucaramanga vive el 53% de los santandereanos.

Según el DANE, existen 12.500 colegios aproximadamente, los cuales gradúan 430.000 bachilleres cada año; de los cuales solo ingresan unos 140.000 bachilleres a las 328 entidades académicas de carácter superior que existen en el país. La pirámide educativa colombiana nos muestra que relativamente son muy pocos los estudiantes que acceden a la universidad: hay 31.600 establecimientos de nivel preescolar y 57.700 establecimientos de educación básica primaria que tienen alrededor de 6.200.000 estudiantes; en el nivel de secundaria existen 12.500 colegios con 3.380.000 estudiantes; en el nivel superior las universidades, institutos tecnológicos y técnicos profesionales son 328 y tienen 1.020.000 estudiantes y en los postgrados están matriculados 57.200 profesionales.

Las cifras nos muestran cómo cada vez que sube el nivel de educación, baja el número de estudiantes; esta situación nos permite reconocer que el acceso a la educación superior es muy limitado para la gran mayoría de jóvenes en nuestro país. Por lo tanto, cuando un joven se equivoca en su elección profesional de una carrera o programa, luego del colegio, está afectándose no solo a sí mismo, sino a todo un sistema cultural y económico que está esperando su aporte en el desarrollo del país.

## **1.2. LA ORIENTACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL**

Podemos reconocer que el surgimiento de la orientación vocacional, según Bizquera (1996), fue en 1908 con la fundación en Boston (EE.UU.) del Vocational Bureau y con la publicación de *Choosing a vocational* de Parsons (1909), apareciendo por primera vez el término de Vocational guidance (orientación vocacional). Frank Parsons (1854 -1908), ingeniero y asistente social, se proponía paliar los efectos negativos de la industrialización sobre los jóvenes de clases desfavorecidas mediante la orientación vocacional. En las residencias que creó como un servicio público para ayudar a los jóvenes a buscar trabajo, lo intentaba facilitando un conocimiento de sí mismo, para poder elegir el empleo más adecuado. Se trataba de una actividad fuera del contexto escolar. En este sentido la orientación tiene aproximadamente 100 años de historia en el mundo si evaluamos sus avances y cambios en las prácticas de orientación, es sorprendente encontrar que las innovaciones y procedimientos de la orientación siguen siendo los mismos a través de estos años. La concepción en EE.UU. de la orientación fue más centrada sobre los procesos vocacionales y en Europa, donde su surgimiento se dio para la misma época, sin poderse determinar con precisión, se enfatizó más sobre lo profesional (Bizquera, 1996).

En la resolución número 12712 del 21 de julio de 1982 se reglamentó explícitamente sobre la orientación los niveles de educación Básica y Media Vocacional, y se asignaron las funciones de los docentes especialistas en esta área. En el Artículo Tercero, se señalan los programas que debe desarrollar el orientador escolar, uno de ellos es la orientación vocacional la cual se expresa: "Programa de orientación vocacional: proporciona información y experiencias que le permitan al estudiante realizar un análisis e interpretación adecuada de su desarrollo vocacional y de sus expectativas educacionales y ocupacionales, con miras a configurar elementos para tomar decisiones vocacionales conscientes y responsables".

En el Artículo Séptimo se establece que los profesionales que podrán ser nombrados como orientadores escolares son: Licenciados en Ciencias de la

Educación con especialidad en Psicopedagogía o Consejería Escolar, profesionales Magísteres en Orientación Escolar y Psicólogos inscritos en el Escalafón Docente. En el Artículo Octavo se señalan las funciones del orientador escolar, y con respecto a la orientación vocacional se resalta: “Participar en el planteamiento y ejecutar en forma coordinada con los profesores el programa de orientación vocacional, de acuerdo con el plan de estudios del plantel o del núcleo educativo orientar a los alumnos en la toma de decisiones y asesorarlos en la búsqueda de la información necesaria para tal efecto”. Por otra parte, la Ley 58 del 26 de diciembre de 1983, por la cual se reconoce la Psicología como una profesión y se reglamenta su ejercicio en el país, en el para-grafo del Artículo 11 se establece la función de “orientación y selección vocacional y profesional”. En otro sentido, el Decreto 1850 del 13 de agosto de 2002, mediante el cual se reglamenta la organización de la jornada escolar y la jornada laboral de directivos docentes de los establecimientos educativos estatales de educación formal, en su Capítulo 2 sobre las actividades educativas de docentes y directivos, en el Artículo 6, sobre el servicio de orientación estudiantil, señala “ todos los directivos docentes y docentes deben brindar orientación a sus estudiantes, en forma grupal e individual, con el propósito de contribuir a su formación integral, sin que la dirección de grupo implique para el docente de educación básica secundaria y educación media una disminución de su asignación académica de veintidós (22) horas efectivas semanales.

No obstante, para apoyar el servicio de orientación estudiantil, en cumplimiento del Artículo 40 del Decreto 1860 de 1994, en las entidades territoriales certificadas podrán asignar los actuales orientadores escolares a las instituciones educativas, según los criterios que defina el ministerio de Educación Nacional”. El decreto 3020 del 10 de diciembre de 2002, por el cual se establecen los criterios y procedimientos para organizar las plantas de personal docente y administrativo del servicio de educación estatal, en el Capítulo 2, sobre los parámetros, en el Artículo 12, sobre orientadores y otros profesionales de apoyo, señala “los orientadores son profesionales universitarios graduados en orientación educativa, psicopedagogía o un área a fin, vinculados en propiedad a la planta de personal como docentes o administrativos y que cumplen funciones de apoyo al servicio de orientación estudiantil, no serán tenidos en cuenta para la aplicación de los parámetros establecidos en el artículo 11 del presente reglamento”.

El concepto de Orientación Vocacional ha evolucionado a través de la historia. Inicialmente eran los trabajadores sociales quienes se encargaban en las escuelas de brindar dicha orientación. Con el transcurrir del tiempo otros profesionales trabajaron la relación Orientación Vocacional con el ingreso al campo laboral, pero fue sólo con Parsons (1908) que la Orientación Vocacional se basó en técnicas psicológicas y sociológicas, teniendo en cuenta al individuo y su desempeño ocupacional. (Aguirre Baztán, 1996 citado por Arias p.4).

Este modelo de Orientación Vocacional tiene sus inicios a principios del siglo XX en EEUU, allí se consolidó como una actividad organizada con la aplicación de instrumentos –test psicométricos- que posibilitaran a los jóvenes elegir un oficio que conviniera a su naturaleza y a sus gustos. Después de las guerras mundiales la Orientación Vocacional estuvo encaminada a la ubicación de los individuos en tareas concretas que respondieran a sus habilidades.

En diferentes países latinoamericanos surge en los años 50 como preocupación porque las habilidades y fortalezas cognitivas de los estudiantes coincidieran con su elección de carrera y en Colombia, la Orientación Vocacional, se nombró como Orientación Educativa dando paso en la década del 60, a la actividad del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) relativa a organizar y prestar servicios a las instituciones de educación superior que así lo solicitaron para la selección, orientación y clasificación de los estudiantes que aspiraran a ingresar a ésta.

En un primer momento de la historia educativa de Colombia, la Orientación Vocacional estuvo incluida en los pensum académicos como la materia o asignatura de vocacionales, orientando al estudiantado en algunas artes u oficios como culinaria, bordado, mecanografía entre otras.

No obstante con las especialidades y modalidades en la media técnica resurge nuevamente la necesidad de orientar al estudiante para su vinculación laboral y académica y la consecución de metas a través del fomento del proyecto y sentido de vida particular. El avance tecnológico y científico, los cambios económicos, familiares, educativos, de género y sociales han hecho que la Orientación Vocacional tenga transformaciones, han aumentado las posibilidades de ofrecimiento profesional a los estudiantes y ha habido tentativas en precisar la definición.

La orientación debe reconocerse en un contexto amplio de la educación, dado que los procesos de orientación están inmersos en el orden social, cultural y económico del país; la orientación es una estrategia en el nivel formal de la educación, donde los estudiantes toman las decisiones profesionales y laborales de acuerdo a un sinnúmero de variables y factores inmersos en el mundo actual y la prospectiva de desarrollo mundial.

La organización educativa secundaria se considera como un momento vital de desarrollo intelectual, afectivo y social donde los jóvenes toman las decisiones sobre su futuro profesional y laboral, y realizan sus decisiones con base en las

exploraciones vocacionales que desde la primaria logran reconocer de si mismos. La Misión Ciencia, Educación y Desarrollo (1994), "Plantea que el conocimiento, la ciencia y la tecnología se generan, difunden y utilizan casi siempre en organizaciones, como universidades, los centros de investigación, los institutos tecnológicos y otras instituciones educativas y cada vez más en las empresas... Son las organizaciones las que hacen posible directa o indirectamente, que las personas contribuyan con su trabajo al funcionamiento de la sociedad de la cual hacen parte y reciban como retribución una parte del ingreso colectivo".

En la sociedad actual la educación ha ido pasando de un mero lugar de la instrucción formal para las letras y las matemáticas, a un escenario donde es el medio privilegiado por el cual la sociedad contribuye al desarrollo intelectual, físico, ético, afectivo, moral y estético de los individuos; prepara para el trabajo productivo y para el disfrute de los bienes materiales, Espirituales y culturales; sirve para mejorar la calidad de vida de los Colombianos; y forma para la defensa de los recursos naturales y la preservación del ambiente (Plan Nacional de Educación 1996 -2005).

Desde una mirada prospectiva del cambio social se reconoce que ninguna sociedad es completamente estática, por ello se comprende que "el cambio social es un conjunto de alteraciones y transformaciones significativas que afectan de una manera no efímera a las estructuras básicas de una sociedad. Estas transformaciones son observables y verificables y afectan la vida de los individuos, de los grupos, de las instituciones y las creencias, costumbres, usos, reglas de comportamiento, valores y símbolos culturales. Esta sucesión de diferencias y variaciones que se dan en distintos ámbitos y niveles de la vida social, se producen sobre un trasfondo de identidad persistente" (Ander, 1998).

El informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre Educación para el siglo XXI, presidida por Jacques Delors (1996), nos permite visualizar algunas recomendaciones importantes para el proceso de orientación profesional: a) es normalmente mientras cursan la educación secundaria cuando los jóvenes eligen la vía por la que habrán de ingresar a la vida adulta y el mundo laboral; b) la elección de una rama de la enseñanza profesional o general deberá basarse en una evaluación seria que permitirá determinar los puntos fuertes y débiles de los estudiantes; c) la enseñanza secundaria debe abrirse más al mundo exterior, al tiempo que permite a cada estudiante modificar su trayectoria escolar en función de su evolución cultural y escolar.

En Colombia la ley 1064 de 2006 "por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida

como educación para el trabajo y el desarrollo humano en la ley general de educación" dispuso que se reemplace la denominación de Educación no formal contenida en la normatividad existente por Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano y que el Estado reconozca este servicio educativo como factor esencial del proceso educativo de la persona y componente dinamizador en la formación de técnicos laborales y expertos en las artes y oficios.

El Artículo 13 de la ley 1014 de 2006 acerca del emprendimiento, plantea la Enseñanza obligatoria que indica que en todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.

2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.

3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial" que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.

4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, elaboro el documento Educación: La agenda del siglo XXI (1998); del cual se retoman algunos planteamientos que permiten reconocer la complejidad y la importancia del proceso de la orientación de los jóvenes en el contexto escolar, con sus implicaciones para el desarrollo de nuestro país. a) sigue discutiendo si la educación media debe preparar para la universidad o para el mundo del trabajo, o

si debe cumplir ambas funciones simultáneamente; b) ante la escasez de oportunidades que tienen los bachilleres de ingresar a la universidad, la escuela secundaria les debería brindar más una salida laboral, como una estrategia “propedéutica” para ejercer un oficio determinado; c) los jóvenes suelen estar confundidos vocacional y laboralmente, hay un contraste agudo entre la información que reciben y la realidad que confrontan en cuanto a sus posibilidades educativas y ocupacionales; d) la tradicional oferta escolar esta en dos vías excluyentes, que son la académica y técnica; no solo es una expresión de un sistema segmentado según la procedencia económica de los estudiantes, sino que no responde de forma adecuada a los nuevos requerimientos del mundo laboral, que no busca deberes o destrezas específicas para cierto oficio, sino competencias flexibles para un trabajo más productivo.

Por otro lado, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (1998), planteo la importancia de hacer todos los esfuerzos para que la formación se oriente significativamente al mundo del trabajo; para lo cual sugiere lo siguientes aspectos a considerar: a) el levantamiento de un mapa ocupacional consiste en inventariar los oficios existentes en una región o un sector de actividad, y en precisar las dos dimensiones que conforman cada ocupación esto es: 1) sus tareas o áreas de desempeño, 2) los tipos y niveles de calificación que aplican a dichas tareas. El mapa es una descripción sistematizada del mundo del trabajo y de las competencias laborales como son en un momento y un ámbito determinado; b) un programa de orientación vocacional democrática debe suministrar a todos la misma información. La secundaria debe mostrar el abanico completo de opciones laborales; c) un programa de intermediación laboral debe ir más allá del papel marginal y la concepción existencialista. En un mercado cada día más dinámico y más complejo, su contribución a la eficacia y la equidad de los ajustes, es más y más necesaria; d) análisis sectoriales que revelen las actividades promisorias, las tendencias al crecimiento o la obsolescencia, las inversiones en curso y demás indicadores referentes al empleo y a las necesidades de formación. Por su parte, los análisis ocupacionales permiten conocer los modos de organización del trabajo y establecer los cambios en las competencias laborales.

### **1.3. MARCO LEGAL**

En Colombia, en los años 68-69 surgen programas encargados de promover la Orientación psicoeducativa con los estudiantes, más adelante por Resolución No. 1084 del 26 de febrero de 1974, Ministerio de Educación Nacional, se crearon los servicios de Orientación y Asesoría Escolar para los establecimientos oficiales del país, este servicio estaba encargado de:

“a) Desarrollar acciones integradas de promoción de salud mental, especialmente a prevención primaria en cada una de las actividades educativas que se ejecuten.

b) Promover actividades para que el alumno pueda alcanzar un conocimiento adecuado de sí mismo y obtenga el máximo provecho de sus experiencias escolares.

c) Brindar al estudiante asesoría para facilitar el adecuado desarrollo personal, correcta Orientación Vocacional y positiva integración al medio escolar, familiar y social.

d) Estimular al establecimiento en la comunidad de servicios especializados para aquellos estudiantes que encuentren dificultades para el aprendizaje o para la convivencia en el grupo escolar, familiar o social.

e) Ofrecer al personal directivo y docente asesoría psicopedagógica para el mejor conocimiento de los educandos.

f) Facilitar la comunicación entre el colegio y el hogar y la comunidad con el fin de mejorar los procedimientos de la educación e integrar los planteles a la vida comunitaria”. (La verde, J. 2001)

En 1982 se reglamenta la Orientación escolar para los niveles de educación básica y media vocacional y se asignan las funciones de los docentes especialistas en esta área. En ella se considera la orientación escolar como “un componente del currículo que mediante acciones formativas, contribuye a favorecer en el estudiante la interpretación e integración de sus experiencias educativas en función de su desarrollo vocacional y social”. (La verde, J. 2001)

En este momento histórico los servicios de orientación y asesoría escolar estaban reglamentados por el Ministerio de Educación Nacional proponiendo tres aspectos básicos: la Orientación Vocacional, la Orientación profesional y la Orientación personal en el desarrollo de las actividades; no obstante, la orientación escolar se limitaba a acompañar al estudiante a confrontar las dificultades que surgieran en su proceso de socialización y aprendizaje.

"Artículo 67. de la constitución nacional dice que La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social: con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

"La educación formara al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la practica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

"El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica"

"Artículo 68. Los particulares podrán fundar establecimientos educativos. La Ley establecerá las condiciones para su creación y gestión.

"La comunidad educativa participará en la dirección de las instituciones de educación.

"La enseñanza estará a cargo de personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica. La Ley garantiza la profesionalización y dignificación de la actividad docente.

"Los padres de familia tendrán derecho de escoger el tipo de educación para sus hijos menores. En los establecimientos del Estado ninguna persona podrá ser obligada a recibir educación religión".

Ley 30 de 1992 "Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior"

"ARTÍCULO 1o. La Educación Superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

"ARTÍCULO 2o. La Educación Superior es un servicio público cultural, inherente a la finalidad social del Estado".

\*Ley 115 de 1995 "Por la cual se expide la ley general de educación"

"ARTÍCULO 5o. FINES DE LA EDUCACIÓN. De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, la educación se desarrollará atendiendo a los siguientes fines:

- El pleno desarrollo de la personalidad sin más limitaciones que las que le imponen los derechos de los demás y el orden jurídico, dentro de un proceso de formación integral, física, psíquica, intelectual, moral, espiritual, social, afectiva, ética, cívica y demás valores humanos.
- La formación en la práctica del trabajo, mediante los conocimientos técnicos y habilidades, así como en la valoración del mismo como fundamento del desarrollo individual y social.
- La promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo"

#### "ARTÍCULO 26. SERVICIO ESPECIAL DE EDUCACIÓN LABORAL

El estudiante que haya cursado o validado todos los grados de la educación básica, podrá acceder al servicio especial de educación laboral proporcionado por instituciones educativas o instituciones de capacitación laboral, en donde podrá obtener el título en el arte u oficio o el certificado de aptitud ocupacional correspondiente<sup>1</sup>.

"El Gobierno Nacional reglamentará lo relativo a la organización y funcionamiento de este servicio que será prestado por el Estado y por los particulares.

"PARÁGRAFO" El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Icfes, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA y el sector productivo, establecerá un Sistema de Información y Orientación Profesional y Ocupacional que contribuya a la racionalización en la formación de los recursos humanos, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional".

#### "ARTÍCULO 36. DEFINICIÓN DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO, modificado ley 1064 de 2006.

La Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano es la que se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos en el Artículo 11 de esta Ley.

#### "ARTÍCULO 37. FINALIDAD, modificado ley 1064 de 2006.

La Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano se rige por los principios y fines generales de la educación establecidos en la presente ley. Promueve el perfeccionamiento de la persona humana, el conocimiento y la reafirmación de los valores nacionales, la capacitación para el desempeño artesanal, artístico,

recreacional, ocupacional y técnico, la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y la participación ciudadana y comunitaria".

#### "ARTÍCULO 75. SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN.

El Ministerio de Educación Nacional con la asesoría de la Junta Nacional de Educación, JUNE, establecerá y reglamentará un Sistema Nacional de Información de la educación formal, educación para el trabajo y el desarrollo humano, e informal y de la atención educativa a poblaciones de que trata esta ley. El Sistema operará de manera descentralizada y tendrá como objetivos fundamentales:

- a) Divulgar información para orientar a la comunidad sobre la calidad, cantidad y características de las instituciones.
- b) Servir como factor para la administración y planeación de la educación y para la determinación de políticas educativas a nivel nacional y territorial".

"ARTÍCULO 92. FORMACIÓN DEL EDUCANDO. La educación debe favorecer el pleno desarrollo de la personalidad del educando, dar acceso a la cultura, al logro del conocimiento científico y técnico y a la formación de valores éticos, estéticos, morales, ciudadanos y religiosos, que le faciliten la realización de una actividad útil para el desarrollo socioeconómico del país.

"Los establecimientos educativos incorporarán en el Proyecto Educativo Institucional acciones pedagógicas para favorecer el desarrollo equilibrado y armónico de las habilidades de los educandos, en especial las capacidades para la toma de decisiones, la adquisición de criterios, el trabajo en equipo, la administración eficiente del tiempo, la asunción de responsabilidades, la solución de conflictos y problemas y las habilidades para la comunicación, la negociación y la participación".

\*Ley 375 de 1997 "Por la cual se crea la ley de la juventud y se dictan otras disposiciones"

"ARTICULO 5o. FORMACION INTEGRAL Y PARTICIPACION, modificado ley 1064 de 2006. El Estado, la sociedad civil y los propios jóvenes crearán condiciones para que la juventud asuma el proceso de su formación integral en todas sus dimensiones. Esta formación se desarrollará en las modalidades de educación formal, Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, e informal y en su participación en la vida económica, cultural, ambiental, política y social del país.

"ARTICULO 10. EDUCACION. La educación escolar, extraescolar, formal y no formal, son un derecho y un deber para todos los jóvenes y constituyen parte esencial de su desarrollo.

"ARTICULO 29. CONCERTACION. El Estado y la sociedad civil, con la participación de los jóvenes concertarán políticas y planes que contribuyan a la promoción social, económica, cultural y política de la juventud a través de las siguientes estrategias:

- a) Complementar e incidir en el acceso a los procesos educativos formales, mejorando las oportunidades de desarrollo personal y formación integral en las modalidades de educación extraescolar, educación formal, no formal e informal;
- b) Mejorar las posibilidades de integración social y ejercicio de la ciudadanía por parte de los jóvenes;
- c) Garantizar el desarrollo y acceso a sistemas de intermediación laboral, créditos, subsidios y programas de orientación socio-laboral y de capacitación técnica, que permitan el ejercicio de la productividad juvenil mejorando y garantizando las oportunidades juveniles de vinculación a la vida económica, en condiciones adecuadas que garanticen su desarrollo y crecimiento personal, a través de estrategias de autoempleo y empleo asalariado;
- d) Impulsar programas de reeducación y resocialización para jóvenes involucrados en fenómenos de drogas, alcoholismo, prostitución, delincuencia, conflicto armado e indigencia.
- e) Ampliar el acceso de los jóvenes a bienes y servicios;
- f) El Estado garantizará progresivamente el acceso de los jóvenes a los servicios de salud integral".

"ARTICULO 30. CENTROS DE INFORMACION Y SERVICIOS A LA JUVENTUD. El Viceministerio de la Juventud impulsará la creación en los municipios de centros de información y servicios a la juventud, como espacios de formación y servicios, donde encuentren ambientes apropiados para su formación integral, se desarrollen programas y se apoyen sus iniciativas.

"El Gobierno Nacional a través del Sistema Nacional de Cofinanciación apoyará este programa.

"Los centros de información y servicios a la juventud estarán organizados directamente por los entes territoriales, o por las entidades privadas sin ánimo de lucro, mediante la celebración de contratos con aquellos o con otras entidades públicas, teniendo en cuenta la población juvenil de cada entidad territorial, así como también con el SENA".

"ARTICULO 37. MODALIDADES DE LA FORMACION. La formación integral de la juventud debe desarrollarse en las modalidades de educación extraescolar, y en las modalidades de educación formal, no formal e informal.

"La educación para el trabajo y el desarrollo humano tiene por objeto complementar, actualizar, suplir conocimiento y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados. Por educación informal se entiende como todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido,

provenientes de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres y comportamientos sociales".

"ARTICULO 39. CARACTERISTICAS DE LA FORMACION. La formación debe ser:

- Integral: Abarca las dimensiones que permiten a la juventud construir, expresar y desarrollar su identidad en los aspectos físicos, psíquicos, afectivo cognoscitivo y espiritual para participar de manera activa en la vida social.
- Auto formativo: La juventud debe asumir una relación con el ser y el saber y mediante el pensamiento, donde encuentre respuestas a sus intereses y logre apropiarse de los elementos que le faciliten el pleno desarrollo de sus potencialidades, permitiendo construir de esta forma una vida creativa y participativa que redunde en beneficio de la sociedad.
- Progresiva: Conforme a la evolución psicosocial del joven, se deben elaborar estrategias que les permitan interactuar de una manera crítica, reflexiva y propositiva con la sociedad.
- Humanista: Mediante un permanente diálogo promover el respeto, la tolerancia y la autonomía de la juventud para aportar en la creación de una sociedad democrática, pacifista y pluralista en donde se reconozcan y legitimen todos los valores que determinan al ser humano.
- Permanente: Es un esfuerzo que cubre toda la vida".

"ARTICULO 40. SUJETOS DE LA FORMACION INTEGRAL JUVENIL.

Son sujetos de la formación integral juvenil, las entidades del sistema educativo que preparen programas en este sentido, las entidades públicas, privadas y organismos no gubernamentales, que desarrollen actividades formativas y recreativas que abarquen la educación no formal, informal y extraescolar; los padres y madres de familia que, de una u otra forma se vinculen a las mencionadas actividades; los propios jóvenes, y los medios de comunicación".

Decreto 249 de 2004

El Decreto 249 de 2004 "por el cual se modifica la estructura del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA" asigna al Consejo Directivo Nacional, la función de reglamentar la organización y operación del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo, así como los Subsistemas de Acreditación y Pertinencia".

Documento Conpes 81 de 2004

Este documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social denominado "consolidación del sistema nacional de formación para el trabajo en Colombia" manifiesta que se requiere una educación media que integre el conocimiento

general con la educación vocacional, lo cual permite la continuación de estudios superiores o una mejor elección para la formación orientada a su vida laboral.

El documento señala que "la educación media en Colombia, sigue privilegiando la separación y jerarquización entre las modalidades académica y técnica, considerando a esta última de menor estatus social y académico, orientada a sectores de la población de menor ingreso y ocupaciones de baja remuneración. De esta forma, los jóvenes terminan la educación secundaria sin ninguna habilidad ocupacional y con bajas competencias generales que le permitan continuar su línea de formación de manera más adecuada o insertarse al mundo laboral con mayores perspectivas.

El Sistema Nacional de Formación para el Trabajo en Colombia es la estructura que deberá articular la oferta de formación para el trabajo, conformada por gremios, empresas, organizaciones de trabajadores, entidades de formación para el trabajo o de educación no formal, cajas de compensación familiar, entidades de educación media, técnica profesional, tecnológica, universidades y entidades gubernamentales, siempre y cuando desarrollen programas de formación para el trabajo y/o de formación continua debidamente acreditados en el marco del SNFT, tomando como referente las normas de competencia laboral colombianas, con el fin de definir e implementar políticas y estrategias para el desarrollo y calificación de los recursos humanos del país.

#### Decreto 2020 de 2006

El Decreto 2020 de 2006 por medio del cual se organiza el Sistema de Calidad de Formación para el Trabajo, define la formación para el Trabajo y el desarrollo Humano como "el proceso educativo formativo, organizado y sistemático, mediante el cual las personas adquieren y desarrollan a lo largo de su vida competencias laborales, específicas o transversales, relacionadas con uno o varios campos ocupacionales referidos en la Clasificación Nacional de Ocupaciones, que le permiten ejercer una actividad productiva como empleado o emprendedor de forma individual o colectiva".

La ley 1064 de 2006 "por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación para el trabajo y el desarrollo humano en la ley general de educación" dispuso que se reemplace la denominación de Educación no formal contenida en la normatividad existente por Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano y que el Estado reconozca este servicio educativo como factor esencial del proceso educativo de la persona y componente dinamizador en la formación de técnicos laborales y expertos en las artes y oficios.

El Artículo 13 de la ley 1014 de 2006 acerca del emprendimiento, plantea la Enseñanza obligatoria que indica que en todos los establecimientos oficiales o

privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.
3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial" que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.
4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia

Decreto 2888 de 2007

Según el decreto 2888 de 2007 "por el cual se reglamenta la creación, organización y funcionamiento de las instituciones que ofrezcan el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano, antes denominado educación no formal, se establecen los requisitos básicos para el funcionamiento de los programas y se dictan otras disposiciones" contempla que el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano comprende la formación permanente, personal, social y cultural, que se fundamenta en una concepción integral de la persona, que una institución organiza en un proyecto educativo institucional, y se estructura en currículos flexibles sin sujeción al sistema de niveles y grados propios de la educación formal.

El Decreto 1860 de 1994, por el cual se reglamenta parcialmente la ley 115 de 1994 establecida por el Ministerio de Educación Nacional, en los aspectos pedagógicos y organizativos generales, señala en su artículo 40 que "En todos los establecimientos educativos se prestará un servicio de orientación estudiantil que tendrá como objetivo general el de contribuir al pleno desarrollo de la personalidad de los educandos, en particular en cuanto a:

- a. La toma de decisiones personales;
- b. La identificación de aptitudes e intereses;
- c. La solución de conflictos y problemas individuales, familiares y grupales;

- d. La participación en la vida académica, social y comunitaria;
- e. El desarrollo de valores y principios;
- f. Las demás relativas a la formación personal de que trata el artículo 92 de la ley 115 de 1994" establecida por el Ministerio de Educación Nacional.

A partir de esta disposición normativa, en todos los colegios, se da una orientación vocacional con su misma planta de docentes, dentro los cuales no siempre se cuenta con personal especializado en la materia, lo cual va en detrimento del tipo de asesoría que actualmente se requiere.

La Orientación Vocacional y profesional se determinó a la asignatura de vocacionales donde se estimulaba el buen uso del tiempo libre y el desarrollo de habilidades artísticas, motricidad fina y labores.

En 1994 se hacen ajustes y disposiciones a la Ley General de Educación realizando las últimas consideraciones y reformas que tienen como objetivo contribuir al pleno desarrollo de la personalidad de la población infantil y juvenil, aprobando el decreto 1860 del 3 de Agosto de 1994, por el cual se reglamenta parcialmente la ley 115 de 1994, que en su artículo 40 dice:

Teniendo en cuenta los antecedentes legales, se puede aseverar que la legislación educativa avala el programa de Orientación Vocacional y promueve su inclusión en los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) garantizando así, su continuidad y favoreciendo la institucionalización del mismo.

## **2. ESTUDIO DEL MERCADO**

### **2.1. OBJETIVOS**

#### **2.1.1. General**

Realizar un análisis de una muestra de población, para determinar cuál es la oferta, demanda, canales de distribución, segmentación del mercado, la posición y la aceptación del SERVICIO DE ORIENTACION VOCACIONAL Y PROFESIONAL, para estudiantes de secundaria en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

#### **2.1.2. Específicos**

- Establecer el conocimiento, impacto y necesidad que los padres de familia y estudiantes acerca de un Programa de Orientación Vocacional y Profesional.
- Identificar el mercado potencial y objetivo al cual será dirigido el servicio de Orientación Vocacional y Profesional.
- Realizar una investigación de mercados que permita identificar la viabilidad del servicio de Orientación.
- Establecer la demanda que el Servicio de Orientación tiene en el mercado.
- Determinar la oferta y competencia existente en el mercado de la Orientación profesional y vocacional.
- Determinar los canales de comercialización del Servicio.
- Conocer los precios que los usuarios estarían dispuestos a pagar por el servicio de Orientación Vocacional y Profesional.

### **2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

#### **2.2.1. Definición, Usos y especificaciones del producto**

El Servicio de Orientación Vocacional y Profesional brinda a sus usuarios la posibilidad de conocer sus intereses y aptitudes, mediante un proceso de

autoconocimiento claro e innovador, que les permitirá identificar la carrera universitaria, tecnológica o técnica, arte u oficio que se ajuste a sus habilidades y de esta manera desarrollarse en el ámbito laboral como un buen profesional.

Vocación, viene del latín vocare que significa llamar, define que la vocación es la llamada que cada uno recibe para hacer algo en la vida; refiere que esta llamada viene de la familia, los amigos, los propios gustos y de la publicidad.

La orientación vocacional es el proceso mediante el cual, orientadores, profesionales, docentes, padres de familia, amigos, comunidad le facilitan al bachiller o de primeros semestres de carrera reconocer sus intereses, aptitudes, valores y actitudes a través de un proceso.

La orientación vocacional es una correcta elección donde existen dos factores importantes:

Todos los individuos necesitan tener una clara comprensión de sí mismos, de sus aptitudes, intereses, ambiciones, recursos, limitaciones y sus causas.

Un reconocimiento de los requerimientos y condiciones de éxito, ventajas y desventajas, recompensas, oportunidades y perspectivas en diferentes líneas de trabajo.

La orientación profesional, es el proceso mediante el cual al estudiante se le orienta para que tome la decisión, ya sea de seguir una carrera técnica, tecnológica o universitaria, o en el caso de estar terminando sus estudios, que carrera continuar o con estudios de postgrado o entrar en el mundo laboral, logrando integrar sus relaciones personales y sociales en las que se encuentre y a la vez que logre reconocer el contexto de desarrollo económico, social y científico en el cual se mueve la sociedad.

Nuestra propuesta está encaminada a que el orientador vaya de la mano con el estudiante dentro de los procesos individuales y colectivos que se realizan dentro de su proceso de orientación vocacional y profesional.

En cuanto a las funciones y las tareas del orientador o profesional, éste debe conciliar entre la calidad y cantidad de actividades que realiza dentro del proceso de orientación como la aplicación de pruebas y test que le permitan determinar la vocación del estudiante, dado que, si no las conecta, en el espacio donde participan docentes, padres de familia, amigos, comunidad y universidad, no se pueden potencializar.

El proceso de orientación implica conocerse así mismo, elegir una profesión, arte u oficio, ingresar a una organización de educación, progresar en la vida formativa y ubicarse laboralmente; esta continuidad está medida por la capacidad del

orientador para integrar los acuerdos desde la sociedad en la cual participa el joven.

El orientador o profesional puede potencializar, como funciones prioritarias:

Apoyo emocional, entendido como la forma en que los jóvenes reciben y utilizan el acompañamiento de sus amigos, padres y docentes.

La búsqueda de sentidos y conexiones de la información que recibe, para clasificarla, priorizarla, desecharla.

La prospectiva de las carreras, artes u oficios y los campos laborales que dado el desarrollo del país son más probables y equilibran con su desarrollo personal y profesional futuro.

El desarrollo de competencias socio afectivas, interaccionales, que le permitan adaptarse y ajustarse a la cultura universitaria y laboral, realizando otras actividades con la familia de acuerdo a su nueva condición de su hijo universitario o trabajador.

El proceso de orientación contendrá además un modulo de formación para el emprendimiento.

Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia.
- c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo.
- d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

**Tabla 1. Descripción del servicio**

Asedsa Ltda.	Prestara el proceso de orientación vocacional y profesional a través de entrevistas y pruebas donde se trabajan los siguientes aspectos
Conocimiento de sí mismo:	Afianzamiento de la identidad e integración grupal. Exploración de intereses, valores, motivaciones, Aptitudes y limitaciones.
Conocimiento de la realidad vocacional-ocupacional/ laboral	Búsqueda y análisis de información sobre programas (contenidos, alcances del título, salida laboral y Universidades). Ocupaciones e instituciones educativas.
Proceso de decisión y construcción de proyectos personales	Corrección y elaboración de fantasías, prejuicios y estereotipos que pueden obstaculizar la elección vocacional con el objetivo de mejorar las condiciones en que se realiza la elección.
Encuesta de las carreras y universidades de Interés	Instrumento para sondear y manejar un registro de las carreras en que están interesados los alumnos. La encuesta maneja un máximo de tres opciones de carreras de su interés; así como tres universidades en las que les gustaría estudiar. Los datos obtenidos ayudan para la organización de actividades de apoyo a la elección vocacional entre las cuales de encuentran la feria de universidades y el ciclo de conferencias con profesionales.
Información Profesiográfica	Información detallada sobre las opciones educativas que ofrecen las instituciones, los diversos planes de estudio profesional y nivel técnico o tecnológico, el perfil del egresado, así como de la demanda generada para cada una de las carreras y el grado de saturación de las opciones profesionales. Folletos o trípticos sobre programas.

### 2.2.2. Productos sustitutos

- Las universidades privadas prestan un servicio de orientación en el cual dan a conocer a los estudiantes las carreras existentes en ella, aplican un test e inducen a los estudiantes a elegir alguna de las carreras de esta universidad.
- Los orientadores escolares realizan talleres grupales de conocimiento de carreras, universidades, intercambios escolares y otros aspectos importantes para el desarrollo de una carrera profesional a futuro.
- Los programas PRE-ICFES, orientan a los jóvenes en el conocimiento de carreras, profesiones, universidades.
- Profesionales independientes, tales como psicólogos y terapeutas ocupacionales, prestan el servicio más completo de los existentes en el mercado, ya que brinda y información y aplica test personalizados.

### **2.2.3. Productos Complementarios**

- Servicio de asesoría y refuerzo escolar para las áreas del conocimiento en las cuales se ve mayor deficiencia en los estudiantes.
- Servicio de psicología para refuerzo de autoestima y otros aspectos importantes en la formación integral.
- Programas PRE – ICFES, que preparen al estudiante para lograr el ingreso a la universidad.

### **2.2.4. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia**

Se ha observado en el estudio realizado previamente, que los servicios profesionales ofrecidos en la actualidad, en el Área Metropolitana de Bucaramanga, son desarrollados de una manera aislada, dependiendo de la profesión de quien la realice. Un ejemplo claro es el servicio ofrecido por un psicólogo, que aunque aporta un componente importante en el proceso de orientación, deja fuera de la valoración los aportes que podría dar la evaluación de un terapeuta ocupacional y de la misma manera en el caso contrario.

ASEDSA cuenta con personal interdisciplinario altamente capacitado, que puede asumir el rol de orientador no solo en lo que respecta a la vida formativa y laboral, sino a lo que tiene que ver netamente con su vida personal.

Se trata entonces de acompañar a los estudiantes hacia elecciones más sanas, serias y comprometidas vistas desde un modelo sistémico, que permita realizar esta orientación desde varios puntos de vista, y lo mas completa posible.

Entendemos la elección de carrera, arte u oficio y la Orientación Vocacional y profesional como un complejo proceso de aprendizaje, referido a las opciones educativas y también a los proyectos personales, para cumplir satisfactoriamente la misión que cada uno tiene en la vida. Los orientadores participan y acompañan, incluyendo y transformando, a través del diálogo y la escucha activa. De tal modo, se propende a descubrir cada uno de los estudiantes, una ocupación o trabajo que llegue a dignificar nuestra condición humana.

Otro elemento diferenciador del servicio ofrecido por ASEDSA respecto al servicio ofrecido en la actualidad por los profesionales de la ciudad tiene que ver con el conocimiento de las ofertas educativas tanto del Área Metropolitana como del país e inclusive del exterior, así como los medios que existen para obtener los recursos económicos para realizar los estudios. En la investigación efectuada a estos servicios, se pudo determinar que este ítem no se trata de una manera profunda y formal.

ASEDSA plantea un modulo completo en el cual se dan las informaciones pertinentes para obtener claridad acerca de estos dos elementos. Se da la información acerca los establecimientos educativos en los cuales se encuentra cada carrera universitaria, tecnológica o técnica, escuelas de artes u oficios y los establecimientos que ofrecen créditos educativos, becas o ayudas a los estudiantes. ASEDSA está siempre preocupada en acompañar el aprendizaje del ser, del querer ser, la elección del hacer y de con quién compartir, porque ha investigado cómo se aprende.

En Colombia observamos con preocupación la poca posibilidad de acceder al mundo laboral por parte de los profesionales recién egresados; en este sentido, ASEDSA plantea un modulo en el cual se darán herramientas para generar en los estudiantes cultura de emprendimiento, que los invite a desarrollar competencias encaminadas a construir empresa, vender servicios a partir de la búsqueda de nuevas oportunidades laborales, y no a optar por cambiar su sueño al no encontrar un empleo.

## **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

### **2.3.1. Mercado potencial**

Población estudiantil de colegios públicos y privados del área metropolitana de Bucaramanga, que cursen los grados entre sexto y undécimo.

### **2.3.2. Mercado objetivo**

Los padres de Familia, acudientes o tutores de los 118.338 estudiantes de secundaria de los colegios públicos y privados del Área Metropolitana de Bucaramanga.

## **2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS**

### **2.4.1 La Demanda**

#### **2.4.1.1. Planteamiento del problema**

Al terminar su ciclo de formación media, los jóvenes se enfrentan a un problema de alta complejidad que consiste en escoger cuál va a ser su preparación profesional, técnica o tecnológica que le permitirá, años más tarde, desarrollar una actividad económica acorde con sus capacidades físicas e intelectuales.

Tal decisión, en la que influyen factores múltiples como son los recursos económicos con que se cuentan, la oferta educativa, la influencia familiar y la

opinión de terceros, entre otros, es definitiva y marca el resto de su vida de manera positiva o negativa; por esta razón, el resultado debe ser producto de la iniciativa propia y del discernimiento de la persona, y sólo puede darse si se ha examinado de manera crítica la información suficiente y pertinente. Tal escogencia, que generalmente es cuestionada por la corta edad a la que se egresa de la secundaria y por la falta de experiencia del estudiante, termina, en la mayoría de los casos, delegándose en otras personas.

Una carrera de formación, ya sea técnica profesional, tecnológica o universitaria, o la educación para el empleo y el desarrollo humano, seleccionada adecuadamente, permite a corto plazo que el estudiante se sienta identificado plenamente con lo que hace, y que obtenga un rendimiento académico alto e incursionen en campos como la investigación con una repercusión positiva en la calidad misma de la educación, además de aprovechar de una manera más adecuada la oferta de subvenciones y créditos educativos que actualmente existen. Adicionalmente a futuro, y una vez superado el ciclo de formación que haya elegido, tendrá mayores posibilidades de establecer una empresa y de ser más creativo frente a los diferentes problemas que propone el mercado laboral.

Pero el proceso de orientación vocacional y profesional no se inicia cuando termina la educación media, pues una buena elección no pueda darse de un día para otro, sino que debe hacerse desde los primeros años de educación, a través de la exploración dirigida de los gustos del alumno y el reenfoque de su proceso de formación hacia temas afines a sus intereses, aptitudes y preferencias, factores que deben armonizarse con el contexto en el que se forja su personalidad.

La improvisación y la decisión de última hora, en un proceso serio de formación, no son concebibles desde ningún punto de vista pues tal desacierto tiene repercusiones negativas para la sociedad, la familia y el joven. Es posible que un aspirante que no haya recibido orientación vocacional y profesional, o que la suministrada no sea técnicamente adecuada, deba improvisar en su carrera o ubicarse en la correcta a través del ensayo y el error, perdiendo tiempo y dinero.

#### **2.4.1.2. Necesidades de información**

Para lograr los objetivos propuestos en el desarrollo de este Estudio de Mercados, se debe:

- Realizar una reunión con padres de familia y estudiantes en donde a través de una charla acerca de cómo orientar a sus hijos en la toma de decisiones respecto a una carrera profesional, se recolecten datos que permitan cuantificar la necesidad que las familias manifiestan respecto a un proceso de Orientación Vocacional y Profesional para los estudiantes.

- Recolección de datos estadísticos de estudiantes de secundaria del Área Metropolitana de Bucaramanga, a través de entidades que posean este tipo de información.
- Realizar una encuesta a padres de familia de estudiantes de colegios del Área Metropolitana de Bucaramanga, que permitan conocer datos relevantes respecto al interés de adquirir un Servicio de Orientación Vocacional y profesional.
- Datos y fuentes estadísticas de los estudiantes de secundaria en el Área Metropolitana de Bucaramanga.
- Realizar un sondeo y análisis de las entidades y personas existentes en el mercado, que preste el Servicio de Orientación Vocacional y Profesional.
- Realizar un sondeo de los canales de distribución que podrían ser utilizados en el Servicio ofrecido en este proyecto.
- Conocer los precios que los padres de familia estaría dispuestos a pagar por el servicio.

#### 2.4.1.3. Ficha Técnica de la demanda

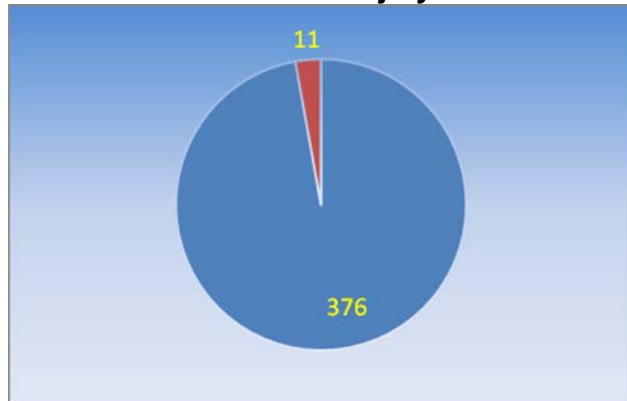
**Tabla 2. Ficha Técnica de la demanda**

Tipo de investigación	Exploratoria, ya que existe poca información respecto a esta temática
Método de investigación	Análisis, ya que hay que sacar conclusiones de los datos obtenidos
Fuentes de información	Primarias: Padres de familia, estudiantes, docentes y rectores. Secundarias: Secretarías de educación y DANE.
Técnicas de investigación	Encuesta
Instrumento para recolectar la información	Cuestionario estructurado
Modo de aplicación	Dirigida, directa
Definición de población	Padres de familia de estudiantes de secundaria del Área Metropolitana de Bucaramanga
Determinación de la muestra	Aleatorio: $118.870 * 306.70$ 387 Padres de Familia
Marco muestral o censal	Por estrato socio-económico
Alcance	Área Metropolitana de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Siete días. Marzo 8 al 15 de 2010

#### 2.4.1.4. Resultados del trabajo de campo:

Para tabular los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta dirigida a padres de familia de estudiantes de secundaria del Área Metropolitana de Bucaramanga no se utilizó ningún programa especializado, pero si se usó el programa el programa Excel para la organización de la información.

**Figura 1 Han hablado su hijo y usted del futuro**

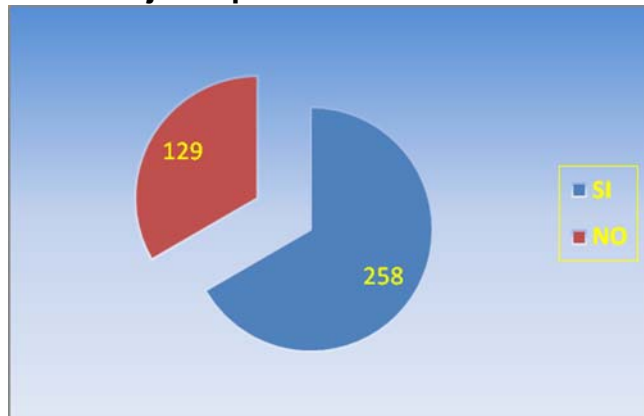


a. Este resultado indica que el 97% de las familias en algún momento y por lo menos en una ocasión a tratado el tema del futuro de sus hijos al terminar la secundaria, lo que indica que es una preocupación constante dentro de los grupos familiares

**Cuadro 1. Han hablado su hijo y usted**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	258	129	387
Porcentaje	0,67%	0,33%	1.00

**Figura 2 Su hijo ha planificado las acciones a seguir**

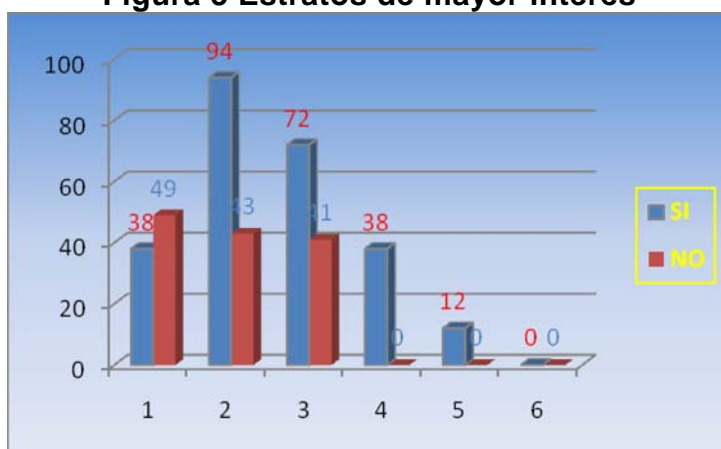


- b. Aunque es un porcentaje alto, solo el 67% de los estudiantes de secundaria de las familias encuestadas tienen planeado su quehacer futuro, lo que indica que el restante porcentaje aun no tiene definido su futuro a partir de la finalización de la secundaria.

**Cuadro 2 Su hijo ha planificado las acciones a seguir**

	SI	NO	TOTAL
Porcentaje	0,97	0,03	1.00
Frecuencia	376	11	387

**Figura 3 Estratos de mayor interés**

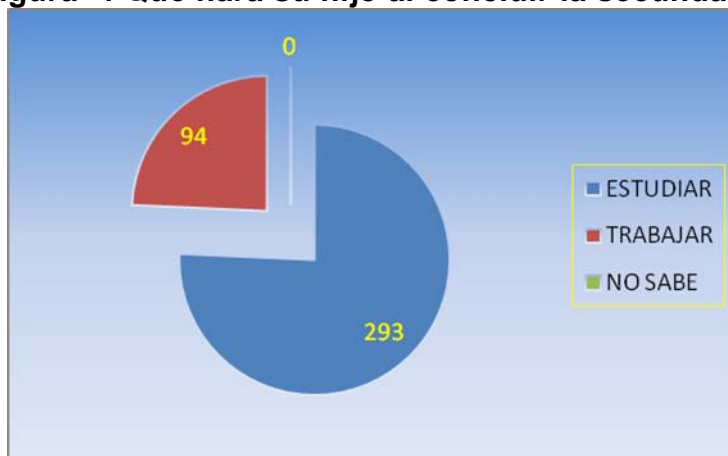


- c. Los estratos 1, 2, 3, son los que presentan mayor falta de Planeación estratégica de vida, o han presentado menor interés en la proyección de su futuro. Los estratos 4 y 5 presentan mayor interés y apoyo tanto familiar como en el colegio, aunque se realiza de forma empírica, no profesional. Esto concluye que la necesidad del servicio de orientación vocacional y profesional se encuentra en todos los estratos socioeconómicos.

**Cuadro 3 Estratos de mayor interés**

ESTRATO	1	2	3	4	5	6
SI	38	94	72	38	12	0
NO	49	43	41	0	0	0

**Figura 4 Qué hará su hijo al concluir la secundaria**

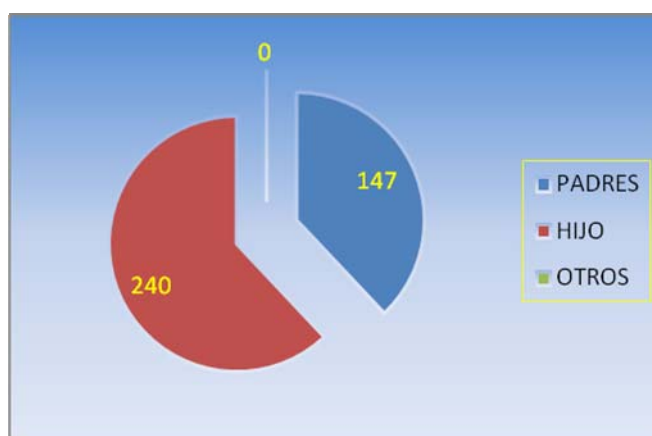


d. El 0.76 % van a desarrollar una carrera universitaria, tecnica o tecnologica. El restante porcentaje ve como unica alternativa trabajar, basados generalmente en la necesidad de dinero para mejorar calidad de vida y en la falta de informacion acerca de creditos educativos y entidades de bajo costo como el SENA.

**Cuadro 4 Qué hará su hijo al concluir la secundaria**

	ESTUDIAR	TRABAJAR	NO SABE	TOTAL
Frecuencia	293	94	0	387
Porcentaje	0,76	0,24	0,00	1,00

**Figura 5 Decisión sobre el futuro profesional de su hijo**

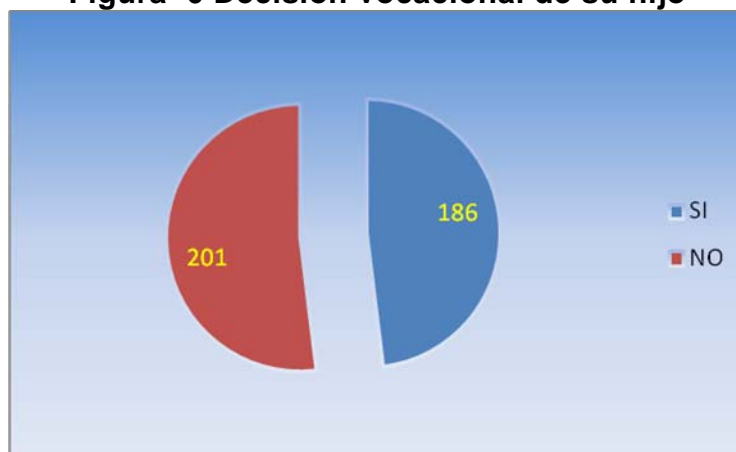


e. Los padres de familia, en un gran porcentaje, aun consideran que la elección vocacional que sus hijos tomen debe estar basada en sus opiniones y preferencias (de los padres) El porcentaje restante, considera que esta decisión debe ser autónoma y basada en las preferencias del hijo. Esto Indica que el programa de orientación vocacional debe incluir de manera permanente a los padres de familia.

**Cuadro 5 Decisión sobre el futuro profesional de su hijo**

	PADRES	HIJOS	OTROS	TOTAL
Porcentaje	0.62%	0.38%	0	1.00
Frecuencia	240	147	0	387

**Figura 6 Decisión vocacional de su hijo**



f. El 52% de los encuestados no sienten preocupación por la decisión o elección vocacional y profesional que tomen sus hijos.

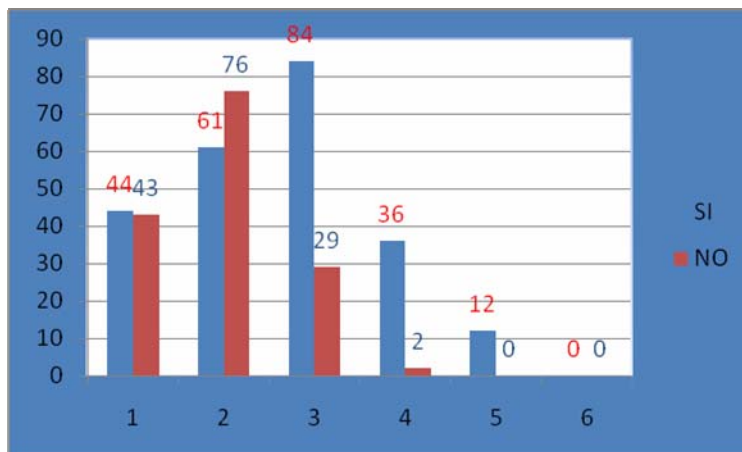
La mayoría de estas personas sienten que, en su momento, los jóvenes van a tomar la decisión acertada basada en la educación y los principios inculcados en la casa y en el colegio

En lo que hace referencia a la distribución por estratos, la encuesta arrojó los siguientes datos:

**Cuadro 6 Decisión vocacional de su hijo**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	201	186	387
Porcentaje	0,52%	0,48%	1.00

**Figura 7 Desinterés de los padres de familia**

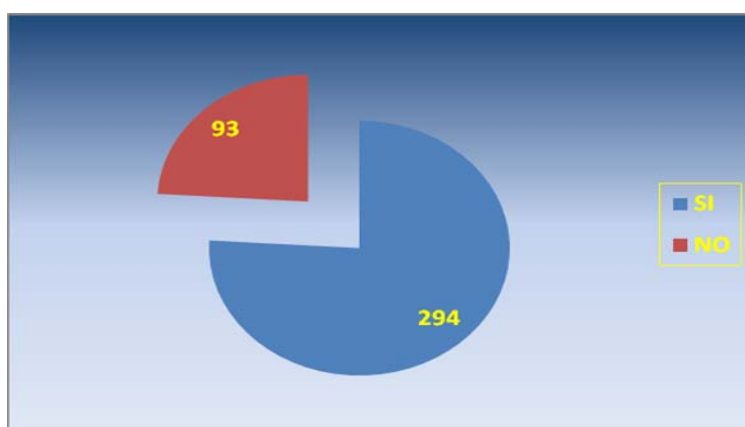


g. Es el estrato 2 en el cual se observa mayor despreocupación y desinterés de parte de los padres en lo que respecta al futuro inmediato de los hijos. Por el contrario en los estratos 4 y 5 los padres manifiestan preocupación constante en este sentido.

**Cuadro 7 Desinterés de los padres de familia**

	1	2	3	4	5	6
SI	44	61	84	36	12	0
NO	43	76	29	2	0	0

**Figura 8 Necesidad de Orientación Vocacional**



h. Acerca de la necesidad de orientación vocacional en el proceso de formación de sus hijo , el 76% respondieron afirmativamente, aunque plantearon que esta

orientación la podía dar un profesor, los padres de familia e incluso hasta los amigos y familiares.

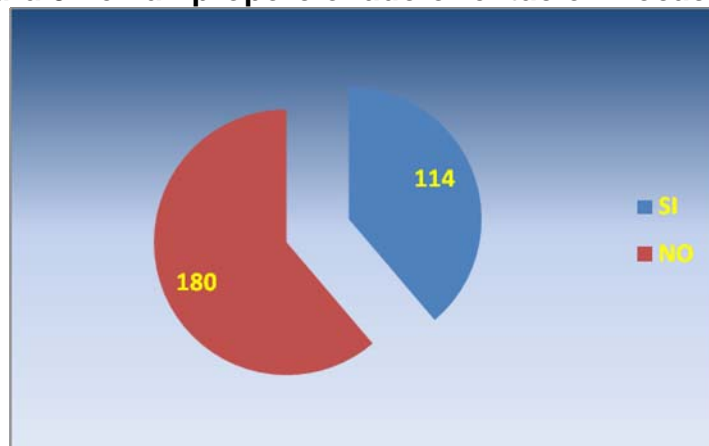
Solo una minoría considero que este proceso debe ser realizado por personal profesional y formado en la materia.

A partir de la pregunta 7, la encuesta se aplico solo a las personas que manifestaron la necesidad de que su hijo o hija reciba orientación vocacional.

**Cuadro 8 Necesidad de Orientación Vocacional**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	294	93	387
Porcentaje	0,76%	0,24%	1.00

**Figura 9 Le han proporcionado orientación Vocacional**

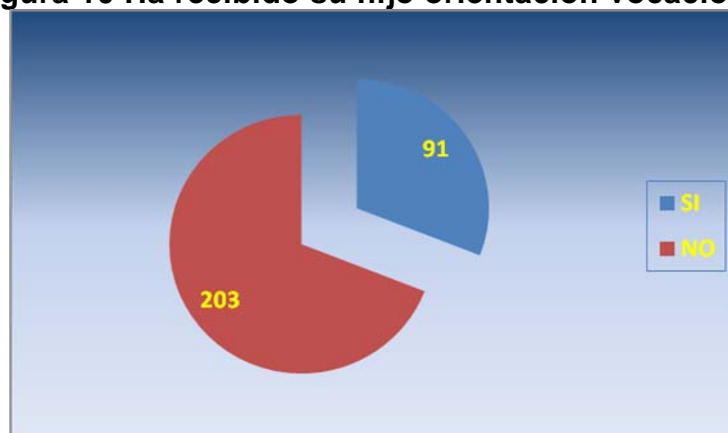


i. Esta pregunta permite conocer que el 61% de los colegios no estan prestando, o los padres no conocen que se preste, el servicio de orientacion vocacional y profesional, lo que abre un gran espacio para el ejercicio de una empresa especializada en orientacion vocacional y profesional.

**Cuadro 9 Le han proporcionado orientación Vocacional**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	114	180	294
Porcentaje	0,39%	0,61%	1.00

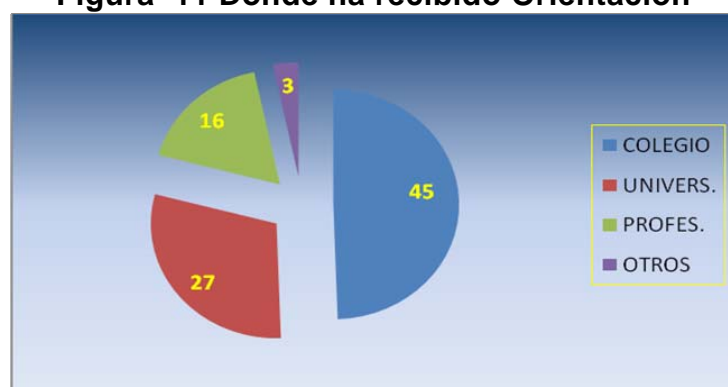
**Figura 10 Ha recibido su hijo orientación vocacional**



**Cuadro 10 Ha recibido su hijo orientación vocacional**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	91	203	294
Porcentaje	0,31%	0,69%	1.00

**Figura 11 Donde ha recibido Orientación**



j. Tan solo el 31% de los estudiantes de secundaria en el Área Metropolitana de Bucaramanga han recibido orientación profesional, aunque aproximadamente en un 80% de los casos esta orientación ha sido de manera superficial, poco técnica y desarrollada por personal no idóneo para esta práctica. Solo un 18% la ha recibido de personas capacitadas para esta labor.

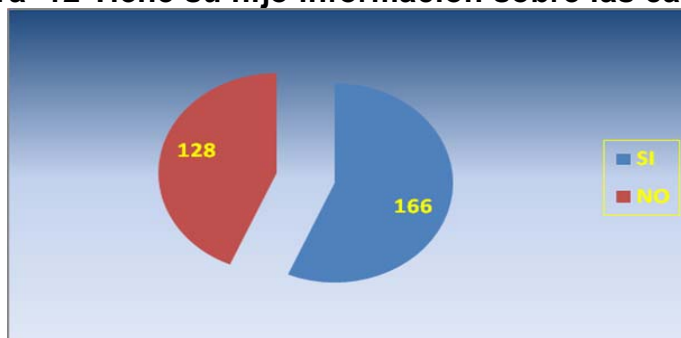
En los estratos 3, 4, y 5 donde se puede observar mayor interés en el desarrollo de acciones que contribuyan a la Orientación Vocacional y Profesional de los estudiantes, aunque como se decía anteriormente de forma superficial y poco tecnificada.

Este indicador pone de manifiesto que el mercado para una empresa de servicios de Orientación Vocacional y profesional está abierto.

**Cuadro 11 Donde ha recibido Orientación**

	COLEGIO	UNIVERS.	PROFES.	OTROS	TOTAL
Frecuencia	45	27	16	3	91
Porcentaje	0,49%	0,30%	0,18%	0,03%	1,00

**Figura 12 Tiene su hijo información sobre las carreras**

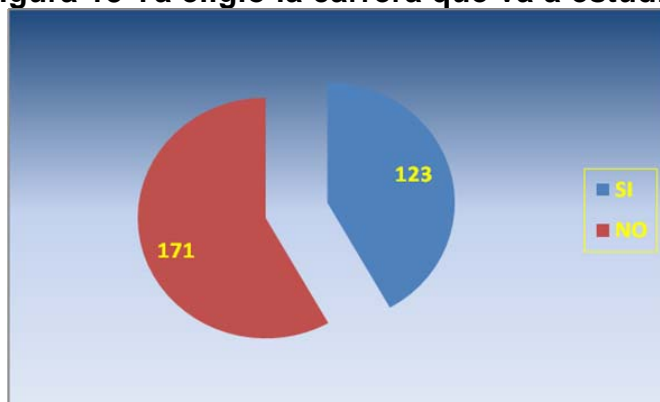


k. El 44% de los alumnos de los colegios del Area Metropolitana de Bucaramanga no tienen la adecuada información acerca de las carreras ofrecidas, tanto a nivel local como a nivel nacional. Esto se debe, generalmente, a que las universidades y departamento de orientacion de los colegios, centran esta informacion solo en alumnos de undecimo grado.

**Cuadro 12 Tiene su hijo información sobre las carreras**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	166	128	294
Porcentaje	0,56	0,44	1

**Figura 13 Ya eligió la carrera que va a estudiar**



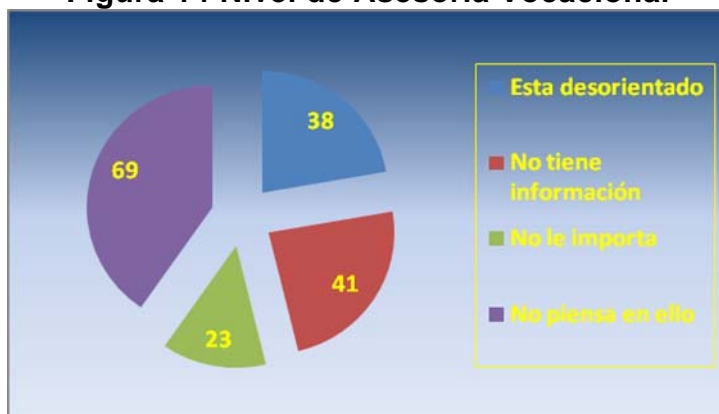
I. Aun sin contar con las herramientas y elementos necesarios para tomar la decisión acerca de la elección profesional, el 42% de los estudiantes ya tomaron esta decisión basados principalmente en la moda o preferencias tanto de los padres como de los hijos

Al igual que en cuestionamiento anterior, el estrato socioeconómico es indiferente, aunque se puede observar coherencia en el estrato 5, donde se tiene la información necesaria y ya se tomó la decisión.

**Cuadro 13 Ya eligió la carrera que va a estudiar**

	SI	NO	TOTAL
Frecuencia	123	171	294
Porcentaje	0,42	0,58	1

**Figura 14 Nivel de Asesoría Vocacional**



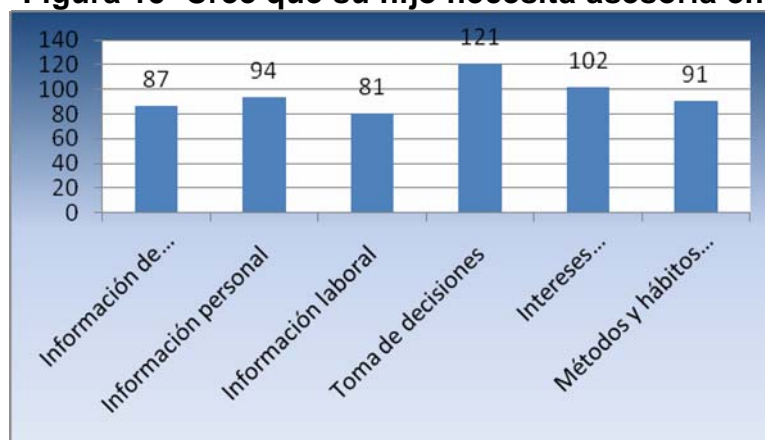
m. Los motivos por los cuales el 58% de los estudiantes no ha tomado la decisión acerca de su carrera profesional son diversos y generalmente asociados con la falta de asesoría por parte de personas encargadas de su formación ya sea padres o docentes.

**Cuadro 14 Nivel de Asesoría Vocacional**

Si la respuesta es no ¿por qué?

	Frecuencia	Porcentaje
Esta desorientado	38	0,22%
No tiene información	41	0,24%
No le importa	23	0,13%
No piensa en ello	69	0,40%

**Figura 15 Cree que su hijo necesita asesoría en**

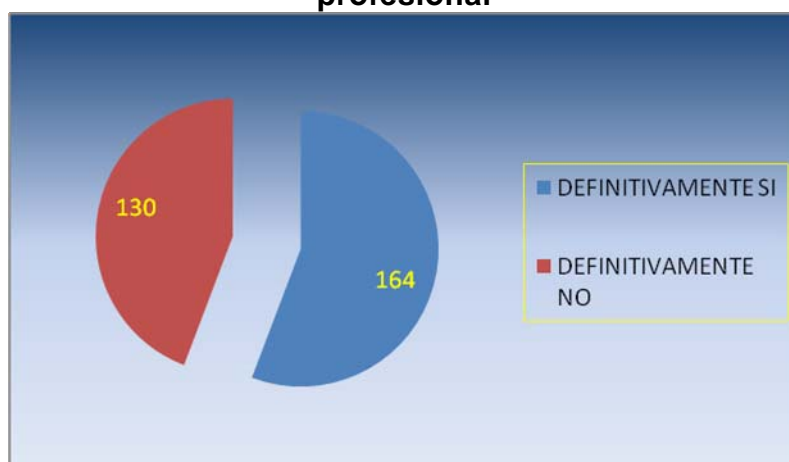


n. Todos los encuestados manifestaron presentar necesidades en uno o más de los temas ofrecidos dentro del paquete de servicios. Esto demuestra que existe una necesidad insatisfecha en esta población.

**Cuadro 15 Cree que su hijo necesita asesoría en**

	Frecuencia	Porcentaje
Información de carrera	87	0,51%
Información personal	94	0,55%
Información laboral	81	0,47%
Toma de decisiones	121	0,71%
Intereses vocacionales	102	0,60%
Métodos y hábitos de estudio	91	0,53%

**Figura 16 Disposición para que su hijo tome un curso de orientación profesional**



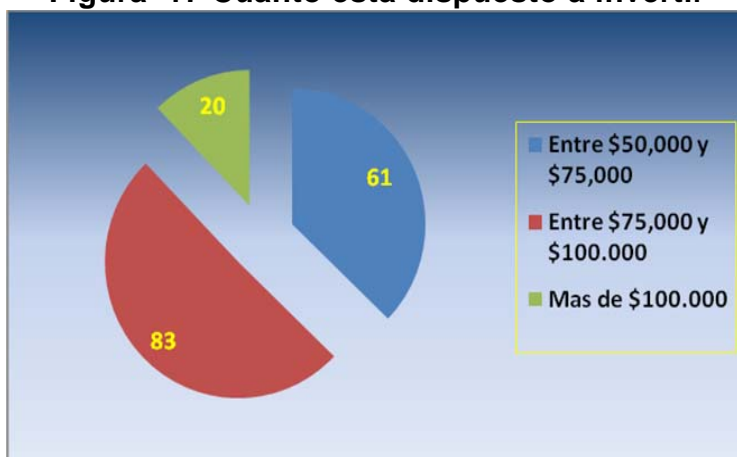
o. Basados en los resultados de esta pregunta se puede definir: Que el 56% de las familias encuestadas definitivamente comprarían el servicio sin poner ningún tipo de restricción. El 43% consideran innecesario el servicio y no lo comprarían bajo ninguna circunstancia.

La pregunta 13 de la encuesta se aplicó solo a las personas que manifestaron que definitivamente si comprarían el servicio de Orientación Vocacional y Profesional.

**Cuadro 16 Disposición para que su hijo tome un curso de orientación profesional**

	DEFINITIVAMENTE SI	DEFINITIVAMENTE NO	TOTAL
Frecuencia	164	130	294
Porcentaje	0,56%	0,445	1.00

**Figura 17 Cuanto está dispuesto a invertir**



p. El precio más aceptado por los entrevistados es entre \$ 50.000 y \$ 70.000. Esto se puede interpretar fácilmente ya que la mayoría de las personas que están dispuestos a comprar el servicio pertenecen a estratos medio – bajo. Aunque observando la distribución se podría pensar en tarifas diferenciales dependiendo del estrato socioeconómico.

**Cuadro 17 Cuanto está dispuesto a invertir**

	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$50,000 y \$75,000	61	0,37
Entre \$75,000 y \$100.000	83	0,51
Mas de \$100.000	20	0,12

#### Estimación de la demanda

N: 118.338

n: 387

El 76% de los encuestados consideran importante que sus hijos participen de un Programa de Orientación Vocacional y Profesional.

N: 89.937

El 56% de los padres que consideran importante que sus hijos participen de un Programa de Orientación Vocacional y profesional, definitivamente comprarían el Servicio sin ningún tipo de restricción.

El usuario compra el servicio una vez al año, por lo tanto la demanda es de 50.365 estudiantes.

#### Evolución histórica de la demanda

El servicio de orientación vocacional es reciente en la historia, solo desde la década de los treinta, se empezó a conocer por medio de los gobiernos la necesidad de realizar orientación a los estudiantes de los colegios, aunque acciones al respecto solo se tomaron en el año 1974, por medio del primer decreto que nombraba a los orientadores escolares.

Sin embargo, y a pesar de las buenas intenciones de los gobiernos, la asesoría vocacional y profesional, es un servicio incipiente, con la necesidad de ser explorado con mayor profundidad, de ser dado a conocer a los padres de familia como una necesidad de sus hijos para poder forjar un futuro acorde con sus expectativas.

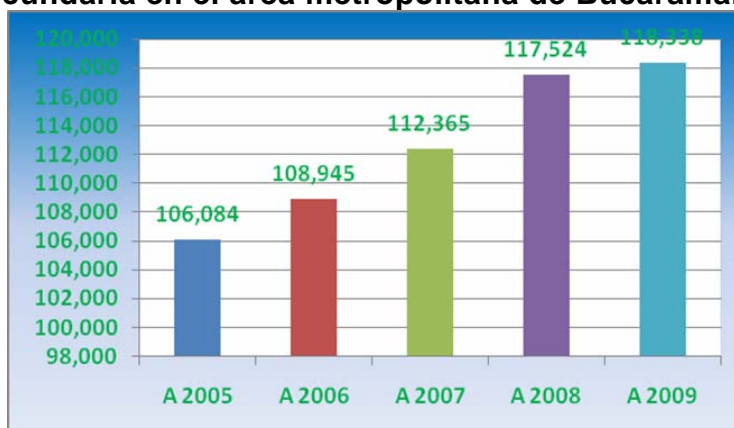
Desde inicios de la década de los noventa, con mayor frecuencia los padres han requerido de estos servicios, pero aun son mayoría los jóvenes que realizan su elección profesional sin contar con todos los argumentos necesarios para que esta sea la mejor. Según los datos suministrados por la Secretaria de Educación Departamental la evolución de la población de estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga es la siguiente:

**Cuadro 18 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga**

	2005	2006	2007	2008	2009
Porcentaje variación		2.7%	3.2%	4.6%	0.7%
POBLACION	106.084	108.945	112.365	117.524	118.338

OFERTA, Según la Sociedad de Orientadores de Santander, ASOE, los datos suministrados por las universidades y la secretaria de Educación Departamental, el consumo del Servicio de Orientación Vocacional ha variado de la siguiente manera:

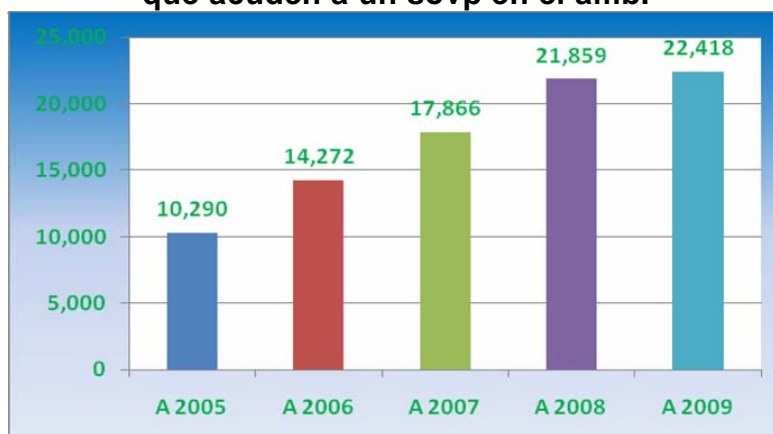
**Figura 18 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga**



**Cuadro 19 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria que acuden a un sov en el amb.**

	2005	2006	2007	2008	2009
Porcentaje variación					
Población %	9.7%	13.1%	15.9%	18.6%	18.9%
Total Población	10.290	14.272	17.866	21.859	22.418

**Figura 19 Evolución histórica de la cantidad de estudiantes de secundaria que acuden a un sov en el amb.**



## Proyección de la demanda

**Tabla 3 Proyección de la demanda**

$P (1+i)^n$ 2% P= 50.365
AÑO 1: $50.365 (1+0.02)^1 = 51.372$
AÑO 2: $50.365 (1+0.02)^2 = 52.399$
AÑO 3: $50.365 (1+0.02)^3 = 53.447$
AÑO 4: $50.365 (1+0.02)^4 = 54.516$
AÑO 5: $50.365 (1+0.02)^5 = 55.607$

**Cuadro 20 Proyección de la Demanda**

AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
50.365	51.372	52.399	53.447	54.516	55.607

**Figura 20 Proyección de la Demanda**



## **2.4.2. La Oferta**

En la actualidad la competencia en el mercado de la Orientación Vocacional y profesional está conformada por profesionales que prestan el servicio, generalmente, en consultorios privados.

Esta orientación es brindada por profesionales en diferentes áreas, tanto de humanidades como de la salud. Psicólogos y Terapeutas Ocupacionales realizan este tipo de orientación de una manera profesional, que además de realizar este tipo de asesoría se dedican a realizar otros tipos de procedimientos.

Cuentan con los test adecuados, y realizan los estudios personales necesarios para descubrir la vocación, las habilidades, gustos, preferencias y otros aspectos importantes precisos para desarrollarse de manera adecuada en el mundo profesional.

El costo promedio de los servicios prestados por los profesionales es de \$30.000 por sesión, y en promedio se requiere de 5 a 6 sesiones para obtener el diagnóstico.

El procedimiento que se usa de manera más común es el siguiente:

- Primera sesión: Entrevista inicial
- Segunda sesión: Aplicación de prueba
- Tercera sesión: Socialización de la prueba y resultados
- Cuarta sesión: Aplicación de prueba
- Quinta sesión: Socialización de la prueba y resultados
- Sexta sesión: Entrega de diagnóstico y socialización de la misma con los padres de familia, así como orientación de posibles sitios en los que se pueda estudiar.

### **2.4.2.1. Necesidades de información**

Además de lo anterior nosotros como una empresa de asesoría vocacional y profesión determinamos aspectos que serían importantes con respecto a la competencia.

- Reconocer las entidades que prestan el Servicio de Orientación Vocacional en el área Metropolitana de Bucaramanga.
- Conocer las características del servicio ofrecido por estas instituciones.
- Conocer el precio que se cobra por el servicio de Orientación Vocacional y Profesional.
- Calcular la cantidad de alumnos que reciben el servicio en cualquiera de estas instituciones.

También fortalezas que tiene la competencia.

- Instituciones con alto reconocimiento en el mercado
- Experiencia certificada
- Conocen la actividad en cuanto a asesorías educativas
- Cuentan con planta física dotada con tecnología.

#### 2.4.2.2. Ficha Técnica de la oferta

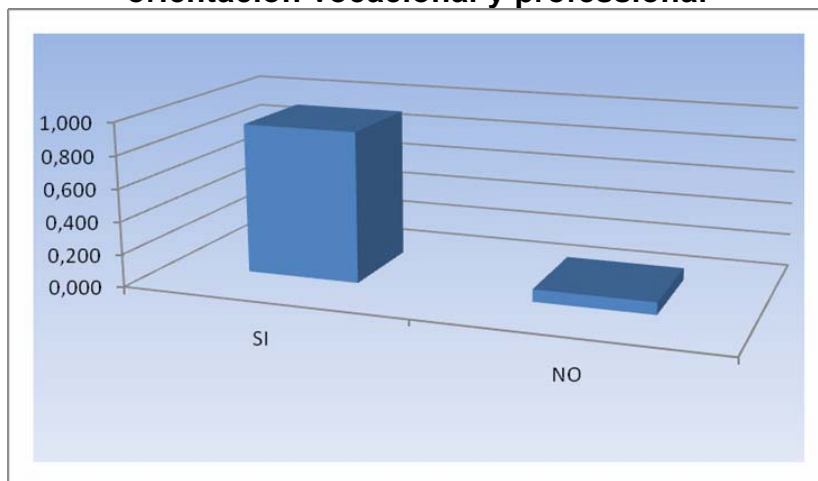
**Tabla 4 Ficha técnica de la oferta**

Tipo de investigación	Exploratoria, ya que existe poca información respecto a esta temática
Método de investigación	Análisis, ya que hay que sacar conclusiones de los datos obtenidos
Fuentes de información	Primarias: Psicólogos y terapeutas ocupacionales Secundarias: Secretarías de educación y DANE.
Técnicas de investigación	Encuesta
Instrumento para recolectar la información	Cuestionario estructurado
Modo de aplicación	Dirigida, directa, telefónica
Definición de población	Psicólogos y terapeutas ocupacionales del Área Metropolitana de Bucaramanga
Determinación de la muestra	Aleatorio: $1.521 * 306.70$ 307 Psicólogos y terapeutas ocupacionales
Marco muestral o censal	Por estrato socio-económico
Alcance	Área Metropolitana de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Siete días. Diciembre 22 y 23 de 2010

#### 2.4.2.3. Resultados del trabajo de campo:

Para tabular los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta dirigida a psicólogos y terapeutas ocupacionales del Área Metropolitana de Bucaramanga no se utilizó ningún programa especializado, pero si se usó el programa el programa Excel para la organización de la información.

**Figura 21. Dentro de los servicios que usted presta, se encuentra el de orientación vocacional y profesional**

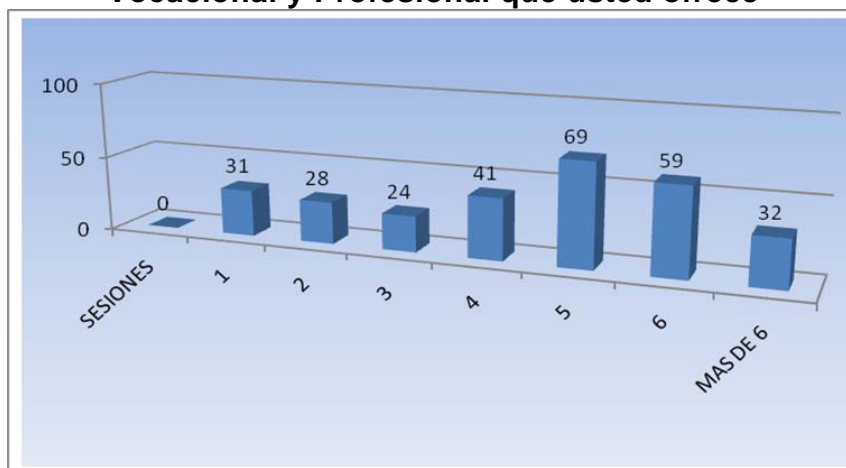


El 92.5% de los encuestados manifestaron que dentro de su portafolios de servicios se encuentra el de Orientación Vocacional y profesional. Esto nos indica que existe una amplia oferta en el mercado.

**Cuadro 21 Dentro de los servicios que usted presta, se encuentra el de orientación vocacional y profesional**

	SI	NO	TOTAL
Porcentaje	0,925	0,075	1.00
Frecuencia	284	23	307

**Figura 22. De cuantas sesiones consta el servicio de Orientación Vocacional y Profesional que usted ofrece**



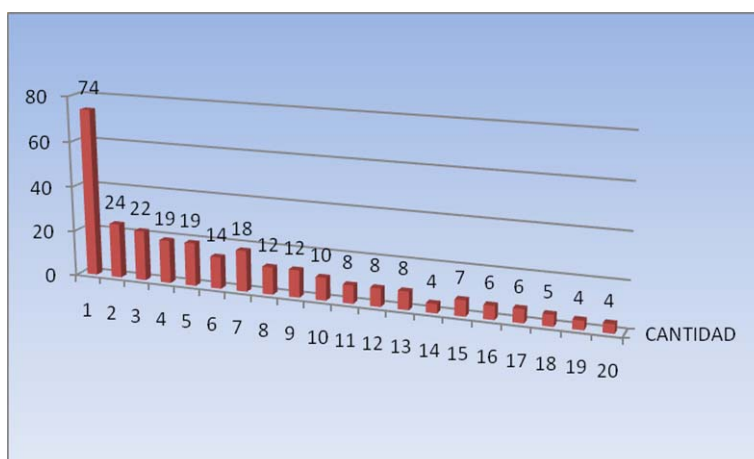
Basados en los datos obtenidos en esta pregunta se puede determinar que la cantidad de sesiones mas frecuente en el servicio de orientación Vocacional y

Profesional prestado por los Profesionales es cinco, mientras que la de menor frecuencia es dos, en promedio se usan 4.5 sesiones

**Cuadro 22. De cuantas sesiones consta el servicio de Orientación Vocacional y Profesional que usted ofrece**

SESIONES	CANTIDAD
1	31
2	28
3	24
4	41
5	69
6	59
MAS DE 6	32
TOTAL	284

**Figura 23. Cuantos servicios de Orientación Vocacional y Profesional preste durante el último año**

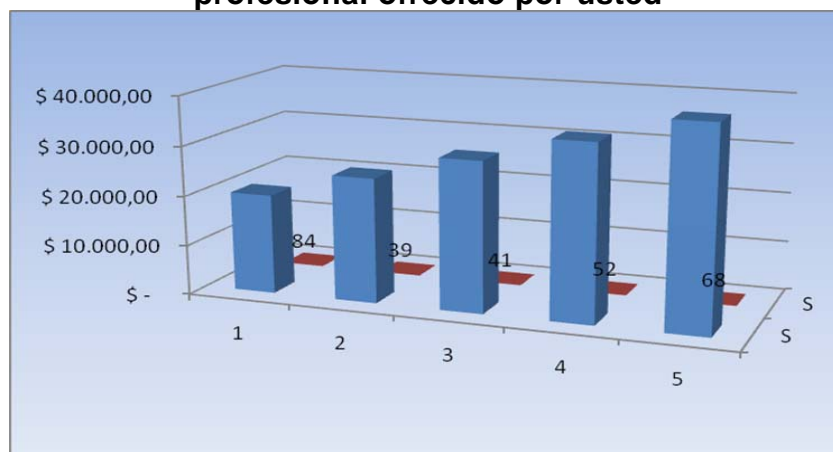


De acuerdo con los datos obtenidos se puede determinar que el 79% de profesionales ofrece un número inferior a 10 por año, lo que implica que en esta mayoría de profesionales la frecuencia de atención es de menos de un servicio por mes.

**Cuadro 23. Cuantos servicios de Orientación Vocacional y Profesional preste durante el último año**

SERVICIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
CANTIDAD	74	24	22	19	19	14	18	12	12	10	8	8	8	4	7	6	6	5	4	4

**Figura 24. Cual es el precio del Servicio de Orientación Vocacional y profesional ofrecido por usted**



En promedio, el precio que los profesionales cobran por prestar el servicio de Orientación Vocacional y profesional es de \$30.000 aproximadamente por sesión, y si en la pregunta dos se determino que la cantidad de sesiones promedio es de 4.5, se puede determinar que el precio promedio del servicio es de \$135.000

**Cuadro 24. Cual es el precio del Servicio de Orientación Vocacional y profesional ofrecido por usted**

PRECIO POR SESION	CANTIDAD
\$ 20.000	84
\$ 25.000	39
\$ 30.000	41
\$ 35.000	52
\$ 40.000	68

#### 2.4.2.4. Estimación de la Oferta

Según datos obtenidos en la secretaria de salud de Santander, en dicha dependencia se encuentran inscritos 1.248 Psicólogos y 273 Terapeutas Ocupacionales. Esto nos determina un total de 1.521 profesionales que potencialmente pueden prestar el servicio de Orientación vocacional y profesional, esto sin tener en cuenta otro tipo de profesionales que eventualmente pueden capacitarse para prestar el servicio.

N: 118.338  
n: 307

El 92% de los encuestados cuentan dentro de su portafolio de servicios con un Programa de Orientación Vocacional y Profesional.

N: 1.399

De acuerdo a la cantidad de usuarios que atendió cada uno de los profesionales encuestados se determinó que el promedio de atención por cada uno de ellos durante el último año, en el ítem correspondiente a Servicio de Orientación Vocacional y Profesional es de 6.2 servicios al año, se puede determinar que la oferta durante el último año fue de 8.673

### Proyección de la oferta

<b>P (1+i)<sup>n</sup></b> <b>3%</b> <b>P= 8.673</b>
AÑO 1: $8.673 (1+0.03)^1 = 8.673$
AÑO 2: $8.673 (1+0.03)^2 = 9.201$
AÑO 3: $8.673 (1+0.03)^3 = 9.477$
AÑO 4: $8.673 (1+0.03)^4 = 9.762$
AÑO 5: $8.673 (1+0.03)^5 = 10.054$

## 2.5. RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

### 2.5.1. Demanda insatisfecha o excedente de mercado para el producto

**Cuadro 25 Demanda Insatisfecha**

DEMANDA	OFERTA	RELACION DEMANDA / OFERTA
<b>50.365</b>	<b>8.673</b>	<b>41.688 = 82.77%</b>

Según los estudios, tanto de la oferta como de la demanda, se puede determinar que existe una demanda insatisfecha superior al 80%, lo que permite plantear que aunque se debe competir en determinados aspectos, como precio y la prestación con calidad del servicio, se entrara a satisfacer la demanda que en estos momentos no se encuentra satisfecha por la oferta actual.

## 2.6. CANALES DE COMERCIALIZACION

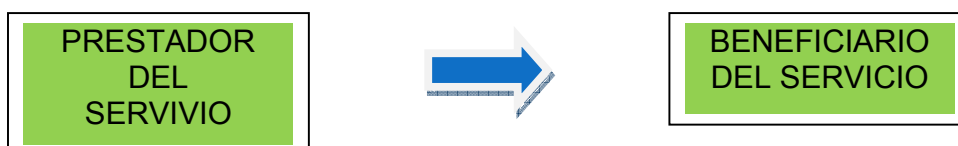
### 2.6.1. Estructura de los canales actuales

En la actualidad, para la comercialización del servicio de orientación vocacional y profesional se usan dos diferentes tipos de canales, que se describen a continuación:

- Prestador del servicio – Beneficiario

Este canal de distribución tiene como prestador del servicio a Los profesionales independientes y a los Orientadores escolares, que no utilizan ningún tipo de intermediario sino que ofrecen el servicio directamente a la familia beneficiaria

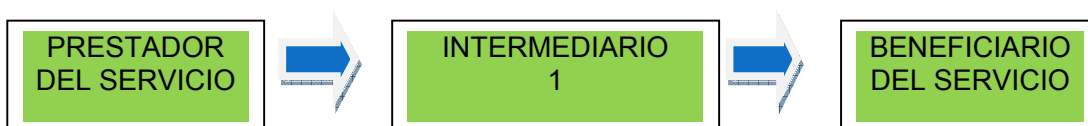
**Figura 25 Canales de comercialización 1**



- Prestador del servicio – Intermediario 1 - Beneficiario

Este canal de distribución tiene como prestador del servicio a las universidades, y como intermediario a los rectores, profesores o directores de grupo que ofrecen el servicio a la familia beneficiaria

**Figura 26 Canales de comercialización 2**



En ocasiones este canal de comercialización intervienen dos intermediarios.

### 2.6.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales

A continuación se realiza un comparativo de las ventajas y desventajas de los canales de comercialización utilizados en la actualidad para el Servicio de Orientación Vocacional y Profesional en el AMB.

**Figura 27 Ventajas y desventajas de los canales actuales**

CANAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>PRESTADOR DEL SERVICIO</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>BENEFICIARIO DEL SERVICIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede estar presente en todos los colegios del Área Metropolitana de Bucaramanga</li> <li>• Contra sobre el precio del producto</li> <li>• Incremento de las utilidades por ausencia de intermediarios que encarezcan el producto o se queden con parte de la utilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cantidad de visitas para conseguir usuarios en alta, ya que hay que conseguirlos uno a uno</li> <li>• Búsqueda año a año de nuevos usuarios</li> </ul>
<p>PRESTADOR DEL SERVICIO</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>INTERMEDIARIO</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>BENEFICIARIO DEL SERVICIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede masificar la información y publicidad en reuniones de padres de familia planeadas por el colegio.</li> <li>• Se puede presentar como proyecto institucional de cada colegio, lo que lo hará de mayor credibilidad frente a los padres de familia.</li> <li>• Conservación año a año de los usuarios que van llegando al colegio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es posible que los costos se aumenten al tener que participar de un incentivo al intermediario.</li> <li>• Mayor trabajo de oficina ya que se requerirá la emisión de informes de resultados a los colegios, además de los estudiantes.</li> </ul>

### 2.6.3. Selección de los canales de comercialización

Luego de realizar un análisis de la conveniencia de utilizar los canales existentes se llega a la decisión de emplear los dos canales de distribución que actualmente están siendo manejados. Sin embargo se dio un orden de uso de los canales, en el cual se le dará prioridad al canal **PRESTADOR DEL SERVICIO - INTERMEDIARIO - BENEFICIARIO DEL SERVICIO**, ya que las ventajas observadas pesan más que las del otro canal de distribución, sin que se llegue a descartar en determinados momentos el uso de este canal.

**Figura 28 Selección de los canales de comercialización**



## 2.7. PRECIO

### 2.7.1. Análisis de precios

Como la nueva empresa plantea ofrecer un servicio en realidad novedoso y que no se encuentra en el mercado, se investigó el precio al que los oferentes de servicios similares, tales como las universidades, orientadores escolares y profesionales independientes están ubicándolos en el mercado.

**Tabla 5 Análisis de precios**

OFERENTE	PRECIO PROMEDIO	CARACTERISTICAS
<b>PROFESIONALES INDEPENDIENTES</b>	<b>\$ 115.000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de las carreras ofrecidas en las universidades.</li> <li>• Aplicación de pruebas</li> <li>• Entrevista individual</li> <li>• Entrevista con padres de familia</li> <li>• Entrega de resultados.</li> </ul>

### 2.7.2. Estrategias de fijación de precios.

La mayoría de entidades que prestan el Servicio de Orientación Vocacional y Profesional, lo prestan de manera gratuita, debido a que son subsidiados por otros estamentos estatales o privados.

En el caso de los orientadores escolares, son docentes contratados y pagados por el estado para que presten este servicio a los alumnos de los colegios a los que pertenecen. Respecto de las universidades, prestan este servicio como gancho comercial para atraer estudiantes de los colegios de las comunidades cercanas. Sin embargo los precios ofrecidos por los profesionales independientes son en general muy altos e inasequibles para el común de los estudiantes, lo que hace que muchos de ellos deban optar por no realizar un proceso de orientación de este tipo.

Para determinar el precio que tendrá la prestación del servicio, se deberá tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Precio del servicio ofrecido por los competidores
- Costos y gastos de la prestación del servicio
- Utilidad esperada considerada en el estudio financiero.

## **2.8. PUBLICIDAD Y PROMOCION**

Con el fin de desarrollar una adecuada estrategia de publicidad y promoción, se deben determinar objetivos de corto, mediano y largo plazo.

Los objetivos de corto y mediano plazo están orientados a dar a conocer la existencia de la empresa y los servicios que se presta y buscaran crear en la comunidad una expectativa respecto a los mismos.

Los objetivos de largo plazo buscan posicionar la marca y el servicio en el mercado y mantener en el tiempo la participación en el mismo.

### **2.8.1. Objetivos**

- Objetivos de corto y mediano plazo
  - Determinar los elementos publicitarios y de promoción que se van a emplear en el proceso de posicionamiento del servicio.
  - Dar a conocer el Servicio de Orientación Vocacional y Profesional ofrecido por ASED SA Ltda.
  - Presentar a los usuarios potenciales la imagen de la empresa y los servicios prestados en ella
  - Dar a conocer la ubicación y las formas de contacto con el sitio donde se van a prestar los servicios.
  - Crear confianza en los usuarios potenciales para que adquieran el servicio.
- Objetivos de largo plazo
  - Mantener el posicionamiento del servicio en el mercado.
  - Lograr que los usuarios creen y mantengan un buen concepto de los servicios prestados por la empresa.

- Crear nuevas estrategias y alternativas de publicidad que den frescura a la imagen de la empresa.

### 2.8.2. Logotipo



Los colores utilizados refieren la educación, ya que el servicio que ofrece la empresa está orientado a la población estudiantil.

La persona que se encuentra en un cruce de caminos y con la actitud de duda e intentar elegir uno de los mismos, refleja el objetivo del servicio ofrecido por la empresa que es ayudar a los estudiantes a elegir entre muchos, el camino correcto hacia su vida profesional.

### 2.8.3. Lema

“**Orienta tu futuro**” es un lema que refleja la razón de ser de la empresa ASEDSA, que pretende brindar a los estudiantes de los establecimientos educativos herramientas que les ayuden a determinar el rumbo a seguir respecto a sus estudios universitarios y vida profesional y laboral.

### 2.8.4. Análisis de medios

Determinar los medios publicitarios adecuados para dar a conocer el Servicio de Orientación Vocacional y Profesional se debe tener en cuenta elementos tales como el alcance, la frecuencia y el impacto que se pretende lograr.

Alcance: Se pretende que la estrategia de publicidad llegue a todo el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Frecuencia: La publicidad será emitida durante todo el año, haciendo énfasis en el principio del año escolar y el regreso de las vacaciones de mitad de año.

Impacto: Se busca tener un alto impacto de recordación en los clientes potenciales, que logre que en un corto plazo estos se interesen por conocer las características del Servicio de Orientación Vocacional y Profesional.

#### **2.8.5. Selección de medios**

Existen diversos medios que permiten que la información llegue a los clientes potenciales. Cada uno de los mismos posee ventajas y desventajas que se deben analizar antes de tomar una decisión. Los costos, el alcance, la afectación del medio ambiente, entre otros, son aspectos que se deben analizar antes de realizar la selección.

Teniendo en cuenta lo anterior se determina crear una base de datos con las direcciones de correo electrónico de los estudiantes de décimo y undécimo de los colegios, que permitan, a bajo costo, dar a conocer los servicios ofrecidos por la empresa.

En medios escritos se pautara en el directorio telefónico del Área Metropolitana de Bucaramanga, que permitirá la ubicación fácil y rápida por parte de los usuarios. Se pautara en medios escritos de carácter masivo, Vanguardia Liberal, El Tiempo, El Espectador.

Se pautara, esporádicamente, y en programas de alta audiencia en el canal TRO. Se utilizaran además todos aquellos medios de carácter masivo que permitan llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

#### **2.8.6. Estrategias Publicitarias**

Se plantean como estrategias de publicidad las siguientes alternativas:

- Estrategia de Lanzamiento: Se utilizará en el momento en que se abra al público la prestación del servicio. Pretende crear en los usuarios potenciales la curiosidad acerca de lo que la empresa está ofreciendo. Para este fin se utilizara los medios de prensa masivos como son vanguardia Liberal, Gente de Cabecera y Gente de Cañaveral, se pautara en programas de radio regional así como en el canal TRO.

En este mismo proceso se enviara a los correos electrónicos de padres de familia contactados con anterioridad la información relativa a los servicios prestados por la empresa.

Así mismo se invitará de manera personalizada a rectores, docentes y padres de familia a un lanzamiento en sociedad del servicio de Orientación Vocacional y Profesional que ofrece ASED SA Ltda.

- Estrategia de Operación: Se utilizarán los mismos medios, pero con una menor frecuencia. Además se plantea como estrategia clave la Publicidad de Boca a Boca, que permitirá que masivamente se reconozca el servicio como un servicio de calidad.

## 2.8.7. Presupuesto De publicidad y promoción

### 2.8.7.1 De lanzamiento

**Cuadro 26 Presupuesto publicidad y promoción**

Tipo de Publicidad	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
<b>Avisos de Prensa</b>	<b>\$ 320.000</b>	<b>3</b>	<b>\$ 960.000</b>
<b>Pautas de Radio</b>	<b>\$ 1.000.000</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.000.000</b>
<b>Pautas en Televisión</b>	<b>\$ 750.000</b>	<b>1</b>	<b>\$750.000</b>
<b>Costeo de Lanzamiento</b>	<b>\$1.000.000</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.000.000</b>
<b>Anuncio en Pág. Amarillas</b>	<b>\$ 1.200.000</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.200.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$4.910.000</b>

### 2.8.7.2. De operación

Este presupuesto se plantea para una periodicidad mensual y se realizara durante 10 periodos del año. Los meses de Noviembre y Diciembre no se pautarán en ningún medio.

**Cuadro 27 De operación**

Tipo de Publicidad	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
<b>Avisos de Prensa</b>	<b>\$ 100.000</b>	<b>3</b>	<b>\$ 300.000</b>
<b>Pautas de Radio</b>	<b>\$ 400.000</b>	<b>1</b>	<b>\$ 400.000</b>
<b>Pautas en Televisión</b>	<b>\$ 500.000</b>	<b>1</b>	<b>\$ 500.000</b>
<b>Anuncio en Pág. Amarillas</b>	<b>\$ 0</b>	<b>1</b>	<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.200.000</b>

### 2.8.7.3. Presupuesto total de publicidad

Este presupuesto define los gastos que la empresa hará en publicidad durante el primer año de operación en el mercado.

**Cuadro 28 Presupuesto publicidad**

Tipo de Publicidad	Valor Total
<b>Publicidad de Lanzamiento</b>	<b>\$ 4.910.000</b>
<b>Publicidad de Operación</b>	<b>\$ 1.200.000</b>
<b>TOTAL INVERSION EN PUBLICIDAD DURANTE EL PRIMER AÑO</b>	<b>\$ 6.110.000</b>

## 2.9. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Después de realizar este estudio de mercados se observa, por la información recolectada que los padres de familia si ven la necesidad actual de orientación para con sus hijos teniendo en cuenta la moderna tecnología, además de la globalización y el mercado actual, del cual las generaciones futuras de profesionales deben formar parte.

Basados en los estudios de mercado realizados a los padres de familia, se puede concluir que un 70% de los padres de familia de los estudiantes de secundaria consideran que la orientación vocacional tiene una gran relevancia en la formación integral de sus hijos.

El 56% de los padres de familia definitivamente comprarían el servicio, lo que hace que la demanda se plantee en 50.365 estudiantes.

La demanda año a año va creciendo con un incremento del 2%, lo que permite determinar que en un mediano plazo la cantidad de personas que necesitan del servicio se mantendrá y por lo tanto la razón de ser de la empresa permanecerá intacta.

Aunque la situación económica actual de la población del Área Metropolitana de Bucaramanga se ha visto afectada por la crisis mundial, los padres de familia siguen dispuestos a invertir la buena formación de sus hijos.

La cantidad de estudiantes atendidos por los profesionales especializados fue de 8.673 estudiantes, equivalentes al 17.23%

Como elemento primordial y relevante de este análisis se debe tener en cuenta que existe una demanda insatisfecha es del 82.77% y que esta es la principal razón por la que una empresa especializada en la prestación del Servicio de Orientación Vocacional y Profesional es viable comercialmente.

### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO**

##### **3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto.**

El proyecto de Orientación Vocacional y Profesional, determina su tamaño teniendo en cuenta el volumen de producción de servicios, (Cada servicio con una duración de diez horas) en un período de tiempo determinado. (Mes, año).

Teniendo en cuenta el personal total a contratar inicialmente, la producción de servicios de Orientación Vocacional y Profesional, equivale a 120 servicios/mes, o 1440 servicios /año.

Este es el tamaño de la nueva empresa de Orientación Vocacional y profesional contemplada en el proyecto de inversión.

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

La demanda del servicio está determinada en 50.365 estudiantes, teniendo en cuenta que el servicio está orientado a estudiantes de sexto a undécimo grado de secundaria, y la empresa esta ofreciendo al año 960 cupos, lo que equivale al 1.906% de la misma. Por lo tanto no condiciona el tamaño el proyecto.

Los insumos utilizados para la realización de la Orientación Vocacional y Profesional a 960 estudiantes son: 45 resmas de papel, 360 Lápices, ayudas audiovisuales y pruebas psicotécnicas (Psicológicas – Ocupacionales), estos insumos son de fácil consecución en el mercado del área Metropolitana de Bucaramanga. Este no es un factor que condicione el tamaño del proyecto.

El equipo tecnológico será el mínimo necesario para el buen funcionamiento de la oficina. Se contará con tres computadores de escritorio equipados con una impresora, un computador portátil, teléfono fijo para la oficina y teléfono móvil, para cada empleado, un videobeam, un televisor y una grabadora. El Área Metropolitana dispone de suficientes almacenes que provean los equipos tecnológicos en las diferentes gamas en que se requiera. La oficina se instalará en un local ubicado en la Ciudadela Real de Minas del municipio de Bucaramanga, con unas dimensiones mínimas de 24 mts<sup>2</sup>.

Se contrataran seis empleados, entre los cuales están incluidos los fundadores de la empresa que ocuparan cargos tanto directivos como operativos. Los Psicólogos y Terapeutas ocupacionales encargados de el desarrollo operativo del proyecto son de fácil consecución ya que en la región existen universidades reconocidas por su excelente nivel en estas dos carreras, tal es el caso de la Universidad

Manuela Beltrán y la UDES para los Terapeutas Ocupacionales y la U.P.B la UNAB para los psicólogos.

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

**3.1.3.1. Capacidad total diseñada:** Luego de realizar el análisis correspondiente, se llegó a la conclusión que las necesidades reales de la demanda son 50.365 estudiantes y al año se ofrecerían 960 cupos, lo que equivale al 1,906 % de la misma, y que es posible acceder a un gran porcentaje de la misma.

Sin embargo se tomo la decisión que, según la cantidad de funcionarios a contratar, se debe ofrecer ochenta cupos o servicios mensuales, cada uno con una intensidad de diez horas, lo que anualmente equivale a novecientos sesenta servicios (960) y un total de nueve mil seiscientas horas de atención al usuario.

**3.1.3.2. Capacidad instalada:** La empresa prestadora del servicio de Orientación Vocacional y Profesional, no contará con infraestructura propia para la prestación de sus servicios. Las acciones se realizaran en salones de colegios con los cuales se firmará un convenio Inter-institucional.

Los salones de los colegios con los que se tiene planeado realizar estos convenios (Instituto Técnico Nacional de Comercio, Jorge Ardilla Duarte, entre otros), tienen capacidad para cuarenta estudiantes.

Sin embargo, se tiene planeado que para las actividades masivas, los grupos no sean de más de veinticinco personas por turno. Para las actividades grupales, se dispondrá de cuatro turnos distribuidos a lo largo de la semana así: viernes en la mañana, viernes en la tarde, sábado en la mañana y sábado en la tarde. Las actividades individuales se realizaran en las mismas instalaciones en horarios diferentes, a lo largo de la semana.

La capacidad instalada la determina las horas disponibles por el total de los empleados para la prestación del servicio. Se contratará un terapeuta ocupacional y un psicólogo, de tiempo completo, para un total de 2.400 horas al año cada uno y dos facilitadores, de tiempo completo, para un total de 2.400 horas al año cada uno. El total de tiempo disponible es de 9.600 horas. Como la duración de cada servicio es de diez horas, la capacidad instalada es de 960 servicios al año.

**3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada:** La capacidad utilizada durante el primer año del proyecto será del 100%, ya que la demanda del servicio está determinada en 50.365 estudiantes, teniendo en cuenta que el servicio está orientado a estudiantes de sexto a undécimo grado de secundaria, y la empresa está ofreciendo al año 960 cupos, lo que equivale al 1,906% de la misma.

La capacidad proyectada a cinco años, teniendo en cuenta un aumento anual del 5%, es la siguiente.

**Cuadro 29 Capacidad utilizada y proyectada**

<b>AÑO</b>	<b>PORCENTAJE DE AUMENTO</b>	<b>CUPOS</b>
<b>0</b>		<b>960</b>
<b>1</b>	<b>5%</b>	<b>1.008</b>
<b>2</b>	<b>5%</b>	<b>1.058</b>
<b>3</b>	<b>5%</b>	<b>1.111</b>
<b>4</b>	<b>5%</b>	<b>1.167</b>
<b>5</b>	<b>5%</b>	<b>1.225</b>

### **3.2. LOCALIZACION**

#### **3.2.1. Macro localización**

El proyecto de Servicio de Orientación Vocacional y profesional se desarrollará en los municipios que componen el área metropolitana de Bucaramanga.

El Área Metropolitana de Bucaramanga está conformada actualmente por los municipios de Bucaramanga, Florida blanca, Girón y Piedecuesta.

Fue creada mediante la Ordenanza No. 020 del 15 de diciembre de 1981 por la Asamblea de Santander, en la cual se ponía en funcionamiento un área metropolitana, conformada por Bucaramanga, como gran centro urbano o núcleo principal y las poblaciones contiguas de Girón y Florida blanca. En el año de 1984, se expidió la ordenanza No. 048 en la cual se autoriza la entrada del municipio de Piedecuesta al Área Metropolitana de Bucaramanga, lo cual fue formalizado el 2 de marzo de 1985, con el Decreto 0332 "Por el cual se integra el municipio de Piedecuesta al Área Metropolitana de Bucaramanga". La población del Área Metropolitana es de 1.255.331 habitantes (2008), distribuida del modo siguiente: Bucaramanga: 716.512 habitantes, Floridablanca: 260.042 habitantes, Girón: 150.531 habitantes Piedecuesta: 128.246 habitantes.

Dado que la población total del Departamento de Santander es de 2.045.000 habitantes, resulta que en el Área Metropolitana de Bucaramanga vive el 61.38% de los santandereanos. Por ende la mayoría de los colegios están ubicados allí y la demanda del Servicio de Orientación Vocacional y Profesional sería superior a cualquier otra zona del departamento.

#### **3.2.2. Micro localización**

Para establecer la micro localización de la oficina de ASED SA LTDA, se decidió utilizar el Método de Puntos, que determinará la ubicación precisa más

conveniente. Para iniciar el proceso de selección se preseleccionaron tres zonas: Cabecera, Cañaveral y la Ciudadela Real de Minas. A continuación se describirán los factores a tener en cuenta, y el peso correspondiente a cada uno de ellos.

- Selección de factores y grados

Se determina lo siguiente considerando cuales son los e mayor incidencia en el momento de tomar la decisión, se determina 3 grados por factor.

F1. Costo de Arrendamiento

Grado 1:	Muy costoso	Mayor a 1.000.000
Grado 2:	Costoso	Entre 700.000 y 1.000.000
Grado 3:	Económico	Menor a 700.000

F2. Servicios Públicos

Grado 1:	Muy costoso	Mayor a 500.000
Grado 2:	Costoso	Entre 400.000 y 500.000

Grado 3:	Económico	Menor a 400.000
----------	-----------	-----------------

F3 Vías De Acceso:

Grado 1:	Malo	Mínimo numero de vías
Grado 2:	Regular	Regular el numero de vías
Grado 3:	Bueno	Adecuado numero de vías

F4. Disponibilidad de transporte

Grado 1:	Malo	Pocas rutas de buses, taxis
Grado 2:	Regular	Algunas rutas de buses y taxis
Grado 3:	Bueno	Muchas rutas de buses y taxis

b. Ponderación de factores y grados: A cada factor se le asigna un puntaje, que se distribuye entre sus grados; también se asigna la ponderación.

**Cuadro 30 Ponderación de factores y grados**

FACTORES Y GRADOS		PUNTOS		PONDERACION
<b>F1</b>	<b>Costo de arrendamiento</b>			
<b>Grado 1</b>	<b>0</b>			
<b>Grado 2</b>	<b>75</b>			
<b>Grado 3</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>15%</b>	<b>*100 puntos</b>
<b>F2</b>	<b>Servicios Públicos</b>			
<b>Grado 1</b>	<b>0</b>			
<b>Grado 2</b>	<b>60</b>			
<b>Grado 3</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>12%</b>	<b>*100 puntos</b>
<b>F3</b>	<b>Vías de Acceso</b>			
<b>Grado 1</b>	<b>0</b>			
<b>Grado 2</b>	<b>60</b>			
<b>Grado 3</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>12%</b>	<b>*100 puntos</b>
<b>F4</b>	<b>Disponibilidad de transporte</b>			
<b>Grado 1</b>	<b>0</b>			
<b>Grado 2</b>	<b>50</b>			
<b>Grado 3</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>10%</b>	<b>*100 puntos</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1000</b>	<b>100%</b>	

Determinación de la ubicación: Una vez definidos los factores y puntajes se procede a evaluar las alternativas de ubicación determinado por ello el grado en el que se encuentra representado a cada factor dentro de determinada localización; la suma de puntajes obtenidos por factor por cada una de las alternativas dará el parámetro de decisión para la escogencia de la mayor ubicación que será el alcance del puntaje mayor. Proceso para determinar la ubicación.

**Cuadro 31. Determinación de la ubicación**

FACTOR	PESO	CABECERA		CAÑAVERAL		REAL DE MINAS	
		GRADO	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
F1	0,35	2	75	2	75	3	150
F2	0,15	3	120	2	60	3	120
F3	0,30	2	60	3	150	3	120
F4	0,20	3	100	3	150	2	50
PUNTAJE	1,00		355		435		440

Se decidió que la oficina se ubicará en la Ciudadela Real de Minas, ya que cuenta con Una ponderación de 440 de colegios del Área Metropolitana de Bucaramanga, las rutas de transporte masivo son suficientes hacia todos los sectores, además el arriendo y los servicios son más económicos respecto a los otros sectores preseleccionados.

### 3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

La ingeniería de la propuesta empresarial del proyecto se da en el seguimiento y la medición del servicio para establecer y utilizar métodos para realizar el seguimiento de resultados del servicio de orientación con el fin de mantener los procesos establecidos rigiéndonos por las normas ISO en educación.

#### Referencias normativas

UNE-EN ISO 9001:2000

UNE-EN ISO 9004:2000

UNE 66931 IN Informe elaborado según el Acuerdo de Taller Internacional IWA 2:2003

UNE 66931 IN: Es un informe destinado a facilitar directrices para ayudar a las organizaciones que proporcionan productos educativos a un implementar un SGC que cumpla con los requisitos de la norma ISO 9001:200.

Dicho SGC debería ser: El más sencillo que funcione bien, Exhaustivo para satisfacer los objetivos de calidad de la O.E.

Enfoque basado en procesos

La norma ISO 9001:2000 promueve la adopción de un enfoque basado en procesos: Cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un SGC para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

UNE-EN-ISO 9001:2000

Gestión de los recursos

Formación

Infraestructura

Ambiente de Trabajo

Responsabilidad de la dirección:

Compromiso

Estructura y Responsabilidades

Política

Planificación Calidad

Medición, Análisis y mejora:

Satisfacción del Cliente

Auditorías Internas

Seguimiento y Medición

No Conformidades

Mejora Continua

Realización del producto:

Planificación de la realización

Revisión Requisitos relacionados con el Producto

Diseño y Desarrollo

Compras

Realización del Producto

Control Dispositivos Seguimiento y Medición

Enfoque basado en procesos

Opcionalmente puede aplicarse a todos los procesos la metodología PHVA (PDCA):

- Planificar: establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Hacer: implementar los procesos.

- Verificar: realizar el seguimiento y medición de los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto e informar sobre los resultados.
- Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.

Enfoque basado en procesos en las organizaciones educativas

Las organizaciones educativas deberían definir sus procesos, de carácter multidisciplinar, como:

- Proceso estratégico para definir el papel de la organización en el entorno socioeconómico.
- Mantenimiento del ambiente de trabajo.
- Desarrollo, revisión y puesta al día de los planes de formación.
- Admisión y selección de las solicitudes del alumnado.
- Seguimiento y evaluación de la formación del estudiante.
- Evaluación final para otorgar un título académico u otra forma de reconocimiento.

Objeto y campo de aplicación

El informe UNE 66931 IN proporciona directrices para la aplicación de la norma ISO 9001:2000 en las organizaciones educativas que proporcionen productos educativos.

Sin importar su tipo, tamaño y producto educativo suministrado.

Esas directrices no modifican la norma ISO 9001:2000: No se utilizan para la evaluación de la conformidad ni para la certificación.

Referencias normativas

ISO 9001:2000 Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.

ISO 9000:2000 Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.

Requisitos de la Norma ISO 9001:2000

1. Sistema de gestión de la calidad.
2. Responsabilidad de la dirección.
3. Gestión de recursos.
4. Realización del servicio.
5. Medición seguimiento y mejora.

El control del producto educativo puede ejercerse durante los siguientes procesos:

- Análisis de la viabilidad del producto educativo.
- Diseño del producto educativo.
- Desarrollo del producto educativo.
- Prestación del servicio del producto educativo.
- Evaluación del producto educativo.
- Desarrollo de los docentes por parte de la organización, y
- Funcionamiento de bibliotecas, talleres o laboratorios.

Compromiso de la dirección en la O.E.:

Identificar los factores que satisfacen las necesidades y expectativas del cliente.

Garantizar que los programas y procesos educativos cumplen con los requisitos legales y reglamentarios para su homologación, acreditación o certificación.

Identificar y mostrar su compromiso para alcanzar el desarrollo y la mejora continua del SGC.

Enfoque al cliente en la O.E.:

Identificar las necesidades y expectativas de sus clientes para esforzarse en lograr su satisfacción.

Los requisitos de los clientes deberían definirse y documentarse en el plan de estudios y los planes anuales (p.e. PAC), incluyendo los resultados del aprendizaje e indicadores de desempeño.

Política de la calidad en la O.E.:

Documentarse y ser coherente con los principios profesionales, reglas y disposiciones de la Administración educativa;

Asegurarse que la organización entiende, implementa y mantiene la política de la calidad; debería hacer uso de la política de la calidad para guiar y liderar la toma de decisiones del personal involucrado en la mejora continua.

Planificación:

Los Objetivos de calidad sean medibles y pertinentes a las actividades del SGC y alineados con la política de calidad de la organización; Estar integrados en los objetivos globales de la organización.

Planificación del SGC en la O.E.: debería constar de las actividades y recursos necesarios para lograr los objetivos de la O.E.

### 3.3.1. Ficha técnica del producto

El servicio de Orientación Vocacional y Profesional para estudiantes de secundaria que plantea brindar ASEDSA LTDA se presenta en la siguiente ficha técnica.

Producto principal	Servicio de Orientación Vocacional y Profesional para estudiantes de secundaria
Diseño	Servicio de Orientación Escolar planteado en la Ley 115 General de Educación de Colombia. Programa de Orientación Vocacional y Profesional de la Organización Internacional para el Trabajo (OIT)
Especificaciones técnicas	Proceso de Orientación Vocacional y Profesional basado en los parámetros establecidos por el Ministerio de Educación Nacional, para estudiantes de grado sexto a undécimo, con una duración por servicio de diez horas, con una cobertura de 120 personas al mes, para un total de 960 estudiantes atendidos al año.
Vida útil	La proyección inicial es de cinco años, pero con la intención de permanecer en el mercado durante veinticinco años.

### 3.3.2. Descripción técnica del proceso

El servicio de Orientación Vocacional y Profesional esta compuesto por ocho momentos, todos orientados por el equipo profesional, que se plantean a continuación.

1. Entrevista inicial  
Tiempo: 30 minutos

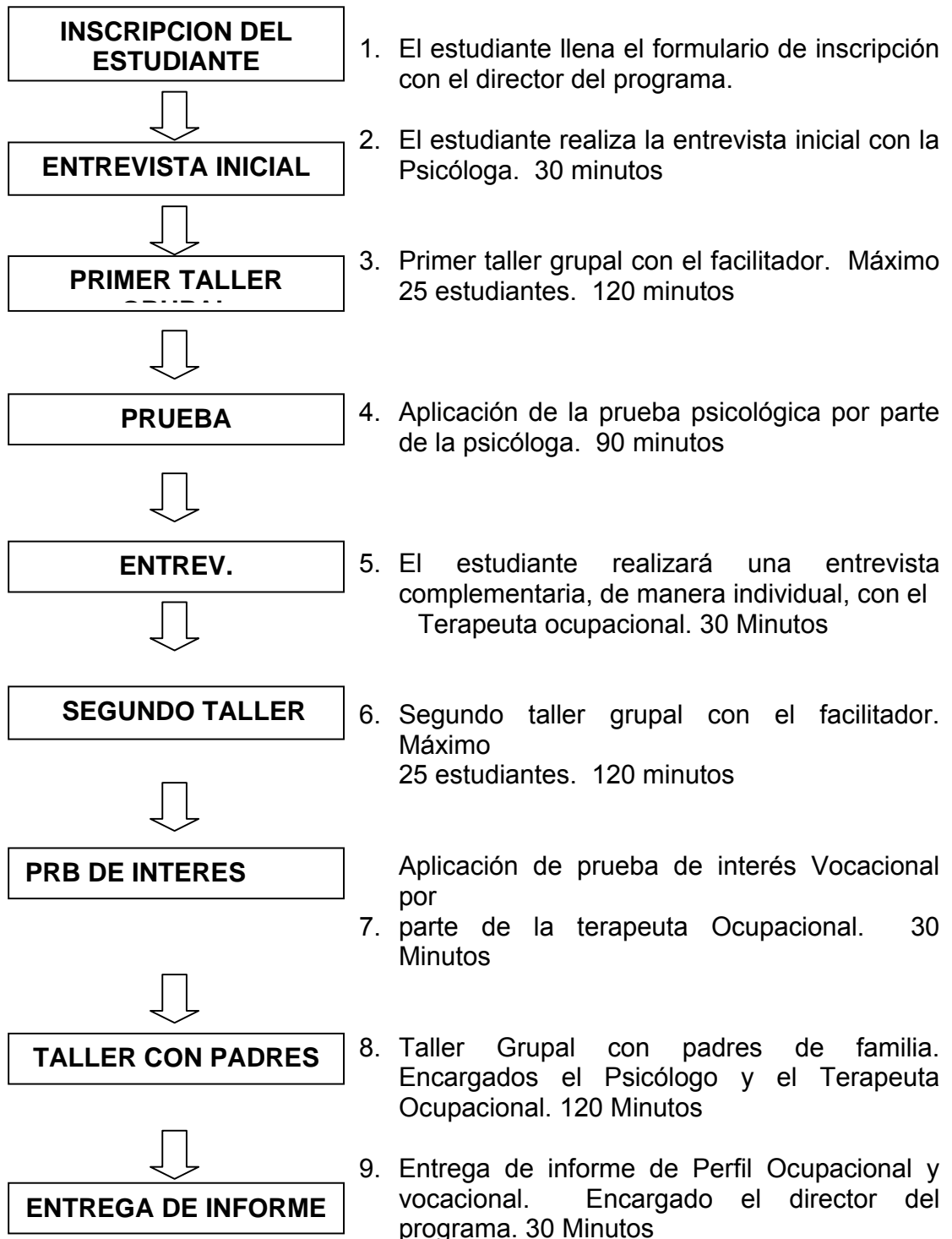
- Encargado: Psicólogo
2. Asistencia a primer taller grupal  
Tiempo: 120 minutos  
Encargado: Facilitador
  3. Aplicación de prueba psicológica  
Tiempo: 90 minutos  
Encargado: Psicólogo
  4. Entrevista complementaria  
Tiempo: 30 minutos  
Encargado: Terapeuta Ocupacional
  5. Asistencia segundo taller grupal  
Tiempo: 120 minutos  
Encargado: Facilitador
  6. Aplicación de prueba de Interés Vocacional  
Tiempo: 60 minutos  
Encargado: Terapeuta Ocupacional
  7. Asistencia a taller con padres de familia.  
Tiempo: 120 minutos  
Encargado: Facilitador
  8. Entrega del informe del perfil ocupacional y vocacional  
Tiempo: 30 minutos  
Encargado: Terapeuta Ocupacional

### **3.3.3. Diagrama de procedimiento**

A continuación se describe el procedimiento para prestar el servicio de orientación vocacional y profesional, desde el momento en que el estudiante se inscribe hasta el momento de la entrega del informe final.

El servicio está planteado para prestarse en un total de 10 horas, distribuidas en cuatro sesiones.

**Figura 29 Diagrama de procedimiento**



### 3.3.4. Control de calidad

Los procesos de Certificación norma ISO 9001 de gestión de la calidad demanda que el servicio o producto ofrecido sea de excelente calidad cuando se le preste al consumidor es decir a nuestro cliente final, desde este punto de vista, que la empresa este certificada le genera confianza y fidelidad a la empresa para con nuestros clientes a través de una certificación con sello de calidad, es una herramienta de comercialización que la empresa debe usar para atraer nuevos clientes y obtener la permanencia de los mismos.

La mejora tecnológica le permite tener control y de esta manera ir de la mano con la certificación, mejorando puntos o procesos pues para la empresa resulta más económico mejorar otros aspectos de menor valor que tienen incidencia sobre el servicio prestado.

Se considera que la forma de satisfacer las necesidades de los Padres de familia, Es seguir la forma de organización de empresa sugerida por esta normativa ISO 9001.

Asedsa Ltda. Para aplicar el control de calidad normativa ISO 9001 lo ejecutara bajo la siguiente minuta.

#### Referencias normativas

UNE-EN ISO 9001:2000

UNE-EN ISO 9004:2000

UNE 66931 IN Informe elaborado según el Acuerdo de Taller Internacional IWA 2:2003

UNE 66931 IN: Es un informe destinado a facilitar directrices para ayudar a las organizaciones que proporcionan productos educativos a un implementar un SGC que cumpla con los requisitos de la norma ISO 9001:200.

Dicho SGC debería ser: El más sencillo que funcione bien, Exhaustivo para satisfacer los objetivos de calidad de la O.E.

#### Enfoque basado en procesos en las organizaciones educativas

Las organizaciones educativas deberían definir sus procesos, de carácter multidisciplinar, como:

- Proceso estratégico para definir el papel de la organización en el entorno socioeconómico.

- Mantenimiento del ambiente de trabajo.
- Desarrollo, revisión y puesta al día de los planes de formación.
- Admisión y selección de las solicitudes del alumnado.
- Seguimiento y evaluación de la formación del estudiante.
- Evaluación final para otorgar un título académico u otra forma de reconocimiento.

El informe UNE 66931 IN proporciona directrices para la aplicación de la norma ISO 9001:2000 en las organizaciones educativas que proporcionen productos educativos, sin importar su tipo, tamaño y producto educativo suministrado.

Esas directrices no modifican la norma ISO 9001:2000: No se utilizan para la evaluación de la conformidad ni para la certificación.

Opcionalmente puede aplicarse a todos los procesos la metodología PHVA (PDCA):

- Planificar: establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Hacer: implementar los procesos.
- Verificar: realizar el seguimiento y medición de los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto e informar sobre los resultados.
- Actuar: tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.

Para aplicar el control de calidad al servicio que se prestara a los estudiantes, el director estará a cargo del control y la revisión periódica de la ejecución de las pruebas aplicadas a cada estudiante. Dentro de la oficina de atención al usuario se tendrá un buzón de sugerencias, el cual nos permita hacer la medición mensual de la prestación del servicio de asesorías educativas, o en su defecto escuchar directamente a los padres de familia o tutores de los alumnos las sugerencias acerca de la prestación para mejoramiento del servicio educativo.

También se contara con un comité de control de la calidad del servicio el cual estará conformado por el Director y dos rectores de diferentes colegios educativos de tal manera que se pueda hacer un puente de información para el mejoramiento continuo de la prestación del servicio de asesorías educativas.

### 3.3.5. Recursos

**3.3.5.1 Recurso humano:** Una característica principal de ASED SA LTDA es que por su tamaño cuenta con poco personal. Algunos puestos que aparecen en el organigrama pueden ser ejecutados por una sola persona, por ejemplo, el Coordinador de Proyectos desempeñara funciones de facilitador, así como el Director General cumplirá funciones de Coordinador Administrativo.

Otras funciones como la contabilidad serán realizadas por medio de un outsourcing.

A continuación se menciona el personal total a contratar. El personal administrativo está constituido por:

**Tabla 6 Personal administrativo**

NUMERO	CARGO
1	Director General.
1	Coordinador de proyectos.
1	Coordinador comercial.
1	Coordinador Administrativo
1	Auxiliar Contable
<b>5 PERSONAS</b>	

Se contara con una secretaria auxiliar contable que apoyara las necesidades de la dirección general y las coordinaciones.

Por otro lado se ha determinado que el personal operativo estará constituido por:

**Tabla 7. Personal operativo**

NUMERO	CARGO	ESPECIFICACIONES
1	Psicólogo	Contratado por tiempo completo.
1	Terapeuta Ocupacional	Contratado por tiempo completo.
1	Facilitador	Contratado por tiempo completo.
<b>3 PERSONAS</b>		

**3.3.5.2. Recurso Físico:** A continuación se enlistan los recursos físicos necesarios para el funcionamiento de la oficina de atención al los usuarios:

**Tabla 8. Recurso físico**

NUMERO	RECURSOS
3	Computadores, con Windows XP última versión e Internet.
1	impresora multifuncional
2	teléfonos fijos
3	Telefonía móvil
3	escritorios
9	sillas de oficina
1	fax
1	juego de sala de espera
1	mesa para juntas
1	Videobem
1	Televisor
1	Grabadora
1	tablero acrílico
25	pupitres escolares
1	tablero acrílico
<b>TOTAL RECURSOS 54</b>	

**3.3.5.3. Insumos:** Para el desarrollo de las actividades se debe contar con algunos insumos que son básicos para el éxito de la orientación.

**Tabla 9. Insumos**

NUMERO	INSUMOS
10	Cuadernillo con contenidos de las actividades
50	Cuadernillo de las pruebas (Psicológica y Ocupacional) para cada uno de los estudiantes que participen de las actividades.
5	Material audiovisual para complementar las actividades.
10	Resmas de papel blanco tamaño oficio.
5	Tinta para impresoras.
50	Lápices de mina negra.
<b>TOTAL INSUMOS 130</b>	

Los cuadernillos de contenidos se deberán mandar elaborar en una litografía por lotes de trescientas sesenta unidades, lo que permitirá reducir costos y tener cuadernillos en inventario para tres meses.

El cuadernillo de aplicación de pruebas son reutilizables, por lo tanto se imprimirán solo para el primer mes.

Las resmas de papel blanco y la tinta para impresora se usarán para la impresión de informes de resultados, se comprará trimestralmente, lo que permitirá tener inventario para sesenta días.

### **3.3.6. Estudio de proveedores**

Se determinó que en la ciudad de Bucaramanga se puede conseguir todos los insumos necesarios para la prestación del servicio de Orientación Vocacional y Profesional.

Los posibles proveedores se relacionan a continuación:

- **Cuadernillos de contenidos y cuadernillos de pruebas:**

**Litografía La Bastilla:** Calidad superior, precios altos en relación al mercado, entrega a tiempo.

**Litografía Distrigraf:** Calidad normal, precios medios en relación al mercado, entrega a tiempo.

**Litografía Polycrom:** Calidad normal, precios medios en relación con el mercado, entrega a tiempo

- **Resmas de papel blanco tamaño oficina:**

**Distripal:** Precios del mercado, entrega en dos días.

**Dispapeles:** Precios del mercado, entrega a domicilio según cantidad solicitada.

- **Material audiovisual:**

**Aura María Moncada:** Precios del mercado, compra en sus instalaciones, se puede conseguir material bajo pedido.

**Profitecnicas:** Precios del mercado, compra en sus instalaciones, se puede conseguir material bajo pedido.

- **Lápices de mina negra:**

**Papelería Nacional:** Precios del mercado, compra en sus instalaciones.

**Papelería Garabatos:** Precios del mercado, Servicio a domicilio.

### **3.3.7. Distribución de planta.**

La planta física consta de un piso distribuido de la siguiente manera. Ver (Anexo 3)

#### **Primer Piso:**

Oficina de atención al usuario: La Oficina cuenta con 48 m<sup>2</sup>, En ella no se llevan a cabo actividades con los estudiantes, propios del proceso de Orientación, es un sitio para realizar contacto con los interesados en el servicio y para entrega de informes finales, además en ella se realizan los procesos de inscripción, pagos, entre otros. Cuenta con la siguiente distribución:

- Tres escritorios dotados con equipos de sistemas, computador e impresora y escáner.
- Un espacio para la sala de recepción a los usuarios del servicio.
- Un espacio para la sala de juntas que contará con una mesa y seis sillas, donde se realizaran, tanto reuniones del equipo, como reuniones con padres de familia y estudiantes usuarios del servicio.

Salón de Orientación: En ella se llevan a cabo actividades con las estudiantes, propias del proceso de Orientación, es un sitio para realizar las actividades grupales y la aplicación de pruebas, su espacio es de 36 m<sup>2</sup> y cuenta con la siguiente distribución:

- Un escritorio dotado con computador y videobeam.
- Entre veinticinco y treinta silla universitarias
- Un tablero acrílico.

Este espacio será un espacio que se pretende sea cedido por los rectores de los colegios, buscando así el ahorro en el gasto de un sitio alquilado.

### **3.3.8. Logística de Facilitación del Servicio**

Para que la información acerca de la existencia de una entidad que presta el Servicio de Orientación Vocacional y Profesional llegue a los padres de familia de los estudiantes se contara con un sistema de logística de servicio enfocado hacia el mejoramiento en el servicio de formación de la siguiente manera.

Organización: Los lineamientos y políticas para alcanzar que la organización cumpla con los objetivos se ejecutaran de la siguiente manera. Se hablará con los rectores de los colegios del Área Metropolitana de Bucaramanga con el fin de que

estos permitan dar a conocer el servicio dentro de estos espacios que aglomeran a la mayoría de los padres de los estudiantes de la institución educativa.

En los casos en que no sea posible concertar con el rector de los colegios, se contactara directamente a los directores de grupo, para que estos suministren, de ser posible, la información necesaria para dar a conocer el proyecto a los padres de familia de sus salones de clase.

Además se contará con una estrategia de atención personalizada a las personas que se enteren del servicio por intermedio de los medios de comunicación, tales como los periódicos, la radio y la televisión.

- Mando: Cada facilitador es responsable de los respectivos informes que se generaran para cada estudiante según sus aptitudes o capacidades. A su vez el Mendo y dirección de la ejecución y entrega de las pruebas es el Director General.
- Previsión: Se mantendrá el control de los insumos y servicios por parte de la Dirección para que se den de manera satisfactoria.
- Control: Al finalizar el proceso llevado a cabo en la ejecución de las pruebas a cada estudiante, la Dirección, revisara y verificara que las actividades que han desarrollado los facilitadores hayan cumplido con el propósito inicial de las asesorías y cumplan con el planteamiento del proyecto.

### **Servicios post-venta**

Lograr que el usuario acceda al servicio de Orientación Vocacional y Profesional trae consigo el compromiso, no solo de brindarle el servicio adquirido, sino de darle un seguimiento en el tiempo al impacto y la eficacia que el proceso de orientación tiene en la vida del estudiante. Es por esta razón que la empresa se compromete a realizar el seguimiento al servicio de la siguiente manera:

- Control semestral y aplicación de nuevas pruebas en caso tal que el usuario las solicite.
- Revisión anual del diagnostico profesional.
- Retroalimentación en cuanto a quejas y sugerencias.
- Atención telefónica con respecto a inquietudes de elección de carrera.
- Atención personalizada con respecto a necesidad de información acerca de instituciones como universidades.

Estos adicionales al servicio permitirán tener un control constante de los resultados obtenidos por el estudiante a partir del proceso de orientación.

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

Teniendo en cuenta la información recolectada y los análisis realizados a la misma luego de efectuado este estudio se puede concluir que:

El porcentaje de la demanda que la empresa estaría dispuesta a atender es mínima, teniendo en cuenta que la cantidad de estudiantes del Área Metropolitana de Bucaramanga es la mayor del departamento de Santander.

La micro localización, determinada en la Ciudadela Real de Minas, es la más acertada teniendo en cuenta la cantidad de estudiantes que tiene la zona, además del fácil acceso que tendrían los estudiantes de otras zonas de la ciudad.

Los insumos necesarios para la prestación del servicio son de fácil consecución, y acorde al presupuesto económico determinado por los creadores del proyecto.

El recurso humano requerido es mínimo y fácil de conseguir en el mercado laboral de Bucaramanga.

Los proveedores de materiales requeridos para la prestación del servicio, se encuentran en la ciudad, y ofrecen precios promedio respecto a los del mercado.

Se puede concluir entonces que en un alto porcentaje el proyecto es viable desde el aspecto técnico.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

ASEDSA será una Sociedad de responsabilidad limitada conformada por dos socios, se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios.

Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos.

Teniendo en cuenta que la empresa es una sociedad de Responsabilidad Limitada, la misma debe contar con las siguientes características.

- Tipo de socios: Socios
- Capital Social: El capital se divide en cuotas de igual valor. El aumento o disminución del capital social requiere reforma estatutaria
- Número de Socios o Accionistas: Mínimo 2 socios y máximo 25.
- Responsabilidad de los Socios: Hasta el monto de sus aportes.
- Órganos Sociales: Asamblea de asociados. Representante Legal
- Cesión de Participaciones Sociales: Existe derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.

Para la puesta en marcha de la idea de negocio se debe tener en cuenta la realización de los siguientes trámites:

Trámites registrales

- Certificado de homonimia:
- Escritura pública:
- Inscripción ante la Cámara de Comercio:
- Registro mercantil
- Matrícula mercantil

- Certificado de Existencia y Representación Legal
- Registro Único Tributario, RUT

#### Trámites específicos

##### Trámites relacionados según la ubicación de la empresa

- Certificado del uso del suelo
- Certificado de Condiciones de Sanidad
- Paz y Salvo y/o recibo de pago de Impuesto de Industria y Comercio
- Certificado de Seguridad y Prevención
- Certificado de Condiciones ambientales
- Certificado de Sayco y Acimpro

#### Trámites laborales

##### Trámites relacionados con la vinculación de personal

- Certificado del uso del suelo
- Afiliación en la Caja de Compensación Familiar
- Afiliación en el sistema de seguridad social
- Afiliación en las Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP
- Registro de los contratos laborales

#### Otros Trámites para iniciar la actividad

- Apertura de cuenta corriente o de ahorros
- Registro de libros de comercio
- Registro único de proponentes

#### Obligaciones tributarias de la empresa

##### Impuestos de carácter nacional

- Impuesto de renta. Con una tarifa del 33%
- Impuesto al valor agregado. Con una tarifa del 16%

##### Impuestos de carácter territorial

- Impuesto de industria y comercio. Con una tarifa de entre el 2 y el 7 por mil mensual.

## **4.2. CULTURA EMPRESARIAL**

### **4.2.1. Visión**

La compañía ASEDOSA Ltda., Asesorías Educativas de Santander Ltda., será en el 2015 una empresa sólida, con procesos y metas claras, reconocida a nivel departamental por su aporte a la decisión vocacional y profesional en los estudiantes de secundaria.

### **4.2.2. Misión**

ASEDSA Ltda. Brinda a sus usuarios la posibilidad de conocer sus intereses y aptitudes, mediante un proceso de autoconocimiento claro e innovador, que les permitirá identificar la carrera universitaria que se ajuste a sus habilidades y de esta manera desarrollarse en el ámbito laboral como un buen profesional.

### **4.2.3. Objetivos empresariales**

- Brindar a los jóvenes de la comunidad educativa orientación, capacitación e instrumentos que le permitan tomar una decisión adecuada sobre su futuro vocacional.

### **4.2.4. Políticas empresariales**

**4.2.4.1 Política de personal:** ASEDOSA Ltda. Es consciente de la importancia de los Talentos Humanos como factor estratégico alineándose con la Política y Estrategia de la Empresa. Los principios orientadores de la política de personal se fundamentan en la calidad y competencias de las personas que la integran, como principal activo de la Organización y, en segundo lugar, la voluntad de servicio y mejora continua.

La gestión estratégica y operacional de personal tiene como objetivo lograr una visión común, a fin de armonizar la satisfacción de las necesidades y deseos de sus principales grupos de interés.

Todo ello en el entorno del máximo respeto al ordenamiento jurídico vigente y las limitaciones que impongan anualmente las disponibilidades presupuestarias y la política estratégica de la organización en las distintas ofertas o aprobación de plantillas.

La política de personal afecta a todas las personas que prestan su servicio en ASEDSA Ltda. y a todas sus estructuras orgánicas, circunstancia esta que, obliga a todos, en la consecución de los objetivos y metas que se definan.

En esta política se incluirán los siguientes puntos:

- Estudio y análisis de necesidades de personal para el cumplimiento de sus fines, de acuerdo con la política general de la Organización.
- Estudio y análisis de las competencias requeridas por el personal en cada Departamento con el objetivo final del mejor desempeño de sus funciones.
- Seguimiento anual del cumplimiento de la política de personal
- Revisión cada 5 años del conjunto de la política de personal.
- Criterios de captación y selección de personal.
- Criterios de los procesos de evaluación del personal que, en su caso, se diseñen y aprueben.
- Criterios de promoción, reconocimientos e incentivos.
- Bases para promover la participación del personal en la toma de decisiones y en las distintas políticas que se pretendan desarrollar en el mismo.
- Criterios para detectar el grado de satisfacción del personal de la empresa con la política y gestión de la misma.

**4.2.4.2 Política de compras:** Se denomina política de compras a los criterios generados desde la dirección de una empresa con respecto a las condiciones, plazos de pago, tipo de proveedores, entre otras, que se aplican para realizar todas las adquisiciones de esa compañía.

Las Políticas de Compra formalizan el compromiso de adquirir productos certificados. Su atractivo es que son voluntarias y mejoran la imagen de la empresa.

La política de compras de ASEDSA, contempla los siguientes elementos claves:

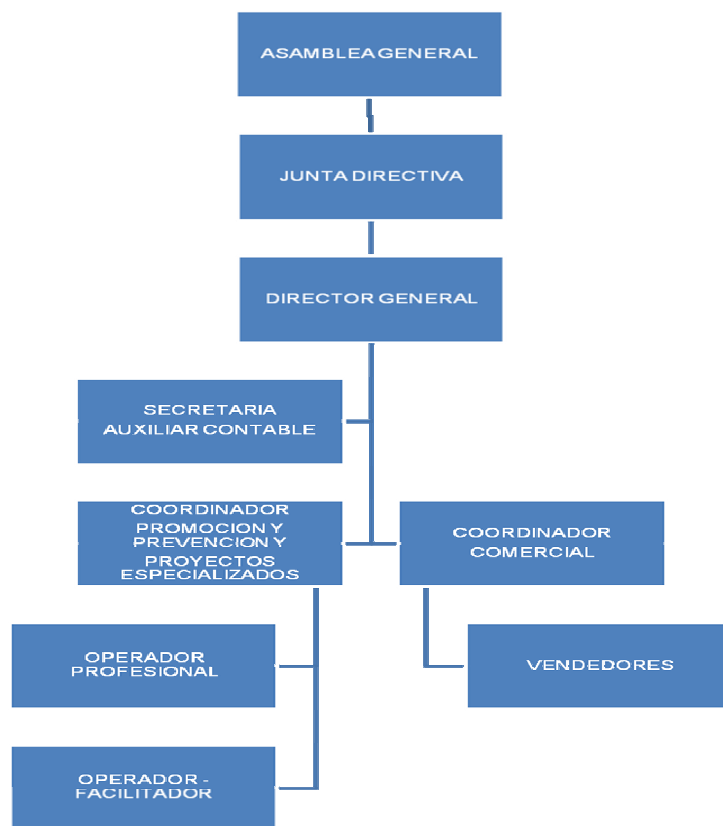
- Mantener continuidad del abastecimiento.
- Evitar duplicidad, desperdicios, obsolescencias de los materiales comprados.
- Mantener los niveles de calidad de los productos.
- Seleccionar los proveedores con las características necesarias requeridas para la empresa.
- Atender oportunamente los proveedores.
- Recibir muestras y cotizaciones.
- Análisis y aceptación de nueva lista de precios
- Revisar la base de datos.
- Visitar la competencia al medio.
- Negociar descuentos y condiciones de pago
- Visitar los almacenes propios de la compañía.

- Determinar la cantidad de compras, mediante previsiones de demandas.
- Verificar el cumplimiento de las órdenes de compra en lo relacionado con las fechas, cantidades y calidades
- Revisar y renegociar el nivel de servicio de los proveedores.

### 4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1. Organigrama

**Figura 30 Organigrama**



#### 4.3.2. Descripción y perfil de cargos

##### 4.3.2.1. Director General

Objetivo general del puesto de trabajo

Planear, dirigir y controlar que las metas y políticas establecidas por la Compañía se cumplan, comprometiendo a todo el personal a cargo en la consecución de los

mismos. Velar por la ejecución, desarrollo y seguimiento tanto de los proyectos sociales como productivos y de la generación de recursos para la compañía.

#### Funciones

Función principal
1. Velar por el cumplimiento de las políticas y valores institucionales.
2. Representar a la compañía en asuntos jurídicos y administrativos.
3. Responder por el buen manejo de las finanzas de la compañía.
4. Administrar el Talento humano asegurando un buen clima organizacional

#### Criterios de desempeño por función principal

Función 1
Coordina y ejecuta las políticas y estrategias necesarias para una Gestión Efectiva y Unificada de conformidad con las directrices emanadas por la junta directiva.
Cumple y hace cumplir las políticas y lineamientos institucionales de la compañía.
Realiza y mantiene relaciones y uniones estratégicas con cualquier clase de organismo en busca del fortalecimiento técnico y de autogestión.
Fortalece a todos los niveles una cultura de corresponsabilidad y autogestión.

Función 2
Representa a la compañía en todos los aspectos administrativos y jurídicos, teniendo en cuenta los límites establecidos en los estatutos.
Constituye apoderados judiciales y extrajudiciales, delegándoles las facultades que estime convenientes, de aquellas que él mismo goza.
Gestiona y ejecuta los actos para la celebración de los contratos que sean necesarios para cumplir con los objetivos propuestos, en desarrollo de los programas y proyectos aprobados por la Junta Directiva.
Promueve la ejecución de los procesos de investigación-acción de los programas y proyectos que la organización desarrolla.
Promueve los programas a su cargo, buscando potencializar los recursos mediante alianzas entre el Estado, la comunidad y el sector privado.
Promueve la relación estrecha entre las diferentes áreas de su organización a fin de facilitar el acceso a cualquier información y documentación necesaria

para la Ejecución y sostenibilidad de los proyectos.
Establece con cada una de las áreas los indicadores de cumplimiento que sirvan para la evaluación de Gestión y realiza el control de cumplimiento de los Proyectos en ejecución.
Coadministrador por medio de la delegación a los coordinadores de área, todo lo que hace relación con los proyectos sociales, productivos y de generación de recursos.
Hace seguimiento, a los rendimientos de cuentas de los proyectos y contratos Nacionales, regionales y locales.
Programa, verifica y supervisa las actividades relacionadas con el plan estratégico.
Propicia la modernización de procedimientos e instrumentos que deban acompañar el ordenamiento social.
Asiste a Juntas Directivas para rendir informe administrativo y financiero de la gestión realizada.

Función 3
Supervisa y aprueba los contratos realizados con proveedores de bienes, servicios y/o materiales de consumo interno.
Supervisa y aprueba las inversiones de gastos de capital, de acuerdo con lo establecido en los Estatutos o lineamientos de la Junta Directiva
Planea, organiza y desarrolla las actividades financieras de la Compañía.
Vela por el control permanente de los movimientos diarios de caja.
Coordina la elaboración y análisis de resultados del presupuesto general de la compañía.
Realiza acciones para amparar debidamente los bienes y operaciones de la compañía mediante la definición de las condiciones de aseguramiento, selecciona las compañías de seguros, negocia los costos de pólizas, realiza la reclamación por siniestros y el control de sus vencimientos, previo Vo.Bo. de la Junta Directiva.
Dirige la elaboración de las declaraciones de impuestos nacionales y municipales velando por el pago oportuno de los impuestos que se deriven de esta.
Asegura la protección y renovación de las marcas, registros de los productos intelectuales de la compañía si los llegare a haber.
Gestiona los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la compañía bien sea por medio de contratos con diferentes entes Gubernamentales o No Gubernamentales o por medio de las estrategias diseñadas por las áreas de promoción y prevención y proyectos especializados.
Cuida la recaudación o cobro oportuno e inversión de los fondos de la compañía.

Presenta mensualmente a la junta directiva los informes correspondientes a las actividades ejecutadas, acompañado de los Estados Financieros correspondientes e informes de gestión social.
Analiza los balances contables y sociales de las diferentes áreas definiendo cuales son las posibles potencialidades y/o problemas existentes en la compañía.
Presenta alternativas de solución o fortalecimiento que correspondan a los análisis de Gestión.

<b>Función 4:</b>
Ejecuta los procesos de gestión humana, consecución y administración de recursos financieros y físicos requeridos para la ejecución de los programas y proyectos a su cargo.
Toma decisiones equitativas, oportunas y puntuales que faciliten el desarrollo de la fundación en lo referente al personal y a las estrategias que faciliten la buena marcha de la compañía.
Autoriza la contratación del personal de acuerdo a la estructura administrativa establecida teniendo en cuenta las excepciones de los estatutos
Recibir los informes disciplinarios sobre los empleados por parte de los jefes o coordinadores de los Equipos.
Elaborar el cronograma de vacaciones con los jefes o Coordinadores de Equipos. (Anual).
Revisar la nómina.
Trabaja por un clima laboral óptimo que permita comunicaciones abiertas y sin conflicto entre la parte Operativa y Directiva de la fundación.
Fomenta Jornadas de Integración Grupal.
Diseña en asocio con las diferentes coordinaciones de área programas de bienestar social, recreación, capacitación, motivación.
Establece canales de comunicación claros en la organización.
Crea y fomenta una cultura en la organización, fundamentada en el trabajo interdisciplinario, grupal, de colaboración, participación y unión para la consecución de fines.
Atender los requerimientos de los clientes externos e internos de la empresa, logrando su satisfacción.
Desarrolla la política en relación al programa de salud ocupacional
Elaborar el cronograma de salud ocupacional y coordinar dichas actividades
Coordinar las brigadas de emergencia y reuniones con el vigía de Salud Ocupacional.
Revisa las actas del vigía a fin de establecer medidas frente a las recomendaciones planteadas por el mismo.
Mantiene el control frente a la realización y análisis de los informes de ausentismo y accidentalidad.

Especificación del puesto
Requisitos de Educación:
Profesional en Administración o carreras afines, ó Profesional en ciencias Humanas y/o Sociales con estudios en Administración o carreras afines.
Requisitos de Experiencia:
Específica : De 1 a 3 años en manejo actividades financieras a nivel empresarial con manejo de personal y gerencia de proyectos sociales.
Relacionada: Si no cumple con la experiencia en gerencia de proyectos sociales deberá tener entre 3 y 5 años de experiencia en actividades financieras a nivel empresarial.
Equivalencia Entre educación y Experiencia
Si no se cuenta con requisitos de educación a nivel administrativo. Debe contar con experiencia mayor a 3 años como director o administrador de proyectos u organizaciones sociales.

Otras Habilidades y Destrezas
Capacidad para la coordinación de procesos y procedimientos operativos a nivel administrativo
Capacidad de asesorar las líneas de intervención o de acción de cada uno de los departamentos a su cargo.
Habilidad para la identificación y aplicación de los propósitos y objetivos específicos de las diversas áreas a su cargo
Habilidad para la comprensión en la dimensión de los objetivos institucionales, los proyectos y la caracterización de sus beneficiarios, entre otras.
Habilidad para el diseño de estrategias administrativas que favorezcan el cumplimiento de los objetivos propuestos dentro de los programas específicos.
Habilidad para la toma de decisiones, solución de conflictos, procesos de conciliación y negociación.
Liderazgo, capacidad de motivación y promoción del trabajo en equipo

Responsabilidad por
Errores
Elaboración errada de los presupuestos
Elaboración errada de contratos de trabajo

Falta de supervisión en el ajuste a los presupuestos
Falta de supervisión en los indicadores de cumplimiento en contratos
Errores en la entrega de informes a la junta
Errores en el pago de tributos y parafiscales
Incumplimiento en el calendario para la presentación en licitaciones y posibilidades de negocio.
El Resultado Final del proceso
Los servicios ofertados se presten con eficiencia y calidad.
Maquinas o Equipos:
Computador
Impresora
Contacto con el público:
Solución de dificultades en la prestación de los servicios ofertados, que los coordinadores no puedan solucionar.
Ofrecimiento de servicios en los círculos en donde este se desenvuelva.
Información:
Presupuestos
Contrataciones
Salarios
Datos de los empleados
Información Confidencial:
Listado de Clientes
Valor de contratos
Listado de Personas claves
Presupuestos
Estrategias de ventas
Estrategias de publicidad
Hojas de vida
Evaluación de empleados

Responsabilidades por dinero y/o Valores:
Cuentas bancarias (Ahorros – Corriente)
Inversiones (CDT)
Bienes muebles (automóviles, muebles y equipos de oficina)
Bienes inmuebles ( Casas, locales u oficinas de la Fundación)

Supervisión:
Secretaria
Coordinador promoción y prevención
Coordinador proyectos especiales

**4.3.2.2 Secretaria auxiliar contable:** Objetivo general del puesto de trabajo  
Garantizar el pleno desarrollo de las acciones operativas a nivel secretarial que contribuya a la dinámica de trabajo en equipo entre la dirección general y los diferentes departamentos de la organización para la proyección institucional.

#### 1. Funciones

Función principal
De Comunicación Institucional: Responde, desde su cargo, por la imagen positiva de la Institución a nivel interno y externo favoreciendo los procesos de comunicación de manera oportuna y eficaz
Administrativas: Desarrollar acciones de recepción, almacenamiento, distribución, control y evaluación de los recursos y procedimientos administrativos encomendados a su cargo.
De Gestión: Desarrollar acciones que favorezcan las funciones de representatividad institucional de la dirección general.
Apoyo Operativo en La Gestión del Recurso humano: Desarrollar acciones de trámite interno y externo relacionados con los procesos de contratación autorizados por la dirección general y la administración del recurso humano.
Funciones contables a Nivel Administrativo: Proveer información contable analizada en forma oportuna a la Contadora para la elaboración de los Estados Financieros, ser apoyo en la elaboración de informes para los clientes externos, entes de fiscalización y del estado.
Funciones contables a Nivel Operativo: Coordinar, contabilizar, registrar y analizar información contable de la institución en general de acuerdo a las normas generalmente aceptadas.

## Criterios de desempeño por función principal

Función 1:
Sostiene una comunicación adecuada a nivel oral y escrito por solicitud de la dirección que exprese siempre el sentir institucional con los diferentes estamentos internos y externos, regionales, nacionales e internacionales.
Informa y orienta a toda persona u organización sobre los programas, servicios y beneficios que ofrece la Compañía.
Recibe, Organiza y distribuye todos los documentos y correspondencia que ingrese a la institución o que se generan dentro de ella. Mantiene un archivo de correspondencia enviada y recibida actualizado, realizando un seguimiento a la misma en caso de requerir respuestas, a fin de garantizar la efectividad de la comunicación.
Coordina el desarrollo de las actividades de mensajería y los procesos de envío de correspondencia intermunicipal, departamental y otros, a través de los mecanismos creados por la coordinación logística.

Función 2:
Recibe y atiende con discreción y cortesía a los funcionarios y los visitantes que deseen entrevistarse con el director general, brindándoles toda la información necesaria en forma adecuada y oportuna.
Lleva de manera organizada y actualizada el archivo de los informes técnicos emitidos por las diferentes unidades en relación a los proyectos en ejecución.
Bimensualmente desarrolla acciones operativas que permitan mantener actualizado el archivo de los históricos en relación a los proyectos culminados y demás procesos administrativos.
Mensualmente realiza control del consumo telefónico de las líneas fijo y los celular asignados a cada área.
Tramitar los asuntos privados de la dirección con la máxima confidencialidad según los procedimientos y normas que regulan las actividades de la organización.
Realiza mensualmente la solicitud a la coordinación administrativa de los insumos requeridos para el desarrollo de las labores operativas del área administrativa financiera, los cuales suministra de manera oportuna, manteniendo actualizados los formatos asignados para el control permanente de los mismos.
Hace seguimiento y responde por el mantenimiento adecuado de los equipos, muebles y espacios físicos asignados para el desarrollo de su labor. Reportando de manera oportuna necesidades de reparación con su respectiva justificación.

Llevar debidamente el libro de actas de reuniones del equipo del área administrativa financiera.
Coordinar la solicitud de tiquetes aéreos y terrestres requeridos en la empresa con las agencias de viajes
Dar solución a imprevistos que estén a su alcance, colocando al tanto a la dirección general de las decisiones tomadas.
Reportar anomalías que vayan en contra del bienestar de la empresa.

Función 3:
Llevar la agenda diaria de citas, entrevistas y compromisos de la dirección general Informa a la dirección general sobre las comunicaciones recibidas que requieran de una respuesta oportuna por parte del mismo.
Realiza seguimiento de cumplimiento al cronograma de actividades y de entrega de informe de cada uno de los proyectos en curso a fin de mantener al día las gestiones pendientes a desarrollar por la dirección general y el equipo de coordinadores, programadas mediante comunicación telefónica, presencial y escritos. Igualmente mantiene el seguimiento de los resultados de las mismas como herramienta de Trabajo del Equipo a nivel administrativo
Desarrolla permanentemente acciones de contactos con entidades o personas a nivel regional y nacional que puedan ser objetivo de acción de la dirección general para la obtención de servicios y recursos
Digita los documentos y material de apoyo para la compañía, en relación a los proyectos y propuestas establecidas por la dirección general.
Tramitar documentos Públicos y Privados.
Elaborar los informes requeridos por la Dirección

Función 4:
Desarrolla los procedimientos establecidos para los procesos de reclutamiento, selección y contratación de nuevo personal dentro de la organización.
Entrega el formato al jefe de unidad para solicitud de nuevo personal
Realiza la solicitud al organismo correspondiente para el reclutamiento de las hojas de vida
Coordina las acciones con los jefes de área y demás personas que les compete para que se realice la evaluación del aspirante
Realiza la recepción de la hoja de vida (con los soportes, pruebas de ingreso, conceptos de evaluación y aprobación por la dirección) para proceder al diligenciamiento de las afiliaciones a (EPS, ARP, PENSIONES Y CESANTIAS; CAJA DE COMPENSACION) o solicitud de otros requisitos según el tipo de contrato

Elaborar de manera adecuada el contrato de trabajo, entregando una copia al empleado al igual que de las respectivas afiliaciones.
Orienta al nuevo empleado sobre los procedimientos a seguir para la apertura de cuenta de nomina.
Archiva de manera adecuada todo tipo de documento expedido con copia a la hoja de vida del empleado (felicitaciones, llamados de atención, etc.)
Diligencia de manera adecuada el formato de reporte de novedades (Ingresos, retiros, afiliaciones, desafiliaciones, cuenta bancaria, reporte de embargo, licencias de maternidad, permisos no remunerados, vacaciones, incapacidades-salud EP-AT) y los entrega al departamento de contabilidad el día 28 de cada mes.
Tener al día el formato de ausentismo.
Realiza el reporte de manera oportuna de AT-EP
Fomentar un clima laboral agradable para la convivencia y el desempeño de los empleados de ASEDSA LTDA

Función 5:
Optimizar la entrega de información en forma ya depurada y analizada contablemente
Análisis de la información contable
Proveer al contador todos los documentos soportes para la rendición de cuentas solicitadas por Proyectos,
Elaboración de informes contables y financieros exigidos por las entidades de vigilancia y control con las que se hayan suscrito contratos en los términos establecidos para la prestación del servicio.
Cierre de fin de mes
Atender los requerimientos de los clientes externos e internos de la empresa, logrando su satisfacción.
Elaborar informes de ingresos y gastos por centros de costo.
Elaborar informes para el DANE e informe de medios magnéticos de la DIAN y Oficina Jurídica Gobernación entre otros organismos. (Anual).
Elaborar cualquier informe de características tributarias que se requiera
Revisar con el contador las inquietudes generadas por la revisión del balance enviado a la junta.
Realizar solicitud de papelería e insumos para el desarrollo de las actividades del área contable
Coordinar el trabajo en equipo y agilizar los canales de comunicación
Fomentar un clima laboral agradable para la convivencia y el desempeño de los empleados de ASEDSA LTDA
Hace seguimiento y responde por el mantenimiento adecuado de los equipos, muebles y espacios físicos asignados para el desarrollo de su labor. Reportando de manera oportuna necesidades de reparación con su respectiva justificación.

Función 6:
Elaborar procesos y procedimientos que minimicen el trabajo operativo.
Recepcionar, contabilizar, registrar y procesar los documentos que ingresan al departamento
Elaboración y contabilización de Nominas.
Realizar el cierre de año, generando información para la declaración de renta anual.
Generar certificados de ingresos y retenciones en la fuente, firmados por la contadora
Generar comprobantes de intereses sobre cesantías e información para consignación de cesantías en los respectivos fondos.
Liquidación de Prestaciones Sociales.
Revisión, elaboración y Soportes para los anexos de las declaraciones tributarias de retención e IVA
Efectuar depreciaciones.
Efectuar ajuste por inflación, amortización y diferidos.
Control del sistema de costos para cada una de las unidades
Registrar los ajustes contables que solicite el contador.
Hacer copia de seguridad del sistema de manera diaria

Especificación del puesto:

Requisitos de Educación:
Secretariado auxiliar contable con énfasis en sistemas
Requisitos de Experiencia:
Específica : Si cumple con los requisitos de formación mínimo dos años en Actividades afines
Equivalencia Entre educación y Experiencia: Si no se cuenta con requisitos de educación a nivel de auxiliar contable, Debe contar con experiencia mayor a 2 años desempeñando esta labor en cualquier tipo de empresa.
Otras Habilidades y Destrezas:
Físicas: Habilidad para el uso de ambas manos, independencia para los traslados físicos de un lugar a otro, Excelente presentación personal
Cognitivas: Capacidad de memoria, Creatividad, Capacidad de atención, observación y análisis. Capacidad de síntesis, Concentración y manejo de operaciones abstractas, Agilidad mental.
Psicosociales: Habilidad para trabajar a ritmos ágiles y bajo constante presión, Manejo adecuado de los estados de animo en situaciones estresantes. Habilidad

para el trabajo en equipo y la coordinación del mismo. Habilidades de comunicación y escucha.
De comunicación: Actuar con absoluta reserva en el manejo de los asuntos encomendados, Ser amable y cordial en el manejo de las relaciones interpersonales

RESPONSABILIDAD POR:
Errores:
Inadecuada atención al público
Errores en la comunicación interna y externa
Errores en la elaboración de nóminas y libros contables
Perdida o extravió de documentación.
Errores en la elaboración de documentos tributarios y parafiscales
Incumplimiento en el calendario en la entrega de informes
Olvido de citas, compromisos, entrevistas y otras informaciones centralizadas en ella.

El Resultado Final del proceso:

Maquinas o Equipos:
Computador
Impresora
Teléfono-conmutador
Telefonía celular

Contacto con el público:
Brindar información acerca de los servicios ofertados.
Es conexión entre el cliente externo y la dirección general o coordinaciones.

Información:
Nomina
Informes para junta directiva y asamblea
Informes para entidades de control

Información Confidencial:
Listado de Clientes
Valor de contratos
Listado de Personas claves
Presupuestos
Hojas de vida

Responsabilidades por dinero y/o Valores:
Libretas de Cuentas bancarias (Ahorros – Corriente)
Documentos de Inversiones (CDT)
Tarjetas de propiedad, contratos de arrendamiento o escrituras.(automóviles, muebles y equipos de oficina)

Supervisión:
Ningún cargo esta bajo su supervisión.

#### 4.3.2.3 Coordinador de proyectos

Objetivo general del puesto de trabajo

Planificación y desarrollo de acciones de orientación, seguimiento, control y evaluación del soporte técnico, metodológico y estratégico. Que unifica de manera global las acciones desarrolladas por el equipo interdisciplinario, contribuyendo con la promoción y desarrollo integral de los niños, las niñas y los jóvenes como seres humanos activos, sujetos de derechos en un marco de sistemas sociales en relación al proceso de orientación vocacional.

Funciones

Funciones principal
DE PRESENCIA INSTITUCIONAL. Representar a la institución en los eventos interinstitucionales relacionados el portafolio de servicios y a los que el la dirección general o la junta directiva consideren pertinente.
NIVEL GESTION: Garantiza el desarrollo de acciones en red que contribuyan a la consecución de servicios y recursos financieros y logísticos que favorezcan

las políticas institucionales de control del gasto y fortalecimiento de la autogestión.
A NIVEL ADMINISTRATIVO: Responde por los procesos y actividades institucionales relacionadas con la gestión para la consecución de recursos financieros y logísticos, al igual que de la planeación y toma de decisiones para la distribución de los mismos y del gasto necesario para el funcionamiento adecuado de los programas.
A NIVEL TECNICO: Planificar y desarrollo de acciones de orientación, seguimiento, control y evaluación del soporte técnico, metodológico y estratégico, que unifica de manera global las acciones desarrolladas por el equipo interdisciplinario.
A NIVEL DE RECURSO HUMANO: Desarrollar acciones tendientes a disponer de manera permanente con el recurso humano calificado para la atención de los programas del portafolio de servicios

#### Criterios de desempeño por función principal

Función 1:
Participa de manera activa en las actividades o acciones que convoque la compañía.
Participa de manera oportuna en las actividades de supervisión, auditoría y evaluación realizadas entidades copatrocinadores de los proyectos
Asiste a los demás eventos que el director general o la junta directiva consideren pertinente.

Función 2:
Gestiona ante la dirección general los recursos materiales y económicos necesarios para garantizar el funcionamiento óptimo de los proyectos.
Elabora propuestas técnicas para la consecución de nuevos contratos.
Establece acciones de gestión para la celebración de convenios docente asistenciales con entidades de educación superior, que a través de estudiantes en práctica contribuyan a mejorar la atención prestada en cada uno de los proyectos.
Establece alianzas estratégicas con entidades que beneficien la atención en salud y el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y culturales de los beneficiarios de los proyectos...
Presenta informes mensuales que reflejen los resultados de la gestión desarrollada y los beneficios obtenidos

Función 3:
Establece junto con el departamento contable el presupuesto anual de gastos en proyección al año siguiente.
Responde por los contratos que se generen en su departamento para el cumplimiento de las actividades que se requieran
Supervisa y controla gastos en los diferentes proyectos.
Supervisa el proceso de elaboración de listado y cuentas de cobro con las firmas del Representante legal para los pagos de contratos.
Gestiona a nivel administrativo la adquisición y suministro de materiales y equipo de trabajo para los asesores profesionales y facilitadores.
Mantiene la supervisión sobre los pagos capacitación para los facilitadores.
Propicia un ambiente de acogida y adaptación hacia los cooperantes y estudiantes de prácticas orientándolos en sus tareas de apoyo.
Da respuesta oportuna a las solicitudes de información emanadas de la dirección general o junta directiva en torno a soportes técnicos para la formulación de nuevos proyectos o justificación de proyectos en ejecución y cofinanciados a nivel local e internacional.
Autoriza gastos por el monto probado por la dirección general.
Responde por los bienes y valores asignados para el funcionamiento de su área.
Autorizar y responder por el gasto y por los montos aprobados por la dirección general.
Función 4:
Responde por la presentación de proyectos y propuestas de cofinanciación al equipo, para la superación de las debilidades y necesidades identificadas en cada uno de los programas y proyectos a su cargo
Aporta elementos e información para el establecimiento de prioridades y líneas de investigación.
Garantiza una programación mensual en la que incluye un cronograma y el plan de actividades que desarrollara dentro del acompañamiento, orientación y evaluación a los diferentes proyectos desarrollados, la cual dará a conocer a los directamente implicados.
Desarrolla acciones presénciales dentro de cada uno de los procesos a fin de evaluar las necesidades y dificultades técnicas, operativas y logísticas que se presentan para estructurar junto con los asesores de los proyectos dirigidos a suplirlas
Responde por el cumplimiento de las líneas de intervención orientadas a seguir en cada proyecto
Asesora acciones, proyectos e investigaciones al interior de los programas y los retroalimenta.
Supervisa la realización y entrega de informes a entidades con las cuales se

realizan contratos sobre proyectos.
Realiza seguimiento a los planes de trabajo de cada proyecto.
Da seguimiento y analiza las sugerencias y recomendaciones hechas por parte de la junta directiva.
Si Garantiza el establecimiento de canales claros para la recopilación entrega de datos y elementos necesarios para el desarrollo de procesos de investigación y análisis de la información.
Responde por la entrega de la información para el establecimiento estadístico.
Garantiza el cumplimiento de las acciones propuestas para la consecución de las metas y los indicadores de logro establecidos dentro de cada uno de los proyectos.
Acompaña y evalúa periódicamente de manera presencial a los equipos interdisciplinarios que intervienen en cada uno de los programas y proyectos, estableciendo las fortalezas, debilidades y estrategias de mejoramiento al interior de cada proceso
Cumple los indicadores a través de los cuales se mida el fortalecimiento técnico Regional, emanados por la dirección científica
Establece metas e indicadores de Gestión que permitan realizar un seguimiento a cada proyecto.
Solicita, evalúa, retroalimenta y archiva los informes mensuales a los asesores y facilitadores de los distintos procesos.
Coordina los comités técnicos con los asesores profesionales y facilitadores.
Función 5:
Mantiene un control de la asistencia y cumplimiento del personal a su cargo
Desarrolla periódicamente o a solicitud acciones de evaluación del desempeño del personal a su cargo.
Soporta técnica y científicamente la necesidad de Recurso Humano.
Desarrolla acciones de supervisión y entrevista con los nuevos aspirantes a contratar dentro del personal asignado a los programas.
Conoce el tipo y tiempo de contratación del personal.
Desarrolla acciones de capacitación y formación del personal a su cargo
Cumplir y hacer cumplir las políticas de la institución y el reglamento interno de trabajo
Establece canales formales (Escritos) de comunicación en su departamento y con otros departamentos y secciones de la compañía.
Especificación del puesto:
Requisitos de Educación:
Profesional en el área de humanidades

Requisitos de Experiencia:
Especifica : Si cumple con los requisitos de formación mínimo un año en Actividades afines
Equivalencia Entre educación y Experiencia
Si no se cuenta con requisitos de educación a nivel de área de humanidades, Debe contar con experiencia mayor a 3 años desempeñando coordinación o dirección técnica en empresas del sector social.
Otras Habilidades y Destrezas:
FISICAS : Excelente presentación personal
COGNITIVAS: Capacidad de memoria, Creatividad, Capacidad de atención, observación y análisis. Capacidad de síntesis, Concentración y manejo de operaciones abstractas, Agilidad mental.
PSICOSOCIALES: Habilidad para trabajar a ritmos ágiles y bajo constante presión, Manejo adecuado de los estados de ánimo en situaciones estresantes. Habilidad para el trabajo en equipo y la coordinación del mismo. Habilidades de comunicación y escucha. Habilidad para constituirse como figura de autoridad. Habilidad para detectar las necesidades de sus equipos de trabajo y de la población beneficiada.
TECNICAS: Habilidad para el establecimiento de relaciones empáticas con los empleados a su cargo, al igual que con los compañeros de trabajo y la comunidad en general, de modo que favorezca los procesos de atención e intervención individual y grupal.
Capacidad para la coordinación de procesos de atención a nivel diagnóstico, psicoterapéutico y de implementación de técnicas alternativas de abordaje e intervención.
Capacidad de asesorar las líneas de intervención terapéuticas para los niños, las niñas, jóvenes y adultos beneficiarios de los proyectos.
Habilidad para el diseño de estrategias metodológicas que favorezcan el cumplimiento de los objetivos propuestos dentro de las líneas de abordaje o programas específicos.
Habilidad para la toma de decisiones, solución de conflictos, procesos de conciliación y negociación.
Capacidad de asesorar al equipo técnico frente a líneas de intervención y terapia en casos individuales y dinámicas grupales

Responsabilidad por:

Maquinas o Equipos:
Computador
Impresora
Teléfono celular

Contacto con el público:
Brindar información acerca de los servicios ofertados.

Supervisión:
Asesores profesionales y facilitadores.

#### 4.3.2.4 Coordinador comercial

Objetivo general del puesto de trabajo

Desarrollar las alternativas planeadas por el COMITÉ DIRECTIVO para la venta de los servicios y productos, proporcionando nuevas estrategias que permitan una mayor consolidación comercial.

Brindar un servicio adecuado a los clientes, dando a conocer los beneficios y productos de la compañía, asesorar correcta y oportunamente a los clientes reales y potenciales

Funciones

Funciones principales
A NIVEL DE GESTION COMERCIAL: Ampliar la cobertura del mercado actual mediante la consecución de clientes nuevos y mantenimiento de la base de clientes existentes.
A NIVEL DE MERCADEO: Proporcionar a la institución alternativas de crecimiento del mercado mediante la consecución de nuevos clientes para los talleres productivos y diferentes productos y servicios que tenga la institución para comercializar

Criterios de desempeño por función principal

Función 1
Desarrolla de manera activa la oferta de programas y proyectos relacionados con el objetivo misional de la unidad.
Acompañamiento permanente a personas naturales u organizaciones en la gestión de proyectos e iniciativas empresariales ante los entes financieros.
Presenta y gestiona proyectos institucionales ante entidades como colegios públicos y privados.
Propone alternativas de solución viables a problemáticas presentes en la región a partir de un diagnostico de necesidades y según el orden de prioridades.
Participa de manera activa en los procesos de gestión para la aprobación e iniciación de los proyectos y programas, al igual que en los procesos de negociación para la definición de los términos de referencia u objeto de los contratos.
Establece mecanismos de control para gestión oportuna que promuevan y agilicen el desembolso oportuno de los recursos asignados a cada proyecto.
Desarrolla acciones de gestión para la adquisición de los equipos, insumos y demás elementos necesarios para el desarrollo de los proyectos con ajuste del presupuesto.
Propicia y favorece de manera permanente las buenas relaciones interinstitucionales con las entidades financiadoras.
Canalización de recursos de apoyo humano, técnico y logístico mediante convenios con instituciones oficiales y privadas

Especificación del puesto:
Requisitos de Educación:
Profesional en Administración o carreras afines, ó Profesional en ciencias Humanas y/o Sociales con estudios en Administración o carreras afines.
Requisitos de Experiencia:
Especifica : De 1 a 3 años en manejo actividades financieras a nivel empresarial con manejo de personal y gerencia de proyectos sociales.
Relacionada: Si no cumple con la experiencia en gerencia de proyectos sociales deberá tener entre 3 y 5 años de experiencia en actividades financieras a nivel empresarial.
Equivalencia Entre educación y Experiencia: Si no se cuenta con requisitos de educación a nivel administrativo. Debe contar con experiencia mayor a 3 años como director o administrador de proyectos u organizaciones sociales.

Otras Habilidades y Destrezas:
Capacidad para la coordinación de procesos y procedimientos operativos a nivel administrativo
Capacidad de asesorar las líneas de intervención o de acción de cada uno de los departamentos a su cargo.
Habilidad para la identificación y aplicación de los propósitos y objetivos específicos de las diversas áreas a su cargo
Habilidad para la comprensión en la dimensión de los objetivos institucionales, los proyectos y la caracterización de sus beneficiarios, entre otras.
Habilidad para el diseño de estrategias administrativas que favorezcan el cumplimiento de los objetivos propuestos dentro de los programas específicos.
Habilidad para la toma de decisiones, solución de conflictos, procesos de conciliación y negociación.
Liderazgo, capacidad de motivación y promoción del trabajo en equipo
Responsabilidad por:
Errores:
Falta de supervisión en el ajuste a los presupuestos de ventas
Falta de supervisión en los indicadores de cumplimiento en contratos con terceros
Errores en la entrega de informes a la junta
Incumplimiento en el calendario para la presentación en licitaciones y posibilidades de negocio.
El Resultado Final del proceso:
Los servicios ofertados se presten con eficiencia y calidad.
Maquinas o Equipos:
Computador
Impresora
Contacto con el público:
Solución de dificultades en la prestación de los servicios ofertados
Ofrecimiento de servicios en los círculos en donde este se desenvuelva.

Información Confidencial:
Listado de Clientes
Valor de contratos
Listado de Personas claves
Presupuestos
Estrategias de ventas
Estrategias de publicidad
Supervisión:
Fuerza de ventas

#### 4.3.3. Asignación salarial

Se determina usar el Método de Categorías Predeterminadas o de Clasificación por grados, este método clasifica o encasilla cada puesto en uno de los grados o categorías correspondientes a una escala previamente establecida.

Su aplicación se implementara en dos fases:
Elaboración del manual o escala de clasificación
Determinación de las categorías
Descripción o definición de las categorías
Aplicación del manual de clasificación
Determinación de los salarios

Luego de seguir el procedimiento anterior de determina que los salarios a devengar por los empleados serán los siguientes:

#### Cuadro 32. Asignación salarial

CARGO	SALARIO
<b>DIRECTOR GENERAL</b>	<b>\$ 1.468.560,00</b>
<b>COORDINADOR DE PROYECTOS</b>	<b>\$ 1.140.825,00</b>
<b>COORDINADOR COMERCIAL</b>	<b>\$ 984.761,00</b>
<b>OPERADOR - FACILITADOR</b>	<b>\$ 851.000,00</b>
<b>SECRETARIA</b>	<b>\$ 674.861,00</b>

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1. INVERSIONES

#### 5.1.1. Inversión Fija

Se entiende por Inversión fija o tangible (que se puede tocar), a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

**5.1.1.1. Equipo de oficina:** En este apartado se determina cuales son los equipos de oficina necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

**Cuadro 33 Equipo de oficina**

Equipos de oficina	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Computador, con Windows última versión e Internet.</b>	<b>2</b>	<b>\$1.110.000</b>	<b>\$2.220.000</b>
<b>Impresora multifuncional.</b>	<b>1</b>	<b>\$270.000</b>	<b>\$270.000</b>
<b>Telefonía móvil en un Plan corporativo.</b>	<b>3</b>	<b>\$57.000</b>	<b>\$171.000</b>
<b>Escritorios</b>	<b>3</b>	<b>\$420.000</b>	<b>\$1.260.000</b>
<b>Nueve sillas de oficina</b>	<b>9</b>	<b>\$160.000</b>	<b>\$1.440.000</b>
<b>Fax</b>	<b>1</b>	<b>\$220.000</b>	<b>\$220.000</b>
<b>Juego de sala de espera</b>	<b>1</b>	<b>\$1.120.000</b>	<b>\$1.120.000</b>
<b>Mesa para juntas</b>	<b>1</b>	<b>\$320.000</b>	<b>\$320.000</b>
<b>Videobem</b>	<b>1</b>	<b>\$1.250.000</b>	<b>\$1.250.000</b>
<b>Un televisor</b>	<b>1</b>	<b>\$780.000</b>	<b>\$780.000</b>
<b>Una grabadora</b>	<b>1</b>	<b>\$240.000</b>	<b>\$240.000</b>
<b>Un tablero acrílico</b>	<b>1</b>	<b>\$230.000</b>	<b>\$230.000</b>
<b>Dos teléfonos fijos</b>	<b>2</b>	<b>\$110.000</b>	<b>\$110.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$9.631.000</b>

### 5.1.1.2. Total de Inversión fija

**Cuadro 34 Total de Inversión fija**

Equipos de oficina		\$9.631.000
--------------------	--	-------------

### 5.1.2. Inversión diferida

Para la puesta en marcha de la empresa ASEDSA Ltda. se deberá incurrir en los costos que se describen a continuación:

**Cuadro 35 Inversión diferida**

Inversión diferida	Valor (Pesos)
<b>Constitución Legal</b>	<b>\$ 550.000</b>
<b>Publicidad de Lanzamiento</b>	<b>\$ 4.910.000</b>
<b>Estudio de Factibilidad</b>	<b>\$ 1.650.500</b>
<b>Adecuación de las instalaciones</b>	<b>\$ 2.450.000</b>
TOTAL	\$9.560.500

### 5.1.3. Inversión en capital de trabajo

Para determinar la inversión inicial que se debe realizar en capital de trabajo se tendrá en cuenta los costos de producción, tales como, los insumos, la mano de obra tanto directa como indirecta, y los costos indirectos de prestación del servicio.

#### 5.1.3.1. Costos de producción

##### 5.1.3.1.1. Insumos

**Cuadro 36 Costos de producción**

Insumos Directos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cuadernillo con contenidos de las actividades.	<b>960</b>	<b>\$ 730</b>	<b>\$ 700.800</b>
Cuadernillo de las pruebas (Psicológica y Ocupacional) para cada uno de los estudiantes que participen de las actividades	<b>960</b>	<b>\$ 210</b>	<b>\$ 201.600</b>
TOTAL			\$ 902.400

### 5.1.3.1.2. Mano obra directa e indirecta

La mano de obra directa es aquella que tiene que ver directamente con la prestación del servicio. Siendo este el caso para calcular la mano de obra directa se tiene en cuenta al Coordinador Técnico, un psicólogo, un terapeuta ocupacional y dos facilitadores.

**Cuadro 37 Mano obra directa e indirecta**

Cargo	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
<b>Coordinador Técnico</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.756.871</b>	<b>\$ 21.082.446</b>
<b>Psicólogo</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.310.540</b>	<b>\$ 15.726.480</b>
<b>Terapeuta Ocupacional</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.310.540</b>	<b>\$ 15.726.480</b>
<b>Facilitadores</b>	<b>2</b>	<b>\$ 2.621.080</b>	<b>\$ 31.452.960</b>
Total		\$ 6.999.031	\$ 83.988.372

### 5.1.3.1.3. Costos indirectos fabricación

En este ítem se tendrá en cuenta aspectos que se requieren para la prestación de un servicio adecuado, pero que no intervienen directamente en el mismo. Tal es el caso de la Mano de Obra Indirecta, los insumos, el mantenimiento y la depreciación, entre otros.

- Depreciación: Se tiene en cuenta todos los elementos que intervienen en la prestación del servicio, para el caso de ASED SA Ltda., los equipos de oficina.

**Cuadro 38 Costos indirectos fabricación**

Descripción	Valor total	Depreciación	Valor anual
<b>Equipos de oficina</b>	<b>\$9.631.000</b>	<b>10</b>	<b>\$ 963.100</b>
Total			\$ 963.100

- Mano de obra indirecta: Se considera mano de obra indirecta el Personal de servicio generales que se encarga de la limpieza y el orden de la oficina en la que funcionará la empresa

**Cuadro 39 Mano de obra indirecta**

Cargo	Cantidad	Salario Mensual	Salario Anual
Servicios Generales	1	\$ 793.100	\$ 9.517.200
Total			\$ 9.517.200

- Insumos indirectos: Se ubican en este ítem todos aquellos insumos que a pesar de no hacer parte del servicio de manera directa, se requieren para el buen funcionamiento de la empresa.

**Cuadro 40 Insumos indirectos**

Insumos Indirectos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Material audiovisual para complementar las actividades.	1	\$ 320.000	\$ 320.000
Resmas de papel blanco tamaño oficio.	45	\$ 8.200	\$ 369.000
Tinta para impresoras.	20	\$ 42.000	\$ 840.000
Lápices de mina negra.	360	\$ 260	\$ 93.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.622.000</b>

De acuerdo a las tablas anteriores se define que el total de costos indirectos por la prestación del servicio es el siguiente:

**Cuadro 41 Costos indirectos**

	DEPREC.	M.O.I	INSUMOS	TOTAL
CIF MENSUAL	\$ 80.258	\$ 793.100	\$ 135.167	\$ 1.008.525
CIF ANUAL	\$ 963.100	\$ 9.517.200	\$ 1.622.000	\$ 12.102.300

#### 5.1.3.1.4. Gastos de administración y ventas

Cargo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Director General	1	\$ 2.261.582	\$ 27.138.989
Coordinador Comercial	1	\$ 1.516.532	\$ 18.198.383
Secretaria	1	\$ 1.039.286	\$ 12.471.431
Energía	1	\$ 85.000	\$ 1.020.000
Teléfono	1	\$ 92.000	\$ 1.104.000
Telefonía Móvil	1	\$ 171.000	\$ 2.052.000
Agua	1	\$ 55.000	\$ 660.000
Arriendo	1	\$ 480.000	\$ 5.760.000
<b>Total</b>		<b>\$ 5.700.400</b>	<b>\$ 68.404.803</b>

#### 5.1.3.2. Total costos de producción

**Cuadro 42 Total costos de producción**

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Insumos	\$ 75.200	\$ 902.400
Mano de Obra directa	\$ 6.999.031	\$ 83.988.372
Costos Indirectos de fabricación	\$ 1.008.525	\$ 12.102.300
<b>Total</b>	<b>\$ 8.082.756</b>	<b>\$ 96.993.072</b>

Teniendo en cuenta el valor total del costo de producción que es de \$ 96.993.072 al año, y que la capacidad utilizada es de 960 servicios para el primer año se puede determinar que el costo de producción por cada servicio es de:  
 $\$ 96.993.072 / 960 = \$ 101.034$

El costo de producción por cada servicio es \$ 101.034

### 5.1.3.3. Total Capital de trabajo

La inversión de capital de trabajo corresponde al efectivo necesario para que ASEDSA Ltda. Funcione durante el primer mes

**Cuadro 43 Total Capital de trabajo**

Detalle	Valor mensual	Valor anual
<b>Costo del servicio - Depreciación</b>	<b>\$ 8.002.498</b>	<b>\$ 96.029.972</b>
<b>Gastos de Administración y ventas</b>	<b>\$ 5.700.400</b>	<b>\$ 68.404.803</b>
TOTAL	\$ 13.702.898	\$ 164.434.776

### 5.1.4. Inversión total

**Cuadro 44 Inversión total**

Detalle	Valor (Pesos)
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>\$9.631.000</b>
<b>Total Inversión diferida</b>	<b>\$9.560.500</b>
<b>Total de Inversión capital de trabajo</b>	<b>\$ 13.702.898</b>
TOTAL	\$ 32.894.398

### 5.1.5. Fuentes de financiación

Para el montaje de las asesorías vocacionales y profesionales en el área metropolitana de Bucaramanga, se cuenta con las siguientes fuentes financieras.

a. Recursos Propios: Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de (\$16.447.199), equivale al 50% de la inversión total inicial.

b. Recursos de Terceros: Se recurrirá a un crédito por el valor ((\$16.447.199) restante para satisfacer los costos de producción del servicio y los gastos de operación inicial lo cual equivale al 50% de la inversión prevista y será efectuado con el Banco de Bogotá a una tasa del 1.94% con un plazo de 24 cuotas.

### Cuadro 45 Amortización

MES	CUOTA	A INTERES	A CAPITAL	SALDO
1	\$892,711.17	\$ 329,800.00	\$562,911.17	\$16,437,088.83
2	\$892,711.17	\$318,879.52	\$573,831.65	\$15,863,257.18
3	\$892,711.17	\$307,747.19	\$584,963.98	\$15,278,293.20
4	\$892,711.17	\$296,398.89	\$596,312.28	\$14,681,980.92
5	\$892,711.17	\$284,830.43	\$607,880.74	\$14,074,100.18
6	\$892,711.17	\$273,037.54	\$619,673.63	\$13,454,426.55
7	\$892,711.17	\$261,015.88	\$631,695.30	\$12,822,731.25
8	\$892,711.17	\$248,760.99	\$643,950.18	\$12,178,781.07
9	\$892,711.17	\$236,268.35	\$656,442.82	\$11,522,338.25
10	\$892,711.17	\$223,533.36	\$669,177.81	\$10,853,160.44
11	\$892,711.17	\$210,551.31	\$682,159.86	\$10,171,000.58
12	\$892,711.17	\$197,317.41	\$695,393.76	\$9,475,606.82
13	\$892,711.17	\$183,826.77	\$708,884.40	\$8,766,722.42
14	\$892,711.17	\$170,074.42	\$722,636.76	\$8,044,085.67
15	\$892,711.17	\$156,055.26	\$736,655.91	\$7,307,429.76
16	\$892,711.17	\$141,764.14	\$750,947.03	\$6,556,482.73
17	\$892,711.17	\$127,195.76	\$765,515.41	\$5,790,967.32
18	\$892,711.17	\$112,344.77	\$780,366.40	\$5,010,600.92
19	\$892,711.17	\$97,205.66	\$795,505.51	\$4,215,095.40
20	\$892,711.17	\$81,772.85	\$810,938.32	\$3,404,157.08
21	\$892,711.17	\$66,040.65	\$826,670.52	\$2,577,486.56
22	\$892,711.17	\$50,003.24	\$842,707.93	\$1,734,778.63
23	\$892,711.17	\$33,654.71	\$859,056.47	\$875,722.16
24	\$892,711.17	\$16,989.01	\$875,722.16	\$0.00
	<b>\$21,425,068.10</b>	<b>\$4,425,068.10</b>	<b>\$17,000,000.00</b>	

## 5.2. COSTOS

### 5.2.1. Costos fijos

#### Cuadro 46 Costos fijos

Detalle	Valor mensual	Valor anual
<b>Nomina</b>	<b>\$ 12.609.531</b>	<b>\$ 151.314.372</b>
<b>Servicios</b>	<b>\$ 883.000</b>	<b>\$ 10.596.000</b>
<b>Diferidos</b>	<b>\$ 265.570</b>	<b>\$ 3.186.834</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.758.101</b>	<b>\$ 165.097.212</b>

### 5.2.2. Costos variables.

**Cuadro 47 Costos variables**

Detalle	Valor mensual	Valor anual
<b>Útiles de Aseo y Papelería</b>	<b>\$ 135.167</b>	<b>\$ 1.622.000</b>
TOTAL	\$ 135.167	\$ 1.622.000

### 5.2.3. Costos totales unitarios

**Cuadro 48 Costos totales unitarios**

PRIMER AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
<b>Costos personal directo</b>	<b>\$ 123.598.786</b>	<b>83,97%</b>
<b>Costo personal por tareas</b>	<b>\$ 0</b>	<b>0,00%</b>
<b>Costos insumos</b>	<b>\$ 902.400</b>	<b>0,61%</b>
<b>Costos indirectos</b>	<b>\$ 22.698.304</b>	<b>15,42%</b>
<b>Otros costos</b>		<b>0,00%</b>
TOTAL COSTOS PRESTAC. DEL SERVICIO	\$ 147.199.490	100,00%

El costo Unitario por cada servicio de Orientación vocacional y profesional es de: \$ 153.333.

### 5.2.4. Precio de venta

Teniendo en cuenta que los costos variables de cada servicio son de \$ 129.689 pesos, y que el margen de contribución que se desea tener es del 40%, se determina que el precio de venta será de \$ 216.150 pesos.

Este precio es más alto que el de la competencia de los profesionales independientes que lo prestan, pero se piensa que con los elementos diferenciadores del servicio, se puede determinar este precio, y lograr la aceptación de los usuarios potenciales.

## 5.3. PROYECCIONES FINANCIERAS

**Cuadro 49 Proyecciones financieras**

Presupuesto	Valor unitario	Mensual	Anual
Orientación Vocacional	\$ 216.000	\$ 2.261.582	\$ 27.138.989
Total		\$ 5.700.400	\$ 68.404.803

**Cuadro 50. Presupuesto de Egresos**

Presupuesto	Mensual	Anual
Salarios	\$ 12.609.531	\$ 151.314.372
Servicios	\$ 883.000	\$ 10.596.000
Útiles de Aseo y Papelería	\$ 135.167	\$ 1.622.000
Obligaciones bancarias	\$ 455.615	\$ 5.467.380
Intereses	\$ 333.593	\$ 4.003.116
Otros Egresos	\$ 796.667	\$ 9.560.500
Total	\$ 15.213.576	\$ 182.562.876

**5.3.1. Ingresos Proyectados** (unidades a vender anualmente durante los primeros cinco años de vida útil del proyecto, como mínimo, multiplicadas por el precio asignado).

**Cuadro 51. Ingresos Proyectados**

Año	Presupuesto	Valor unitario	Mensual	Anual
1	Orientación Vocacional	\$ 216.148	\$ 17.291.831	\$ 207.501.977
2	Orientación Vocacional	\$ 224.794	\$ 17.983.520	\$ 215.802.240
3	Orientación Vocacional	\$ 233.786	\$ 18.702.880	\$ 224.434.560
4	Orientación Vocacional	\$ 243.137	\$ 19.450.960	\$ 233.411.520
5	Orientación Vocacional	\$ 252.862	\$ 20.228.960	\$ 242.747.520

**5.3.2. Egresos Proyectados** (cálculo de los costos totales anuales durante los primeros cinco años teniendo en cuenta el cálculo inicial sin incrementarlos durante el periodo proyectado).

**Cuadro 52. Egresos Proyectados**

Año	Mensual	Anual
1	\$ 15.213.576	\$ 182.562.876
2	\$ 15.822.239	\$ 189.866.868
3	\$ 16.455.130	\$ 197.461.560
4	\$ 17.113.335	\$ 205.360.020
5	\$ 17.797.868	\$ 213.574.416

## 5.4. ESTADOS FINANCIEROS

### 5.4.1. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja representa el movimiento de entradas y salidas de efectivo, durante el año 1 de funcionamiento. A continuación se presenta la proyección para los años dos al cinco teniendo como base una inflación proyectada del 4% anual.

**Cuadro 53. Flujo de caja año 1**

	AÑO 1
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL:</b>	
<b>Ingresos por ventas del período</b>	<b>\$ 207.501.977</b>
<b>Ingresos por recaudos período anterior</b>	<b>\$ 0</b>
Total ingresos por ventas	\$ 207.501.977
<b>Egresos operacionales:</b>	
<b>Pago Personal Directo</b>	<b>\$ 123.598.786</b>
<b>Pago Personal por tareas</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Pago Insumos</b>	<b>\$ 902.400</b>
<b>Pago costos indirectos del servicio</b>	<b>\$ 21.735.204</b>
<b>Pago gastos de administración</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Pago gastos de ventas</b>	<b>\$ 30.198.383</b>
<b>Pago de impuestos</b>	<b>\$ 0</b>
Total egresos operacionales	\$ 176.434.773
Flujo de caja operacional	\$ 31.067.203
<b>Inversiones a realizar:</b>	
<b>Compra activos fijos</b>	<b>-\$ 9.631.000</b>
<b>Inversión diferida</b>	<b>-\$ 9.560.500</b>
<b>Financiación y apalancamiento:</b>	
<b>Recursos Propios</b>	<b>\$ 16.891.042</b>
<b>Crédito Financiero</b>	<b>\$ 17.000.000</b>
<b>Atención de la deuda:</b>	
<b>Abonos a capital</b>	<b>-\$ 3.400.000</b>
<b>Pago de intereses</b>	<b>-\$ 4.003.116</b>
Flujo de caja desp. Invers. y financ.	\$ 38.363.630
<b>Pago utilidades a Socios</b>	
<b>Otros Ingresos (Egresos) en efectivo</b>	
Saldo en caja del período	\$ 38.363.630
Saldo anterior en caja	
Saldo final acumulado	\$ 38.363.630

**Cuadro 54. Flujo de caja proyectado**

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL:</b>				
Ingresos por ventas del período	\$ 224.344.221	\$ 242.669.412	\$ 262.587.942	\$ 275.872.946
Ingresos por recaudos período anterior	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total ingresos por ventas	\$ 224.344.221	\$ 242.669.412	\$ 262.587.942	\$ 275.872.946
<b>Egresos operacionales:</b>				
Pago Personal Directo	\$ 133.630.888	\$ 144.546.308	\$ 156.410.803	\$ 164.324.031
Pago Personal por tareas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago Insumos	\$ 975.645	\$ 1.055.339	\$ 1.141.962	\$ 1.199.737
Pago costos indirectos del servicio	\$ 22.643.136	\$ 23.587.386	\$ 24.569.405	\$ 25.590.705
Pago gastos de administración	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago gastos de ventas	\$ 31.406.319	\$ 32.662.571	\$ 33.969.074	\$ 35.327.837
Pago de impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total egresos operacionales	\$ 188.655.987	\$ 201.851.604	\$ 216.091.244	\$ 226.442.310
Flujo de caja operacional	\$ 35.688.233	\$ 40.817.808	\$ 46.496.697	\$ 49.430.636
<b>Inversiones a realizar:</b>				
Compra activos fijos				
Inversión diferida				
<b>Financiación y apalancamiento:</b>				
Recursos Propios				
Crédito Financiero				
<b>Atención e la deuda:</b>				
Abonos a capital	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000

Pago de intereses	-\$ 3.371.819	2.746.453	2.127.462	1.481.936
Flujo de caja desp. Invers. y financ.	\$ 28.916.415	34.671.354	40.969.236	44.548.700
Pago utilidades a Socios				
Otros Ingresos (Egresos) en efectivo				
Saldo en caja del período	\$ 28.916.415	34.671.354	40.969.236	44.548.700
Saldo anterior en caja	\$ 38.363.630	67.280.045	101.951.399	142.920.635
Saldo final acumulado	\$ 67.280.045	101.951.399	142.920.635	187.469.335

#### 5.4.2. Estado de Resultados proyectado

##### Cuadro 55. Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados representa el movimiento del ejercicio de efectivo en el primer año de funcionamiento.

	MES UNO	AÑO 1
<b>Valor de ventas por servicios:</b>		
<b>ORIENTACION VOCACIONAL Y PROF.</b>	<b>\$ 17.291.831</b>	<b>\$ 207.501.977</b>
TOTAL VENTAS DE SERVICIOS	\$ 17.291.831	\$ 207.501.977
<b>COSTOS DEL SERVICIO</b>		
<b>COSTOS PERSONAL DIRECTO</b>	<b>\$ 10.299.899</b>	<b>\$ 123.598.786</b>
<b>COSTO PERSONAL POR TAREAS</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<b>COSTOS INSUMOS</b>	<b>\$ 75.200</b>	<b>\$ 902.400</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 1.891.525</b>	<b>\$ 22.698.304</b>
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	\$ 12.266.624	\$ 147.199.490
UTILIDAD EN EL SERVICIO	\$ 5.025.207	\$ 60.302.487
MARGEN DE UTILIDAD EN EL SERVICIO	29,06%	29,06%
<b>GASTOS OPERACIONALES:</b>		
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>

	MES UNO	AÑO 1
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 2.516.532</b>	<b>\$ 30.198.383</b>
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 2.516.532	\$ 30.198.383
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 2.508.675	\$ 30.104.103
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	14,51%	14,51%
<b>GASTOS FINANCIEROS:</b>		
<b>INTERESES SOBRE CREDITO</b>	<b>\$ 264.426</b>	<b>\$ 3.173.108</b>
<b>GASTOS BANCARIOS</b>	<b>\$ 69.167</b>	<b>\$ 830.008</b>
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 333.593	\$ 4.003.116
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.175.082	\$ 26.100.988
MARGEN DE UTILIDAD DESP. GASTOS FCIEROS	12,58%	12,58%
<b>IMPUESTO DE RENTA</b>		
UTILIDA NETA	\$ 2.175.082	\$ 26.100.988
MARGEN DE UTILIDA NETA	12,58%	12,58%

A continuación se presenta el estado de resultados proyectado para los años dos al cinco del proyecto de Empresa ASED SA

**Cuadro 56. Estado de Resultados proyectado**

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Valor de ventas por servicios:</b>				
<b>ORIENTACION VOCACIONAL Y PROF.</b>	<b>\$ 225.468.190</b>	<b>\$ 240.331.556</b>	<b>\$ 255.050.695</b>	<b>\$ 267.781.348</b>
TOTAL VENTAS DE SERVICIOS	\$ 225.468.190	\$ 240.331.556	\$ 255.050.695	\$ 267.781.348
<b>COSTOS DEL SERVICIO</b>				
<b>COSTOS PERSONAL DIRECTO</b>	<b>\$ 134.300.381</b>	<b>\$ 143.153.762</b>	<b>\$ 151.921.234</b>	<b>\$ 159.504.261</b>
<b>COSTO PERSONAL POR TAREAS</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<b>COSTOS INSUMOS</b>	<b>\$ 980.533</b>	<b>\$ 1.045.172</b>	<b>\$ 1.109.183</b>	<b>\$ 1.164.547</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 23.606.236</b>	<b>\$ 24.550.486</b>	<b>\$ 25.532.505</b>	<b>\$ 26.553.805</b>

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	\$ 158.887.150	\$ 168.749.419	\$ 178.562.922	\$ 187.222.614
UTILIDAD EN EL SERVICIO	\$ 66.581.040	\$ 71.582.137	\$ 76.487.773	\$ 80.558.734
MARGEN DE UTILIDAD EN EL SERVICIO	29,53%	29,78%	29,99%	30,08%
<b>GASTOS OPERACIONALES:</b>				
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 31.406.319	\$ 32.662.571	\$ 33.969.074	\$ 35.327.837
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 31.406.319	\$ 32.662.571	\$ 33.969.074	\$ 35.327.837
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 35.174.721	\$ 38.919.566	\$ 42.518.699	\$ 45.230.897
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	15,60%	16,19%	16,67%	16,89%
<b>GASTOS FINANCIEROS:</b>				
<b>INTERESES SOBRE CREDITO</b>	\$ 2.474.442	\$ 1.775.776	\$ 1.077.110	\$ 378.444
<b>GASTOS BANCARIOS</b>	\$ 901.873	\$ 961.326	\$ 1.020.203	\$ 1.071.125
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.376.315	\$ 2.737.102	\$ 2.097.313	\$ 1.449.569
UTILIDAD DESPUES DE GASTOS FINANCIEROS	\$ 31.798.407	\$ 36.182.463	\$ 40.421.386	\$ 43.781.327
MARGEN DE UTILIDAD DESP. GASTOS FCIEROS	14,10%	15,06%	15,85%	16,35%
<b>IMPUESTO DE RENTA</b>				
UTILIDA NETA	\$ 31.798.407	\$ 36.182.463	\$ 40.421.386	\$ 43.781.327
MARGEN DE UTILIDA NETA	14,10%	15,06%	15,85%	16,35%

### 5.4.3. Balance general

**Cuadro 57. Balance general**

CONCEPTO	AÑO BASE
ACTIVOS	
<b>Activos corrientes</b>	
<b>Caja y bancos</b>	<b>\$ 22.036.106</b>
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	<b>\$ 22.036.106</b>
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	
<b>Equipos de oficina</b>	<b>\$ 9.631.000</b>
<b>Menos depreciación acumulada</b>	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	<b>\$ 9.631.000</b>
ACTIVOS DIFERIDOS	
<b>Gastos de constitución</b>	<b>\$ 9.560.500</b>
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	<b>\$ 9.560.500</b>
TOTAL ACTIVOS	<b>\$41.227.606</b>
PASIVOS	
<b>Pasivos corrientes</b>	
<b>Obligaciones bancarias</b>	<b>\$ 17.000.000</b>
TOTAL PASIVO	<b>\$ 17.000.000</b>
PATRIMONIO	
<b>Capital</b>	<b>\$ 24.227.606</b>
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>\$ 0</b>
TOTAL PATRIMONIO	<b>\$ 24.227.606</b>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<b>\$41.227.606</b>

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 6.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ( $IT = CT$ ). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

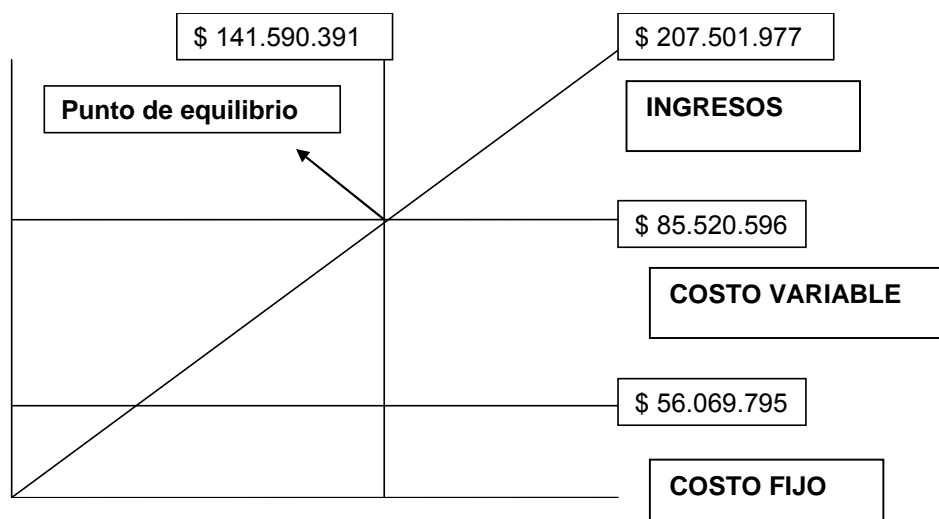
Sean  $IT$  los ingresos totales,  $CT$  los costos totales,  $P$  el precio por unidad,  $Q$  la cantidad de unidades producidas y vendidas,  $CF$  los costos fijos, y  $CV$  los costos variables. Entonces:

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

**Cuadro 58 Punto de equilibrio**

	AÑO 1
Valor de ventas en Punto Equilibrio	\$ 141.590.391
Porcent. Pto. Equilibrio / Vr. proyectado ventas	68,24%
Distribuc. ventas en punto de equilibrio:	
<b>ORIENTACION VOCACIONAL Y PROF.</b>	<b>\$ 141.590.391</b>
TOTAL Vr. DE VENTAS EN EQUILIBRIO	\$ 141.590.391
CANTIDAD SERVICIOS EN EQUILIBRIO:	
<b>ORIENTACION VOCACIONAL Y PROF.</b>	<b>655</b>
COMPROB. DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:	
VALOR DE VENTAS	\$ 141.590.391
<b>COSTOS Y GASTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 85.520.596</b>
UTILIDAD VARIABLE	\$ 56.069.795
<b>COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>	<b>\$ 56.069.795</b>
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 0
<b>Costos y gastos variables</b>	<b>\$ 125.331.194</b>
<b>Costo y gastos fijos</b>	<b>\$ 56.069.795</b>

**Figura 31. Punto de equilibrio**



## 6.2. IMPACTO SOCIAL

Cada año son mas los jóvenes que se ven obligados a abandonen los estudios superiores debido a diversas situaciones. En algunos casos se debe a la falta de oportunidades económicas que no les permite solventar los gastos que implica la educación superior. Por otro lado la falta de conocimiento acerca de las oportunidades que existen en la sociedad que pueden facilitar, en determinado momento, su estadía en estas instituciones.

Todas estas situaciones conllevan a que no más del 10% de los estudiantes que terminan la secundaria, terminen también una carrera de educación superior, situación que es preocupante en una nación en desarrollo. Como lo es Colombia, que requiere de profesionales de alta gama que aporten sus conocimientos e ideas en los proyectos que a diario emprende el país.

El Área Metropolitana de Bucaramanga se vera muy beneficiado con la puesta en marcha del servicio de Orientación Vocacional y Profesional ya que el mismo brindara a los estudiantes la posibilidad de explorar todas las opciones que existen a nivel profesional antes de tomar la decisión acerca de la carrera que va a estudiar. Este servicio permitirá disminuir los niveles de deserción, o de cambio de carrera que se observa en las universidades, además de permitir a los padres de familia el ahorro de los gastos adicionales que se generan cuando su hijo abandona la carrera que tomo la decisión de estudiar.

Por otra parte, ASEDOSA Ltda. generará empleo directo para nueve personas en su primer año de funcionamiento, contribuyendo así con la meta de disminución de desempleo y subocupación de la región.

La sociedad se vera beneficiada a mediano plazo en la disminucion del nivel de frustración que genera a los estudiante el paso de la vida de colegio a la vida de Universidad.

### 6.3. IMPACTO AMBIENTAL

Todo proyecto, de forma directa o indirecta, afecta el medio ambiente. Por esta razón se plantea a continuación una matriz que permite determinar el nivel de afectación que ASEDOSA Ltda. produce en el ambiente.

**Cuadro 59. Impacto Ambiental**

FACTORES AMBIENTALES	ENTRADAS/NECESIDADES	SALIDA/ RESULTADO	MECANISMO	RESPONSABILIDADES
AIRE	<p>Según los datos consultados en la pagina de Internet de la CDMB, los datos de calidad de aire en la estación de monitoreo Ciudadela para el año 2009 son los siguientes:</p> <p>Concentración de CO bueno durante todo el año</p> <p>Concentración de O3 fue regular.</p> <p>Concentración de NO2 fue regular.</p> <p>Concentración de PM10 fue en regular.</p> <p>La calidad del aire en la Ciudadela Real de Minas es una de las más malas del Área Metropolitana de Bucaramanga solo superada por el centro de la ciudad de Bucaramanga.</p>	<p>El aire no se vera afectado por el servicio prestado por ASEDOSA LTDA</p>		
AGUA	<p>El agua que se usará en las instalaciones es potable, y será suministrada por el AMB</p>	<p>Se usa en las instalaciones únicamente en el servicio sanitario.</p>	<p>Se instalará un mecanismo por medio del cual el agua del</p>	<p>El agua es llevada al servicio de alcantarillado de la ciudad de Bucaramanga en condiciones de</p>

			lavamanos sea almacenada y posteriormente reutilizada en el riego de las plantas.	agua gris.
	La oficina de ASEDSA LTDA consumirá en promedio un máximo de 5 M <sup>3</sup> mensuales		Se usaran elementos de aseo, tales como detergente, jabón de manos entre otros, biodegradables	
	El estrato socioeconómico en el que estará instalada la oficina es el 4, y el precio de referencia para este estrato es de \$1.233.59 por metro cúbico		Se instalará un sistema de doble descarga en el servicio sanitario.	
ENERGIA	El estrato socioeconómico en el que estará instalada la oficina es el 4 por lo tanto se le aplica la tarifa plena más un 20% adicional de contribución.	Se usa en el equipo de computo, la luz eléctrica, el ventilador	Se utilizará en las instalaciones bombillos ahorradores de luz	Se usa la menor cantidad de energía posible, sin afectar los procesos en que esta sea necesaria.
	El promedio de consumo mensual será de 110kWh/mes		Las oficinas deberán instalarse en un local que tenga buena luz y ventilación, que evite el consumo innecesario de energía por bombillas y ventiladores	
	El voltaje con el que llega la			

	energía eléctrica es 110 v			
FLORA Y FAUNA	La flora se ve afectada en los procesos desarrollados por ASEDSA ya que el consumo de papel equivale a 17 resmas mensuales en promedio	Se afecta, ya que gran parte de las actividades se realizan usando papel que proviene de los árboles.	Se implementara un programa por medio del cual, las actividades que sean posibles, se realizaran de manera virtual.	Se afectara al medio ambiente de la menor manera posible ya que la cantidad de papel usado, sera el menor posible sin tener detrimento en la calidad de los procesos.
			Ya que es imprescindible usar papel en algunos procesos, se utilizaran las dos caras de la hoja.	
			Las comunicaciones tanto internas como externas, que sean posibles, se realizarán vía correo electrónico.	
RESIDUOS SÓLIDOS	Se requiere Baterías para cámaras fotográficas, Material publicitario, Papel por resmas, Bombillos ahorradores	A pesar de ser una oficina, ASEDSA LTDA produce una cantidad considerable de residuos sólidos	Se contratará con empresas especializadas la recolección de baterías, bombillas, y otros elementos de manejo especial.	Se entregará al medio ambiente la menor cantidad de elementos nocivos posibles, gracias al proceso de reciclaje y manejo adecuado
			Se usaran pilas recargables de alta calidad que tengan una vida útil lo mas extendida posible	

			Se hará un convenio con una empresa recicladora para que se realice la recogida de papel y otros elementos.	de los residuos.
			La publicidad, se hará en medios impresos y audiovisuales masivos. Se evitará al máximo el uso de volantes y pamfletos	
PAISAJE	La oficina de ASEDSA LTDA estará ubicada dentro de un centro comercial, estará rodeado de locales y oficinas, que presentan anuncios en los ventanales y el frente de cada uno de ellos.	ASEDSA LTDA ubicará un anuncio en la parte frontal del local	El anuncio será de tamaño proporcional a la fachada y cumplirá con el POT que dice que este no puede ocupar más del 20% de la misma	

## 6.4. EVALUACION FINANCIERA

### 6.4.1. Valor presente neto

El valor presente neto permite determinar al inversionista el rendimiento del proyecto frente a las variables económicas y financieras del Mercado con una Tasa de Interés de Oportunidad, y una Tasa Mínima Atractiva de Retorno

- Costo de Oportunidad: 15%; Este valor fue obtenido basándose en el rendimiento de los TES.
- Factor de Riesgo: 10%; Determinado por el riesgo que implica desarrollar la labor educativa en el país.

<b>Tasa de evaluación</b>	<b>de</b>	<b><math>((1+0.14)(1+0.11) - 1) * 100</math></b>	<b>= 26.54%</b>
---------------------------	-----------	--	-----------------

El Valor Presente Neto se debe obtener teniendo en cuenta la siguiente formula:

$$VPN = \sum (x) (1 + i) - t$$

Donde

X = Flujo neto de caja para cada año (0 a 5)

i = TIO = 26.54%

t = Periodo de 0 a 5 años

A continuación se determina el flujo neto de caja

**Cuadro 60. Flujo de caja proyectado**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL:</b>					
Ingresos por ventas del período	\$ 207.501.977	\$ 225.468.190	\$ 240.331.556	\$ 255.050.695	\$ 267.781.348
Ingresos por recaudos período anterior	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total ingresos por ventas	\$ 207.501.977	\$ 225.468.190	\$ 240.331.556	\$ 255.050.695	\$ 267.781.348
<b>Egresos operacionales:</b>					
Pago Personal Directo	\$ 123.598.786	\$ 134.300.381	\$ 143.153.762	\$ 151.921.234	\$ 159.504.261
Pago Personal por tareas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago Insumos	\$ 902.400	\$ 980.533	\$ 1.045.172	\$ 1.109.183	\$ 1.164.547
Pago costos indirectos del servicio	\$ 21.735.204	\$ 22.643.136	\$ 23.587.386	\$ 24.569.405	\$ 25.590.705
Pago gastos de administración	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago gastos de ventas	\$ 30.198.383	\$ 31.406.319	\$ 32.662.571	\$ 33.969.074	\$ 35.327.837
Pago de impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total egresos operacionales	\$ 176.434.773	\$ 189.330.369	\$ 200.448.891	\$ 211.568.896	\$ 221.587.351

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja operacional	\$ 31.067.203	\$ 36.137.821	\$ 39.882.666	\$ 43.481.799	\$ 46.193.997
<b>Inversiones a realizar:</b>					
<b>Compra activos fijos</b>	-\$ 9.631.000				
<b>Inversión diferida</b>	-\$ 9.560.500				
<b>Financiación y apalancamiento:</b>					
<b>Recursos Propios</b>	\$ 16.891.042				
<b>Crédito Financiero</b>	\$ 17.000.000				
<b>Atención de la deuda:</b>					
<b>Abonos a capital</b>	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000	-\$ 3.400.000
<b>Pago de intereses</b>	-\$ 4.003.116	-\$ 3.376.315	-\$ 2.737.102	-\$ 2.097.313	-\$ 1.449.569
Flujo de caja desp. Invers. y financ.	\$ 38.363.630	\$ 29.361.507	\$ 33.745.563	\$ 37.984.486	\$ 41.344.427
<b>Pago utilidades a Socios</b>					
<b>Otros Ingresos (Egresos) en efectivo</b>					
Saldo en caja del período	\$ 38.363.630	\$ 29.361.507	\$ 33.745.563	\$ 37.984.486	\$ 41.344.427
Saldo anterior en caja		\$ 38.363.630	\$ 67.725.137	\$ 101.470.700	\$ 139.455.186
Saldo final acum.	\$ 38.363.630	\$ 67.725.137	\$ 101.470.700	\$ 139.455.186	\$ 180.799.613

Después de realizar el despeje de las formulas, utilizando calculadora Financiera CASIO F200, se determina que el Valor Presente Neto del proyecto es el siguiente:

$$\text{VPN} = \$ 232.808.672$$

Dado Que el resultado, en un dato proyectado a cinco años, es un número mayor a cero, se puede determinar que se puede aceptar la inversión en el proyecto. El valor anterior indica la verdadera utilidad marginal de la inversión.

#### **6.4.2. Tasa interna retorno TIR.**

Este valor es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual que cero o que iguale la suma de los flujos netos, descontada la inversión inicial.

La TIR se obtendrá mediante la siguiente formula matemática:

$$TIR = \sum (x) (1 + r) - t$$

$$VPN = 0$$

X = Flujo neto de caja para los cinco años

$$r = TIR =$$

t = Periodo de 0 a 5 años

Después de realizar el despeje de las formulas, utilizando calculadora Financiera CASIO F200, se determina que la Tasa Interna de Retorno del proyecto es el siguiente:

$$TIR = 21.31\%$$

Dado la tasa es del 21.31%, que es superior a la ofrecida por el mercado financiero, se puede determinar que se puede determinar que desde este punto de vista el proyecto es viable.

#### **6.4.3. Periodo de recuperación.**

Es el tiempo promedio estipulado en que los flujos netos efectivos sin actualizar cubren el monto total de la inversión.

Siempre y cuando las condiciones que se estimaron para el proyecto se cumplan, el periodo de recuperación es de dos años.

#### **6.4.4. Análisis de las razones financieras**

A continuación se calculan las razones de endeudamiento y de liquidez, en un periodo de un año, de acuerdo al balance general, de la siguiente manera:

- **Razón Corriente**

$$A.C. / P.C. = 22.036.106 / 17.000.000 = 1.2962$$

Este dato permite determinar que ASED SA Ltda., por cada peso que debe, en el corto plazo, tiene \$1,2962, representados en activos corrientes, para responder, lo cual es ampliamente favorable

- **Razón de capital de trabajo**

$$K = A.C. - P.C. = 22.036.106 - 17.000.000 = \$ 5.036.106$$

Esta razón es una medida de control interno, mas no de liquidez. En este sentido se puede observar que se cuenta con el capital de trabajo para funcionar en este primer año.

- **Nivel de endeudamiento**

$$P.T. / A.T. = 17.000.000 / 41.227.606 = 0.4123$$

Esto indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos, se debe a terceros \$ 0.4123. Esto permite determinar que existe un alto compromiso de endeudamiento.

- **Endeudamiento a corto plazo**

$$P.C. / P.T. = 17.000.000 / 17.000.000$$

La empresa no tiene capacidad de endeudamiento en el corta plazo

- **Cobertura de intereses**

$$\text{Util. Antes de imp.} / \text{Gastos financ.} = 26.100.988 / 4.003.116 = 6.52$$

La cobertura es favorable, ya que por cada peso de intereses pagados, tubo una ganancia antes de impuesto de \$ 6.52

- **Leverage Total**

$$P.T. / \text{PATRIMONIO TOTAL} = 17.000.000 / 24.227.606 = 0.7016$$

Este valor indica que es superior el patrimonio a los pasivos totales, lo que da a los acreedores garantía sobre las obligaciones.

- **Rentabilidad con relación al capital**

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio} = 26.100.988 / 24.227.606 = 1.077$$

Esto indica que durante el primer año, por cada peso invertido en capital, se tuvo una utilidad de \$ 1.077, lo cual es favorable.

- **Rentabilidad con relación de inversión**

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Bruto} = 26.100.988 / 41.227.606 = 0.6330$$

Esto indica que por cada peso invertido en activos se genero una ganancia, durante el primer año de \$ 0.6330, lo cual es favorable para el proyecto.

## **7. CONCLUSIONES**

Teniendo en cuenta la información recolectada y los análisis realizados a la misma luego de efectuado este estudio se puede concluir que las investigaciones arrojan datos que permiten determinar que la asesoría vocacional y profesional en el Área Metropolitana de Bucaramanga es factible.

A nivel de mercado, se puede observar que los padres de familia reconocen la necesidad de Orientación Vocacional en sus hijos, así como la necesidad de que exista una empresa especializada en este servicio. Además se puede determinar que existe demanda insatisfecha, lo que fundamenta el ingreso de esta empresa en el mercado

A nivel técnico se puede determinar que la cantidad de servicios que pretende prestar la empresa al año son posibles y que La micro localización, determinada en la Ciudadela Real de Minas, es la más acertada teniendo en cuenta la cantidad de estudiantes que tiene la zona, además del fácil acceso que tendrían los estudiantes de otras zonas de la ciudad.

Los insumos necesarios para la prestación del servicio son de fácil consecución, y acorde al presupuesto económico determinado por los creadores del proyecto. El recurso humano requerido es mínimo y fácil de conseguir en el mercado laboral de Bucaramanga. Los proveedores de materiales requeridos para la prestación del servicio, se encuentran en la ciudad, y ofrecen precios promedio respecto a los del mercado.

En cuanto a la viabilidad financiera se puede determinar que los valores que se obtienen después del estudio y el análisis, son favorables y que se puede considerar la empresa que presta el servicio de Orientación Vocacional y Profesional, ASED SA Ltda., viable y factible desde el punto de vista financiero.

## **8. RECOMENDACIONES**

Los estudios nos permiten afinar el estudio de las variables motivacionales asociadas al comportamiento de estudiantes de secundaria.

Replicar el estudio en cuanto a la variable necesidad de Logro, para definir la confiabilidad de los padres de familia para acceder a la prestación del servicio de asesoría vocacional y profesional.

Con los datos obtenidos en los estudios se requiere utilizar las variables motivacionales necesarias para obtener un logro como insumo para ejecutar en los estudiantes programas de Orientación Vocacional y Profesional dirigidos a desarrollar rasgos de la personalidad como cualidades y motivaciones, fortalezas, habilidades, valores, entre otros, en aquellos estudiantes que los presenten disminuidos, y así contribuir con la auto percepción que necesitan los estudiantes de los sistemas de educación para la formación profesional.

Realizar evaluación permanente de todos los componentes del proyecto, para de esta manera obtener una mejora continua que permita ofrecer cada vez un mejor servicio

## BIBLIOGRAFIA

AEOEP (1990): La Reforma Educativa: un reto para la Orientación. Valencia: AEOEP

ALCALÁ, M.S.P. y MADONAR, M.J. (1999): Hacia una orientación profesional no sexista. Pamplona: Gobierno de Navarra. Departamento de Educación y Cultura

ALONSO TAPIA, J. (1995): Orientación educativa: teoría, evaluación e intervención. Madrid: Síntesis

ÁLVAREZ PÉREZ, L. (2000): La diversidad en la práctica educativa: modelos de orientación y tutoría. Madrid: CCS

ÁLVAREZ, M. y otros (1991): La orientación vocacional a través del currículum y de la tutoría. Una propuesta para la etapa de 12 a 16 años. Barcelona: Grao/Universidad de Barcelona

EVALUACION DE PROYECTOS, Quinta Edición, MC GRAW HILL, Gabriel Baca Urbina.

ADMINISTRACION DE OPERACIONES, Segunda Edición, MC GRAW HILL, SCHROEDER.

ADMINISTRACION GENERAL DE MEDIO AMBIENTE, AlfaOmega GRUPO EDITOR.

MARKETING INTERNACIONAL, MC GRAW HILL, Juan B. Garcia Sordo.

DIRECCION ESTRATEGICA, MC GRAW HILL, Santiago Garrido Buj.

MATEMATICA FINANCIERA, MC GRAW HILL, Alberto Alvarez Arango.

INVESTIGACION DE MERCADOS, Avances para el nuevo milenio Cuarta Edición, MC GRAW HILL, Jose Nicolas Jany Castro.

HERZBERG, Frederick. (1971). "Administradores o entrenadores de animales". Revista de administración.

MASLOW, Abraham. (1954). "Motivación y personalidad". Harper & Row.

McGREGOR, Douglas. (1960). "El lado humano de la empresa" . McGraw-hill.

ROBBINS, Stephen. (1999). "Comportamiento Organizacional". Prentice Hall. 8° Edición.

# **ANEXOS**

## **Anexo A. Listado De La Competencia Pública Y Privada**

### **LISTADO DE LA COMPETENCIA PÚBLICA Y PRIVADA**

#### **Privados**

Colegio Bilingüe Divino Niño / Completa  
Colegio Cooperativo Comfenalco / Mañana  
Colegio de La Presentación / Mañana  
Colegio de la Santísima Trinidad / Mañana  
Colegio del Sagrado Corazón De Jesús / Mañana  
Colegio La Merced / Completa  
Colegio La Salle / Mañana  
Colegio Los Cedros / Completa  
Colegio Psicopedagógico Carl Rogers / Mañana  
Colegio San Pedro Claver / Completa  
Colegio Virrey Solís / Mañana  
Gimnasio Piedemonte / Completa  
Instituto Caldas / Completa

#### **Oficiales**

Instituto San José de la Salle / Completa

Categoría: Superior  
Institución y jornada

#### **Privados**

Centro Educativo Cajasan / Completa  
Colegio Integrado Nuestra Señora Del Divino Amor / Completa  
Colegio Integrado Santa Teresita / Completa  
Gimnasio Campestre San Sebastián / Mañana  
Gimnasio Superior / Completa  
Colegio Libertad / Mañana  
Colegio Nuestra Señora del Rosario / Mañana  
Colegio Príncipe de Asturias / Tarde  
Colegio Santa Ana / Mañana  
Instituto Comercial Bolivariano / Mañana

#### **Oficiales**

Colegio Jorge Ardila Duarte / Mañana

Colegio Nuestra Señora del Pilar /Mañana y tarde  
Escuela Normal Superior de Bucaramanga / Completa  
Instituto Santa María Goretti / Mañana  
Instituto Técnico Superior Dámaso Zapata / Completa  
Instituto Tecnológico Salesiano Eloy Valenzuela / Mañana  
Instituto Técnico Nacional de Comercio / Mañana  
Liceo Patria  
Instituto Gabriela Mistral / Mañana

Categoría: Alto  
Institución y jornada

Privado

Colegio Allan Kardec / Completa  
Colegio Americano / Completa  
Colegio Bucaramanga / Mañana  
Colegio Colombo Italiano / Mañana  
Colegio María Auxiliadora / Mañana  
Colegio Militar General Santander / Mañana  
Colegio Príncipe San Carlos / Noche y completa  
Colegio San Francisco de Asís / Mañana  
Colegio Ucc - Sección Bachillerato / Completa  
Institución Educativa Provenza / Mañana  
Instituto Educativo Pentecostal / Tarde  
Instituto Santa María Micaela / Mañana  
Instituto Suramericano Simón Bolívar / Sabatina  
Colegio San Vicente Ferrer / Mañana  
Fundación Colegio Adelina Cárdenas de Mendoza / Mañana

Oficiales

Centro Educativo Las Américas / Mañana  
Colegio Andrés Páez de Sotomayor / Tarde  
Colegio Aurelio Martínez Mutis / Mañana y tarde  
Colegio de Santander / Completa  
Institución Educativa José Celestino Mutis / Completa  
Institución Educativa Piloto Simón Bolívar / Mañana  
Instituto Politécnico / Mañana  
Instituto Santo Ángel / Tarde  
Colegio Nuestra Señora de Fátima Bienestar Social / Completa  
Institución Educativa Bicentenario de la Independencia / Mañana  
Inem Custodio García Rovira / Mañana

Categoría: Medio

## Institución y jornada

### Privados

Centro Educativo Paulo Freire / Noche  
Colegio Acoandes / Tarde  
Colegio Cristiano Camino A Emaus / Mañana  
Colegio Federico Ozanam / Completa  
Colegio Francisco de Paula Santander / Mañana  
Colegio Generación Futuro Colombia / Mañana  
Gimnasio Cristo Rey / Completa  
Instituto Comercial Bolivariano / Tarde  
Instituto Educativo Líderes del Futuro / Sabatina  
Colegio Ased / Noche  
Colegio Boston / Noche  
Colegio Harvard / Mañana  
Colegio Integrado Jorge Isaac/ Completa  
Colegio Integrado Santa Lucía / Mañana  
Colegio Técnico Empresarial José María Estévez / Mañana  
Gimnasio Femenino Manuel Beltrán / Mañana  
Institución Educativa La Medalla Milagrosa / Tarde

### Oficiales

Colegio Metropolitano Real de Minas / Completa  
Colegio Rural Vijagual / Tarde  
Institución Educativa Café Madrid / Completa  
Institución Educativa Camacho Carreño / Mañana  
Institución Educativa Campo Hermoso / Mañana  
Institución Educativa Comuneros / Mañana  
Institución Educativa Luis Carlos Galán Sarmiento / Mañana  
Institución Educativa Oriente Miraflores / Mañana y noche  
Instituto Club Unión / Completa  
Instituto De Promoción Social del Norte / Completa  
Instituto La Libertad / Mañana  
Instituto Nacional de Comercio / Noche  
Instituto Técnico Municipal del Norte Rafael García Herreros / Mañana  
Colegio Maipore / Tarde y completa

### Categoría: Bajo

#### Institución y jornada

### Privado

Centro Educativo Cajasan / Noche  
Colegio Fernando de Aragón / Tarde

Colegio Iberoamericano / Tarde  
Colegio Intecol Instituto Técnico Colombiano / Completa  
Colegio Manuel Elkin Patarroyo / Tarde  
Colegio Nuestra Señora del Perpetuo Socorro / Mañana  
Colegio Príncipe San Carlos / Sabatina  
Colegio Sotomayor / Noche  
Corporación de Santander Corsan / Mañana  
Institución Educativa Fundación Estructurar / Mañana  
Instituto Andino / Completa  
Instituto Colombo Venezolano / Noche  
Instituto Educativo Líderes del Futuro / Noche  
Instituto Superior de Comercio Colombiano / Mañana, tarde y noche  
Liceo Rey David / Mañana

#### Oficial

Colegio Aurelio Martínez Mutis / Noche  
Colegio de Santander / Noche  
Colegio Maipore / Noche  
Institución Educativa Gustavo Cote Uribe / Completa  
Institución Educativa Inem Custodio García Rovira / Noche  
Institución Educativa La Juventud / Completa  
Instituto de la Audición y del Lenguaje Centrabilitar / Mañana  
Instituto de Promoción Social del Norte De Bucaramanga / Mañana  
Instituto Integrado Jorge Eliecer Gaitán / Mañana  
Institución Educativa Oriente Miraflores / Mañana y noche

Categoría: Inferior  
Institución y jornada

#### Privado

Colegio Acoandes / Noche  
Colegio Cooperativo José Acevedo y Gómez / Mañana  
Corporación de Santander – Corsan / Noche  
Instituto Comercial Bolivariano / Noche

## **Anexo B. Ficha De Identificación Con Datos**

### FICHA DE IDENTIFICACION CON DATOS

Nombre: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Estado civil: \_\_\_\_\_

Lugar de nacimiento:

\_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento:

\_\_\_\_\_

Ocupación:

\_\_\_\_\_

Nombre de los Padres

\_\_\_\_\_

Nombre del Colegio en el que estudia

\_\_\_\_\_

### BREVE DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIANTE

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

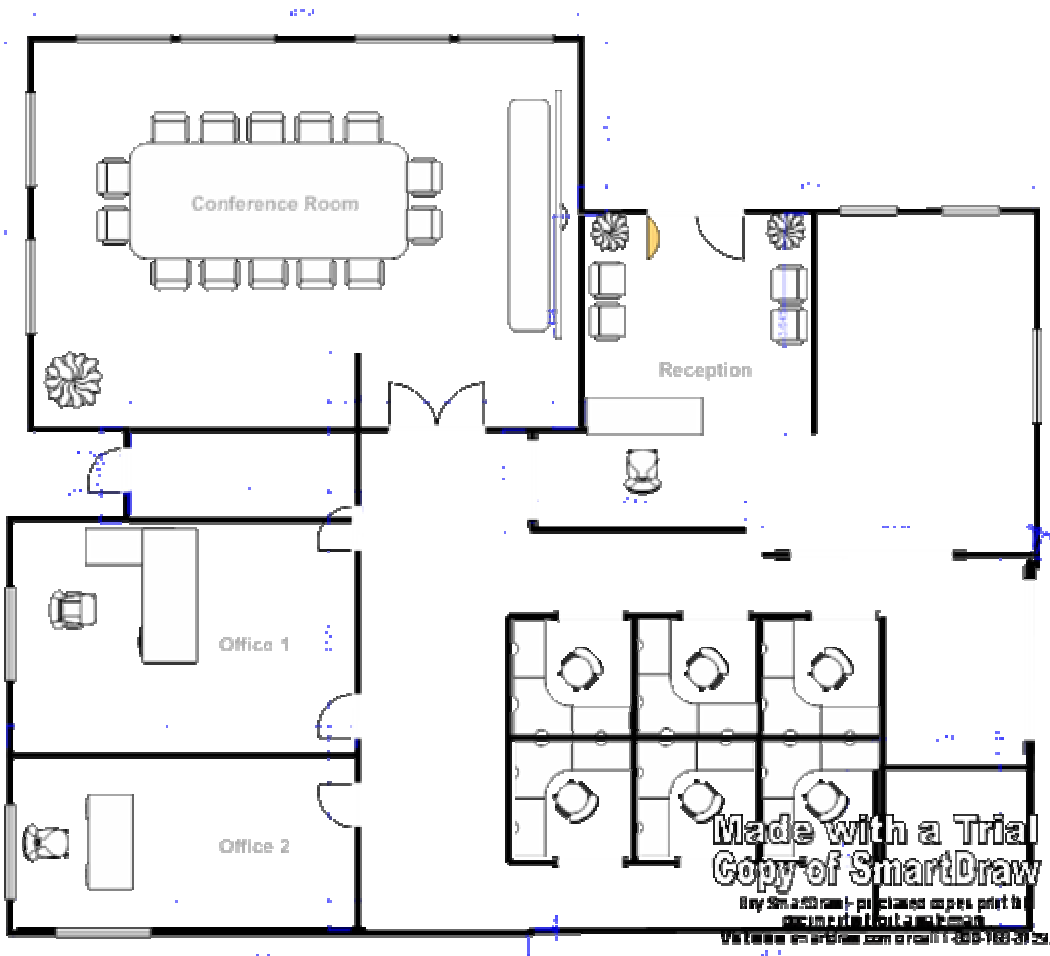
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo C. Plano



## Anexo D. Encuesta De Demanda

Objetivo: Recolectar información de parte de los padres, acerca de las necesidades de Orientación Vocacional y profesional en los estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga.

Encuesta N° \_\_\_\_\_

Nombres: \_\_\_\_\_ Apellidos: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

1. ¿Han hablado su hijo y usted, sobre lo que hará al concluir la secundaria?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Porque \_\_\_\_\_

2. ¿Su hijo ha planificado las acciones a seguir al concluir la secundaria?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_\_

3. ¿Qué hará su hijo al concluir la secundaria?

Trabajar \_\_\_\_\_ Estudiar \_\_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_\_

4. ¿La decisión sobre el futuro profesional de su hijo la toma:

Usted \_\_\_\_\_ Su hijo \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_ Quienes \_\_\_\_\_

5. ¿Le preocupa la decisión vocacional de su hijo?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ por que? \_\_\_\_\_

6. ¿Cree usted, que su hijo necesita orientación vocacional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ por que? \_\_\_\_\_

7. ¿La institución donde estudia su hijo, le ha proporcionado orientación Vocacional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8. ¿Ha recibido su hijo orientación vocacional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Donde \_\_\_\_\_

9. ¿Usted, cree que su hijo necesita tomar decisiones, sobre su futuro personal y profesional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Por que? \_\_\_\_\_

10. ¿Tiene su hijo información sobre las carreras que puede seguir al concluir la secundaria?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Cuales \_\_\_\_\_

11. ¿Su hijo ya eligió la carrera que va a estudiar?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ si la respuesta es no ¿porque?

No piensa en ello \_\_\_\_\_  
Esta desorientado \_\_\_\_\_  
No tiene información \_\_\_\_\_  
No le importa \_\_\_\_\_  
Esta confundido \_\_\_\_\_  
Otras razones \_\_\_\_\_

12. Usted, cree que su hijo necesita asesoría en:

Información de Carrera \_\_\_\_\_  
Información Personal \_\_\_\_\_  
Información laboral \_\_\_\_\_  
Toma de decisiones \_\_\_\_\_  
Exploración de Carrera \_\_\_\_\_  
Intereses vocacionales \_\_\_\_\_  
Métodos y hábitos de estudio \_\_\_\_\_  
Otros, \_\_\_\_\_ cuáles \_\_\_\_\_

13. ¿Esta dispuesto para que su hijo tome un curso de orientación profesional?  
Definitivamente sí \_\_\_\_\_ Definitivamente no \_\_\_\_\_ Probablemente si \_\_\_\_\_  
Bajo que condiciones \_\_\_\_\_

14. Cuanto estaría dispuesto a invertir en un curso de orientación profesional para su hijo?

- a. **Entre \$ 50.000 - \$ 75.000** \_\_\_\_\_  
b. **Entre \$ 75.000 - \$ 100.000** \_\_\_\_\_  
c. **Mas de \$ 100.000** \_\_\_\_\_

15. En que horario le gustaría que su hijo tomara el curso de orientación profesional?

- a. **En la mañana** \_\_\_\_\_  
b. **En la tarde** \_\_\_\_\_  
c. **En la noche** \_\_\_\_\_  
d. **Fin de semana** \_\_\_\_\_

Observaciones:

---

---

---

## Anexo E Encuesta De Oferta

Objetivo: Recolectar información de parte de los profesionales independientes, psicólogos y terapeutas ocupacionales acerca de los servicios de Orientación Vocacional y profesional prestados a los estudiantes de secundaria en el área metropolitana de Bucaramanga.

Encuesta N° \_\_\_\_\_

Nombres: \_\_\_\_\_ Apellidos: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

1. ¿ Dentro de los servicios que usted presta, se encuentra el de orientacion vocacional y profesional

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Porque \_\_\_\_\_

2. ¿De cuantas sesiones consta el servicio de Orientacion Vocacional y Profesional que usted ofrece?

1\_\_\_\_ 2\_\_\_\_ 3\_\_\_\_ 4\_\_\_\_ 5\_\_\_\_ 6\_\_\_\_ MAS DE 6\_\_\_\_

3. ¿Cuantos servicios de Orientacion Vocacional y Profesional presto durante el último año?

1\_\_\_\_ 2\_\_\_\_ 3\_\_\_\_ 4\_\_\_\_ 5\_\_\_\_ 6\_\_\_\_ 7\_\_\_\_ 8\_\_\_\_ 9\_\_\_\_ 10\_\_\_\_

11\_\_\_\_ 12\_\_\_\_ 13\_\_\_\_ 14\_\_\_\_ 15\_\_\_\_ 16\_\_\_\_ 17\_\_\_\_ 18\_\_\_\_ 19\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ MAS DE 20\_\_\_\_

4. ¿Cual es el precio del Servicio de Orientación Vocacional y profesional ofrecido por usted?

\$20.000\_\_\_\_ \$25.000\_\_\_\_ \$30.000\_\_\_\_ \$35.000\_\_\_\_ \$40.000\_\_\_\_

MAS DE \$40.000\_\_\_\_

## **Anexo F. Minuta Para La Constitución Sociedad Limitada.**

En la ciudad de Bucaramanga, departamento Santander, república de Colombia, a los \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ de 2010\_\_, comparecieron, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, mayores de edad y domiciliados en la ciudad de \_\_\_\_\_ con dirección... ..con sociedad conyugal vigente\*, identificados con la cédula de ciudadanía No. \_\_\_\_\_, en su orden, quienes manifestaron que por medio del presente instrumento público han decidido constituir una sociedad limitada, (ASEDSA LTDA): con fundamento en el Art. 22 de la Ley 1014 de 2006 y el Decreto 4463 de 2006), toda vez que, no se tienen unos activos iguales o superiores a 500 SLMLM, como tampoco se van a contratar más de 10 empleados; en tal sentido esta persona jurídica se registrará por los siguientes:

### **ESTATUTOS**

ART.1°. Son socios de la compañía comercial que por este documento privado se constituye, los señores (as) \_\_\_\_\_,

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ ...  
ART.2°. La sociedad será de responsabilidad limitada y girará bajo la denominación social \_\_\_\_\_.

ART.3°. El domicilio de la sociedad será la ciudad de \_\_\_\_\_ – Huila, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del País o del exterior, por disposición de la junta general de socios y con arreglo a la ley.

ART. 4°. La sociedad tendrá como objeto principal, las siguientes actividades: PRESTACION DEL SERVICIO DE ASESORIA VOCACIONAL Y PROFESIONAL EN EL AREA METROPOLITANA DE BUCARMANGA.

EN DESARROLLO DEL OBJETO SOCIAL PRINCIPAL LA SOCIEDAD PODRÁ; REALIZAR TODA ACTIVIDAD SECUNDARIA QUE PERMITA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL.

ART.5°. El capital de la sociedad es la suma de \_\_\_\_\_ PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA (\$\_\_\_\_\_), el cual se encuentra dividido en \_\_\_\_ (\_\_\_\_) cuotas de interés social de un valor nominal de \_\_\_\_\_ (\$\_\_\_\_\_). cada una, íntegramente suscrito y pagado en efectivo por los socios así:

- \_\_\_\_\_.  
Capital: \$\_\_\_\_\_.  
No. Cuotas: \_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_.  
Capital: \$\_\_\_\_\_.  
No. Cuotas: \_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_.

Capital: \$\_\_\_\_\_.

No. Cuotas: \_\_\_\_\_

Todos los socios pagaron sus cuotas en dinero efectivo, a razón de \_\_\_\_\_ pesos moneda corriente (\$\_\_\_\_\_) cada uno, para un total de \_\_\_\_\_ pesos moneda corriente (\$\_\_\_\_\_).

PAR. La responsabilidad de todos y cada uno de los socios esta limitada hasta el monto de sus aportes.

ART. 6°. La sociedad podrá aumentar su capital por nuevos aportes de sus socios o por admisión de nuevos socios o por acumulación de partidas no inferiores a \_\_\_\_\_ (\$\_\_\_\_\_ tomados de las utilidades que produzca la sociedad y por determinación mayoritaria de los socios. Siempre que haya el aumento, la sociedad reformará sus estatutos.

ART. 7°.: Ninguno de sus socios tiene sus cuotas representadas en títulos, ni son negociables en el mercado accionario, pero si podrán cederse, previa aprobación de la Junta de Socios. Toda cesión implica una reforma estatutaria y la escritura será otorgada por el representante legal, cedente y el cesionario.

ART. 8. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito a fin de que dentro de los quince días hábiles siguientes al traslado manifiesten si tienen interés en adquirirlas. Transcurrido este lapso los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata. El precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresan en la oferta.

ART. 9. Si los socios interesados en adquirir las cuotas discreparen respecto del precio o plazo, se designarán peritos, conforme al procedimiento que indique la ley para que fijen uno u otro. El justiprecio y el plazo determinados serán obligados por las partes. Sin embargo, éstas podrán convenir en que las condiciones de la oferta sean definitivas si fueren más favorables a los presuntos cesionarios que las fijadas por los peritos.

ART. 10. Si ningún socio manifiesta interés en adquirir las cuotas dentro del plazo señalado en el artículo 8°, ni se obtiene el voto de la mayoría 60% de las cuotas en que se divide el capital social para el ingreso de un extraño, la sociedad presentará por conducto de su representante legal, dentro de los sesenta días hábiles siguientes a la petición del cedente, una o más personas que las adquieran, aplicando para el caso las normas que antes se han expresado. Si dentro de los veinte días hábiles siguientes no se perfecciona la cesión, los socios

optarán por decretar la disolución de la sociedad o la exclusión del socio interesado en ceder las cuotas, las que se liquidarán en la forma indicada en los artículos anteriores.

ART. 11. LA dirección y administración de la sociedad estará a cargo de los siguientes órganos:

- a- La junta general de socios;
- b- El gerente; y
- c- Subgerente.

La sociedad también podrá tener un revisor fiscal, cuando así lo dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos del veinte por ciento (20%) del capital o cuando las leyes preexistas lo exijan.

ART. 12. La junta general la integran los socios reunidos con el quórum y demás condiciones establecidas en los estatutos y en la ley.

Sus reuniones serán ordinarias o extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres (3) primeros meses de cada año, por convocatoria hecha por el gerente o el 20% de los socios de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación y su objeto será tratar y examinar cualquier situación relacionada con el giro normal de los negocios sociales. Si convocada la junta ésta no se reuniere con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, a las 10 AM. En las oficinas de la administración del domicilio principal.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, la convocatoria para este tipo de reuniones se hará en la misma forma prevista para las reuniones ordinarias pero con una antelación de cinco (5) días comunes.

ART. 13. Habrá quórum para deliberar tanto en las sesiones ordinarias como extraordinarias con un número plural de socios que representen 60 % de las cuotas en que se encuentra dividido el capital social, salvo que la ley o los estatutos establezcan otra cosa. Con la misma salvedad, la reformas estatutarias se adoptarán con el voto favorable de un número plural de socios que representen el 60% de las cuotas correspondientes al capital social. Para estos efectos, cada cuota dará derecho a un voto, sin restricción alguna.

ART. 14. Son funciones de la junta general de socios:

- a- Estudiar y aprobar las reformas a los estatutos sociales.

- b- Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deba rendir el gerente.
- c- Disponer de las utilidades sociales conforme a lo revisto en los estatutos y en la ley.
- d- Elegir y remover libremente al Gerente Y al Subgerente.
- e- Constituir las reservas que deba hacer la sociedad.
- f- Resolver todo lo relativo a la cesión de cuotas así como la admisión de nuevos socios.
- g- Los demás que le asigne la ley y los estatutos.

ART. 15. El gerente es el representante legal de la sociedad con facultades, por lo tanto para ejecutar todos los actos y contratos que se relacionen con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, el gerente tendrá las siguientes atribuciones:

- a- Usar la firma y la denominación social de la empresa.
- b- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la junta de socios.
- c- Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la sociedad y fijarles su remuneración.
- d- Celebrar en nombre de la sociedad todos los actos y contratos relacionados con el correcto desarrollo del objeto social.
- e- Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios.
- f- Representar judicial y extrajudicialmente a la sociedad en toda gestión, diligencia o negocio
- g- Constituir los apoderados a que hubiere lugar.
- h- Convocar a la junta general de socios.

PAR. El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de veinte (20) salarios mínimos legales vigentes.

ART.16. La sociedad tendrá también un Subgerente que remplazará en sus faltas absolutas o temporales al Gerente, cumpliendo las mismas funciones o atribuciones delegadas al gerente en el artículo anterior.

ART. 17. Anualmente el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de ganancias y pérdidas, el informe del gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por este a consideración de la junta general de socios.

ART. 18. La sociedad formará una reserva legal con diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo 10% de las utilidades

liquidadas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

ART.19. La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas, sin embargo antes de constituir cualquier reserva se harán las apropiaciones necesarias para atener el pago de impuestos y deducciones que estime la ley.

ART. 20: En caso de pérdidas, estas se conjugarán con las reservas que se hayan constituido para este fin, en su defecto, con la reserva legal.

ART. 21: La sociedad tendrá una duración de cuarenta (20) años, contados a partir de la protocolización del presente documento constitución, pero se podrá disolver por las siguientes causas:

- Por vencimiento del término de duración.
- Por imposibilidad de cumplir el objeto social.
- Por el aumento del número de socios a más del establecido por la ley.
- Por mutuo acuerdo.
- Por decisión de la autoridad competente.
- Por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%.
- Por las establecidas por la ley para este tipo de sociedades.

ART. 22: Disuelta la sociedad se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley; En consecuencia no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto social y conservará su capacidad jurídica únicamente para los aspectos necesarios a la inmediata liquidación. Una vez disuelta la sociedad se adicionará a su razón social la expresión "EN LIQUIDACIÓN".

ART. 23: La liquidación del patrimonio social la hará la persona que figure inscrita como representante legal en el registro que para el efecto lleva la Cámara de Comercio.

ART. 24. Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna entre los socios y el pago de las obligaciones se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales se distribuirá entre los socios a prorrata de sus aportes.

ART. 25. Hecha la liquidación de lo que a cada uno de los socios le corresponda, los liquidadores convocarán a la junta general de socios, para que apruebe las cuentas y el acta correspondiente, esta decisión podrá adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los socios que concurren, cualquiera que sea el valor de las cuotas que representen en la sociedad.

Aprobada la cuenta final de liquidación, se entregará a cada socio lo que le corresponda.

ART. 26. Toda diferencia o controversia relativa a este contrato, a su ejecución y liquidación, se someterá a conciliación entre las partes en litigio; para ello se acudirá a cualquier centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Neiva. En el evento de no llegarse a un acuerdo, la controversia se someterá y resolverá por un Tribunal de Arbitramento designado por la Junta General de Socios.

ART. 27. Los socios acuerdan nombrar como Gerente a \_\_\_\_\_ mayor de edad, identificada con la cédula de ciudadanía número \_\_\_\_\_ y como Subgerente a \_\_\_\_\_. Mayor de edad, identificada con la cédula de ciudadanía número..... de Bucaramanga. Las anteriormente designadas aceptaron los cargos y juraron con cumplir a cabalidad sus funciones.

FIRMAS DE LOS SOCIOS

## Anexo G Cotizacion

<b>Equipos de oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Computador, con Windows última versión e internet.</b>	<b>2</b>	<b>\$1.110.000</b>	<b>\$2.220.000</b>
<b>Impresora multifuncional</b>	<b>1</b>	<b>\$270.000</b>	<b>\$270.000</b>
<b>Telefonía móvil en un Plan corporativo.</b>	<b>3</b>	<b>\$57.000</b>	<b>\$171.000</b>
<b>Escritorios de madera</b>	<b>3</b>	<b>\$420.000</b>	<b>\$1.260.000</b>
<b>Nueve sillas de oficina</b>	<b>9</b>	<b>\$160.000</b>	<b>\$1.440.000</b>
<b>Fax</b>	<b>1</b>	<b>\$220.000</b>	<b>\$220.000</b>
<b>Juego de sala de espera</b>	<b>1</b>	<b>\$1.120.000</b>	<b>\$1.120.000</b>
<b>Mesa para juntas</b>	<b>1</b>	<b>\$320.000</b>	<b>\$320.000</b>
<b>Videobem</b>	<b>1</b>	<b>\$1.250.000</b>	<b>\$1.250.000</b>
<b>Un televisor</b>	<b>1</b>	<b>\$780.000</b>	<b>\$780.000</b>
<b>Una grabadora</b>	<b>1</b>	<b>\$240.000</b>	<b>\$240.000</b>
<b>Un tablero acrílico</b>	<b>1</b>	<b>\$230.000</b>	<b>\$230.000</b>
<b>Dos teléfonos fijos</b>	<b>2</b>	<b>\$110.000</b>	<b>\$110.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$9.631.000</b>

## Anexo H. Base Tecnológica



Para los computadores que se tiene en la oficina se requiere de los programas del sistema operativo Windows Vista y de los programas que a continuación se describen:

- Word: Procesador de texto. Permite la generación de informes y diagnósticos
- Excel: Hoja de calculo. Se elaboran tablas de datos y estadísticas de los servicios prestados
- Power Point: Presentación de diapositivas. Para prestar el servicio de orientación en video beam

Para la prestación del servicio incluye la aplicación de pruebas tanto psicológicas como ocupacionales, que se llevaran a cabo por medio de una aplicación de Internet que cumple con las siguientes características:

- Tests psicológicos aplicable directamente en la red con tabulación y resultados automáticos y sistematizados.
- Tests ocupacionales aplicable directamente en la red con tabulación y resultados automáticos y sistematizados.
- Generación de diagnósticos e informes de orientación.

La aplicación Web será encargada a una empresa ubicada en Bucaramanga que tiene la experiencia en la estructuración de este tipo de aplicaciones.

## **Anexo I. Programa Jóvenes Rurales**

### **Programa Jóvenes Rurales Emprendedores: construye competitividad y desarrollo en el campo Colombiano**

Estrategia que promueve nuevos emprendimientos en jóvenes entre 16 a 35 años pertenecientes a los niveles 1 2 y 3 del Sisben y poblaciones vulnerables, a través de un proyecto productivo asociado a un proceso de formación.

#### **Objetivos específicos**

Desarrollo en los jóvenes rurales la motivación y la capacidad para identificar demandas insatisfechas locales y regionales que se conviertan en oportunidades de negocios

#### **Desarrollo de competencias emprendedoras.**

Desarrollo en la juventud rural nuevas capacidades de liderazgo y competencias para la resolución de los problemas productivos, económicos y sociales de sus comunidades: jóvenes rurales Libre Pensadores, con Capacidad Crítica, Solidario, Líder y Emprendedor Creativo.

Apoyo la creación de emprendimientos de carácter agropecuario, agroindustrial o de servicios, alentando la diversificación y la innovación productiva.

Establecer con organizaciones del medio rural una red de servicios de apoyo a la actividad emprendedora de los jóvenes rurales

#### **Antecedentes**

El programa de jóvenes rurales inicia en el año 2003 con 4.972 cupos de formación en 168 municipios con una inversión de 5.000 millones de pesos. A diciembre de 2009 se ofertaron 257.069(meta: 220.000) cupos de formación con presencia en 1.099 municipios del territorio nacional conformándose 6.683 unidades productivas (meta: 5.394) con una inversión de 60.000 millones de pesos. Igualmente ha financiado con recursos de fondo de emprender más de 227 unidades con un monto de \$10.190.648.900.

- Para la ejecución del programa se articulan acciones con las organizaciones sociales existentes en el medio rural, atendiendo al

concepto de desarrollo local fomentando sinergias tanto en la planificación como en la ejecución de acciones.

- Se posiciona como un instrumento de política social regional y local, que apunta al crecimiento y al desarrollo económico de la comunidad
- Consulta Planes de Desarrollo Departamentales y Municipales, Cadenas y Mini cadenas productivas para su ejecución

## **Metas**

Para el año 2010 Jóvenes Rurales Emprendedores se plantea como meta la creación de 5.815 empresas apalancadas con redes de apoyo que fortalezcan el tejido empresarial rural. Oferta igualmente 259.640 cupos de formación y 5.815 unidades productivas, en 1.099 municipios, los cuales se desarrollan en ambientes donde se llevan a cabo los proyectos para lo cual comprometerán cursos por 60.000 millones de pesos.

## **Estrategias de atención**

Para la conformación e identificación del Proyecto Productivo:

Acompañamiento en la identificación de necesidades productivas para ponerlas a disposición de los jóvenes rurales emprendedores a fin de ser materializarlas en proyectos productivos.

Instructores –tutores técnicos según proyecto.

Asesores móviles de emprendimiento Para el Desarrollo del Proyecto Productivo

Asesoría y capacitación en el desarrollo de los proyectos productivos.

Acompañamiento en la consolidación del proyecto como empresa rural sostenible e innovadora

Gestión en la consecución capital semilla (Participación en convocatorias en diferentes entidades-Ministerio de Agricultura, Fondo Emprender, Economía Solidaria entre otras)

Para el fortalecimiento y sostenibilidad de la empresa rural

- En articulación con las Unidades de Emprendimiento del SENA se brinda soporte a las empresas rurales creadas.
- Creación de redes comerciales y de contactos para soporte de los Jóvenes Rurales Emprendedores para posicionamiento en el mercado
- Ferias de agro negocios

- Foros virtuales
- Ruedas Virtuales a Nivel Nacional
- Fondos mixtos de capital semilla
- Congresos y seminarios
- Ruedas de socialización de proyectos productivos por subregiones
- Concurso mejores proyectos y eventos para mostrar experiencias empresariales en las regiones (videoconferencias locales) utilizando las Tics
- Acciones previas a la formulación de proyectos productivos
- Análisis del contexto social y productivo de la sub. Región
- Identificación de los desarrollos tecnológicos de la sub. Región.
- Identificación de cadenas productivas y clusters presentes en la sub. Región
- Identificación de empresas fuertes establecidas que puedan apalancar los proyectos productivos
- Inventario de infraestructura utilizable para la implementación de los proyectos productivos.

### **Convenios**

- Convenio de cooperación –Min. Educación, Embajada de España, SENA, Agencia Presidencial para la Acción Social y OEI: Programa de alfabetización, pacífico y centro del territorio colombiano (Choco, Valle, Cauca, Nariño, educación básica primaria y formación para el trabajo de jóvenes adultos vulnerables del Soacha y Bogotá (Usme). Población con edades entre los 15 y 35 en situación de desplazamiento por la violencia.
- Tropenbos: Fortalecer 7 centros del SENA en aspectos interculturales, y establecer una política de capacitación proyectos productivos en las comunidades beneficiarias del proyecto que son indígenas y afro descendientes
- Ministerio de cultura: Proyectos Centros de Producción Musical, para que los futuros jóvenes empresarios de la música se capaciten a través del programa Jóvenes Rurales Emprendedores. Se trabajaron las normas de competencia y fueron validadas con los funcionarios del Ministerio de la Cultura, pendiente realizar el Diseño Curricular correspondiente.
- Ministerio de vivienda: Proyecto de vivienda saludable-Banco de materiales

### **Otras articulaciones**

Bogotá–Región: Plan de abastecimiento agroalimentario –La alcaldía apoya tenderos bogota y el tema alimentario -Cundinamarca-Tolima, Boyacá.-Huila y Meta –Procesos de asociatividad con los productores.

Concursos empresariales rurales: FIDAS –Conocer estrategias innovadoras de jóvenes rurales que permitan fortalecer sus emprendimientos y aumentar las capacidades técnicas del staff FIDA, fortaleciendo su visión sobre este segmento estratégico y sus potenciales impactos en el desarrollo del mundo rural.

FINAGRO: Empresa rizar el campo-Cundinamarca-Tolima, Boyacá.-Huila

Bolsa Nacional Agropecuaria: Bolsa didáctica para aprender a negociar

Grandes empresas dinamizadoras de sectores: Por departamentos y Subregiones

Entidades publicas y privadas: Alta consejería, fundaciones, otros.

#### Indicadores Jóvenes Rurales Emprendedores2002 –2010

CUPOS DE FORMACIÓN			
Periodo	Meta	Resultado	Avance
AÑO 2003	5.214	4.972	95,36%
AÑO 2004	63.900	102.500	160,41%
AÑO 2005	84.334	147.106	174,43%
AÑO 2006	94.325	154.188	163,46%
AÑO 2007	131.000	162.150	123,78%
AÑO 2008	156.000	211.680	135,69%
AÑO 2009	220.000	257.069	116,85%
AÑO 2010	259.640	164.719	63,40%
TOTAL	1.014.413	1.204.384	