

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE PSICO-ORIENTACION  
Y CAPACITACION PARA ADOLESCENTES EN BUCARAMANGA**

**WILLIAM RODRIGO SANDOVAL JIMENEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2010**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE PSICO-ORIENTACION  
Y CAPACITACIÓN PARA ADOLESCENTES EN BUCARAMANGA**

**WILLIAM RODRIGO SANDOVAL JIMENEZ**

**Proyecto como requisito para optar el título de  
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director:  
Norma Yolanda Hernández Vanegas  
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2010**

## AGRADECIMIENTOS

A *DIOS*, por darme la vida y los recursos necesarios para poder culminar con éxito los estudios realizados.

A la *Universidad Industrial de Santander* y al *INSED*, por permitirme desarrollar la experiencia educativa y ser egresado en esta hermosa profesión.

A *Norma Yolanda Hernández*, director del proyecto por su valiosa colaboración y orientación.

A los *docentes*, en cada una de las asignaturas por sus conocimientos y aportes en nuestro continuo proceso educativo.

Al *personal directivo y administrativo*, de la universidad y en especial del *INSED* por su colaboración y apoyo.

A los *compañeros de estudio*, por su amistad, compañerismo y colaboración en el logro de esta meta.

A las *entidades e instituciones*, que de una u otra manera colaboraron con la información requerida para la realización del presente estudio.

A los *familiares y amigos*, por esa voz de aliento necesaria para la culminación de estos estudios y el desarrollo del proyecto.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	21
1. GENERALIDADES	23
1.1 LOS JÓVENES EN EL CONTEXTO MUNDIAL.	23
1.2 PROBLEMAS SOCIALES DE LOS JÓVENES EN COLOMBIA.	24
1.3 SUSTANCIAS PSICOACTIVAS EN ADOLESCENTES DE BUCARAMANGA Y COLOMBIA.	26
1.4 ASPECTOS LEGALES	32
2. ESTUDIO DE MERCADOS	33
2.1. OBJETIVOS	33
2.1.1 General	33
2.1.2 Objetivos específicos	33
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	34
2.2.1 Definición, uso y especificaciones del servicio	34
2.2.2 Servicios sustitutos	35
2.2.3 Servicios complementarios	36
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	36
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	36
2.3.1 Mercado potencial	36
2.3.2 Mercado objetivo	36
2.4 LA DEMANDA	37
2.4.1 Investigación de mercados	37
2.4.2 Estimación de la demanda	56
2.4.3 Evolución histórica de la demanda	57
2.4.4 Proyección de la demanda	58

2.5 LA OFERTA	63
2.5.1 Necesidades de información	63
2.5.2 Ficha técnica	64
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta	66
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	75
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	76
2.7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	77
2.7.1 Estructura de los canales actuales	77
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	77
2.7.3 Selección del canal de comercialización	78
2.8 PRECIO	79
2.8.1 Análisis de precios	79
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	80
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	80
2.9.1 Objetivos	81
2.9.2 Logotipo	81
2.9.3 Lema	82
2.9.4 Análisis de medios	83
2.9.5 Selección de medios	84
2.9.6 Estrategias publicitarias	84
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	85
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	85
3. ESTUDIO TÉCNICO	87
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	87
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	87
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	87
3.1.3 Capacidad del proyecto	88

3.2 LOCALIZACION	91
3.2.1 Macrolocalización	91
3.2.2 Microlocalización	91
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	95
3.3.1 Ficha técnica del servicio	96
3.3.2 Descripción técnica del servicio	97
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	97
3.3.4 Control de calidad del servicio	99
3.3.5 Recursos	99
3.3.6 Estudio de proveedores	101
3.3.7 Distribución de planta	101
3.3.8 Logística de facilitación del servicio	102
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	103
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	104
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	104
4.1.1 Constitución de la empresa unipersonal	104
4.1.2 Procedimiento	104
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	105
4.2.1 Visión	105
4.2.2 Misión	105
4.2.3 Objetivos	106
4.2.4 Políticas	107
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	109
4.3.1 Organigrama	109
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	110
4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	120

5. ESTUDIO FINANCIERO	121
5.1 INVERSIONES	121
5.1.1 Inversión fija	121
5.1.2 Inversión diferida	123
5.1.3 Inversión capital de trabajo	123
5.1.4 Inversión total	127
5.1.5 Fuentes de financiación	127
5.2 COSTOS	127
5.2.1 Costos fijos	127
5.2.2 Costos variables	128
5.2.3 Costos totales unitarios	129
5.2.4 Precio de venta	129
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	129
5.3.1 Egresos Proyectados	129
5.3.2 Ingresos proyectados	130
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	130
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	131
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	132
5.7 BALANCE GENERAL	133
5.8 CALCULO DE RAZONES FINANCIERAS	134
5.9 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	135
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	136
6.1 IMPACTO SOCIAL	136
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	136
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	137
6.3.1 Valor Presente Neto	137
6.3.2 Tasa interna de retorno	138

6.3.3 Periodo de recuperación	139
CONCLUSIONES	140
RECOMENDACIONES	141
BIBLIOGRAFÍA	142
WEB GRAFÍA	144
ANEXOS	145

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Evolución histórica de la demanda en familias	57
Tabla 2. Proyección para la demanda en familias	59
Tabla 3. Proyección de familias que demandarían el servicio al año	62
Tabla 4. Jóvenes (15 a 18 años) atendidos durante el último mes en Bucaramanga	76
Tabla 5. Capacidad proyectada de 5 años	91
Tabla 6. Ponderación de los factores y puntuación de factores y grados	94

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Distribución de sujetos por edad que por primera vez consume alcohol	27
Cuadro 2. Prevalencia de consumo de sustancias en los estudiantes de décimo y undécimo grado de bachillerato en el AMB	29
Cuadro 3. Distribución por edades de la población entre 10 a 19 años en el municipio de Bucaramanga, año 2008	31
Cuadro 4. Ficha técnica de la investigación de la demanda	38
Cuadro 5. Viven jóvenes entre 15 y 18 años	41
Cuadro 6. Cuantos de 15, 16,17 y 18 años	42
Cuadro 7. Actividades en tiempo libre	43
Cuadro 8. Expectativas al finalizar bachillerato	44
Cuadro 9. Los jóvenes tienen conflictos emocionales	45
Cuadro 10. Tipos de conflictos	46
Cuadro 11. Ha implementado solución para el problema	47
Cuadro 12. Es necesario crear un centro para jóvenes entre 15 y 18 años	48
Cuadro 13. Servicios que debe ofrecer este centro	49
Cuadro 14. Servicios adicionales debe tener el centro	50
Cuadro 15. Ambiente más adecuado para el centro	51
Cuadro 16. Días y jornadas que debe operar el centro	52
Cuadro 17. Medios publicitarios consultados para el servicio	53
Cuadro 18. Interés en llevar al hijo al centro de orientación	54
Cuadro 19. Disponibilidad a cancelar por un servicio o consulta	55

Cuadro 20. Ficha técnica de la investigación de la oferta	64
Cuadro 21. Ofrece servicios a los jóvenes entre 15 y 18 años	66
Cuadro 22. Tipos de conflictos consultados	67
Cuadro 23. Servicios que ofrece	68
Cuadro 24. Temas de capacitación que ofrece	69
Cuadro 25. Días y jornadas en que ofrecen el servicio	70
Cuadro 26. Medios publicitarios que usa para informar	71
Cuadro 27. Valor promedio pagado por el servicio o consulta	72
Cuadro 28. Cantidad promedio de jóvenes atendidos en el último mes	73
Cuadro 29. Conformidad con la creación de un centro de orientación	74
Cuadro 30. Precios por servicio (consulta) del mercado oferente	80
Cuadro 31. Presupuesto publicidad de lanzamiento	85
Cuadro 32. Presupuesto publicidad de operación	85
Cuadro 33. Capacidad diseñada para el primer año	89
Cuadro 34. Capacidad instalada para el primer año	90
Cuadro 35. Capacidad utilizada para el primer año	90
Cuadro 36. Determinación de la ubicación de la oficina	95
Cuadro 37. Ficha técnica del servicio que se ofrece en la empresa	96
Cuadro 38. Asignación laboral	119
Cuadro 39. Adecuación y montaje	121
Cuadro 40. Maquinaria y equipo	121
Cuadro 41. Muebles y enseres	122
Cuadro 42. Equipo de oficina	122
Cuadro 43. Total inversión fija	122

Cuadro 44. Inversión diferida	123
Cuadro 45. Insumos	123
Cuadro 46. Mano de obra directa	124
Cuadro 47. Depreciación	124
Cuadro 48. Mano de obra indirecta	125
Cuadro 49. Insumos indirectos	125
Cuadro 50. Otros costos indirectos	125
Cuadro 51. Total costos de prestación del servicio, (C.P.S.)	126
Cuadro 52. Gastos de administración y ventas, (G.A)	126
Cuadro 53. Total capital de trabajo	126
Cuadro 54. Inversión total	127
Cuadro 55. Amortización del crédito	127
Cuadro 56. Costos fijos	128
Cuadro 57. Costos variables	128
Cuadro 58. Costos totales unitarios	129
Cuadro 59. Egresos proyectados	130
Cuadro 60. Ingresos proyectados	130
Cuadro 61. Flujo de caja proyectado	131
Cuadro 62. Estado de resultados proyectado	132
Cuadro 63. Balance general	133
Cuadro 64. Flujo neto de caja	138
Cuadro 65. Período de recuperación	139

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Viven jóvenes entre 15 y 18 años	41
Figura 2. Cuantos de 15, 16,17 y 18 años	42
Figura 3. Actividades en tiempo libre	43
Figura 4. Expectativas al finalizar bachillerato	44
Figura 5. Los jóvenes tienen conflictos emocionales	45
Figura 6. Tipos de conflictos	46
Figura 7. Ha implementado solución para el problema	47
Figura 8. Es necesario crear un centro para jóvenes entre 15 y 18 años	48
Figura 9. Servicios que debe ofrecer este centro	49
Figura 10. Servicios adicionales debe tener el centro	50
Figura 11. Ambiente más adecuado para el centro	51
Figura 12. Días que debe operar el centro	52
Figura 13. Medios publicitarios consultados para el servicio	53
Figura 14. Interés en llevar a los hijos al centro de orientación	54
Figura 15. Disponibilidad a cancelar por un servicio o consulta	55
Figura 16. Evolución histórica de la demanda en familias	58
Figura 17. Proyección de la demanda en familias	61
Figura 18. Proyección de familias que demandarían el servicio	62
Figura 19. Ofrecen servicios a jóvenes entre 15 y 18 años	66
Figura 20. Tipos de conflictos consultados	67
Figura 21. Servicios que ofrece	68
Figura 22. Temas de capacitación que ofrece	69
Figura 23. Días y jornadas en que ofrecen el servicio	70

Figura 24. Medios publicitarios que usa para informar	71
Figura 25. Valor promedio pagado por el servicio o consulta	72
Figura 26. Cantidad promedio de jóvenes atendidos en el último mes	73
Figura 27. Conformidad con la creación de un centro de orientación	74
Figura 28. Canal de comercialización propuesto	79
Figura 29. Logotipo de la empresa	82
Figura 30. Lema de la empresa	83
Figura 31. Diagrama sobre la prestación del servicio	98
Figura 32. Distribución de planta para el Centro	102
Figura 33. Organigrama de la empresa	110

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Formato encuesta aplicada a la demanda	145
Anexo B. Formato encuesta aplicada a la oferta	147
Anexo C. Empresas que ofertan servicios de psico-orientación	149
Anexo D. Formato historia psicológica	151
Anexo E. PORTAFOLIO de Servicios	154

## RESUMEN

**TITULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE PSICO-ORIENTACION Y CAPACITACIÓN PARA ADOLESCENTES EN BUCARAMANGA\*

**AUTOR:** SANDOVAL JIMENEZ, William Rodrigo\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Afectividad, autoridad, conflicto, cultura, deber, derecho, norma y valor.

### DESCRIPCION:

La juventud actual vive en un desarrollo progresivo donde debe enfrentar gran variedad de factores influyentes como moda, sexo, drogas, alcohol y pandillas, pero; si el joven no se encuentra en un ambiente familiar que le permita manejar una autoestima integral y a su vez sentirse comprometido y participe de una sociedad que lo necesita, puede llegar a crear conflictos personales y sociales originando crisis. Estos eventos transforman reglas capaces de construir una cohesión familiar, y un crecimiento psicológico de sus miembros. La juventud se encuentra en abandono como consecuencia de la necesidad económica donde ambos padres deben ir a trabajar.

La factibilidad que se ha desarrollado ofrece los parámetros y lineamientos necesarios para crear un centro de psico-orientación y capacitación para adolescentes. Teniendo en cuenta el análisis de la información recibida se concluyó que un porcentaje alto en la ciudad de Bucaramanga requiere contratar ayuda profesional con calidad.

Los estudios muestran que en el mercado oferente no hay suficientes centros de psico-orientación y además no presentan flexibilidad de horarios ni variedad de servicios; el estudio técnico indica que no hay dificultad en obtener localización, procesos, distribución en planta y los recursos necesarios para su puesta en marcha; su constitución organizacional permite planear, administrar, dirigir, controlar y mejorar la prestación de estos servicios; el estudio financiero señala que la inversión inicial y el capital de trabajo está al alcance de la persona interesada en el proyecto y la evaluación deja ver que no hay impactos ambientales ni sociales negativos al generar empleo, calidad de vida y aporte al sector empresarial; En el análisis financiero, la TIR y VPN indican las bondades económicas del proyecto para la recuperación de la inversión en dos años.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Ing, Norma Yolanda Hernández.

## SUMMARY

**TITLE:** FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A CENTER OF PSICO-ORIENTATION AND CAPACITACIÓN FOR TEENAGERS IN BUCARAMANGA<sup>\*</sup>

**AUTHORS:** SANDOVAL JIMENEZ, William Rodrigo <sup>\*\*</sup>

**KEY WORDS:** Affectibility, authority, conflict, culture, duty, right, norm and value.

### DESCRIPTION:

The current youth lives in a progressive development where it must face great variety of influential factors as mode, sex, drugs, alcohol and gangs, but; if the young man they do not think in a familiar environment that it allows him to handle an integral autoesteem and in turn to feel awkward and participant of a society who needs, it they can manage to create personal and social conflicts originating crisis. These events transformed rules capable of building a family cohesion, and psychological growth of its members. The young people are leaving because of economic necessity where both parents must go to work.

The feasibility has been developed provides the parameters and guidelines to create a center of psycho-orientation and training for teenagers. Taking into account the analysis of information received it was concluded that a high percentage in the city of Bucaramanga requires hiring professional help with quality.

The studies show that on the offering market there are no sufficient centers of psico-orientación and in addition they present neither flexibility of schedules nor variety of services; the technical study indicates that there is no difficulty in obtaining location, processes, distribution in plant and the resources necessary for his putting in march; his constitution organizacional is simple and allows to glide, to administer, to direct, control and improve the own activities of these services; the financial study indicates that the initial investment and the capital of work is within reach of the person been interested in the project and the evaluation allows to see that there are no environmental and social negative impacts it will generate employment, quality of life and contribution to the managerial sector; in concerns the financial the TIR and VPN they indicate the economic kindness of the project for recovery of the investment in two years.

---

<sup>\*</sup> Work of Degree

<sup>\*\*</sup> Institute of Regional Projection and Education Distantly. Business Management. Director: Norma Yolanda Hernández.

## GLOSARIO<sup>1</sup>

**AFECTIVIDAD:** Es el producto de relaciones sociales en las cuales el otro se convierte en el elemento fundamental de la vida de una persona, y se siente la necesidad de compartir, vivir, amar y ser felices junto a ese otro.

**AUTORIDAD:** Capacidad de una persona para tomar decisiones en donde otros se ven afectados de forma positiva o negativa. Generalmente la autoridad es otorgada por aquellos que desean delegar su poder decisivo en una empresa.

**CONFLICTO:** Se entiende por tal, la posibilidad de superar situaciones difíciles, producto de la relación social y desacuerdos entre dos o más personas o grupos.

**CULTURA:** Conjunto de valores materiales y espirituales, así como de los procedimientos para crearlos, aplicarlos y transmitirlos en una sociedad, obtenidos por el hombre en el proceso de la práctica histórica y social.

**DEBER:** determinación voluntaria de asumir una responsabilidad, como parte del acuerdo que convivencia social. Tiene un carácter moral.

**DERECHO:** Se trata de la voluntad de un grupo social, elevado a la categoría de ley, es decir, una ley producto de la voluntad, expresa de un grupo social. Por ejemplo una persona tiene derecho a la libertad; esta expresión es la voluntad social, elevada a la categoría de una ley universal.

**NORMA:** Se trata de reglas de conducta, de carácter ético validas para una sociedad y los individuos que hacen parte de ella. En estos comportamientos puede no influir la ley, pero si la consideración de estos como buenos o malos, justos o injustos.

**VALOR:** Propiedad de los objetos y las relaciones sociales, según las cuales un grupo social, les asigna una importancia simbólica. Un valor material. Es un objeto de recuerdo, un valor social en la solidaridad.

---

<sup>1</sup> ALONSO CAMPOS, Juan Ignacio y MERODIO COGOLLADO, Antonio. Diccionario Enciclopédico Espasa. Madrid: Editorial Espasa Calpe, S.A., 1999. Tomos 1 al 12.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la juventud vive un desarrollo progresivo enfrentado a una gran variedad de factores influyentes (como lo son la moda, el sexo, las drogas, el alcohol, las pandillas); y si no se encuentran en un ambiente familiar que les permita manejar una autoestima integral y a su vez sentirse comprometidos y partícipes de una sociedad que los necesita y requiere pueden llegar a crear conflictos personales y sociales originando crisis. Por ejemplo en los cambios evolutivos que deben enfrentar como la adolescencia, el nacimiento de un hijo, la muerte, separaciones, etc., y en los cambios inter-sistémicos como son las modificaciones del ambiente, mudanzas, cambios de trabajo, cambios en la escala de valores, etc. Aunque estos son cambios evolutivos y, como tales, esperables, también pueden aparecer situaciones críticas imprevisibles, como enfermedades terminales o incurables en la juventud, accidentes de gravedad, por ejemplo. Estos eventos inciden en el funcionamiento familiar, desarrollando un proceso de adaptación que lleva, por un lado, a transformar reglas capaces de constituir una cohesión de la familia y, por otro, un crecimiento psicológico de sus miembros. Además de lo anterior, es una realidad latente el abandono en que se encuentra la juventud como consecuencia de la necesidad económica donde ambos padres deben ir a trabajar para poder sobrevivir, dando esto como consecuencia la formación de jóvenes sin la atenta orientación de una madre y un padre, sobre todo de la madre quien en el último cuarto de siglo a la gran mayoría le ha tocado irse a trabajar dejando a sus hijos a la deriva o al cuidado de otras personas.

Por lo anterior, surge la idea de crear un centro de psico-orientación que busca que los jóvenes puedan tener mejores opciones de vincularse a la sociedad en forma digna, seria y responsable para poder desenvolverse como empleados, gestores de negocios o como profesionales que se pueden desempeñar en los diferentes campos del conocimiento.

Ante estas situaciones planteadas la presente investigación pretende ofrecer a la ciudad de Bucaramanga y en especial a sus adolescentes, un centro de psico-orientación y capacitación que los ayude y oriente como forjadores del cambio que requiere la sociedad y así obtener un mundo mejor siendo participantes activos en el desarrollo sostenible de la ciudad con capital humano de alto rendimiento en todos los campos del conocimiento.

La temática empleada en el contenido de este proyecto se da en forma lógica y secuencial desarrollando cada uno de los capítulos con las explicaciones básicas que se requieren para el fácil entendimiento y evaluación del mismo, pasando por las generalidades, estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero y evaluación del proyecto.

Inicialmente en el capítulo generalidades se relaciona la idea con el entorno, su panorama, se presenta el contexto geográfico y los aspectos legales del servicio. A continuación se presenta el capítulo sobre el estudio de mercados donde se describe el servicio, se identifica la demanda y la oferta existente, la competencia, el canal de comercialización, el precio y las estrategias de publicidad y promoción.

El capítulo estudio técnico permite establecer el tamaño óptimo del proyecto, su localización, la ingeniería del proyecto, los proveedores, la distribución de planta y su logística.

El estudio administrativo es el capítulo donde se define el tipo de sociedad que tendrá el centro de psico-orientación y capacitación, su constitución y estructura organizacional.

En el siguiente capítulo, sobre estudio financiero, se establecen las necesidades de inversión, los gastos, las fuentes de financiación, los costos, se presupuestan los ingresos y egresos, se determina el punto de equilibrio y los estados financieros.

En el último capítulo se presenta la evaluación del proyecto, en donde se determina si el estudio de factibilidad es viable para la posterior puesta en marcha del centro de psico-orientación y capacitación que se genera.

El estudio finaliza con las conclusiones y recomendaciones que presenta el autor del proyecto con el ánimo de orientar a los ejecutores e inversionistas del proyecto.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 LOS JÓVENES EN EL CONTEXTO MUNDIAL.<sup>2</sup>

Según los cálculos de las Naciones Unidas, hoy en día en el mundo viven más de 510 millones de mujeres jóvenes y 540 millones de hombres jóvenes, lo que significa que aproximadamente una persona de cada cinco tiene entre 15 y 24 años de edad, o lo que es lo mismo, que los jóvenes constituyen casi el 18% de la población mundial, si bien la proporción de jóvenes en el mundo está disminuyendo (se prevé que en 2025 se haya reducido al 16%), la cifra absoluta ha aumentado y seguirá registrando esa tendencia bien entrado el siglo XXI. La mayoría de la gente joven, un 85%, vive en países en desarrollo, de los cuales aproximadamente un 60 % se encuentra en Asia, en 2020, el número de jóvenes que vivirán en los países en desarrollo habrá aumentado a un 89%.

Más allá de las estadísticas, los expertos coinciden en la influencia que los vertiginosos cambios sociales están ejerciendo sobre los adolescentes, en un momento que además es clave en la configuración de su personalidad y en el que se asientan los cimientos de las personas que serán en el futuro.

Los problemas y las aspiraciones de la gente joven deben examinarse como es debido en los programas de desarrollo de todos los países puesto que los jóvenes constituyen un grupo de población importante. Sin embargo, no se trata de un grupo homogéneo, sus necesidades y experiencias son distintas según la edad, el género, la raza, la clase social, el tamaño de la familia, el acceso a la educación y a la formación, la discapacidad, la condición de emigrante y de refugiado, así como el nivel de desarrollo de los países donde viven. Estos factores contribuyen a identificar cuan susceptibles son al riesgo social y definen su vulnerabilidad. Las políticas y los programas eficaces en materia de juventud necesitan tener unos objetivos muy claros para tener en cuenta las diferencias y necesidades específicas.

Las transformaciones políticas, económicas y socioculturales de los últimos años han afectado sobremanera a los jóvenes, exponiendo además la vulnerabilidad inherente a la transición de la infancia a la vida adulta, los jóvenes se enfrentan a una serie de desafíos económicos y sociales desalentadores, la mayoría de los cuales han ido en aumento y en algunos casos han aumentado los niveles de desempleo y subempleo, sobre todo en las regiones en desarrollo. Si bien las experiencias de los jóvenes en los países desarrollados o en desarrollo no son siempre similares, ambos grupos comparten problemas e incertidumbres sobre el futuro, incluidas las limitadas perspectivas de empleo. La vulnerabilidad de la juventud también está ligada a los problemas de pobreza, analfabetismo, salud y a la situación, a menudo, doblemente desfavorable de las niñas y mujeres jóvenes.

---

<sup>2</sup> La Juventud, según el Banco Mundial (BANCO MUNDIAL, 16-03-2009)

Asimismo, destaca la importancia de plantear medidas especiales para los jóvenes que trabajan en actividades informales, que colocan en riesgo sus perspectivas futuras de empleo y los jóvenes que no estudian ni trabajan. En efecto, de los 58 millones de jóvenes que pertenecen a la fuerza laboral (55% de la población entre 15 y 24 años de edad), 41 millones no estudian ni trabajan o están desempleados, mientras que 17 millones estudian pero están buscando trabajo o se encuentran ya trabajando.

## **1.2 PROBLEMAS SOCIALES DE LOS JÓVENES EN COLOMBIA.<sup>3</sup>**

### **• ALCOHOLISMO.**

No es de desconocimiento público que el alcoholismo es una de las mayores fuentes de riqueza de nuestro país; el fútbol, las reuniones sociales, las fluctuaciones emocionales, se encuentran enmarcadas en un ámbito donde el consumo de alcohol es “obligatorio” para el buen esparcimiento y la diversión.

Una de las principales causas del alcoholismo en Colombia, es la pasividad con que es adoptada esta manifestación, ya que en nuestro país aproximadamente 9 de cada 10 personas manifiestan haber consumido algún tipo de licor por lo menos una vez en su vida. La tres cuartas partes de los entrevistados tomo algún tipo de bebida alcohólica el año inmediatamente anterior de realizada la encuesta. Y La prevalecía del consumo en hombres es significativamente mayor al de las mujeres. El nivel de consumo del grupo de los menores de edad, entre 12 y 17, alcanza el 66,2%, la mayor proporción de consumo de alcohol se presentó entre personas con mayor nivel educativo y residentes de las grandes ciudades.

Según el Estudio Nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas en Colombia se estima que el 35,6% de la población total del país se inicio en consumo de bebidas alcohólicas en los últimos doce meses (más de un millón de nuevos consumidores en el último año). Según el nivel educativo, el inicio de consumo en secundaria incompleta es significativamente mayor al estimado en otros niveles.

### **. TABAQUISMO.**

Reconocido por la Organización Mundial De La Salud como una adicción, el tabaquismo genera una dependencia tanto orgánica como psíquica. Pero se trata de una adicción muy particular, porque a diferencia de otras está socialmente aceptada.

---

<sup>3</sup> [web.oit.or.cr/index.php](http://web.oit.or.cr/index.php)

El Estudio Nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas en Colombia determinó que el 45,5% de las personas entre 12 y 60 años manifestaron haber fumado cigarrillos alguna vez en su vida y en el último año el 25,8%. Estas proporciones se diferencian de manera significativa según el sexo; el consumo de cigarrillos en los hombres resultó ser prácticamente el doble con relación al de las mujeres. El consumo aumenta con la edad y los consumos más altos se presentaron en analfabetas 39,5% y en personas que han culminado estudios universitarios 29,2%. Los consumidores nuevos en el último año, corresponden al 3,2% y en su mayoría son menores de 25 años. Las personas con secundaria incompleta tienen la mayor tasa de inicio de consumo (4,1%). Por nivel de urbanización, las mayores corresponden a ciudades con más de 1,5 millones de habitantes (4,4%).

- **DROGADICCIÓN.**

La drogadicción es una enfermedad bio psicosocial, caracterizada por el abuso y la dependencia de sustancias químicas. Produce graves problemas físicos, familiares, laborales y sociales.

Según el Estudio Nacional sobre consumo de sustancias psicoactivas en Colombia se determinó que el consumo de alguna vez en la vida de cualquier sustancias ilegal (marihuana, cocaína, bazuco, o heroína) fue de 5,9%. Estimado en más de un millón cien mil hombres (11,4%) y casi trescientas mil mujeres (1,9%). Existe un incremento sostenido del consumo de todas estas sustancias con el aumento de escolaridad alcanzando el valor más alto en el nivel universitario incompleto (13,8%). Entre los residentes con mayor urbanización, existen los niveles más altos de consumo (10,1%). El consumo de la marihuana al menos una vez en la vida es de 5,3%; el de cocaína, similar al del bazuco, se estima en 1,5% y el de heroína 0,04%.

Casi 180 mil personas (0,8%) han consumido alguna de estas sustancias en los últimos 12 meses. La diferencia entre hombres y mujeres es amplia. Por grupos de edad, predomina significativamente el consumo entre los 18 y 24 (1,7%). El consumo de marihuana en el último año fue de 0,6%; cocaína de 0,3%, y bazuco de 0,1%.

El consumo de alguna en la vida de tranquilizantes, como Diazepan, Librium o Equaril, para la población total fue de 4,1% (unos 932 mil). Más de las dos terceras partes son mujeres. El consumo de sedantes, como los barbitúricos, se estima en 0,4% (unos 93 mil) y de anfetaminas 0,6%.

- **PROSTITUCIÓN.**

La prostitución es la realización de actos sexuales con fines exclusivamente lucrativos. En términos legales, la palabra `prostituta' se refiere sólo a aquellas personas que participan de transacciones económico-sexuales, por lo general a cambio de una remuneración acordada.

“En Colombia existe desconocimiento de los derechos humanos de la mujer, sobre todo los sexuales y reproductivos, de protección frente a la comisión de delitos sexuales de los que son víctimas y de diferentes tipos de discriminación en el ámbito político, económico, laboral, social y familiar, que aún subsisten”, sostuvo el defensor del pueblo. Su despacho dio a conocer un informativo en el que asevera que el 80 por ciento de la población desplazada está constituido por mujeres, niños y niñas. Destaca el documento que el 53 por ciento de la población desplazada por la violencia son mujeres y el 32 por ciento de ellas jefes de hogar. Son las mujeres, quienes como resultado de masacres, tomas de pueblos, asesinatos selectivos y otros hechos violentos, tienen que asumir el traslado silencioso e inseguro desde sus lugares de origen a los asentamientos urbanos.

Centenares de mujeres desamparadas o desplazadas se ven precisadas a ingresar a la prostitución en Colombia o en el exterior. Según la Defensoría del Pueblo, se estima que en promedio 10 colombianas salen diariamente del país para ejercer la prostitución.

Alrededor de 35 mil menores de edad son explotados en Colombia por medio de la pornografía, prostitución, turismo sexual, trata con fines de explotación sexual y matrimonios tempranos.

### **1.3 SUSTANCIAS PSICOACTIVAS EN ADOLESCENTES DE BUCARAMANGA Y COLOMBIA.<sup>4</sup>**

La experimentación con alcohol, tabaco y otras sustancias durante la adolescencia es común, a menudo esta conducta comienza entre los 13 y 16 años de edad, la mayoría de los adolescentes solamente experimentará con una o varias sustancias o las consumirán ocasionalmente sin que ello genere problemas psicosociales significativos, no obstante, un grupo de adolescentes generará un patrón regular de consumo y reunirán criterios para un trastorno por abuso o dependencia de una o más sustancias, con todas las implicaciones desfavorables para el individuo y para la sociedad, las distintas connotaciones del consumo de sustancias y las repercusiones en lo económico, político y cultural han sido motivo de interés y preocupación constante.

---

<sup>4</sup> [www.scielo.org.co/scielo.php](http://www.scielo.org.co/scielo.php)

En estudios realizados en Bucaramanga la edad en la que los sujetos reportan haber consumido alcohol por primera vez, la edad media encontrada para el consumo de alcohol es de 14.7 años, en un rango que oscila entre los 7 y 21 años. Es de destacarse que el 14.5% de los casos que manifiestan haber consumido alcohol por primera vez, lo hizo entre los 7 y 12 años. (Ver cuadro 1)

Cuadro 1. Distribución de sujetos por edad que por primera vez consume alcohol

Edad	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
7-9	4	2.0	2.2	2.2
10-12	23	11.6	12.4	14.5
13-15	101	51.00	54.3	68.8
16-18	54	27.3	29.0	97.8
19-21	4	2.0	2.2	100.0
<b>Total</b>	186	93.9	100	
No consume	12	6.1		
<b>Total</b>	186	100.0		

Fuente: <sup>5</sup>

En Bucaramanga, Colombia, Rueda y colaboradores realizaron dos estudios para establecer la prevalencia de consumo de sustancias en estudiantes de media vocacional, correspondiente en Colombia a los dos últimos años de educación secundaria (décimo y undécimo grados), los resultados que presentamos en este informe corresponden un estudio realizado en 2004 orientado a establecer prevalencia del consumo de sustancias legales e ilegales en los estudiantes de los mismos grados del área metropolitana de Bucaramanga, no se incluyó la evaluación del consumo de éxtasis y tabaco, esto permite establecer el comportamiento de los patrones de consumo y sus tendencias entre los estudiantes de educación media vocacional de esta región de Colombia a lo largo de estos años.

La población objeto del estudio estuvo conformada por los 24.425 estudiantes matriculados durante 2004 en 191 centros de educación media vocacional, tanto públicos como privados. Con el fin de detectar prevalencias de al menos 3,5 %,

<sup>5</sup> Factores asociados al consumo de alcohol en adolescentes universitarios, Marcela Albarracín Ordóñez Liliانا Muñoz Ortega, Pontificia Universidad Javeriana facultad de psicología Bogotá, D.C. Febrero de 2008.

margen de error del 1 % y significancia de 5 %, el tamaño de la muestra calculado fue 1.268 estudiantes. Los estudiantes se seleccionaron mediante muestreo probabilístico estratificado por conglomerados.

Este incluye preguntas sobre aspectos socio demográficos y otras referentes a la frecuencia de consumo de sustancias legales (tabaco -incluido solo en 2004-, alcohol, tranquilizantes, estimulantes e inhalantes) y sustancias ilegales (marihuana, cocaína y bazuco). Adicionalmente, se preguntó sobre el uso de sustancias emergentes no incluidas originalmente en el sistema, como éxtasis.

Se seleccionaron 64 conglomerados en 38 centros de educación media vocacional de las 191 instituciones existentes en el área metropolitana de Bucaramanga. Se encuestó un total de 2.304 estudiantes; el promedio de estudiantes por salón (conglomerado) fue 36. Se negaron a participar en el estudio 8 (0,34 %) estudiantes y se anularon 5 (0,21 %) cuestionarios por inconsistencias en la información. Este informe es el resultado del análisis de las respuestas de 2.291 estudiantes.

La edad de los estudiantes de la muestra osciló entre 12 y 19 años, con una media de 15,9 años (DE 1,09); 1.236 eran varones (53,9 %) y estudiaban en colegios públicos 1.625 (70,9 %). Un total de 1.092 estudiantes (47,7 %) cursaban décimo grado y 1.199 (52,3 %) undécimo grado. En lo concerniente al estrato socioeconómico, residían en estrato bajo 284 (12,4 %), en estrato medio 1.177 (51,4 %) y en estrato alto 682 (29,3 %); 158 estudiantes (6,9 %) omitieron esta información. La consistencia interna del cuestionario CAGE fue 0,54.

La prevalencia vital para el consumo de sustancias legales (sin incluir alcohol y tabaco) fue 13,2 % (IC95 % 11,8-14,7), mientras que la prevalencia vital de consumo de las ilegales fue 13,7 % (IC95 % 12,3-15,2). El consumo en el último año, de una o más sustancias legales fue de 4,5 % (IC95 % 3,7-5,5), mientras que de cualquier ilegal fue de 6,6 % (IC95 % 5,7-7,8).

El alcohol fue la sustancia más consumida durante el último año, con una prevalencia de consumo abusivo de alcohol del 16,0 % (IC95% 12,7-19,7). La prevalencia de consumo diario de cigarrillo durante el último mes fue 7,7 % (IC95 % 6,7-8,9). A su vez, la marihuana fue la sustancia ilegal que presentó el mayor consumo en todos los lapsos indagados: a lo largo de la vida, último año, último mes y última semana. En el cuadro 2 se presentan todas las prevalencias del índice de consumo de sustancias legales e ilegales, con excepción del consumo de cigarrillo.

Cuadro 2. Prevalencia de consumo de sustancias en los estudiantes de décimo y undécimo grado de bachillerato en el AMB

PREVALENCIA								
Sustancia	Vital	IC95%	Anual	IC95%	Mensual	IC95%	Semanal	IC95%
Alcohol	73,2	71,3-75,0	66,6	64,6-68,5	48,2	46,2-50,3	26,7	29,9-28,6
Embriaguez	45,4	43,4-47,5	30,2	28,3-32,1	19,3	17,8-21,0	7,7	6,7-8,9
Bazuco	1,5	1,1-2,1	1,3	0,9-1,9	1,2	0,8-1,7	0,7	0,4-1,2
Cocaína	2,8	2,2-3,6	2,3	1,8-3,0	1,8	1,3-2,4	1,1	0,7-1,6
Estimulantes	2,8	2,2-3,6	1,9	1,4-2,6	1,3	0,9-1,9	1,0	0,6-1,5
Éxtasis	3,3	2,6-4,2	2,5	1,9-3,2	1,8	1,3-2,5	1,4	1,0-2,0
Inhalantes	1,4	1,0-2,0	1,1	0,8-1,7	0,8	0,5-1,3	0,7	0,4-1,1
Marihuana	5,5	4,6-6,5	4,4	3,6-5,4	3,4	2,8-4,3	2,3	1,8-3,0
Tranquilizantes	4,1	3,3-5,0	3,1	2,4-3,9	1,9	1,4-2,6	0,9	0,5-1,4

Fuente: <sup>6</sup>

Los datos de este estudio muestran un aumento significativo en el patrón de consumo de sustancias, legales e ilegales, en estudiantes de los dos últimos niveles de bachillerato de Bucaramanga, Colombia, con diferencias importantes por género. En particular, se encontró un incremento significativo en la prevalencia de consumo de tranquilizantes en el grupo femenino y de inhalantes en varones.

Ahora bien, las sustancias que mostraron un aumento significativo en el consumo fueron los estimulantes, los inhalantes, la marihuana y los tranquilizantes. Sustancias como el alcohol, el bazuco y la cocaína mostraron prevalencias similares durante este período.

En relación con el consumo de éxtasis, las encuestas previas realizadas en Bucaramanga no indagaban por esta sustancia. No obstante, la importante cifra de consumado observada sugiere que se presenta el mismo fenómeno que ocurre en países norteamericanos y europeos, probablemente, este hallazgo sea explicado por la falsa creencia de los adolescentes que estas sustancias son menos adictivas o más seguras para la salud

Los hallazgos en relación con el consumo de tabaco no permiten comparaciones con las encuestas anteriores realizadas en Bucaramanga. No obstante, si consideramos que la prevalencia actual de consumo diario de cigarrillo en la población adulta de esta ciudad se encuentra alrededor del 10 %, probablemente tendremos un crecimiento en el porcentaje de fumadores adultos en los próximos años en la medida que la cohorte de adolescentes se incorpore al grupo de adultos. El

<sup>6</sup> [www.scielo.org.co/pdf/rsap/v9n2/v9n2a06.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/rsap/v9n2/v9n2a06.pdf)

consumo de tabaco sigue siendo la principal causa prevenible de morbilidad en todo el mundo.

Para la salud pública, el consumo de sustancias implica un aumento en la morbilidad y mortalidad, en especial en los adolescentes, cada año, la dependencia de sustancias distintas de la nicotina es la causante, de manera directa o indirecta, de al menos un 40 % de todos los ingresos hospitalarios, a más que aproximadamente un 25 % de las muertes deben directamente al consumo de sustancias ilegales o de alcohol, más de una tercera parte de los nuevos casos de infección por el virus de la inmunodeficiencia humana se producen en consumidores de drogas por vía intravenosa o en individuos que han tenido contacto sexual con estos últimos, en donde las enfermedades relacionadas con el síndrome de inmunodeficiencia adquirida suponen alrededor de 8000 muertes anuales en los consumidores de sustancias por vía intravenosa, igualmente, bajo los efectos de las sustancias los adolescentes estiman menos los riesgos de infección y en los casos más graves es frecuente el comercio sexual para financiar el uso de sustancias.

El consumo de sustancia tiene otras implicaciones sociales y de salud pública. Así por ejemplo, aproximadamente la mitad de las muertes que se producen en la carretera corresponden a un conductor o peatón intoxicado y cerca del 15 % de los pacientes que ingresan a los servicios de urgencias, después de un accidente automovilístico, han manifestado consumo de alcohol en las seis horas previas al accidente, más del 60 % de los casos de violencia doméstica se dan bajo la influencia de drogas ilegales o del alcohol, además, las estimaciones basadas en análisis de orina realizados en población general, sugieren que entre 7,5 % y el 15 % de las mujeres embarazadas han estado expuestas recientemente a drogas de abuso en el momento en el que solicitan los primeros cuidados prenatales.

De la misma forma, es muy importante investigar tempranamente síntomas emocionales en adolescentes que consumen sustancias legales e ilegales, el consumo de sustancias en adolescentes ha mostrado una fuerte y consistente asociación con trastornos depresivos y otros trastornos mentales. Igualmente, los adolescentes con problemas emocionales presentan un menor rendimiento académico, mayor deserción escolar y, en general, un peor pronóstico a corto y largo plazo.

El incremento del consumo de sustancias en los estudiantes de Bucaramanga, Colombia, debe ser un estímulo más para la búsqueda de soluciones integrales que involucren coordinadamente diferentes sectores como las entidades de educación y de salud pública. Las intervenciones para prevenir el inicio temprano de consumo de alcohol deben iniciarse en el tercer grado de educación elemental o primaria y para evitar el comienzo de consumo de cigarrillo en el cuarto grado. Es importante tener presente que con la prevención de consumo de sustancias legales como el alcohol y el tabaco también se reduce la frecuencia del consumo de sustancias ilegales. La mayoría de los adolescentes que consumen sustancias ilegales se iniciaron primero

con alcohol y cigarrillo. El aporte más importante de este estudio es la presentación de las prevalencias de consumo de sustancias en una muestra probabilística y representativa de los estudiantes de media vocacional del área metropolitana de Bucaramanga. Sin embargo, los datos no pueden ser generalizados a todos los adolescentes de la región. Probablemente, el consumo sea mayor, por ejemplo, en adolescentes trabajadores que no asisten a centros educativos. Estudios en otros países informan que los jóvenes que sólo trabajan o lo hacen simultáneamente con los estudios tienen un pronóstico más negativo, entre ellos en el consumo de sustancias asimismo, no se evaluó el consumo en estudiantes residentes en las áreas rurales, se ha observado que los adolescentes residentes en zonas rurales presentan un patrón de consumo distinto al encontrado en las zonas urbanas.

Se concluye que en estudiantes de educación media vocacional del área metropolitana de Bucaramanga se incrementó en forma importante el consumo de inhalantes y tranquilizantes. El consumo de sustancias como el éxtasis alcanza cifras significativas. Es urgente diseñar estrategias para reducir el inicio de consumo de sustancia, promover el abandono de este consumo e implementar un sistema regular de vigilancia de consumo de sustancia desde los últimos grados de la educación básica primaria.

Cuadro 3. Distribución por edades de la población entre 10 a 19 años en el municipio de Bucaramanga, año 2008

Edad	Estimaciones 2008 anualizadas por Sexo y Edad	Estimaciones 2008 anualizadas por Sexo y Edad	Bucaramanga
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
15	20.680	19.448	40.128
16	20.441	19.221	39.662
17	20.022	18.856	38.878
18	19.587	18.475	38.062
<b>TOTAL</b>	<b>80.730</b>	<b>76.000</b>	<b>156.730</b>

Fuente:<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Información estadística DANE censo 2005, con proyección año 2008

## 1.4 ASPECTOS LEGALES

- Ley 1098 de 2006 código de la infancia y la adolescencia

Este código tiene por finalidad garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armonioso desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión. Prevalecerá el reconocimiento a la igualdad y la dignidad humana, sin discriminación alguna.

El presente código tiene por objeto establecer normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, garantizar el ejercicio de sus derechos y libertades consagrados en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos, en la Constitución Política y en las leyes, así como su restablecimiento. Dicha garantía y protección será obligación de la familia, la sociedad y el Estado.

- Ley 173 de 1994

Por medio de la cual se aprueba el convenio sobre aspectos civiles del secuestro internacional de niños, suscrito en la Haya el 25 de octubre de 1980.

- Ley 7 de 1979

"Por la cual se dictan normas para la protección de la Niñez, se establece el Sistema Nacional de Bienestar Familiar, se reorganiza el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y se dictan otras disposiciones"

Artículo primero. La presente Ley tiene por objeto, formular principios fundamentales para la protección de la niñez; Establecer el Sistema Nacional de Bienestar Familiar, reorganizar el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. En consecuencia, a partir de su vigencia, todas las actividades vinculadas a la protección de la niñez y de la familia se regirán por las disposiciones de esta ley

Artículo segundo. La niñez constituye parte fundamental de toda política para el progreso social y el Estado debe brindar a los niños y a los jóvenes la posibilidad de participar activamente en todas las esferas de la vida social y una formación integral y multifacética.

- Decreto 3705 de 2007

Por el cual se declara el día nacional de la prevención del embarazo en adolescentes.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1. OBJETIVOS

**2.1.1 General.** Realizar un estudio de mercados mediante la obtención y análisis de información primaria y secundaria con el propósito de caracterizar cada una de las variables de mercadotecnia con respecto a la prestación del servicio de psico-orientación para adolescentes entre 15 y 18 años, pertenecientes a familias de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.

**2.1.2 Objetivos específicos.** Para alcanzar el objetivo general del estudio de mercados del proyecto, se plantean los siguientes objetivos específicos.

- Recolectar información sobre la demanda mediante la aplicación de una encuesta de opinión que permita identificar preferencias y características para conocer su comportamiento e identificar estrategias dando solución a las necesidades.
- Realizar un análisis sobre la oferta mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de los oferentes y así evaluar su nivel de competitividad en Bucaramanga.
- Analizar y determinar el perfil del cliente mediante la información recolectada para ofrecer un servicio de psico-orientación a adolescentes adecuado a sus necesidades.
- Determinar el precio del servicio de psico-orientación haciendo un análisis sobre los sistemas de fijación de precios existentes en el mercado con el fin de ofrecer un precio altamente competitivo y conveniente para el adolescente.
- Identificar el canal de distribución más adecuado para el servicio de psico-orientación mediante una selección creativa e innovadora sobre los canales actuales.
- Conocer el comportamiento de la comunidad adolescente evaluando históricamente sus tendencias para identificar especificaciones y reacciones de acuerdo a las diferentes identidades de jóvenes en la ciudad.

- Seleccionar la mejor estrategia de publicidad a través del análisis sobre la respuesta emocional del adolescente a los estímulos del entorno con el fin de ofrecerle una publicidad acertada que logre posicionarse en su mente.

## 2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

**2.2.1 Definición, uso y especificaciones del servicio.** El servicio que prestará el Centro de psico-orientación y capacitación para adolescentes en la ciudad de Bucaramanga consta de la evaluación y diagnóstico del comportamiento actual del adolescente mediante procedimientos establecidos, que permitan desarrollar servicios de apoyo, orientación y capacitación en labores o actividades necesarias para que el adolescente se sienta importante y necesario para la sociedad y el entorno que lo rodea.

*Definición:* Se define el servicio del centro de psico-orientación y capacitación, como una actividad de apoyo, orientación, capacitación y acompañamiento dirigido a los jóvenes entre las edades de 15 a 18 años.

El centro contará con los siguientes servicios:

- Intervención Socioeducativa
- Orientación Psicológica
- Evaluación psicológica para jóvenes entre 15 y 18 años de edad.
- Tratamientos y apoyo psicológico permanente con especialistas, a través de acompañamiento a los jóvenes.

*Usos:* El servicio del centro de psico-orientación y capacitación lo podrán usar aquellos jóvenes con edades entre 15 y 18 años (con una mayor tendencia sobre los grados 10 y 11) y que además presenten las siguientes características o comportamientos.<sup>8</sup>

- Problemas de ansiedad
- Problemas de alcoholismo
- Problemas de autoestima
- Problemas de autocontrol
- Problemas de salud física y mental
- Problemas de estrés
- Problemas de maltrato físico

---

<sup>8</sup> Araújo De Vanegas, Ana María y otros. L aventura de educar: edad escolar. Universidad de la Sabana. Bogotá, Colombia. 2ª edición, 2000.

Barroso Samuel. Autoestima: Ecología o catástrofe. Editorial Galac. 1ª Edición. Caracas Venezuela 1987

- Problemas de abuso sexual
- Problemas de violencia familiar

Especificaciones: El Centro de psico-orientación y capacitación contará con oficinas ubicadas en un sitio agradable y estratégico de la ciudad de Bucaramanga, donde se atenderá y facilitará la información necesaria a los posibles clientes en el horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m. Además, la empresa para su gestión se apoyará en adecuados medios de promoción y publicidad como anuncio en las páginas amarillas del directorio telefónico de la ciudad, medios impresos como tarjetas y portafolio de servicios.

El servicio será prestado por personal idóneo, altamente capacitado y entrenado en los diferentes aspectos del desarrollo y comportamiento del adolescente con un alto compromiso y responsabilidad. Para poder realizar este servicio el centro contará con instalaciones cómodas que ofrezcan un entorno y ambiente agradable.

Inicialmente al adolescente se le hará un diagnóstico con la finalidad de valorar su estado emocional y comportamiento; con base a su resultado se realizará con él una capacitación acorde a sus necesidades y deseos de superación.

Las capacitaciones pretenden mejorar aspectos relacionados con autoestima, desarrollo de habilidades de comunicación, proyecto de vida, orientación profesional, autoconocimiento, control del stress, orientación sexual, toma de decisiones y demás temas relacionados con intervención socioeducativa y orientación psicológica. .

El servicio a prestar también cuenta con la orientación necesaria hacia los padres de familia, quienes deben hacer parte del proceso de los adolescentes.

**2.2.2 Servicios sustitutos.** Analizando el servicio de manera integral que se ofrecerá en el nuevo centro de psico-orientación y capacitación no se tendría un servicio sustituto directo en la ciudad de Bucaramanga; pero si se consideran el servicio de manera puntual los adolescentes pueden obtener en centros de atención dispersos en diferentes áreas de la psicológica y la orientación servicios similares que en un momento dado pueden considerarse como sustitutos indirectos.

Estos servicios sustitutos similares los pueden ofrecer las siguientes entidades:

- Profesionales en psicología.
- Centros médicos que ofrecen servicio de psicología.
- Centros integrales de desarrollo y diagnóstico.
- El I.C.B.F.

- Oficinas de orientación de las universidades.
- Comunidades religiosas.

**2.2.3 Servicios complementarios.** El centro de psico-orientación y capacitación para adolescentes no presenta servicios complementarios.

**2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.** La fortaleza con respecto a la competencia será el compromiso de satisfacer las necesidades de los adolescentes, los clientes, y por supuesto la de sus padres y entorno familiar; mediante la prestación de un servicio con calidad, oportunidad, seguridad y confidencial; contando para ello con un capital humano profesional y especializado que posee la competencia y la formación necesaria para el fin de orientar y capacitar al adolescente en la búsqueda de un excelente desempeño personal, social y profesional. El servicio será personalizado, teniendo en cuenta que todos los casos en los adolescentes pueden ser diferentes.

## 2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

**2.3.1 Mercado potencial.** El mercado potencial está constituido por las 43.986 familias que pertenecen a los estratos 4, 5 y 6 del municipio de Bucaramanga, según información de Planeación Municipal de Bucaramanga y el DANE a Septiembre del año 2008.

El mercado potencial indicado se encuentra distribuido de la siguiente forma:

<u>Estrato</u>	<u>No. familias</u>	<u>% participación</u>
4	34.460	78,34 %
5	3.364	7,65 %
6	6.162	14,01 %
<i>Total</i>	<i>43.986</i>	<i>100,00 %</i>

**2.3.2 Mercado objetivo.** Esta conformado por los jóvenes entre 15 y 18 años (pertenecientes a familias de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga) que presentando dificultades comporta mentales, teniendo en cuenta que estas dificultades no sean de origen fisiológico, sino de origen sicosocial.

## 2.4 LA DEMANDA

### 2.4.1 Investigación de mercados.

**a) Planteamiento del problema.** Actualmente en el municipio de Bucaramanga existe una población estimada de 43.986<sup>9</sup>, familias de los estratos 4, 5 y 6, en las cuales viven jóvenes entre 15 y 18 años de edad, que corresponde a más del 50% de la población en esta edad, y que se convierten en un potencial para recibir el servicio del centro de psico-orientación y capacitación que se pretende crear bajo esta investigación.

El desconocimiento sobre información que permita conocer la forma de proceder de estos jóvenes que requieren de acompañamiento y seguimiento para la construcción de su proyecto de vida y a su vez cimentar hábitos y conductas adecuadas; todo ello como consecuencia de la falta de atención, voluntaria o involuntaria, de sus núcleos familiares; se convierte esto en un verdadero problema porque su desconocimiento podría generar la toma de decisiones equivocadas y por consiguiente no lograr la satisfacción, de la población objeto de estudio, esperada.

Teniendo en cuenta que la investigación de mercados es la función que relaciona al consumidor, al cliente (el adolescente) y al público a través de la información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del mercado, convirtiéndose así en un enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y suministro de información para el proceso de toma de decisiones; se debe proceder a recopilar, procesar y analizar la información necesaria para la proyección del centro de psico-orientación y capacitación en la ciudad de Bucaramanga; de lo contrario se perdería el esfuerzo que al respecto se haga.

**b) Necesidades de información.** Para el desarrollo correcto de la presente investigación, es necesario alcanzar información sobre las siguientes variables de mercadotecnia:

a) Determinar la cantidad de adolescentes, en edades entre 15 y 18 años de edad, que se encuentren entre las familias de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.

b) Conocer las actividades en que participan estos adolescentes en sus tiempos libres.

c) Información sobre las expectativas que tienen los jóvenes para cuando terminen su secundaria.

d) Identificar los conflictos emocionales que padecen los jóvenes hoy en día.

---

<sup>9</sup> Planeación Municipal de Bucaramanga y el DANE a Septiembre del año 2008.

e) Conocer las soluciones que los padres han aplicado para solucionarle los conflictos a sus hijos.

f) Identificar los servicios que los jóvenes desean encontrar en el nuevo centro de psico-orientación y capacitación.

g) Información sobre los días y jornadas que desean los jóvenes para ser atendidos en el nuevo centro de psico-orientación.

**c) Ficha técnica.** Para el desarrollo de la presente investigación se ha diseñado la siguiente ficha técnica donde se consideran aspectos fundamentales para su aplicación, ver cuadro 4.

Cuadro 4. Ficha técnica de la investigación de la demanda

<b>Tipo de Investigación</b>	<p>* <i>Descriptiva</i>: con este tipo de investigación se busca determinar las características del servicio de psico-orientación y capacitación que se ofertara, como son necesidades tanto de jóvenes como de sus padres, y descubrir la asociación de cada variables<sup>10</sup>.</p> <p>* <i>Exploratoria</i>: esta investigación permitirá familiarizarse con los problemas actuales de los adolescentes, basados en trabajos de información existentes como otras investigaciones, tesis y libros<sup>11</sup>.</p>
<b>Método de investigación</b>	<p>* <i>Inductivo</i><sup>12</sup>: este método va a permitir que con los resultados obtenidos de la muestra, se preverán los comportamientos generales de los adolescentes en la ciudad de Bucaramanga.</p> <p>* <i>Deductivo</i><sup>13</sup>: con este método al analizar la demanda se podrá señalar particularidades sobre los conflictos emocionales que requieren de orientación psicológica.</p> <p>* <i>Análisis</i>: se usará al procesar y tabular la información recogida en las encuestas, sacando conclusiones de sobre los adolescentes y sus conflictos.</p>

continúa ...

<sup>10</sup> MENDEZ, Carlos. Metodología. Mc Graw Hill. Bogotá. 2001, pág. 136.

<sup>11</sup> Ibid, pág. 134.

<sup>12</sup> Ibid, pág. 141.

<sup>13</sup> Ibid, pág. 141.

... continuación Cuadro 4.

	<p>* <i>Síntesis</i><sup>14</sup>: con este método se dará conclusión a las necesidades de jóvenes sobre los conflictos emocionales y sus tratamientos.</p>
<b>Fuentes de información</b>	<p>Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: primarias y secundarias.          * <i>Fuentes primarias</i>: la encuesta que se aplica.          * <i>Fuentes secundarias</i>: el DANE.</p>
<b>Técnicas de recolección de información</b>	<p>La encuesta que se aplicará a la población objeto de estudio.</p>
<b>Instrumento</b>	<p>Cuestionario estructurado conformado por 14 preguntas. Ver Anexo A.</p>
<b>Modo de aplicación</b>	<p>Directa a los padres de familia.</p>
<b>Definición de población</b>	<p>La población está constituida por:          * Elemento: padre de familia de los estratos 4, 5 y 6 con hijos de edad entre los 15 y 18 años.          * Unidad de muestreo: Cada una de las familias de los estratos considerados según información de Planeación Municipal de Bucaramanga y el DANE a Septiembre del año 2008; que en total son 43.986, ver numeral 2.3.1.</p>
<b>Proceso de muestreo</b>	<p>Para calcular el tamaño de la muestra, se considerará un muestreo probabilística y aleatorio estratificado aplicando la siguiente expresión matemática (tomada del libro Investigación Integral de Mercados, José Nicolás Jany, Editorial Mac Graw Hill, página 239):</p> $n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$

continúa ...

<sup>14</sup> Ibid, pág. 141.

... continuación Cuadro 4.

	<p>Donde:</p> <p>N = Población = 43.986  Z = Nivel de confiabilidad, 95% = 1,96  e = Error estimado, 5% = 0,05  p = Probabilidad de éxito, 50% = 0,5  q = Probabilidad de no éxito, 50% = 0,5  n= número de muestras (encuestas)</p> <p>Reemplazando la ecuación se tiene:</p> $n = \frac{(1,96)^2 \times 43.986 \times 0,5 \times 0,5}{(43.986 - 1) \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$ <p>n = 42.244,1544 / (109,9625 + 0.9604)</p> <p>n = 42.244,1544 / (110,9229)</p> <p>n = 380,84 ≈ 381 observaciones</p>
<p><b>Marco Muestral</b></p>	<p>La muestra de 381 observaciones se tomara de manera proporcional de acuerdo a la participación de cada estrato, así:</p> <p>Estrato 4 = 298 (381*78.34%)  Estrato 5 = 29 (381* 7.65%)  Estrato 6 = 54 (381*14.01%)</p> <p>Total = 381</p>
<p><b>Alcance</b></p>	<p>Ciudad de Bucaramanga.</p>
<p><b>Tiempo de aplicación</b></p>	<p>Del 20 al 25 de Abril de 2009.</p>

**d) Tabulación, presentación y análisis de resultados.** La encuesta de opinión se aplica a 381 familias, obteniéndose la siguiente información:

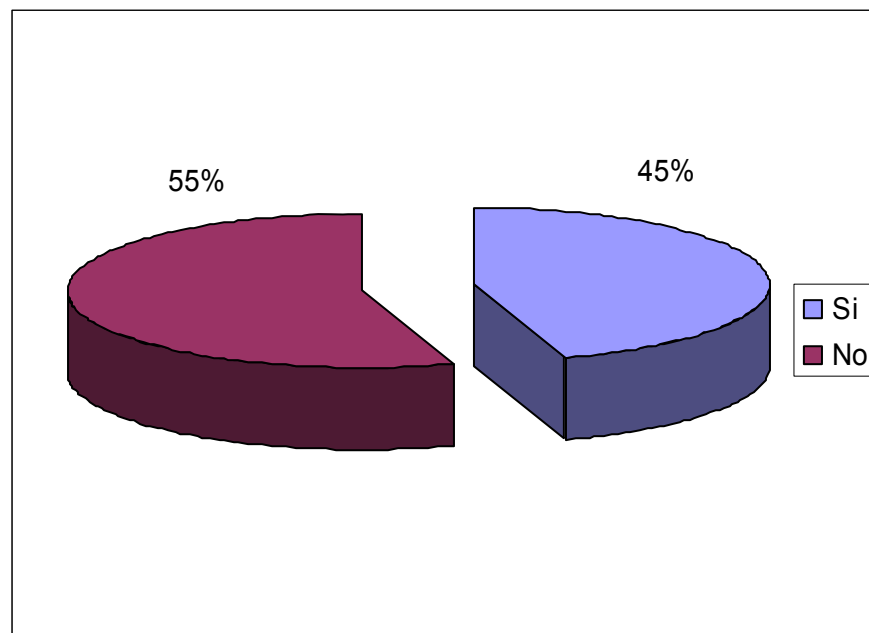
➤ **¿En su familia viven personas entre 15 y 18 años?**

En 45% de las familias viven jóvenes entre 15 y 18 años de edad.

Cuadro 5. Viven jóvenes entre 15 y 18 años

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	171	45 %
No	210	55 %
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100 %</b>

Figura 1. Viven jóvenes entre 15 y 18 años



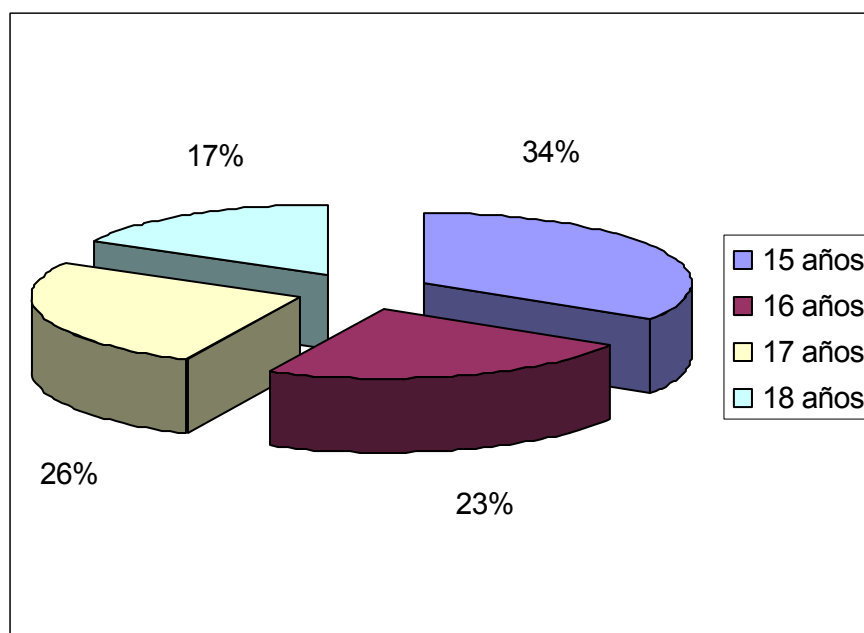
➤ ¿Cuántos de 15, 16,17 y 18 años?

Predomina la población joven de 15 años en un 54%. Promedio de hijos en estas edades, 1,59 por familia (272/171).

Cuadro 6. Cuántos de 15, 16,17 y 18 años

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
15 años	92	34 %
16 años	62	23 %
17 años	70	26 %
18 años	48	17 %
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100 %</b>

Figura 2. Cuántos de 15, 16,17 y 18 años



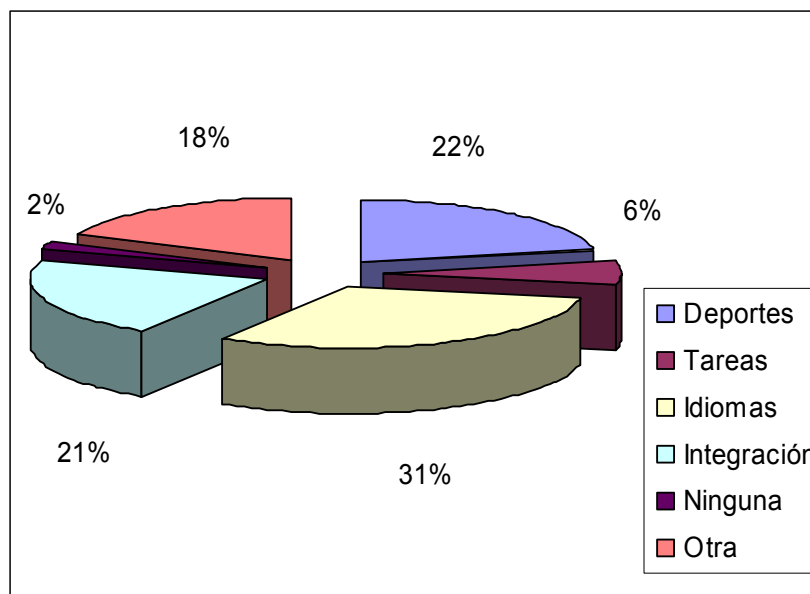
➤ ¿En cuál de las siguientes actividades participan los jóvenes de su familia en su tiempo libre?

El 31 % de la los jóvenes entre 15 y 18 años están participando en cursos de idiomas, el 22 % lo hace en deportes, un 21 % en integración con grupos de jóvenes y el 18 % lo hace en actividades como arte y música.

Cuadro 7. Actividades en tiempo libre

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Escuelas deportivas	38	22 %
Orientación en tareas	10	6 %
Cursos de idiomas	53	31 %
Integración con jóvenes	36	21 %
Ninguna	3	2 %
Otra	31	18 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 3. Actividades en tiempo libre



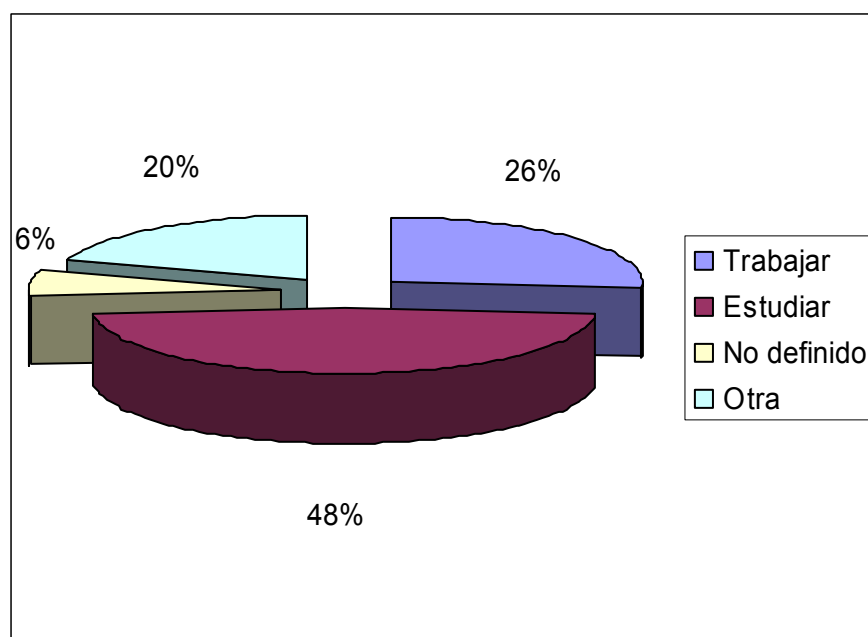
➤ ¿Qué expectativas tienen sus hijos una vez finalicen los estudios de bachillerato?

Las expectativas de los jóvenes una vez terminen sus estudios secundarios son: el 48 % de la población desean continuar estudiando, el 26 % desean trabajar una vez finalicen sus estudios de bachillerato y el 20 % de la población desean hacer otros cursos como artes o música.

Cuadro 8. Expectativas al finalizar bachillerato

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Trabajar	45	26 %
Continuar estudiando	82	48 %
No definido	10	6 %
Otros	34	20 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 4. Expectativas al finalizar bachillerato



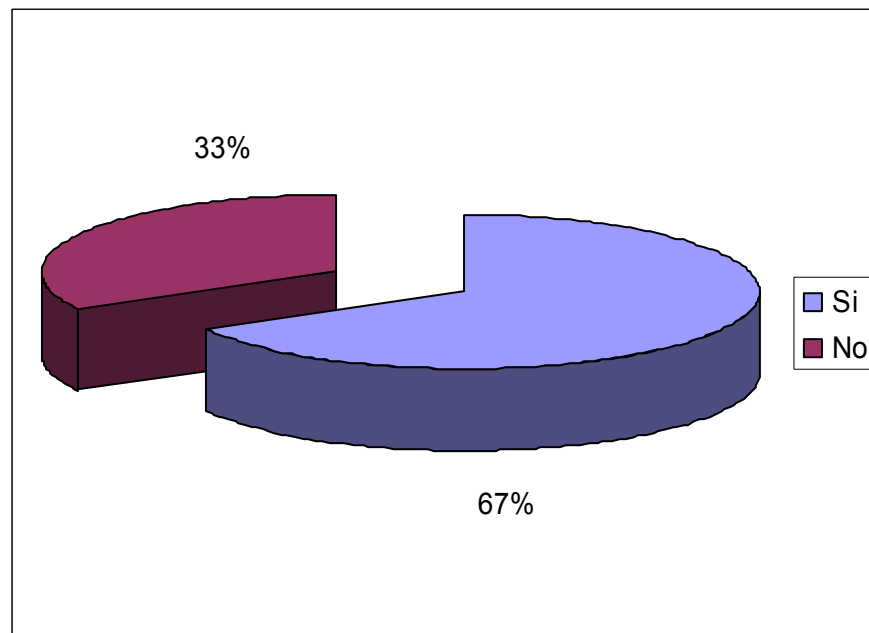
➤ **¿Considera usted que los jóvenes en su familia presenta conflictos emocionales?**

Las familias consideran que el 33 % de la población de jóvenes no tienen ningún tipo de conflicto emocional y el restante 67 % consideran que los jóvenes si tienen conflictos emocionales. Esta información es muy diciente para las expectativas del centro a crear ya que el servicio lo usarían estos jóvenes.

Cuadro 9. Los jóvenes tienen conflictos emocionales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	67 %
No	56	33 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 5. Los jóvenes tienen conflictos emocionales



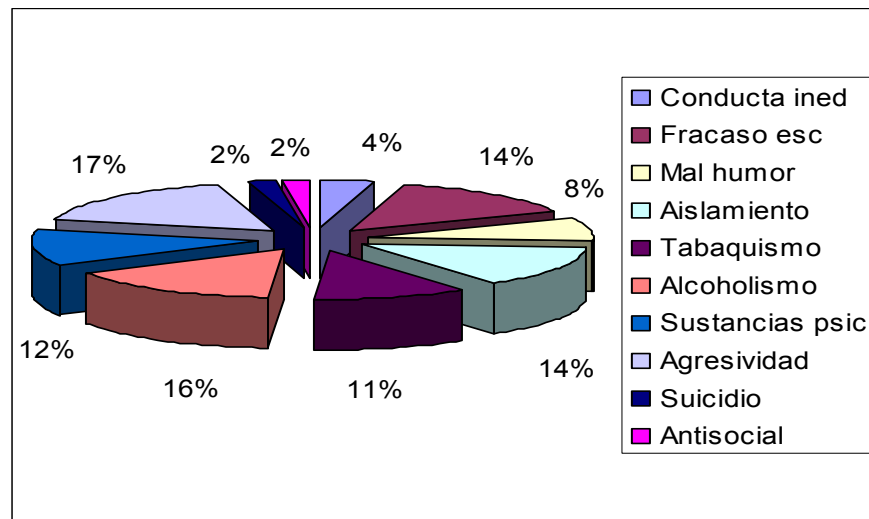
➤ **¿Qué tipos de conflictos presentan?**

De las 115 familias que consideran que los jóvenes presentan conflictos, han indicado que los principales causantes son: la agresividad (17%), el alcoholismo (16%), el fracaso escolar y el aislamiento (14% cada uno), sustancias psicoactivas (12%) y el tabaquismo (11%).

Cuadro 10. Tipos de conflictos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Conductas inadecuadas	5	4 %
Fracaso escolar	16	14 %
Mal humor	9	8 %
Aislamiento	16	14 %
Tabaquismo	13	11 %
Alcoholismo	18	16 %
Sustancias psicoactivas	14	12 %
Agresividad	20	17 %
Conducta suicida	2	2 %
Comportamientos antisociales	2	2 %
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100 %</b>

Figura 6. Tipos de conflictos



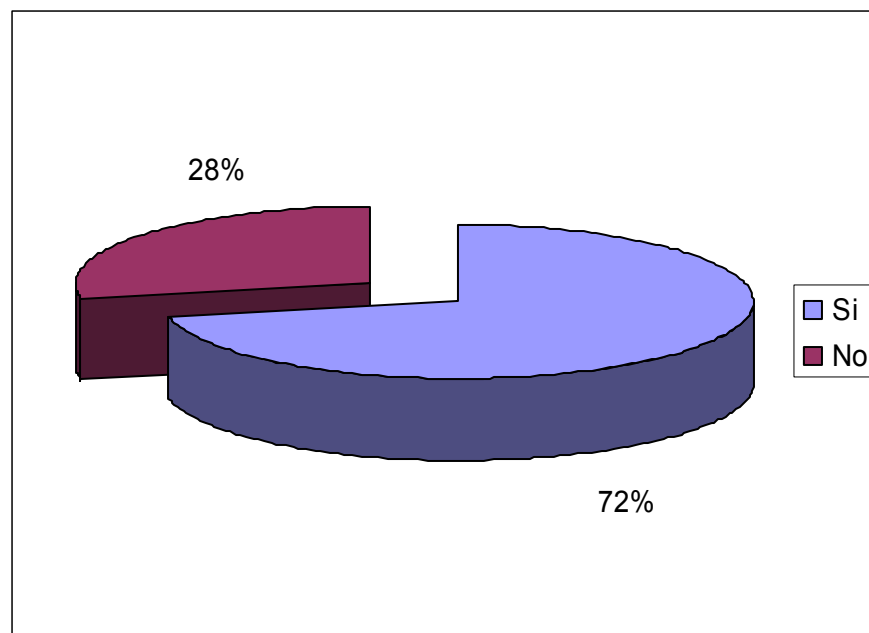
➤ **¿Ha implementado alguna solución para esta problemática?**

De las 115 familias que consideran que los jóvenes presentan conflictos el 72 % de ellos han implementado algún tipo de solución a estos conflictos presentados en los adolescentes de su entorno familiar; ellos manifiestan que las soluciones han sido: tratamiento psicoterapéutico, psicológico, ayudas por parte de entidades religiosas y de centros especializados en esta clase de tratamientos como Salud Dar Ltda y Psembrar Asesores en Desarrollo Humano.

Cuadro 11. Ha implementado solución para el problema

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	83	72 %
No	32	28 %
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100 %</b>

Figura 7. Ha implementado solución para el problema



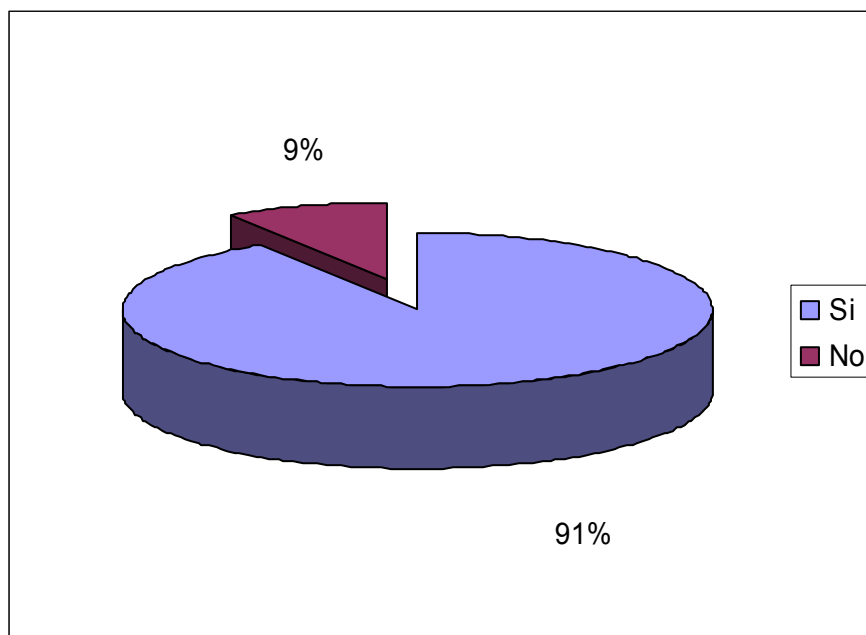
- ¿Considera Usted que es necesario que en Bucaramanga se cree un Centro especializado en la atención y orientación a jóvenes entre 15 y 18 años?

El 91 % de la población considera necesario la creación de un centro de psico-orientación para jóvenes entre 15 y 18 años y el 9 % restante no lo ha considerado necesario.

Cuadro 12. Es necesario crear un centro para jóvenes entre 15 y 18 años

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	156	91 %
No	15	9 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 8. Es necesario crear un centro para jóvenes entre 15 y 18 años



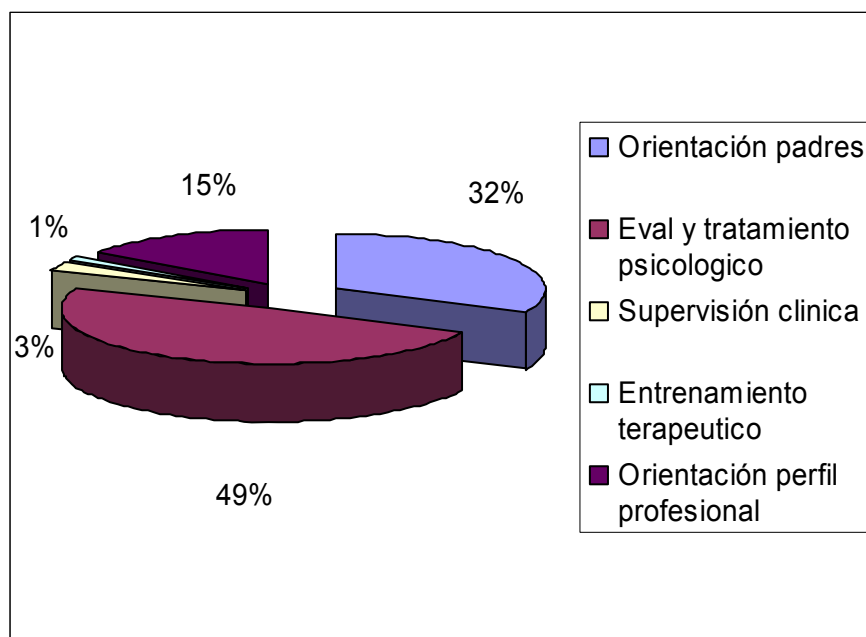
➤ **¿Cuáles de los siguientes servicios debe ofrecer este centro especializado?**

Las familias indican como los principales servicios que debe ofrecer el Centro de psico-orientación y capacitación la evaluación y tratamiento psicológico (49%), la orientación de padres (32%) y la orientación profesional (15%).

Cuadro 13. Servicios que debe ofrecer este centro

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Orientación para padres	55	32 %
Evaluación y tratamiento psicológico	84	49 %
Supervisión clínica	5	3 %
Entrenamiento terapéutico	2	1 %
Orientación perfil profesional	25	15 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 9. Servicios que debe ofrecer este centro



➤ ¿Que otros servicios adicionales debe tener el centro?

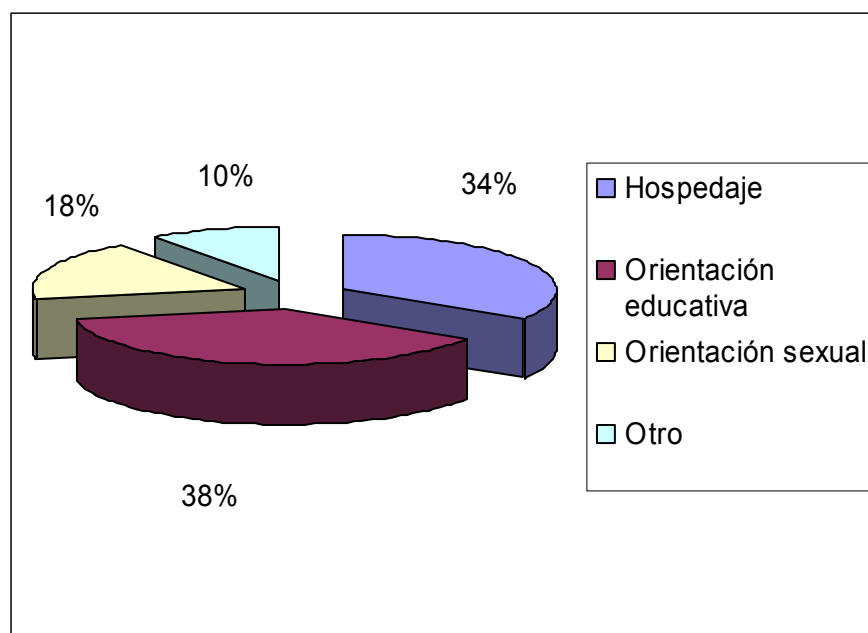
El 38 % de las familias considera que el centro debe contar con el servicio adicional de orientación educativa, el 34 % considera como servicio adicional el hospedaje y un 18% considera importante la orientación sexual.

Cuadro 14. Servicios adicionales debe tener el centro

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	58	34 %
Orientación Educativa	65	38 %
Orientación Sexual	31	18 %
Otros*	17	10 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

\* Capacitar en autoestima, liderazgo

Figura 10. Servicios adicionales debe tener el centro



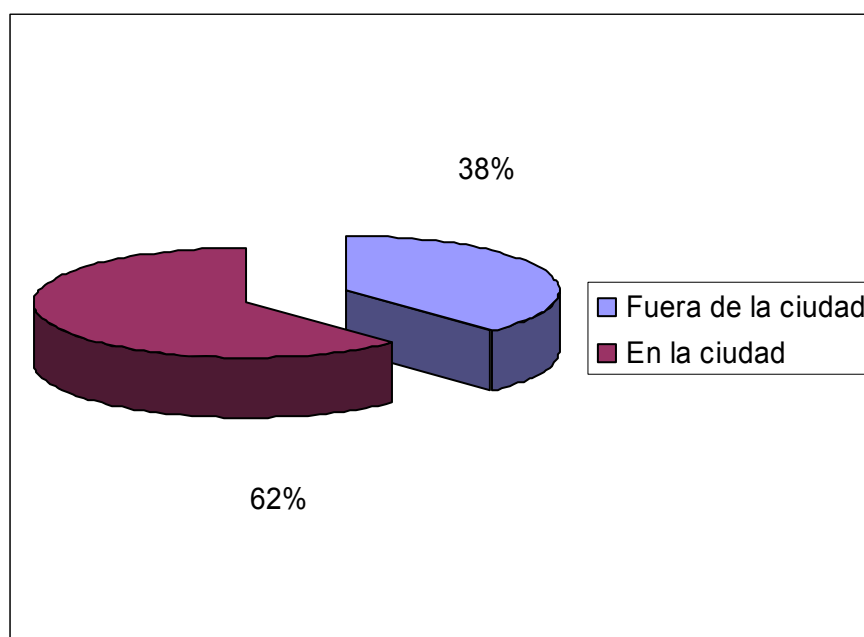
➤ **¿Cuál de los siguientes ambientes considera usted apto para el centro especializado de jóvenes?**

El 62 % de la población considera que el servicio debe ser prestado en la ciudad, para la comodidad del desplazamiento y sobre todo por aquellos jóvenes que desean asistir por la orientación y las capacitaciones; un 38 % considera que el centro debe estar ubicado en un sitio campestre como efecto adecuado para la recuperación de aquellos jóvenes con problemas de agresividad, consumo de sustancias psicoactivas y alcoholismo.

Cuadro 15. Ambiente más adecuado para el centro

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Campestre fuera de la ciudad	23	38 %
En la ciudad	38	62 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 11. Ambiente más adecuado para el centro



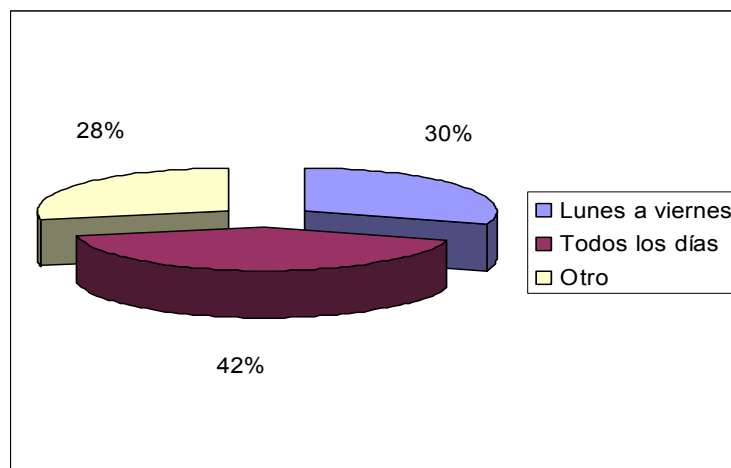
➤ **¿Qué días y jornadas considera que debe operar el centro?**

El 42 % de la población considera que el servicio debe prestarse todos los días de la semana (incluido festivo) y en la jornada de la tarde porque ya los jóvenes han salido del colegio, un 30 % desea el servicio solo de lunes a viernes y también prefiere la jornada de la tarde. Solamente un 28% desea usar el servicio en días específicos como por ejemplo lunes, miércoles y viernes en jornada de la mañana.

Cuadro 16. Días y jornadas que debe operar el centro

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Lunes a Viernes:</i>	51	30 %
Mañana	9	
Tarde	26	
Todo el día	16	
<i>Todos los días y festivo:</i>	72	42 %
Mañana	8	
Tarde	33	
Todo el día	31	
<i>Otro</i>	48	28 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 12. Días que debe operar el centro



➤ **¿Cuáles de los siguientes medios publicitarios consultan para buscar este tipo de servicio?**

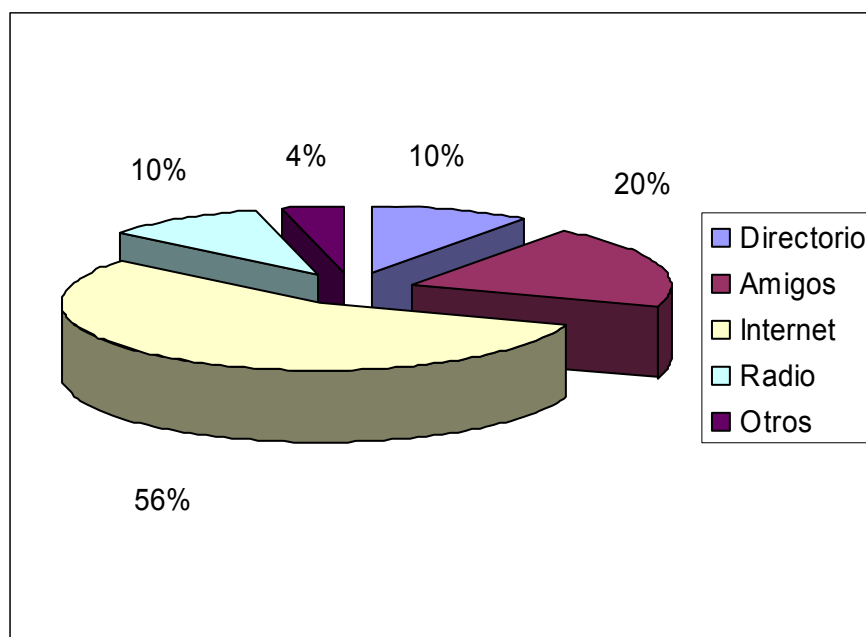
El 56% de la población consulta en Internet, el 20% buscan el servicio por intermedio de amigos, el 10% se enteran de los servicios por intermedio del directorio telefónico o por la radio y un 4% por volantes, periódicos o revistas.

Cuadro 17. Medios publicitarios consultados para el servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Directorio	17	10 %
Amigos	34	20 %
Internet	96	56 %
Radio	17	10 %
Otros*	7	4 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

\* Volantes, periódicos, revistas

Figura 13. Medios publicitarios consultados para el servicio



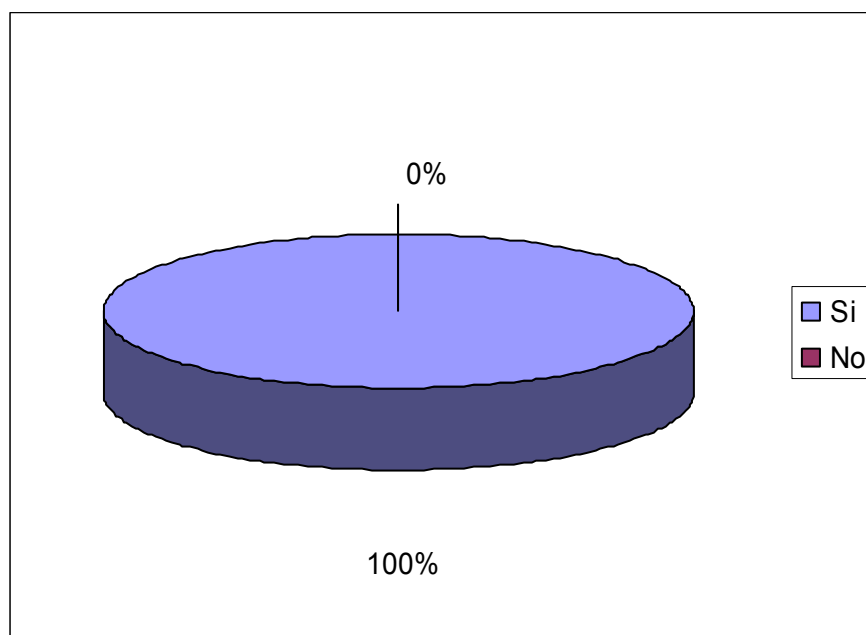
➤ **¿Estaría interesado en llevar a su hijo al centro de orientación?**

El 100% de la población estaría interesada en utilizar los servicios del centro de psico-orientación para sus hijos.

Cuadro 18. Interés en llevar al hijo al centro de orientación

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	171	100%
No	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>

Figura 14. Interés en llevar a los hijos al centro de orientación



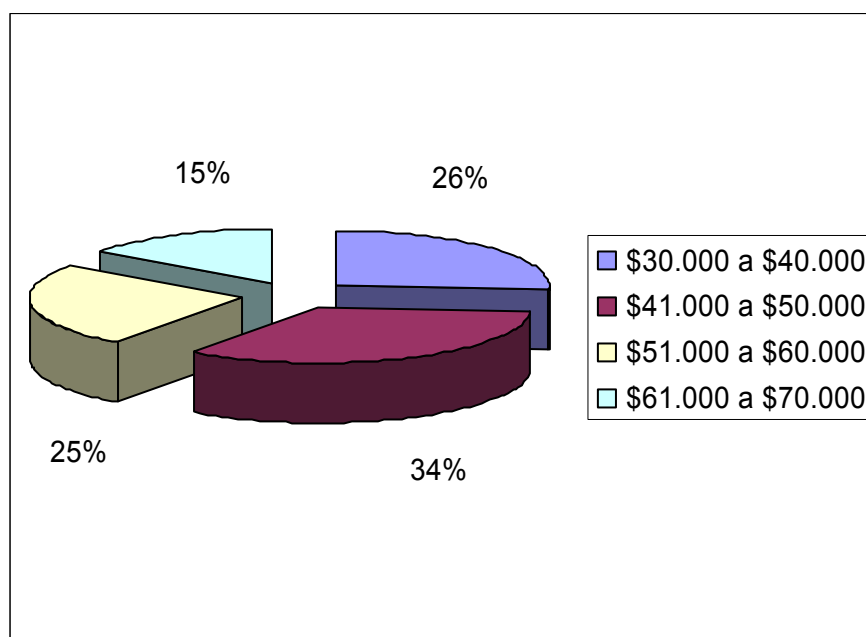
➤ **¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por cada servicio o consulta?**

El 34% de la población esta dispuesta a cancelar por servicio o consulta en el centro de psico-orientación un valor promedio de \$45.250, el 26% un valor de \$35.000 y un 25% un valor de \$55.500. El valor total promedio a cancelar por servicio o consulta sería de \$48.270.

Cuadro 19. Disponibilidad a cancelar por un servicio o consulta

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor promedio</b>
\$30.000 a \$40.000	44	26 %	\$9.100
\$41.000 a \$50.000	58	34 %	\$15.470
\$51.000 a \$60.000	43	25 %	\$13.875
\$61.000 a \$70.000	26	15 %	\$9.825
<b>TOTAL</b>	<b>171</b>	<b>100 %</b>	<b>\$48.270</b>

Figura 15. Disponibilidad a cancelar por un servicio o consulta



- Conclusiones de la investigación:

Como conclusión se tiene que en un 45% de las familias hay jóvenes entre los 15 y 18 años de edad, siendo la edad de 15 años la más representativa (54%), se presenta un promedio de 1,59 hijos/ familia. La actividad en que más participan los adolescentes es en cursos de idiomas (31%). El 67% de las familias opina que los jóvenes están presentando conflictos emocionales, siendo el mayor la agresividad (17%) y solamente el 72% de las familias le ha buscado solución.

Un indicador favorable para la nueva empresa es que el 91% de las familias consideran necesario crear el Centro de psico-orientación y capacitación en la ciudad. El 62% de las familias desea que el Centro se ubique en la ciudad para comodidad de los jóvenes y se desea el servicio todos los días (42%) de lunes a sábado.

Consideran el Internet como el medio adecuado para informarse sobre el Centro de psico-orientación (56%). Si las familias llegan a necesitar el nuevo Centro, estarían dispuestos a cancelar un valor promedio de \$48.270 por servicio o consulta.

**2.4.2 Estimación de la demanda.** Con base a la información que se ha recolectado, en la aplicación de la encuesta; se pretende realizar la estimación de la demanda, mediante la técnica de la extrapolación, para el primer año de servicio en la ciudad de Bucaramanga.

Considerando que el comportamiento observado en la muestra estudiada se puede proyectar para el total de la población; mediante los porcentajes obtenidos, se realiza el siguiente análisis.

Tomando la información suministrada al contestar la pregunta número 1 (donde se indaga si en la familia hay personas entre 15 y 18 años), donde el 45% responde que sí; y además teniendo en cuenta la pregunta número 13 (donde se pregunta si estaría interesado en llevar los hijos al nuevo Centro de orientación), las familias responden en un 100% que si están interesadas en el servicio.

Ahora, según lo expresado en numeral 2.3.2, mercado objetivo, la población objeto de estudio son 43.986 familias en Bucaramanga<sup>15</sup>; por lo tanto el 45% del total de las familias estarían interesadas en utilizar los servicios que ofrecerá el Centro.

$$43.986 * 45\% = 19.794 \text{ familias}$$

---

<sup>15</sup> Planeación Municipal de Bucaramanga y el DANE a Septiembre del año 2008.

Y teniendo en cuenta información del cuadro 6, donde se indico 1,59 hijos/familia; se deduce la cantidad de hijos entre 15 y 18 años que demandan el servicio al año, así:

$$19.794 \text{ familias} * 1,59 \text{ hijos/familia} = 31.473 \text{ hijos}$$

**2.4.3 Evolución histórica de la demanda.** Para analizar cuantitativamente la evolución histórica de esta demanda, se considerará el número de familias de estos estratos que en los últimos seis años estuvo en condiciones de solicitar este servicio.

Se toman como fuentes de información: el sistema único de información de servicios públicos (SUI), la Eléctricadora de Santander (ESSA), Planeación Municipal de Bucaramanga y el DANE.

Tabla 1. Evolución histórica de la demanda en familias

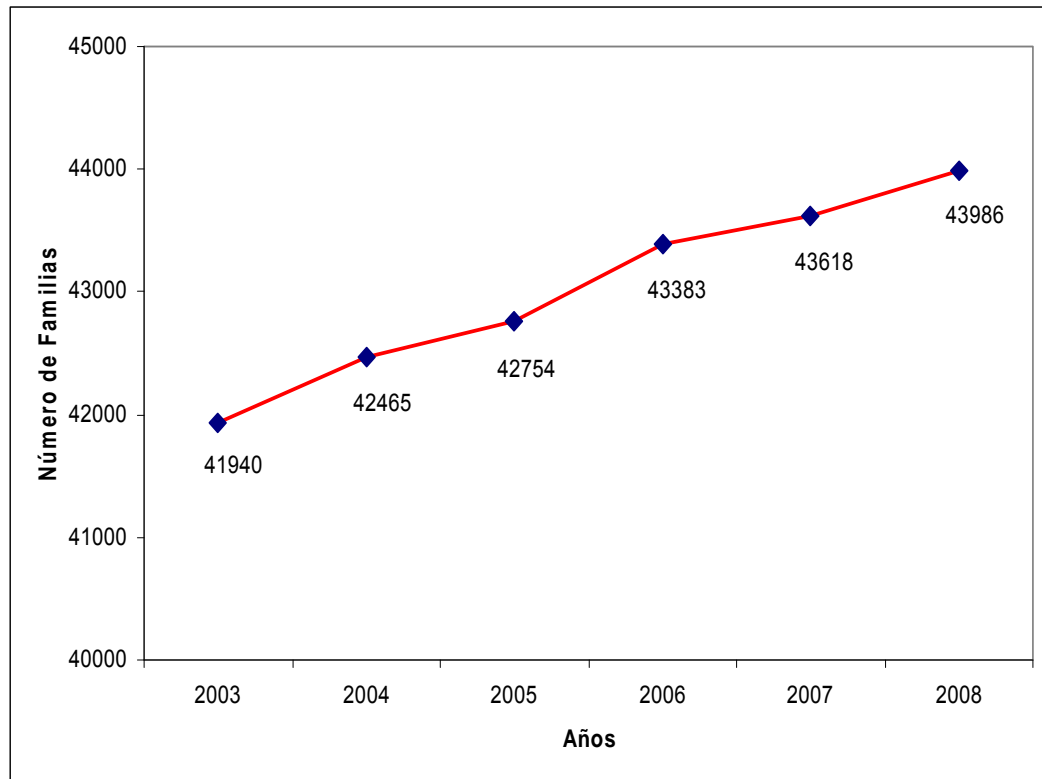
<b>Año</b>	<b>No. familias estratos 4, 5 y 6</b>
2003	41.940
2004	42.465
2005	42.754
2006	43.383
2007	43.618
2008	43.986

Fuente: SUI, DANE, ESSA, Planeación Municipal

La tabla 1 estima el número de familias de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga durante los últimos seis años.

Gráficamente (ver figura 16) se observa una leve tendencia ascendente de la proyección histórica de la demanda, pero en los últimos tres años esta tendencia se aumenta significativamente como consecuencia de la recuperación del sector de la construcción de vivienda, sobre todo en estos estratos estudiados.

Figura 16. Evolución histórica de la demanda en familias



**2.4.4 Proyección de la demanda.** Para este análisis se tomara como base la información suministrada por la Tabla 1 en lo referente al total de familias estimadas, la proyección se realizara aplicando la técnica del método de mínimos cuadrados.

Este método pretende relacionar linealmente el comportamiento que tienen dos variables entre sí, denominadas **X** (valor constante del método) y **Y** (estimación de familias), las cuales una depende de la otra; es decir **X** (independiente) hace que **Y** (dependiente) dependa de ella y están relacionadas dentro de una recta de tipo  $Y = m X + b$  en donde **m** y **b** son dos valores constantes (parámetros a ser determinados) que hacen que los puntos de la recta y/o cerca de ella se desplacen hacia la derecha o izquierda.

En la siguiente tabla 2 se observan los cálculos matemáticos necesarios para aplicar la técnica del método de mínimos cuadrados.

Tabla 2. Proyección para la demanda en familias

Año	X	Y	X <sup>2</sup>	XY	Y <sup>2</sup>
2003	-5	41.940	25	-209.700	1.758'963.600
2004	-3	42.465	9	-127.395	1.803'276.225
2005	-1	42.754	1	- 42.754	1.827'904.516
2006	1	43.383	1	43.383	1.882'084.689
2007	3	43.618	9	130.854	1.902'529.924
2008	5	43.986	25	219.930	1.934'768.196
<b>SUMAS</b>	<b>0</b>	<b>258.146</b>	<b>70</b>	<b>14.318</b>	<b>11.109'527.150</b>

Fuente: Datos de la tabla 1

$$m = \frac{\sum XY - (\sum X * \sum Y) / n}{\sum X^2 - (\sum X)^2 / n}$$

$$m = \frac{14.318 - (0 * 258.146) / 6}{70 - (0)^2 / 6}$$

$$m = \frac{14.318}{70} = \mathbf{204,54}$$

Se halla el valor **b** aplicando la siguiente ecuación:

$$b = \frac{\sum Y - m (\sum X)}{n}$$

$$b = \frac{258.146 - 204,54 (0)}{6}$$

$$b = \frac{258.146}{6} = \mathbf{43.024,33}$$

Se determina el coeficiente de correlación "R".

$$R = m * ( Sx / Sy )$$

$$Sx = ((\sum X^2 / n) - (\overline{X})^2 )^{1/2}$$

$$Sx = (( 70 / 6) - ( 0 )^2 )^{1/2}$$

$$Sx = (11,667 - 0)^{1/2} = \mathbf{3,4157}$$

$$Sy = ((\sum Y^2 / n) - (\overline{Y})^2 )^{1/2}$$

$$Sy = ((11.109'527.150 / 6) - ( 43.024,33)^2 )^{1/2}$$

$$Sy = (1.851'587.858 - 1.851'093.259)^{1/2} = \mathbf{703,2775626}$$

$$R = m * ( Sx / Sy )$$

$$R = 204,54 * (3,4157 / 703,2775626) = \mathbf{0,9934}$$

Este resultado indica que la correlación que existe entre las variables, representada por la siguiente ecuación de línea recta es excelente, porque el valor es muy próximo a uno.

$$Y = m X + b$$

Se reemplazan los valores de m y b obtenidos anteriormente:

$$m = 204,54$$

$$b = 43.024,33$$

$$Y = 204,54 X + 43.024,33$$

Aplicando esta ecuación se determina la proyección de la demanda para los próximos cinco años:

$$Y_1 = 204,54 (7) + 43.024,33 = \mathbf{44.456} \text{ Año 2009}$$

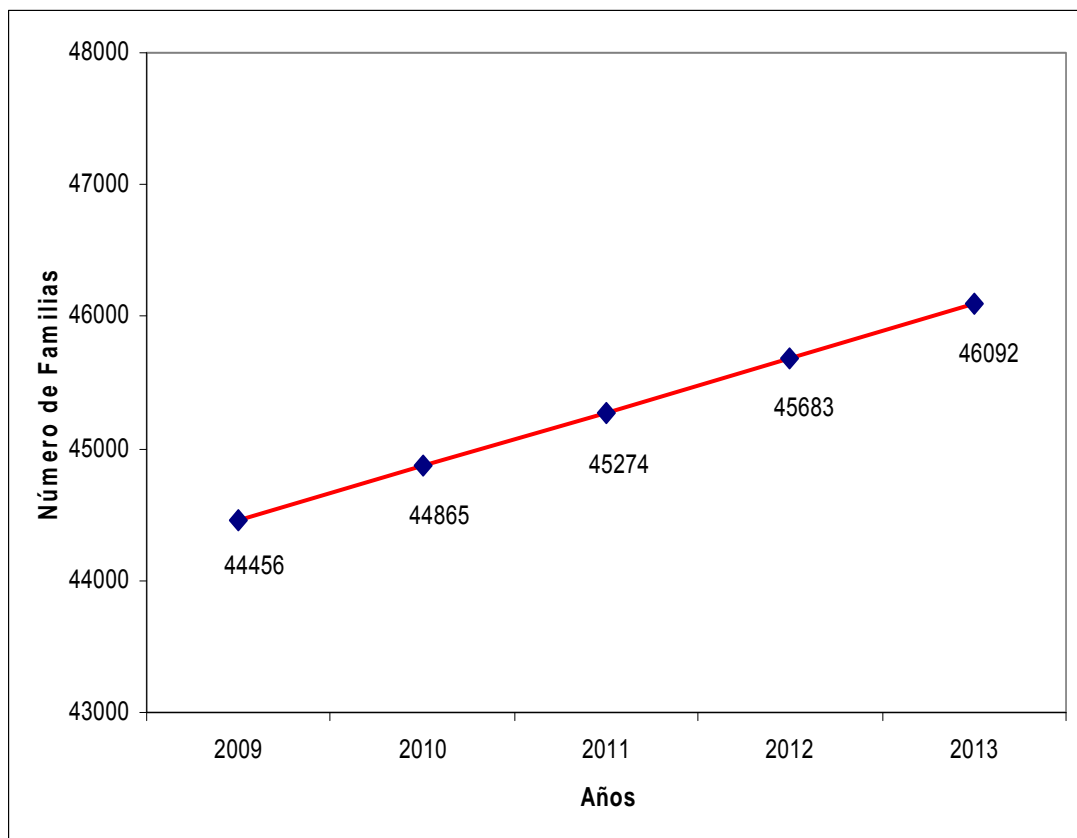
$$Y_2 = 204,54 (9) + 43.024,33 = \mathbf{44.865} \text{ Año 2010}$$

$$Y_3 = 204,54 (11) + 43.024,33 = \mathbf{45.274} \text{ Año 2011}$$

$$Y_4 = 204,54 (13) + 43.024,33 = \mathbf{45.683} \text{ Año 2012}$$

$$Y_5 = 204,54 (15) + 43.024,33 = \mathbf{46.092} \text{ Año 2013}$$

Figura 17. Proyección de la demanda en familias



Se observa que la demanda proyectada para los próximos cinco años sigue manteniendo un crecimiento relativo estimado.

Ahora, para proyectar la demanda de familias se toma nuevamente la información suministrada al contestar la pregunta número 1 del cuestionario (donde se indaga de que si en la familia hay personas entre los 15 y 18 años de edad), donde las familias responden en un 45% que si.

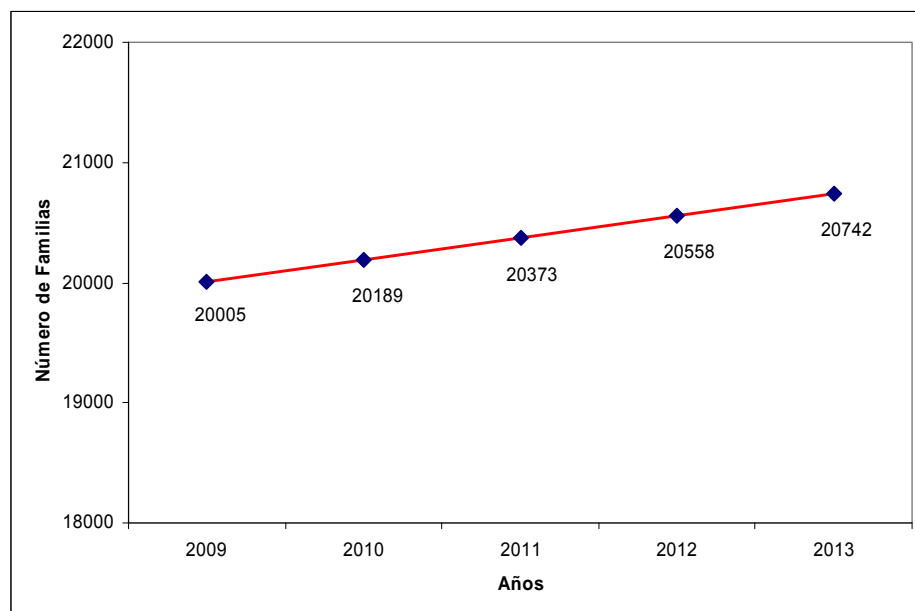
Aplicando el 45% a las familias que se proyecta existan para los próximos cinco años, se tendrían las siguientes familias en solicitar el servicio. Se considera nuevamente información del cuadro 6 (1,59 hijos/familia) y además se va a estimar que cada joven entre 15 y 18 años requiere 5 consultas al año; con lo anterior se obtiene lo siguiente (ver tabla 3).

Tabla 3. Proyección de familias que demandarían el servicio al año

Año	No. familias estimadas proyectadas	No. familias estimadas en solicitar servicio (45%)	No. de hijos que requieren servicio	No. de consultas
2009	44.456	20.005	31.807	159.035
2010	44.865	20.189	32.100	160.500
2011	45.274	20.373	32.393	161.965
2012	45.683	20.558	32.687	163.435
2013	46.092	20.742	32.979	164.895

Fuente: Datos de la figura 17

Figura 18. Proyección de familias que demandarían el servicio



Gráficamente (Ver Figura 18) se observa la tendencia ascendente de las familias que desean el servicio que ofrecerá el centro de psico-orientación y capacitación en la ciudad de Bucaramanga.

## **2.5 LA OFERTA**

Conociendo el comportamiento de la oferta se pretende establecer el número de empresas, entidades, instituciones o profesionales del sector, que se constituyen en competencia para el proyecto, que están en capacidad de ofertar en el mercado, así como las condiciones en que lo están haciendo.

La oferta de servicio de psico-orientación en la ciudad de Bucaramanga es muy limitada, de acuerdo a conversaciones realizadas con los profesionales en psicología y orientación familiar; algunas instituciones ofrecen servicios similares y de manera social sin costo alguno; lo que conlleva a poca oferta en el servicio y en algunas ocasiones a la falta de calidad en el mismo, por que es difícil su sostenimiento.

**2.5.1 Necesidades de información.** Entre mayor sea el conocimiento que se tenga de los competidores, mejores elementos de juicio se tendrán para diseñar las estrategias de comercialización que aumente las posibilidades de éxito para la prestación del servicio de psico-orientación en el mercado.

Se requiere conocer de fuentes primarias la siguiente información para determinar características de la competencia.

- a) Conocer si los actuales oferentes de servicios de orientación psicológica están ofreciendo estos servicios a jóvenes entre los 15 y 18 años.
- b) Determinar que tipo de conflictos emocionales les están consultando los jóvenes con más frecuencia.
- c) Información sobre los servicios que están ofreciendo en la ciudad de Bucaramanga.
- d) Conocer si capacitan y que temas están ofreciendo.
- e) Determinar en que días y jornadas ofrecen los servicios de orientación y capacitación.
- f) Obtener información para conocer cuales son los precios que se manejan en este sector.

g) Conocer cuantos jóvenes entre 15 y 18 años han estado atendiendo las empresas competidoras en el último año.

j) Saber que opinión les merece la creación de un nuevo Centro de psico-orientación y capacitación para los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.

**2.5.2 Ficha técnica.** Para realizar la investigación sobre la oferta se ha diseñado la siguiente ficha técnica, donde se consideran el tipo y el método de investigación, al igual que la técnica de recolección de información, instrumento y modo de aplicación; también se indica el proceso a utilizar y sus características.

Cuadro 20. Ficha técnica de la investigación de la oferta

<p><b>Tipo de Investigación</b><sup>16</sup></p>	<p>* <i>Descriptiva</i>: este tipo de investigación permitirá conocer las características del servicio de psico-orientación que se esta ofertando en la ciudad.          * <i>Exploratoria</i>: esta investigación va a permitir familiarizarse con los procedimientos sobre psico-orientación y capacitación que se están ofertando.</p>
<p><b>Método de investigación</b></p>	<p>* <i>Inductivo</i>: proceso que permitirá llegar a conclusiones y premisas generales sobre el comportamiento general de la oferta.          * <i>Deductivo</i>: proceso para conocer los servicios que se están ofertando con su frecuencia y costo del mismo.          * <i>Análisis</i>: permitirá establecer la relación causa efecto entre las diferentes características de la competencia para ello se usará la información obtenida en las encuestas.          * <i>Síntesis</i>: este método servirá para sacar la conclusión del estudio y definir fortalezas y debilidades de la competencia en los servicios psicológicos.</p>

continua ...

<sup>16</sup> MENDEZ, Carlos. Metodología. Mc Graw Hill. Bogotá. 2001, pág. 136.

... continuación Cuadro 20.

<b>Fuentes de información</b>	<p>Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la investigación de la oferta será de dos tipos: las primarias y las secundarias.</p> <p>* <i>Fuentes primarias</i>: constituidas por la encuesta que se aplica.</p> <p>* <i>Fuentes secundarias</i>: constituida por la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Directorio Telefónico año 2007-2008 de Bucaramanga.</p>
<b>Técnicas de recolección de información</b>	Encuesta aplicada a la oferta.
<b>Instrumento</b>	Cuestionario estructurado conformado por 9 preguntas. Ver Anexo B.
<b>Modo de aplicación</b>	Directa.
<b>Definición de población</b>	<p>La población está constituida por:</p> <p>* Elemento: profesional en psicología, gerente y/o administrador de la empresa que ofrece estos servicios de psico-orientación y capacitación.</p> <p>* Unidad de muestreo: Cada una de las empresas registradas en la Cámara de Comercio y/o los profesionales que ofrecen este servicios en la ciudad de Bucaramanga.</p>
<b>Proceso de muestreo</b>	Censo
<b>Marco Muestral</b>	Son 24 empresas o instituciones registradas en Cámara de Comercio (ver Anexo C) que ofrecen servicios de psico-orientación en Bucaramanga, a mayo 12 del 2009; y 32 profesionales en psicología registrados para un total de oferta de 56 entidades.
<b>Alcance</b>	Ciudad de Bucaramanga.
<b>Tiempo de aplicación</b>	Del 18 al 22 de mayo del 2009.

**2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.** La información que se ha recolectado debe presentarse adecuadamente para poder ser analizada y satisfacer las expectativas propuestas para conocer el comportamiento de la competencia.

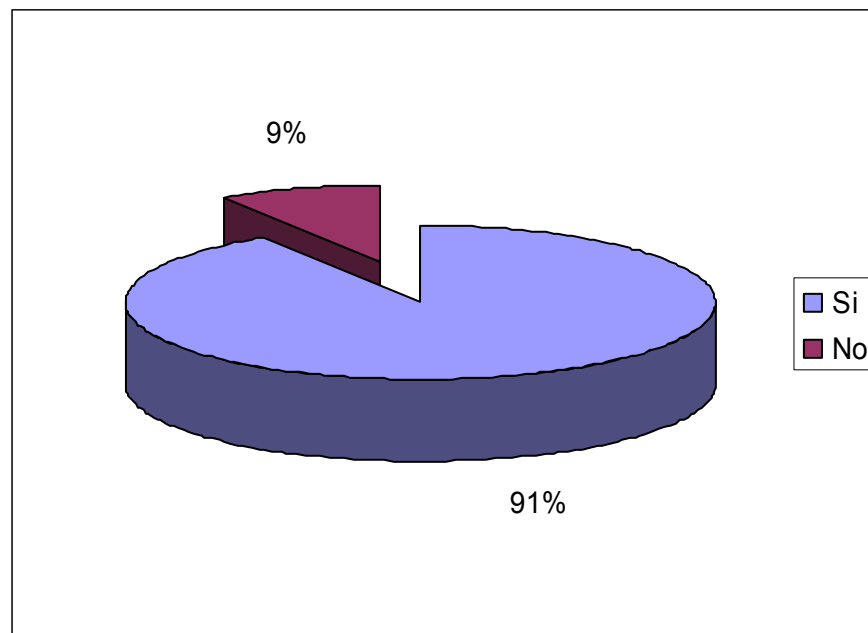
- **¿Ofrece por lo general servicios de psico-orientación y capacitación a los jóvenes entre 15 y 18 años de edad?**

El 91% de las entidades responden que si ofrecen servicios de psico-orientación a los jóvenes entre 15 y 18 años de edad. El porcentaje restante no lo hace ya que sus servicios se orientan principalmente a empresas.

Cuadro 21. Ofrece servicios a los jóvenes entre 15 y 18 años

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	91 %
No	5	9 %
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100 %</b>

Figura 19. Ofrecen servicios a jóvenes entre 15 y 18 años



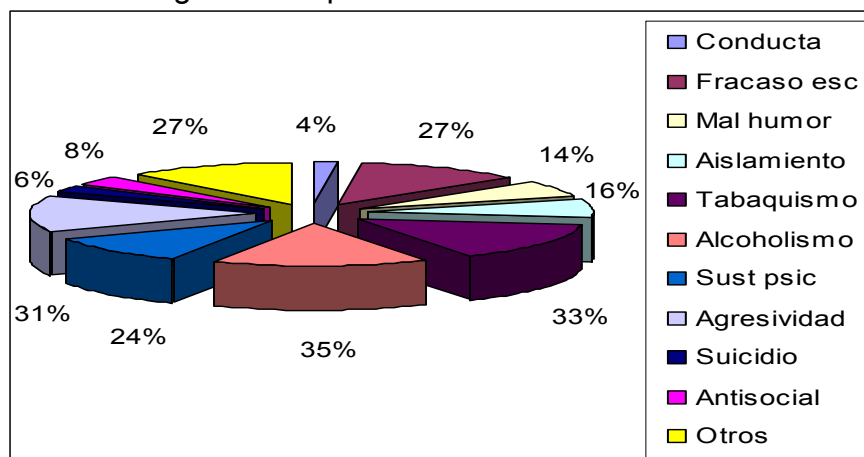
➤ **¿Qué tipo de conflictos emocionales se consultan con mayor frecuencia para los jóvenes de esta edad?**

Las 51 entidades que siguen en la encuesta dan varias opciones, esto aumenta la frecuencia de respuestas; indicando que lo más consultado es: alcoholismo (35%), tabaquismo (33%), fracaso escolar (27%), otros (con el 27%, donde han mencionado situaciones muy importantes como bulimia, anorexia, hiperactividad, timidez y depresión), y el uso de sustancias psicoactivas (24%).

**Cuadro 22. Tipos de conflictos consultados**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Conductas inadecuadas	2	4 %
Fracaso escolar	14	27 %
Mal humor	7	14 %
Aislamiento	8	16 %
Tabaquismo	17	33 %
Alcoholismo	18	35 %
Sustancias psicoactivas	12	24 %
Agresividad	16	31 %
Conducta suicida	3	6 %
Comportamientos antisociales	4	8 %
Otros	14	27 %

**Figura 20. Tipos de conflictos consultados**



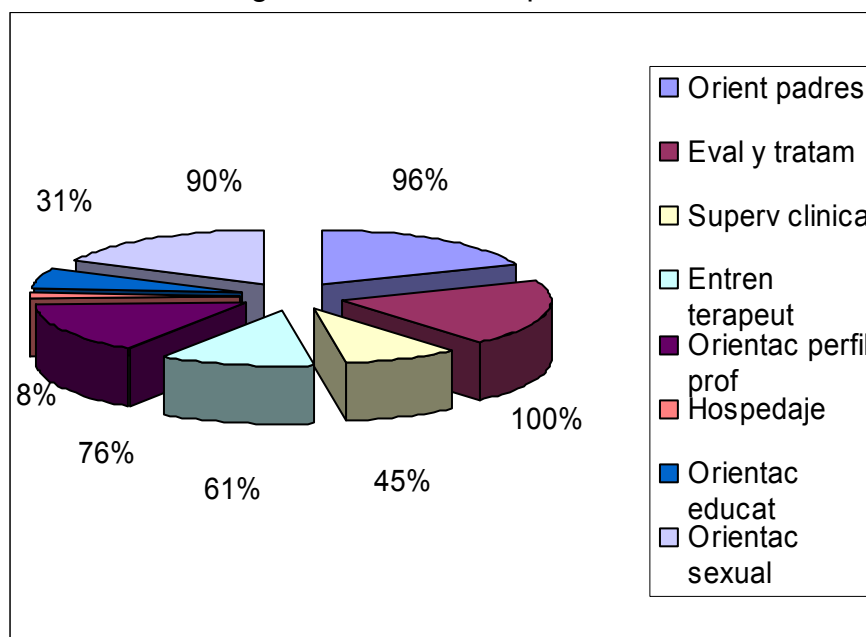
➤ **¿Cuáles de los siguientes servicios esta ofreciendo?**

Las 51 entidades han respondido con varias opciones, donde los servicios que más ofertan son: evaluación y tratamiento psicológico (100%), orientación para padres (96%) y orientación sexual (90%).

Cuadro 23. Servicios que ofrece

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Orientación para padres	49	96 %
Evaluación y tratamiento psicológico	51	100 %
Supervisión clínica	23	45 %
Entrenamiento terapéutico	31	61 %
Orientación perfil profesional	39	76 %
Hospedaje	4	8 %
Orientación educativa	16	31 %
Orientación sexual	46	90 %

Figura 21. Servicios que ofrece



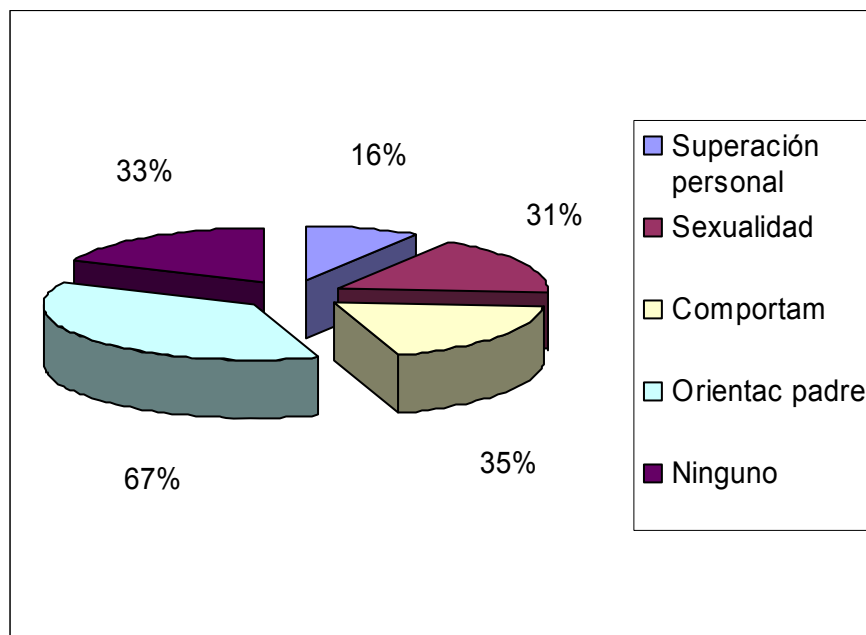
➤ **¿Indique los temas de capacitación que ofrecen actualmente?**

Las 51 entidades indican varios temas, el que más ofertan son temas relacionados con la orientación a padres (67%) y después están los temas sobre comportamientos juveniles (35%). Un 33% no esta ofreciendo capacitación.

Cuadro 24. Temas de capacitación que ofrece

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Temas de superación personal	8	16 %
Sexualidad	16	31 %
Temas de comportamiento	18	35 %
Temas de orientación a padres	34	67%
Ninguno	17	33 %

Figura 22. Temas de capacitación que ofrece



➤ ¿Los servicios que prestan en que días y jornadas los realizan?

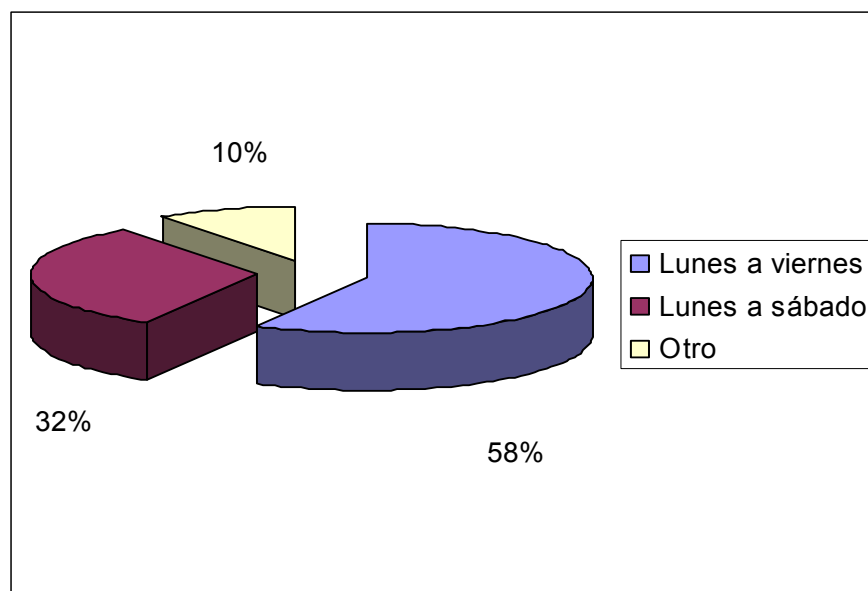
El 58% de las entidades prestan el servicio de lunes a viernes y el 32% lo presta de lunes a sábado. Casi la mayoría lo esta prestando durante todo el día.

Cuadro 25. Días y jornadas en que ofrecen el servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<i>Lunes a Viernes:</i>	30	58 %
Mañana	5	
Tarde	2	
Todo el día	23	
<i>Lunes a Sábado</i>	16	32 %
Mañana	4	
Tarde	0	
Todo el día	12	
<i>Otro*</i>	5	10 %
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100 %</b>

\* Incluido festivos

Figura 23. Días y jornadas en que ofrecen el servicio



➤ **¿Cuáles de los siguientes medios publicitarios esta usando para informar al cliente?**

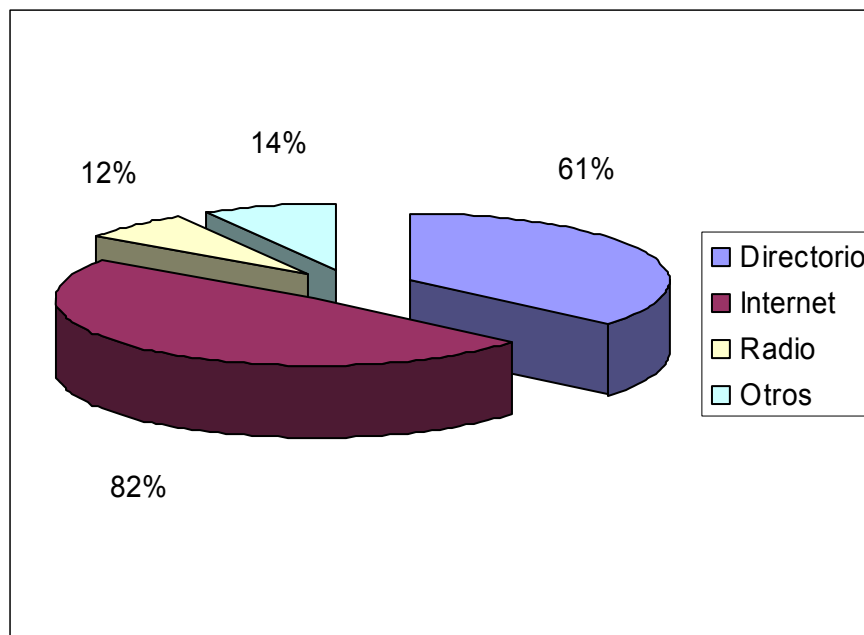
Han indicado más de una opción, siendo la de mayor uso el Internet con el 82% y a continuación el directorio telefónico de Bucaramanga con el 61%.

Cuadro 26. Medios publicitarios que usa para informar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Directorio	31	61 %
Internet	42	82 %
Radio	6	12 %
Otros*	7	14 %

\* revistas

Figura 24. Medios publicitarios que usa para informar



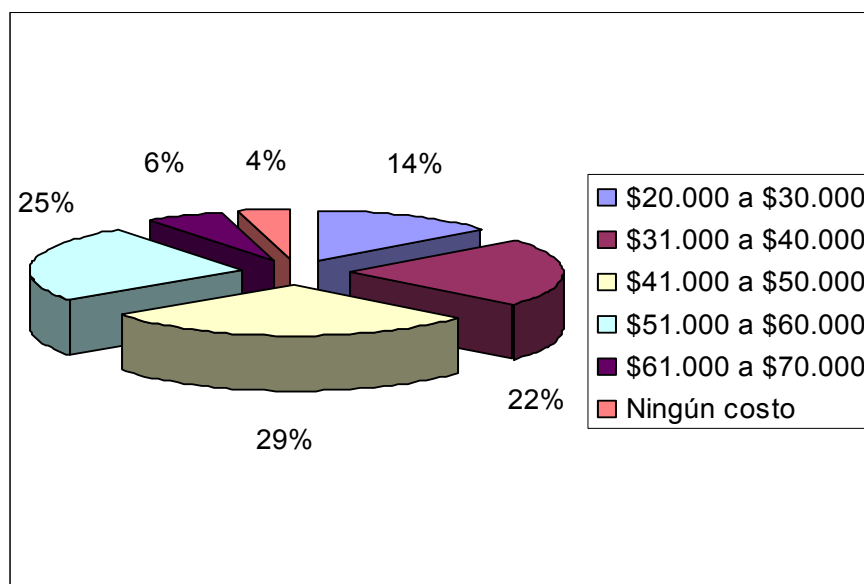
➤ ¿Indique el valor promedio del costo de los servicios que ofrece por servicio o consulta?

El 29% de las entidades esta cobrando un valor promedio de \$45.500, el 25% cobra un valor de \$55.500 y un 22% un valor de \$35.500. El 4% no están cobrando ningún valor, estos son el ICBF y el Centro de Proyección Social UPB. Como conclusión el costo promedio por servicio o consulta es de \$42.470,06.

Cuadro 27. Valor promedio pagado por el servicio o consulta

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Valor promedio
\$20.000 a \$30.000	7	14 %	\$175.000
\$31.000 a \$40.000	11	22 %	\$390.500
\$41.000 a \$50.000	15	29 %	\$682.500
\$51.000 a \$60.000	13	25 %	\$721.500
\$61.000 a \$70.000	3	6 %	\$196.500
Ningún costo	2	4%	\$0
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100 %</b>	<b>\$42.470,60</b>

Figura 25. Valor promedio pagado por el servicio o consulta



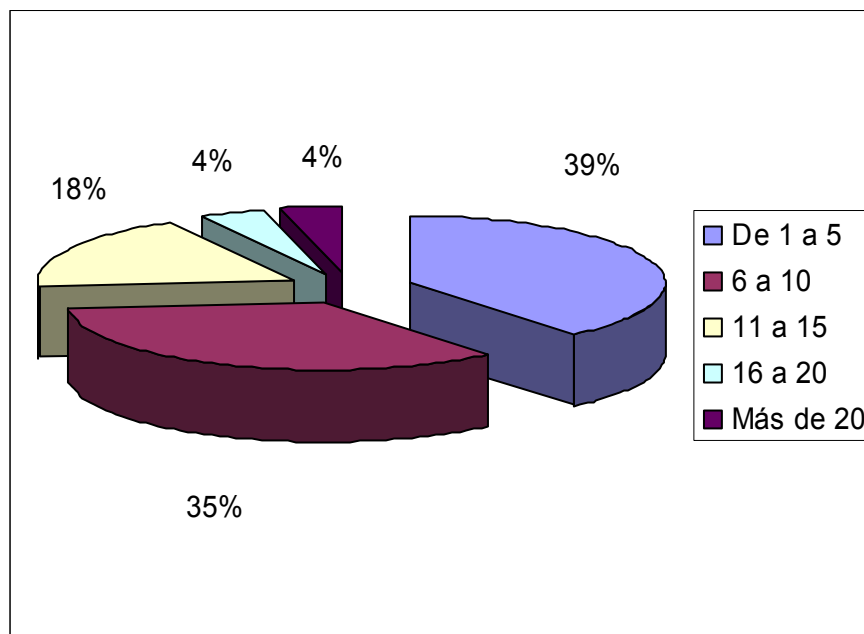
- ¿Cuál es la cantidad promedio de jóvenes entre 15 y 18 años que han requerido sus servicios durante el último mes?

El 39% de las entidades durante el último mes ha atendido un promedio de 3 jóvenes, el 35% atendió un promedio de 8 jóvenes y el 18% atendió un promedio de 13 jóvenes. Como conclusión en promedio durante el mes se atienden 399 jóvenes (7,83 jóvenes por entidad)

Cuadro 28. Cantidad promedio de jóvenes atendidos en el último mes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Promedio No. jóvenes /mes
De 1 a 5	20	39 %	60
6 a 10	18	35 %	144
11 a 15	9	18 %	117
16 a 20	2	4 %	36
Más de 20	2	4 %	42
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100 %</b>	<b>399</b>

Figura 26. Cantidad promedio de jóvenes atendidos en el último mes



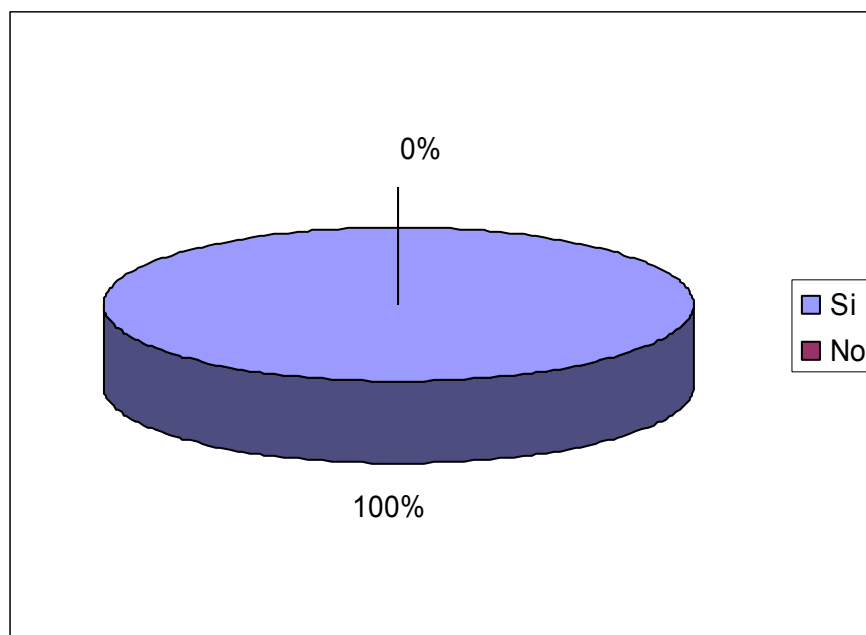
- ¿Estaría de acuerdo si en Bucaramanga se crea un Centro especializado en psico-orientación y capacitación para jóvenes entre 15 y 18 años que pertenecen a las familias de los estratos 4, 5 y 6?

El 100% de las entidades están de acuerdo con la creación de un centro de psico-orientación para los jóvenes de estrato 4, 5 y 6, y que estén entre 15 y 18 años de edad.

Cuadro 29. Conformidad con la creación de un centro de orientación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	100%
No	0	0 %
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100 %</b>

Figura 27. Conformidad con la creación de un centro de orientación



- Conclusiones de la investigación:

Mediante la aplicación del cuestionario a las entidades que ofertan servicios de psico-orientación y capacitación en Bucaramanga se ha determinado que en el 91% ha atendido a jóvenes entre los 15 y 18 años de edad, siendo las mayores consultas alcoholismo (35%), tabaquismo (33%), fracaso escolar (27% cada uno) y otras razones como bulimia, anorexia, hiperactividad, timidez y depresión en un 27%.

Los servicios de mayor oferta son la evaluación y tratamiento psicológico de jóvenes (100%), la orientación a padres (96%) y la orientación en perfil profesional (76%). Los temas de mayor capacitación son aquellos relacionados con orientación de padres (67%), sobre comportamiento (35%) y sobre sexualidad (31%).

El 58% de las entidades presta sus servicios de lunes a viernes durante todo el día, siendo el Internet (82%) el medio más empleado para darse a conocer. El valor total promedio por servicio o consulta que se esta cancelando actualmente es de \$42.470,60.

Las entidades atendieron en el último mes un promedio de 399 jóvenes y todos están de acuerdo con la creación de un nuevo centro de psico-orientación y capacitación ya que esto contribuiría a difundir y mejorar la calidad en la oferta de estos servicios.

#### **2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia**

Con los resultados obtenidos en el numeral anterior se puede observar que la competitividad actual del servicio permite un muy buen campo de acción y cobertura para el nuevo centro de psico-orientación y capacitación en la ciudad; además de que nunca esta clase de empresas y servicios sobran ya que se trata de mejorar calidad de vida y convivencia social.

En la competencia solamente se encuentran 24 empresas en la ciudad que se podrían considerar la competencia indirecta para el nuevo centro, y dentro de estas solamente se consideran 6 realmente como centros, y estos son:

1 - MENTAL CARE CENTER LTDA  
Carrera 37 No. 52 - 128, Teléfono 6436834

2 - PALLANA CENTRO DE ESTIMULACION DE LA INTELIGENCIA  
Carrera 35 No. 54 - 92, Teléfono 6432722

3 - CENTRO DE PROYECCION SOCIAL UPB  
Calle 45ª No. 27 - 76, Teléfono 6431333 - 66477972

4 - CENTRO INTEGRAL DE DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO C.I.D  
Carrera 28 No. 40 - 29, Teléfono 6459683

5 - CENTRO MÉDICO ALCALÁ PIEDECUESTA  
Calle 1D No. 6 - 53 Manzana E Casa 758, Teléfono 6556508

6 - CENTRO MEDICO SINAPSIS  
Calle 53 No. 34 - 31, Teléfono 6436688

Sobre la competencia que generan los profesionales (32 personas) se puede considerar de una manera relativa, a pesar de no ser centros, pero es importante por sus servicios profesionales que ofertan con calidad en la ciudad.

Pero ninguna de las 56 entidades se encuentra especializada y dirigida solamente al segmento de la población analizado como lo es el de jóvenes entre 15 y 18 años de edad y que pertenecen a los estratos 4, 5 y 6; se aclara que un 91% atiende los jóvenes en este rango de edad pero no se ha especializado en este segmento y menos en los estratos indicados.

Y vale la pena mencionar al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF como la entidad social de mayor trascendencia y experiencia a nivel tanto local como nacional, con un campo de acción muy diseccionado a estratos 1, 2 y 3; pero al cuál acuden personas de cualquier estrato cuando lo requieren.

## 2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

De acuerdo a la información, sobre la oferta, suministrada en el cuadro 28 se puede observar y concluir lo siguiente:

Tabla 4. Jóvenes (15 a 18 años) atendidos durante el último mes en Bucaramanga

No. jóvenes	Promedio/ mes	Promedio/año
1 a 5	60	720
6 a 10	144	1.728
11 a 15	117	1.404
16 a 20	36	432
Más de 20	42	504
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>4.788</b>

Fuente: Datos del Cuadro 28

Ahora, según la estimación de la demanda (numeral 2.4.2) con base a la información que se ha recolectado, en la aplicación de la encuesta; se estimo que 7.038 familias están interesadas en los servicios de psico-orientación del nuevo Centro y considerando también el promedio de hijos (1,59) por familia entre 15 y 18 años de edad; se tendría un total de 11.191 jóvenes para el mismo número de servicios a requerir.

Con la información anterior se puede concluir que la demanda en la ciudad de Bucaramanga fue atendida durante el último año en un 42,78%; (4.788/11.191).

En conclusión se puede considerar una demanda insatisfecha del 57,22%; (100% - 42,78%) en la ciudad de Bucaramanga.

## **2.7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN**

Para determinar la adecuada información y ofrecimiento del servicio de psico-orientación y capacitación del nuevo Centro, se ha realizado un estudio teniendo en cuenta los tipos de canales de comercialización empleados en el mercadeo de servicios y los factores limitantes en el ofrecimiento de estos.

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** En la ciudad de Bucaramanga actualmente para hacer llegar la información sobre los servicios al consumidor final, las empresas y/o instituciones están utilizando básicamente tres tipos de canales, los cuales están estructurados de la siguiente forma:

- a) Oferente de servicios al consumidor final.
- b) Oferente de servicios, agente vendedor y al consumidor final.
- c) Oferente de servicios, medio publicitario y al consumidor final.

**2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.** A continuación se presentan las ventajas y desventajas de los canales actuales:<sup>17</sup>

*a) Oferente de servicios directo al consumidor.*

**VENTAJAS:** Este canal resulta de gran importancia para los oferentes que desean que su servicio tenga un reconocimiento inmediato en el consumidor. Es muy beneficioso para una empresa en etapa de inicio o crecimiento. La comercialización directa le permite a la empresa tener un mayor control de sus precios y estrategias de mercadeo. Este canal es ideal para las empresas oferentes de servicios, se le

---

<sup>17</sup> KOTLER, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia. Prentice Hall Hispanoamericana S.S. México. 1985, pág. 318 a 320.

reconoce como un canal directo. Se requiere de instalaciones físicas cómodas para desarrollar la labor de venta del servicio.

DESVENTAJAS: La empresa debe generar un espacio físico muy adecuado para que el consumidor se sienta a gusto antes de recibir el servicio donde el cliente tendrá su momento de verdad.

*b) Oferente de servicios, agente vendedor y al consumidor final.*

VENTAJAS: Se puede ofrecer y vender el servicio en cantidades suficientes que permitan que el procesamiento y la remisión resulten económicas. Permite evaluar con mayor rapidez las tendencias de la moda. Los minoristas se encargan de poner los productos de aceptación en el Mercado, se puede producir lo que se va a vender, controlar el precio y la ubicación de sus productos en establecimientos que estén acordes con los objetivos de la empresa. Lograr una aceptación y compra del minorista se ve reflejado en la promoción del producto y se puede alcanzar un mercado selectivo.

DESVENTAJAS: Exigen productos estandarizados. Para incursionar en el minorista se requiere una campaña publicitaria. Aumentar poco los precios y tener buena rotación. Solicitan precios bajos y márgenes de rotación. Es relativamente adecuado para la venta o comercialización de servicios, va a depender de la clase de servicio a ofrecer.

*c) Oferente de servicios, medio publicitario y al consumidor final.*

VENTAJAS: Utilizar los avances tecnológicos y de comunicación para llegar más oportunamente al cliente cuando él lo decida, mostrando diferentes situaciones que el cliente pudiese tener y desarrollar al recibir el servicio.

DESVENTAJAS: Los costos de los medios publicitarios son altos y deben innovarse constantemente para mantener la atención del cliente.

**2.7.3 Selección del canal de comercialización.** Con base a la información anterior, el más adecuado para la nueva empresa es el canal a) *Oferente de servicios directo al consumidor.*

Además, de esta forma los mismos clientes serán intermediarios en difundir, con sus comentarios favorables, el servicio e incentivar a otros clientes potenciales. Ver Figura 28.

Figura 28. Canal de comercialización propuesto



El Canal Directo (EMPRESA – CLIENTE) por no presentar intermediarios permitirá minimizar los costos, teniendo en cuenta que el centro apenas va a iniciar labores, con respecto a las características del servicio y a las características del mercado como lo son: las características del cliente, su ubicación, concentración y dispersión geográfica, frecuencia y conducta para solicitar el servicio.

Como técnica a emplear, en el canal directo, se va a optar por la atención en el punto donde se ofrece el servicio y/o visita directa al cliente; para así aprovechar la identificación clara que se tiene de la población objeto.

## 2.8 PRECIO

**2.8.1 Análisis de precios.** De acuerdo al mercado oferente de servicios de psicología en la ciudad de Bucaramanga se realiza el siguiente análisis de precios a las 51 entidades que le han prestado servicios a jóvenes entre los 15 y 18 años de edad, según información manifestada en la primera pregunta de la encuesta aplicada a la oferta.

En el siguiente cuadro se observa un valor bastante disperso, ver cuadro 21, esto se debe por que algunas entidades especialmente las empresas cobran integralmente la consulta inicial y la evaluación al paciente. Dos entidades ofrecen el servicio sin costo alguno, estas son el ICBF y el centro de Proyección Social de la UPB.

Cuadro 30. Precios por servicio (consulta) del mercado oferente

Entidades	Valor \$ (promedio)
CALIDEZ HUMANA FUNDACIÓN MUJER Y FUTURO PROYECTOS PSICOSOCIALES Cuatro Profesionales	\$27.000
ASISTENCIA PSICOLOGICA PROFESIONAL PSICÓLOGOS DIROZ LTDA. CENTRO MEDICO SINAPSIS Ocho Profesionales	\$35.000
ASESORIA PSICOLOGICA INTEGRAL SALUD DAR LTDA. AYUDAS Y TERAPIAS INTEGRALES SOLUCIONES INTEGRALES EN SALUD MENTAL LTDA. Once Profesionales	\$44.000
SINDAMANO Y HOSTAL MENTE Y CUERPO CENTRO INTEGRAL DE DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO MENTAL CARE CENTER LTDA PAINTBALL FOREXTREME LTDA. Nueve Profesionales	\$56.000
PALLANA CENTRO DE ESTIMULACION DE LA INTELIGENCIA MEDICINA Y PSICOLOGIA DIGITOCUANTICA Un Profesional	\$64.000
CENTRO DE PROYECCION SOCIAL UPB TICBF	\$0

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** Como única estrategia para la fijación de precios sobre el servicio de psico-orientación y capacitación a ofrecer hacia el futuro, se fijara mantenerlo igual y vigente durante cada año; siendo aumentado proporcionalmente en la medida en que el costo de vida se incremente año a año.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Hacer publicidad y promoción, debe generar ventas, ya que es una forma de motivar a la gente a comprar servicios o productos, por tanto la publicidad debe hacer que los mensajes plasmados al ofrecer un servicio o producto sean creíbles, aceptables, persuasivos y urgentes, es decir que impacten al público de manera clara y directa.

**2.9.1 Objetivos.** Los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo de estrategias de publicidad y promoción son:

- a) Realizar publicidad de manera limpia con mensajes claros y sencillos para generar impacto en los consumidores del servicio.
- b) Incursionar en el mercado motivando y estimulando a las familias a través de diferentes estrategias publicitarias (portafolio de servicios, revistas, prensa, Internet, etc.), donde se genere un conocimiento e interés por el servicio ofertado.
- c) Crear interés en las personas que lean o escuchen la publicidad motivándolos a solicitar los servicios de psico-orientación y capacitación, recordando siempre el nombre de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**.
- d) Consolidar la presencia de la empresa o Centro de psico-orientación en el mercado, asegurando los clientes al brindarles además de un buen servicio una excelente calidad, lo cual se verá reflejada en el logotipo y en el lema o slogan que se utilizará en el lanzamiento de la empresa.
- e) Lograr que los demandantes del servicio logren identificar mediante su nombre y logotipo la razón social de la empresa fácilmente.

**2.9.2 Logotipo.** Será el distintivo peculiar de la empresa, este contara con letras y gráficos de fácil comprensión permitiendo una rápida fijación en la mente del consumidor.

Con la presentación del logotipo se pretende manifestar lo siguiente, esta es su explicación:

- El logotipo contiene un gráfico que representa un joven y un orientador (psicólogo) que se encuentran adelantando un proceso de orientación y capacitación.
- Sobre la parte superior del gráfico se encuentra el nombre de la empresa, este se observa impreso en forma semicircular sobre el gráfico denotando protección; con esto se quiere indicar que el joven (con edad entre 15 y 18 años) que reciba los servicios de orientación y capacitación en el Centro sentirá un ambiente de seguridad para solucionar sus conflictos emocionales.
- Las letras del nombre de la empresa son claras y bien marcadas esto tiene la intención de reflejar que el Centro tiene clara su misión empresarial y su fortaleza profesional estará en especializarse en conflictos emocionales de jóvenes en

edades de 15 a 18 años. El color azul indicar perseverancia y éxito para la nueva empresa.

De esta forma con el logotipo se pretenden identificar el servicio que se ofrecerá en la empresa, como se observa en la siguiente figura.

Figura 29. Logotipo de la empresa



**2.9.3 Lema.** Es la frase que utilizará la empresa para expresar el pensamiento que servirá de motivación a la conducta de los clientes. Con esta frase se pretende invitar al joven o padre de familia a que solicite el servicio que le permitirá a el o a su hijo solucionar los conflictos emocionales por los que pasa en ese momento.

El lema se conformó y redactó utilizando palabras claras, sencillas, de fácil comprensión y lectura, como se lee en la siguiente figura.

Figura 30. Lema de la empresa

# "Acompañamos tu adolescencia orientando y solucionando tus conflictos"

Mediante este lema la empresa desea mantenerse en la mente del joven (y del padre) indicándole que la adolescencia es una etapa de la vida donde es necesaria la ayuda y la orientación para mejorar calidad de vida y prepararse con éxito hacia el futuro.

**2.9.4 Análisis de medios.** Con el objeto de seleccionar los medios publicitarios adecuados, para la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, se debe determinar el alcance, la frecuencia y el impacto que se pretende lograr para favorecer la comunicación del mensaje en la población objeto.

- *Alcance.* Se pretende llegar a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, y dentro de estos solo a aquellas familias que cuentan con jóvenes entre los 15 y 18 años de edad y que a su vez presentan diferentes conflictos de tipo emocional y por su condición y entorno familiar requieren orientación y capacitación psicológica que les permita una solución acertada al conflicto.
- *Frecuencia.* Se desea que la población quede expuesta de manera continua al mensaje que la nueva empresa a constituir desea difundir por medios adecuados y técnicos y así mantener el interés de los jóvenes y sus padres, siendo a su vez oportunos.
- *Impacto.* Se busca un impacto normal de comunicación, sin llegar a saturar, que le permita al cliente recordar fácilmente el mensaje y tener rápido acceso a la información requerida.

**2.9.5 Selección de medios.** Cada medio ofrece ventajas pero también tiene sus limitaciones; por lo tanto se deben examinar las siguientes características para definir los medios más adecuados para la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**.

- *Hábitos de la audiencia meta.* Buscar el medio más eficaz para llegarle al cliente que se desea para cumplir con los objetivos del servicio en la empresa.
- *Servicio y/o producto.* Cada tipo de medio publicitario tiene su propio potencial de demostración, visualización, explicación, credibilidad y colorido.
- *Mensaje.* Un mensaje que anuncie un servicio deberá ser publicado en un medio que sea correspondiente con la agilidad y rápida difusión que la empresa desea.
- *Costo.* Hay medios costosos y económicos para la publicidad de mensajes, se debe escoger el más adecuado dependiendo del recurso financiero y de las características del servicio a publicitar.

Considerando lo anterior se seleccionan los siguientes medios de publicidad y promoción para dar a conocer el servicio de orientación a ofrecer en la empresa:

- Medio impreso: Cartas de Información y el Portafolio de Servicios.
- Medio radial: Pauta en emisoras del gusto de los padres.
- Medio electrónico: La página Web y el Internet.

**2.9.6 Estrategias publicitarias.** Las estrategias publicitarias a emplear para dar a conocer la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, se consideran de dos clases: publicidad de expectativa y publicidad de mantenimiento.

- a) *Publicidad de expectativa o lanzamiento.* Se utilizara para captar la atención del público y se hará días previos al lanzamiento de la empresa en el mercado.
  - *Publicidad radial:* Se pautara durante los 7 días previos a la apertura de la empresa. Cada pauta radial tendrá 20 segundos de duración y se realizara en las emisoras Caracol y RCN, en horas de la tarde en sus programas La Ventana de Caracol y en la programación de la tarde de RCN. Se harán dos pautas por día en cada emisora.
- b) *Publicidad de mantenimiento.* Se utiliza para dar a conocer el servicio durante su crecimiento y posicionamiento, y así captar continuamente la atención del público.

- Publicidad impresa: Se harán cartas de información suministrada por correo y el Portafolio de Servicios.
- Publicidad en Internet: Pagina Web.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.** Toda clase de publicidad y promoción se debe costear para su financiación.

**a) Presupuesto publicidad de lanzamiento.** Esta publicidad tiene como fin dar a conocer el servicio a ofrecer en la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** a sus potenciales clientes.

Cuadro 31. Presupuesto publicidad de lanzamiento

Publicidad	Cantidad	Vlr. Unitario	Vlr. Total
Pauta en Caracol	14	\$35.000	\$490.000
Pauta en RCN	14	\$35.000	\$490.000
<b>Total</b>			<b>\$980.000</b>

Fuente: RCN y Caracol.

**b) Presupuesto publicidad de operación.** Esta publicidad de sostenimiento tiene como finalidad incrementar el número de usuarios del servicio.

Cuadro 32. Presupuesto publicidad de operación

Publicidad	Cantidad	Vlr. Unitario	Vlr. mes	Vlr. Año
Cartas	15 al mes	\$3.000	\$45.000	\$540.000
Portafolio de Servicios	15 al mes	\$10.000	\$150.000	\$1.800.000
Página Web	1	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000
<b>Total</b>			<b>\$295.000</b>	<b>\$3.540.000</b>

Fuente: Teleservimos, Tipografía La Bastilla, Diseño WEB.

## 2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

La viabilidad comercial que presenta el proyecto sobre la creación de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** en la ciudad de Bucaramanga, se considera

altamente favorable según lo demuestran los siguientes resultados relevantes encontrados en el estudio de mercados.

- La ciudad cuenta con empresas, instituciones y profesionales que ofertan diversos servicios psicológicos en la ciudad pero ninguna de ellas está especializada en jóvenes de 15 a 18 años y menos dirigida solamente a los estratos 4, 5 y 6; lo cual es propicio para que los jóvenes y familias de estos estratos tengan la posibilidad de encontrar un servicio de psico-orientación y capacitación especializado.
- Las familias de estos estratos son conscientes de las problemáticas que generan los conflictos emocionales en los jóvenes por tal razón han manifestado que de crearse una nueva empresa con estas características en la ciudad estarían interesados en recurrir a sus servicios.
- Según el estudio de la oferta, hay pocas entidades en la ciudad de Bucaramanga que ofertan capacitación en temas relacionados con los conflictos de los jóvenes; esto indica que hay una buena oportunidad de incursionar en el medio y ofertar estas capacitaciones y hacer diferencia en el mercado.
- Analizando los servicios que ofrecen las entidades competidoras, se puede observar que nadie cuenta con las mismas especificaciones de servicio que la nueva empresa ofrecería en su portafolio.
- De acuerdo al estudio de la demanda se presenta un promedio de 1,59 hijos/familia, el 67% de las familias opina que los jóvenes están presentando conflictos emocionales, y dentro de estos los más representativos son la agresividad (17%) y el alcoholismo (16%). Por tal razón el 91% considera necesario crear el Centro de psico-orientación y capacitación.
- La publicidad de lanzamiento tendrá un costo de \$980.000 y la de mantenimiento \$3.540.000.
- En las entidades del sector el servicio de mayor oferta es la evaluación y tratamiento psicológico de jóvenes con el 100% y la orientación a padres (96%); y están prestando sus servicios de lunes a viernes durante todo el día.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** El tamaño del proyecto se define como la cantidad de servicios a prestar en un mes, teniendo en cuenta los factores que lo limitan como: el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y la tecnología.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.** A continuación se presenta el resultado del análisis de los factores que determinan el tamaño del proyecto como: tamaño del mercado, capacidad financiera, recurso humano y tecnología.

- **Tamaño del mercado.** De acuerdo a los resultados del estudio de mercados se demostró que este factor no es limitante, debido a que se cuenta con un buen volumen de demanda con actitud favorable frente al uso de los servicios de psico-orientación y capacitación y a la creación de la empresa por parte de un buen número de clientes; estas serían 19.794 familias, según lo indicado en el análisis realizado en el numeral 2.4.2, con un promedio de 1,59 jóvenes por familia en el margen de edades analizado (ver cuadro 6) para un total de 31.473 servicios.
- **Capacidad financiera.** El autor, quien es el inversionista interesado en el proyecto, manifiesta que cuenta con \$10'000.000 en total como recursos propios para el montaje y puesta en marcha de la empresa. Sin embargo, si se requiere de una inversión mayor, existe la posibilidad de adquirir un préstamo con entidades financieras como los bancos (Bancolombia, Bancafe, etc.) quienes prestan dinero a tasas de interés que oscilan entre 1,8% y 1,95% mes vencido, en tal caso el autor manifiesta un tope máximo de \$20'000.000 para adquirir esta obligación, teniendo en cuenta la situación económica y la disponibilidad personal.
- **Jornada laboral de oficina.** La atención al público se realizara en una oficina ubicada en un lugar cómodo y estratégico de la ciudad; donde se atenderá en la jornada normal de 8:00 a 12:00 m y de 2:00 a 6:00 p.m., de lunes a viernes y el día sábado se atenderá de 8:00 a 12:00 m.
- **Recurso humano.** Se observa la necesidad de contratar personal con habilidades, destreza y conocimientos sobre actividades y procedimientos de orientación y capacitación psicológica y especialmente con experiencia y

especializados en jóvenes de 15 a 18 años de edad. El perfil de este recurso se encuentra en la ciudad y se recurrirá a bolsas de empleo y anuncios en prensa.

- **Tecnología.** La tecnología que se requiere para el montaje y las actividades que deberá desarrollar la empresa en la prestación de sus servicios de psico-orientación y capacitación no presentan dificultad para su adquisición, montaje y mantenimiento; la ciudad de Bucaramanga cuenta con proveedores idóneos que permitirá seleccionar la tecnología más adecuada de acuerdo a las necesidades de los clientes.

**3.1.3 Capacidad del proyecto.** La capacidad del proyecto se define en términos de la cantidad de servicios que la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** en la ciudad de Bucaramanga, podrá ofrecer para atender las necesidades de orientación y capacitación de los adolescentes en la ciudad de Bucaramanga durante un año de funcionamiento, para los estratos 4, 5 y 6. El número de servicios a prestar se debe determinar con base a tres capacidades, estas son: diseñada, instalada y utilizada.

**a) Capacidad total diseñada.** Esta capacidad corresponde al máximo nivel de servicios de orientación y capacitación prestados a los adolescentes en la ciudad de Bucaramanga, y se plantea considerando los factores que se determinaron para describir el tamaño del proyecto.

Según el tamaño del mercado, de acuerdo a los resultados del estudio de la demanda, se puede contar con 31.473 adolescentes como clientes posibles para los servicios de psico-orientación.

Ahora, considerando que cada adolescente demandará en promedio 5 servicios o consultas por año de 1 hora cada uno, según información de profesionales en psicología, se pueden relacionar un total de servicios a solicitar por las familias, que según el estudio de la demanda desean estos servicios, así:

$$31.473 \text{ adolescentes/año} \times 5 \text{ servicios/adolescente} = 157.365 \text{ servicios/año}$$

Estos serían los servicios ha solicitar por la demanda total en la ciudad de Bucaramanga para un año.

Ahora teniendo en cuenta el análisis realizado en el numeral 2.6 en donde se relaciona la demanda y la oferta actual de estos servicios en la ciudad y se determina una demanda insatisfecha del 57,22%; los servicios totales se reducirían obteniéndose así la cantidad real de servicios donde la nueva empresa tendría la oportunidad de actuar profesionalmente realizando su misión.

$$157.365 \text{ servicios/año} \times 57,22\% = 90.044 \text{ servicios/año}$$

La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** de acuerdo a sus expectativas y objetivos empresariales contaría con una capacidad total diseñada para atender el 16% de ese mercado durante el primer año de actividad, ( $90.044 \times 16\% = 14.407$ ).

Cuadro 33. Capacidad diseñada para el primer año

Total servicios/día	Total servicios/mes	Total servicios/año
50	1200	14.407

Donde se observa que la empresa esta diseñada para ofertar 50 servicios por día; si se considera que en el mes hay 24 días laborables (30 días - 4 domingos - 4 tardes de sábado) se realizarían 1.200 servicios mensuales y para el primer año un total de 14.407 servicios.

Esta capacidad se lograría utilizando siempre el 100% de la capacidad disponible de la empresa. Contando con 6 profesionales en psicología, laborando cada uno 56 horas a la semana (8 horas-día x 5 días + 4 horas-día x 4 sábados). Se estima, según información de oferta y demanda, que cada servicio de consulta dura una hora.

$$1.200 \text{ servicios-mes} / 4 \text{ semanas-mes} / 56 \text{ horas-semana} = 5,36 \text{ servicios-hora} \\ \cong 6 \text{ profesionales}$$

**b) Capacidad instalada.** La capacidad instalada se calculará teniendo en cuenta que no siempre la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** será utilizada al 100% de su capacidad instalada teniendo en cuenta factores como fluctuaciones del mercado, la incertidumbre económica del país y la competitividad de la oferta. Considerando lo anterior se espera ocupar la empresa en un promedio del 75% de su capacidad diseñada, ( $14.407 \times 75\% = 10.805$ ).

Cuadro 34. Capacidad instalada para el primer año

Total servicios/día	Total servicios/mes	Total servicios/año
38	900	10.805

Donde se observa que la empresa presentará una capacidad instalada para ofertar 38 servicios por día, considerando que en el mes hay 24 días laborales (como se explico anteriormente) se realizarían 900 servicios mensuales y para el primer año un total de 10.805 servicios.

Esta capacidad se lograría contando con 4 profesionales en psicología, laborando cada uno 56 horas a la semana y considerando según información de una hora por cada servicio de consulta.

$$900 \text{ servicios-mes} / 4 \text{ semanas-mes} / 56 \text{ horas-semana} = 4,01 \text{ servicios-hora} \\ \cong 4 \text{ profesionales}$$

**c) Capacidad utilizada y proyectada.** La capacidad utilizada y proyectada; se calcula deduciendo que la empresa será utilizada en igual número de servicios que en la capacidad instalada, explicada anteriormente. La capacidad a utilizar será la misma instalada. Igualmente esta capacidad se lograra contando con 4 profesionales en psicología

Cuadro 35. Capacidad utilizada para el primer año

Total servicios/día	Total servicios/mes	Total servicios/año
38	900	10.805

Ahora, considerando un horizonte para el proyecto de 5 años, se espera tener una capacidad proyectada de servicios de psico-orientación y capacitación para la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** en la ciudad de Bucaramanga, como se observa en la siguiente tabla, donde se registra un crecimiento en servicios para cada año del 5%.

Tabla 5. Capacidad proyectada de 5 años

Año	No. de servicios a prestar	No. de profesionales
1	10.805	4
2	11.345	5
3	11.912	5
4	12.507	5
5	13.132	5

Fuente: Datos Cuadro 34

Como se observa en la tabla, en el transcurso de cinco años se lograría aumentar la capacidad actual en un 21.53%, y no se cubriría aun toda la capacidad diseñada (14.407 servicios).

### 3.2 LOCALIZACION

La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, debe seleccionar la ubicación más conveniente para su funcionamiento, esta se determina teniendo en cuenta diferentes alternativas y seleccionando aquella que ofrezca los máximos beneficios o los menores costos.

**3.2.1 Macrolocalización.** La oficina e instalaciones del Centro para la atención de sus clientes, se ubicara en el área urbana de la ciudad de Bucaramanga, ya que en esta ciudad es donde se van a desarrollar sus actividades; pero además se considerara ubicarla en los estratos 4, 5 o 6 porque ser su mercado objetivo.

**3.2.2 Microlocalización.** Consiste en determinar la ubicación más adecuada para el funcionamiento de la empresa. Inicialmente se tienen tres posibles locales que llenan las expectativas y cumplen con los requisitos de carácter general para el funcionamiento de la empresa.

Para seleccionar de una manera imparcial el local para la empresa más conveniente se va a recurrir a la técnica de selección de *ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados* esta técnica consiste en asignar a cada factor un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa; esto es de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%.

El proceso de la puntuación de los factores y de los grados se hace escogiendo un total de puntos a asignar (1000 puntos), que al multiplicarse por la ponderación de cada factor arroja el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

Definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será cero y corresponderá al grado de menor significación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los granos intermedios se hará en forma subjetiva dando la puntuación con base en la progresión aritmética, donde la constante aritmética se determinará mediante la fórmula:

$$K = \frac{(\text{puntaje mayor} - \text{puntaje menor})}{n - 1}$$

A continuación se muestra el proceso de la Ponderación de los factores y puntuación de los factores grados.

- **Selección de factores y grados.** Se determinan los siguientes considerando que son los de mayor incidencia al momento de tomar una decisión, se asignan tres grados por factor.

**F1 Costo de arrendamiento de las instalaciones.**

Grado 1	Muy costoso	Mayor a \$2.001.000
Grado 2	Costoso	Entre \$1.500.000 y \$2.000.000
Grado 3	Económico	Menor a \$1.500.000

**F2 Costo de servicios públicos.**

Grado 1	Muy costoso	Mayor a \$1.001.000
Grado 2	Costoso	Entre \$600.000 y \$1.000.000
Grado 3	Económico	Menor a \$600.000

**F3 Disponibilidad de vías de acceso.**

Grado 1	Malo	Es mínimo el número de vías
Grado 2	Regular	Es regular el número de vías
Grado 3	Bueno	Es adecuado el número de vías

<b>F4</b>	<b>Infraestructura disponible.</b>		
	Grado 1	Malo	El local cuenta con poca área
	Grado 2	Regular	El local cuenta con buena área
	Grado 3	Bueno	El local cuenta con suficiente área
<b>F5</b>	<b>Servicios públicos disponibles.</b>		
	Grado 1	Malo	Los servicios son escasos
	Grado 2	Regular	Los servicios son limitados
	Grado 3	Bueno	Los servicios son variados
<b>F6</b>	<b>Presencia de actividades comerciales.</b>		
	Grado 1	Malo	Las actividades son pocas
	Grado 2	Regular	Las actividades son no numerosas
	Grado 3	Bueno	Las actividades son variadas
<b>F7</b>	<b>Acceso a parqueo.</b>		
	Grado 1	Malo	No hay sitio disponible para parqueo
	Grado 2	Regular	El sitio de parqueo es reducido
	Grado 3	Bueno	El sitio de parqueo es adecuado
<b>F8</b>	<b>Disponibilidad de transporte.</b>		
	Grado 1	Malo	Pocas rutas
	Grado 2	Regular	Algunas rutas
	Grado 3	Bueno	Varias rutas
<b>F9</b>	<b>Impacto social.</b>		
	Grado 1	Malo	Despierta poco interés
	Grado 2	Regular	Despierta interés
	Grado 3	Bueno	Despierta gran interés

**- Ponderación y puntuación de factores y grados.** A cada factor se le asigna un puntaje, que se distribuye entre sus grados; también se asigna la ponderación, ver tabla 6.

Tabla 6. Ponderación de los factores y puntuación de factores y grados

FACTORES Y GRADOS			PUNTOS		PONDERACIÓN
<b>F1</b>	<b>Costo de arrendamiento del local.</b>				
	Grado 1	Muy costoso	0		
	Grado 2	Costoso	75		
	Grado 3	Económico	150	150	15% x 1000 ptos
<b>F2</b>	<b>Costo de servicios públicos.</b>				
	Grado 1	Muy costoso	0		
	Grado 2	Costoso	60		
	Grado 3	Económico	120	120	12% x 1000 ptos
<b>F3</b>	<b>Disponibilidad de vías de acceso.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	50		
	Grado 3	Bueno	100	100	10% x 1000 ptos
<b>F4</b>	<b>Infraestructura disponible.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	80		
	Grado 3	Bueno	160	160	16% x 1000 ptos
<b>F5</b>	<b>Servicios públicos disponibles.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	40		
	Grado 3	Bueno	80	80	8% x 1000 ptos
<b>F6</b>	<b>Presencia de actividades comerciales.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	40		
	Grado 3	Bueno	80	80	8% x 1000 ptos
<b>F7</b>	<b>Acceso a parqueo.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	60		
	Grado 3	Bueno	120	120	12% x 1000 ptos
<b>F8</b>	<b>Disponibilidad de transporte.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	45		
	Grado 3	Bueno	90	90	9% x 1000 ptos
<b>F9</b>	<b>Impacto social.</b>				
	Grado 1	Malo	0		
	Grado 2	Regular	50		
	Grado 3	Bueno	100	100	10% x 1000 ptos
<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, determinando para ello el grado en que se encuentra representado cada factor dentro de determinada localización; la suma de los puntajes obtenidos por factor por cada una de las alternativas dará el parámetro de decisión para la escogencia de la mayor ubicación, que será la que alcance un mayor puntaje. En el siguiente cuadro se presenta el proceso para determinar esta ubicación.

Cuadro 36. Determinación de la ubicación de la oficina

F	SOTOMAYOR		EL PRADO		CABECERA	
	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE
F1	2	75	3	150	1	0
F2	2	60	3	120	1	0
F3	2	50	3	100	3	100
F4	1	0	2	80	2	80
F5	3	80	3	80	3	80
F6	2	40	2	40	3	80
F7	2	60	2	60	2	60
F8	2	45	2	45	3	90
F9	1	0	2	50	2	50
	<b>410</b>		<b>725</b>		<b>540</b>	

De acuerdo con los resultados obtenidos en el método de puntos se determina la ubicación del **Centro de Psico-orientación Juvenil** en un local ubicado en el sector El Prado, en la carrera 34 No. 39 – 18, con un canon de arriendo por \$1'380.000. La empresa de arriendos y ventas que facilita este inmueble es FINCAR.

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El servicio que se va a prestar en el Centro de psico-orientación y capacitación, se va a desarrollar con base en procesos adecuados para el servicio con el propósito de alcanzar la completa satisfacción de sus clientes; para ello es necesario detallar técnica y operativamente estos procesos.

**3.3.1 Ficha técnica del servicio.** El servicio que se va a prestar en la empresa se contempla en la siguiente ficha técnica.

Cuadro 37. Ficha técnica del servicio que se ofrece en la empresa

<p><b>Servicio principal</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de orientación psicológica en conflictos emocionales para jóvenes de 15 a 18 años años de familias ubicadas en los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.</li> </ul>
<p><b>Diseño</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención directa al adolescente en las instalaciones del <b>Centro de Psico-orientación Juvenil</b> de lunes a sábado.</li> <li>• Horario de atención: lunes a viernes de 8:00 a.m. a 12:00 a.m. y el día sábado de 8:00 a.m. a 12 m.</li> <li>• Prestación del servicio dentro del horario establecido y según la disponibilidad de tiempo para el cliente.</li> <li>• Servicio suministrado por personas profesionales en psicología y experiencia en los conflictos de la juventud entre 15 y 18 años.</li> <li>• La orientación psicológica se realiza inicialmente con la toma de información pertinente para diagnosticar, valorar y evaluar el conflicto emocional del cliente; posteriormente se sugiere el tratamiento y capacitación a seguir.</li> </ul>
<p><b>Especificaciones técnicas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El conocimiento es altamente calificado.</li> <li>• Los equipos empleados son de calidad técnica.</li> <li>• Los profesionales son altamente capacitados.</li> </ul>
<p><b>Vida útil</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio de orientación y capacitación psicológica tendrá una vida útil permanente.</li> </ul>

**3.3.2 Descripción técnica del servicio.** Teniendo en cuenta la actividad básica de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**; se describe el proceso sobre la manera como se ofrecen los servicios de orientación y capacitación para los jóvenes de estrato 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga en edades entre 15 y 18 años de edad.

El servicio de orientación se inicia cuando el cliente (joven y/o padre de familia) interesado en recibir el servicio acude al Centro (por teléfono o personalmente) y es atendido por la secretaria quien le da la información inicial sobre el servicio y las actividades que se ofertan en la empresa; si el cliente lo desea pasa a indicarle el precio de la consulta y las posibles fechas y horarios de atención.

Si el cliente decide separar cita para la consulta inicial, esta será asignada y registrada por la secretaria del Centro.

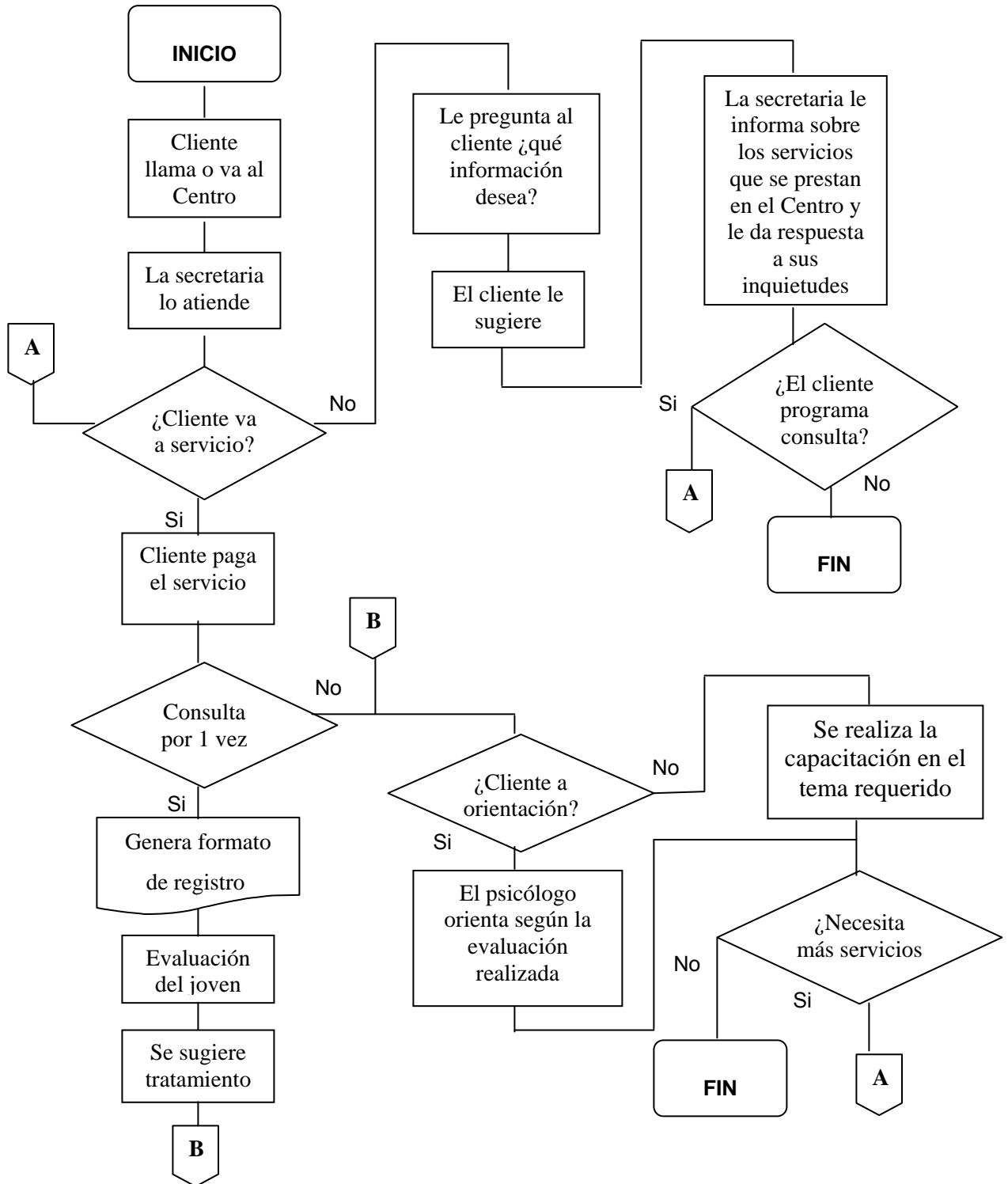
Cuando llega el momento del día de la cita, el cliente se acerca al Centro 10 minutos antes a la hora asignada y ante la secretaria se reporta y cancela el valor del servicio.

El cliente es llamado para que ingrese al consultorio del profesional orientador para dar comienzo a la toma de información (ver Anexo D) y valoración del conflicto o problema emocional. En un tiempo de una hora, en promedio; se realiza la evaluación del paciente y se le sugiere el tratamiento a seguir el cual puede considerar, algunos de los siguientes elementos:

- Orientación educativa
- Orientación a los padres del cliente
- Orientación para la solución del conflicto emocional
- Orientación para el perfil profesional
- Orientación sexual
- Entrenamiento terapéutico
- Capacitaciones para ayudar a la solución del conflicto

**3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.** El proceso que se ha descrito en el numeral anterior se representara gráficamente, como se puede observar en el siguiente diagrama, ver figura 31.

Figura 31. Diagrama sobre la prestación del servicio



**3.3.4 Control de calidad del servicio.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, desde su inicio implementará los principios de calidad de la norma ISO 9001:2008 para que hacia el futuro se tengan los procedimientos necesarios que permitan obtener fácilmente la certificación.

El control de calidad de los servicios a ofrecer por la empresa se medirá de la siguiente forma, bajo los siguientes parámetros:

- Teniendo en cuenta la opinión de los clientes, quienes son los que en realidad están sintiendo y calificando el servicio que se les presta. Se contará con un buzón de sugerencias y con formatos para que el cliente evalúe el servicio.
- Toda actividad estará supervisada por el Gerente, quien esta atento y presto a la correcta realización de todos los procesos, y a su corrección dado el caso de que se cometan errores además a cargo de el está la logística.
- La calidad de equipos de la empresa que se utilizan en su actividad se asegurará por medio de mantenimientos preventivos y el correcto uso de los mismos.

Además de lo anterior se realizarán periódicamente las actividades siguientes con el fin de mantener el sistema de gestión de la calidad y el resultado de dichas actividades permitirá hacer retroalimentación en busca de un mejoramiento continuo para beneficio de los clientes.

- **Mejoramiento:** Se realizarán evaluaciones periódicas por parte de la gerencia para determinar la conveniencia de los procedimientos aplicados en el servicio que presta la empresa y así determinar si se deben realizar cambios que se ajusten mejor a las necesidades de los clientes.
- **Auditoria interna:** Se evaluará el desempeño del personal profesional de la empresa determinando así las no conformidades.
- **No conformidades:** Se buscan soluciones a las no conformidades y se establece un periodo de tiempo para ejecutar las acciones correctivas las cuales deben ser cerradas en el tiempo establecido para ello.

**3.3.5 Recursos.** Los recursos deben permitir el montaje de la empresa y la operacionalización de la misma, estos se deben determinar teniendo en cuenta la capacidad del proyecto.

**a) Recurso humano.** Para el funcionamiento de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** se requiere el siguiente recurso humano, quienes son los encargados de la prestación del servicio:

- 1 Gerente
- 4 Profesionales en Psicología (serán 4 en el año 1 y 5 en los años 2 al 5)
- 1 Secretaria auxiliar contable

**b) Recurso físico.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, requiere para la prestación de sus servicios el siguiente recurso físico:

Nota: se obtiene de una vez los recursos para el 5 psicólogo.

- **Equipos de operación**

- 5 Computadores de escritorio con licencia (1 para cada psicólogo)
- 5 Impresoras (1 para cada psicólogo)
- 1 Teléfono
- 1 Video Beem
- 2 Computadores de escritorio con licencia (1 para el gerente, 1 para secretaria)
- 2 Impresoras (1 para el gerente, 1 para secretaria)

- **Muebles en madera**

- 5 Archivadores (1 para cada psicólogo)
- 5 Escritorios con 2 cajones y silla (1 para cada psicólogo)
- 1 Escritorio secretaria y silla
- 1 Escritorio gerente y silla
- 4 Salas de espera (mesa y 4 sillas)
- 1 Biblioteca pequeña
- 10 Pupitres (salón de capacitación)
- 1 Tablero en acrílico

**c) Recurso de insumos.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, requiere para la prestación del servicio los siguientes insumos.

- 2 Caja de CD
- 5 Memorias USB
- 1 Kit implementos de oficina
- 1 Cajas de marcadores borrables
- 2 Cajas papel carta impresión
- 7 Tintas impresión (negra)
- 7 Tintas impresión (color)
- 1 Kit papelería en general
- 1 Kit artículos de aseo
- 1 Material especializado para asesorías y terapias (Test)

**3.3.6 Estudio de proveedores.** La ciudad de Bucaramanga ofrece una buena cantidad de proveedores para el funcionamiento de la empresa. Se han seleccionado los siguientes teniendo en cuenta su experiencia, buen servicio y calidad de los productos que ofrecen.

- **Proveedores de equipos**

- Ábaco Audiovisuales. Teléfono: 6574444
- Multicómputo. Teléfono: 6435340
- Soluciones Informáticas. Teléfono: 6358034

- **Proveedores de muebles**

- Hogar Coomultrasan. Teléfono: 6434204
- Muebles BIEN HECHOS. Teléfono: 6426789
- COLMUEBLES. Teléfono: 6421587

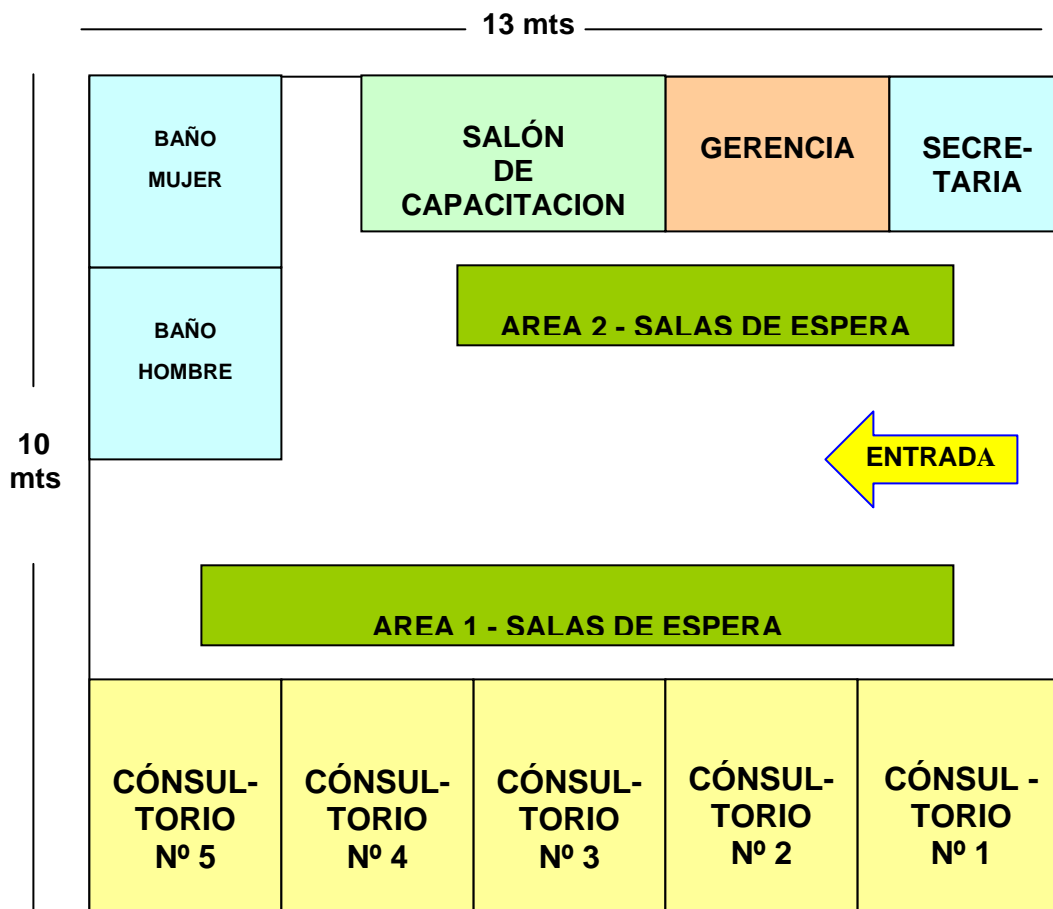
- **Proveedores de insumos**

- Central Papelera Ltda. Teléfono: 6434222
- Litografía La Bastilla. Teléfono: 6300148

**3.3.7 Distribución de planta.** Teniendo en cuenta el estudio realizado para la micro localización y el local seleccionado, se observa que este cuenta con un área 130 metros<sup>2</sup> (13 metros de largo por 10 metros de ancho) los cuales serán distribuidos en la siguiente forma:

<u>Sección</u>	<u>Area (mts<sup>2</sup>)</u>
Gerencia	9
Secretaria	6
Salón de capacitación	16
Consultorio 1	9
Consultorio 2	9
Consultorio 3	9
Consultorio 4	9
Consultorio 5	9
Baño hombre	4
Baño Mujer	4
Área 1 salas de espera	30
Área 2 salas de espera	16
TOTAL	----- 130 mts <sup>2</sup>

Figura 32. Distribución de planta para el Centro



**3.3.8 Logística de facilitación del servicio.** La empresa **Centro de Psicorientación Juvenil** contará con un sistema de logística de servicio enfocado hacia el mejoramiento en el servicio al cliente, de la siguiente forma:

- **Organización.** La secretaria dispondrá de formatos (ver Anexo D) donde se registrarán los datos personales del cliente y la programación de servicios que el cliente va a recibir, contará con elementos indispensables como calculadoras, lapicero y agenda de apuntes.
- **Mando.** El Gerente será el responsable de la coordinación de los servicios con los profesionales en Psicología y de toda la logística necesaria para su prestación; por lo tanto tendrá mando sobre los demás pero a su vez cada

persona deberá responder ante él por los actividades y procesos realizados. Cada profesional y secretaria debe elaborar el respectivo informe sobre el desarrollo de actividades y los acontecimientos que se presenten al prestar el servicio, de esta manera se medirá la responsabilidad que se le ha asignado a cada cuál.

- **Previsión.** Se mantendrá un control por parte de la gerencia para que los recursos e insumos no falten en la prestación del servicio.
- **Control.** El control lo ejercerá el Gerente por medio de los informes recibidos tanto de los profesionales como de la secretaria y a su vez analizará la información que los clientes le puedan suministrar sobre los servicios recibidos.

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

Después de realizar este estudio se concluye que técnicamente hay todas las posibilidades de llevarlo a cabo, por las siguientes razones:

- a) La capacidad ha utilizarse inicialmente es totalmente viable ya que se cuenta con la demanda suficiente para el servicio. Según información, de la encuesta aplicada a la demanda en el estudio de mercados, hay 19.794 familias con un promedio de 31.473 adolescentes entre 15 y 18 años; para un promedio de 5 servicios por persona, según información de la oferta, y un gran total de 157.365 servicios, con una demanda insatisfecha del 57,22% para finalmente disponer de 90.044 servicios a satisfacer por la nueva empresa, de los cuales el Centro atenderá en el primer año un total de 10.805 servicios.
- b) La planta física que se ha localizado para la oficina es completamente viable en el sector teniendo en cuenta los factores favorables para el desempeño de la actividad.
- c) La adquisición de equipos, muebles y mantenimiento en general se puede adquirir en la ciudad donde hay varios proveedores que ofrecen variedad de precios cómodos a las capacidades de los autores del proyecto.
- d) Los procedimientos de facilitación del servicio son claros y de fácil manejo por parte de las personas encargadas.
- e) El recurso humano y de insumos que se requieren para las actividades del proyecto no presentan dificultad para su adquisición.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** se constituirá bajo los parámetros de una empresa unipersonal, pues la obligación del dueño sola la constituye el pago de su aporte y no está representada en títulos negociables. La empresa como tal será inscrita en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

La presente empresa contara con aportes de su único dueño, el autor del proyecto por un valor de \$10'000.000, por lo tanto tendrá participación del 100% en impuestos utilidades, gastos y demás erogaciones del proyecto.

**4.1.1 Constitución de la empresa unipersonal.** Se conformará de la siguiente forma:

- Razón social: **Centro de Psico-orientación Juvenil.**
- Nombre del dueño: William Rodrigo Sandoval Jiménez.
- Duración: se conformará por cinco años, bajo la posibilidad de ser renovada.
- Capital: está representado en \$10'000.000 (diez millones de pesos m/c) por parte del dueño.
- Administración: la representación de la empresa y administración del negocio le corresponde al señor William Rodrigo Sandoval Jiménez.
- Disolución: este tipo de empresa se disuelve cuando su dueño lo decida.

**4.1.2 Procedimiento.** El procedimiento para constituir la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** es el siguiente:

- Tramitar la carta de estudio de nombre comercial, ante la Cámara de Comercio.
- Formularios de matrícula mercantil de la empresa y de sus establecimientos de comercio debidamente diligenciados.

Una vez obtenida la inscripción, se puede solicitar:

- Certificado de existencia y representación legal.
- Registro de libros mercantiles (actas, registro de socios, caja diario, balance e inventarios).
- NIT ante la administración de impuestos nacionales.

Una vez tramitado el NIT, se debe presentar fotocopia del mismo ante la ventanilla de información, con el propósito de completar el certificado de la empresa.

## **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** deberá cumplir con los siguientes requisitos legales, para el ejercicio de las funciones establecidas:

- Inscripción y registro en la Cámara de Comercio (registro mercantil o matrícula mercantil).
- Número de identificación tributaria (NIT), el cual se solicita en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
- Número patronal de la EPS, para la vinculación de trabajadores y los aportes respectivos.
- Formulario único de afiliación e inscripción a la IPS.
- Solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.
- Formulario de vinculación o actualización al sistema general de pensiones.
- Licencias de funcionamiento y permisos especiales.

**4.2.1 Visión.** La empresa desarrollará sus actividades con el firme propósito de alcanzar en el mediano plazo la siguiente Visión:

“En el año 2013 la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** será reconocido como el mejor centro especializado en ofrecer servicios de orientación psicológica y capacitación para jóvenes de 15 a 18 años de edad en la ciudad de Bucaramanga, prestando siempre una orientación acorde a las necesidades del adolescente y su entorno familiar alcanzando mejorar su nivel de vida y participación en la sociedad”

**4.2.2 Misión.** La empresa pretende realizar sus actividades con el empeño y entusiasmo necesario para dar cumplimiento a la siguiente Misión:

“La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** desarrolla iniciativas para ofrecer servicios de orientación y capacitación psicológica en adolescentes de 15 a 18 años de edad pertenecientes a familias de estratos 4, 5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga con un compromiso ético acorde a las necesidades del cliente y con el trabajo de su equipo profesional comprometido en el fortalecimiento emocional y físico del ser humano adolescente”

**4.2.3 Objetivos.** Los objetivos de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** serán los siguientes:

- Realizar servicios de orientación y capacitación que le permitan a sus clientes, adolescentes, una mejor salud emocional, intelectual y física mejorando así su calidad humana.
- Facilitar al cliente servicios de orientación dinámicos y flexibles que estén acordes a sus necesidades y que cumplan con sus especificaciones obteniendo así los mejores resultados.
- Contribuir al crecimiento y desarrollo del adolescente para que se integre a la sociedad y pueda desarrollar sus capacidades y cumplir sus metas personales.
- Brindar la oportunidad al profesional en psico-orientación emplearse en las actividades que requiera la empresa.
- Desarrollar constantemente nuevas estrategias de servicios de psico-orientación siendo innovadores cumpliendo con las normas vigentes.
- Mantener siempre la disposición de ofrecer el trato que el cliente merece con el propósito de mejorar calidad de vida y propender por un entorno familiar y social más favorable.
- Ofrecer servicios de psicológicos contando con personal altamente calificado y motivado por el progreso de la comunidad logrando la fidelización del cliente.

Para conseguir estos objetivos la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** deberá fundamentar su actividad de acuerdo con los siguientes principios y valores:

- **Legalidad.** Los materiales y elementos que se requieran para la dotación y el ofrecimiento de los servicios se adquirirán debidamente bajo todos los requerimientos de ley con el fin de evitar el contrabando y lo ilegal.
- **Calidad.** Todos los servicios de orientación y capacitación que se ofrezcan en la empresa serán bajo procedimientos adecuados a los requerimientos del cliente, con el propósito de satisfacer su necesidad y expectativa.
- **Educación y cultura.** Las personas y empleados de la empresa, por su contacto directo con el cliente, se dirigirán y abordarán al cliente de manera muy respetuosa para sugerirle o escucharlo con atención, brindando siempre la atención que se merece.

- **Servicio.** Todas las actividades de la empresa estarán orientadas por los principios de apoyo y servicio a quien lo necesite, de una manera ágil y eficiente, dentro y fuera de la empresa.
- **Etica.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** actuará con independencia y bajo criterios de rigor, respeto, honestidad, equidad y pluralismo. La información que faciliten y dispongan los clientes para su manejo será manipulada y estudiada con absoluta reserva.
- **Rentabilidad.** La empresa siempre buscará conseguir los resultados económicos que permitan la reinversión permanente y la autonomía empresarial, aspectos claves para un futuro prometedor.

**4.2.4 Políticas.** Para canalizar los objetivos propuestos, la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** a definido los siguientes procedimientos para lograr las políticas:

- Enfocar la prestación del servicio de orientación al cliente con el propósito de satisfacer plenamente sus necesidades y expectativas, para que el mismo sea la mejor publicidad.
- Propender por una orientación sana y con respeto con el animo de ser más competitivo en el sector.
- Brindar un excelente servicio de calidad total, basándolo siempre en el mejoramiento continuo del servicio.
- Todo el personal que labore con la empresa debe tener un alto sentido de formación humana.
- Desarrollar con alto profesionalismo el servicio, buscando que los adolescentes y sus familias mejoren su entorno y ambiente en el hogar y su comunidad.
- Realizar el adecuado mantenimiento de equipos buscando una óptima calidad de servicio.
- La información suministrada por los clientes será manejada de forma imparcial con criterio profesional y con absoluta reserva.

Las políticas se definen de personal, compras y ventas, así:

- **Personal**

El personal que trabaje con la empresa o para la empresa, debe ser preparado académicamente y tener experiencia en su área de desempeño.

El contador será contratado por servicios, es decir no hará parte de la nómina de la empresa.

El reclutamiento de personal se hará por intermedio de:

- Avisos publicados en el diario de mayor circulación local, y en empresas que se denominan como bolsas de empleo.
- Se solicitarán hojas de vida para las diferentes actividades.

Para la selección de personal se procederá de la siguiente manera:

- Se revisarán las hojas de vida presentadas de las cuales se hará una preselección.
- A las hojas de vida seleccionadas se les llamará para realizar entrevista.
- En la entrevista se seleccionará el personal requerido.

Después de seleccionar el personal y de avisar a los interesados se les llamará y se les darán las instrucciones necesarias respecto de la forma de contratación.

Se realizarán contratos a término fijo por prestación de servicios para 3 meses inicialmente y después para un año.

El salario se establecerá de acuerdo a lo establecido en el código sustantivo de trabajo que represente lo de la ley, y según el SMLV año 2009.

Si se llega a requerir dotación está se hará tres veces al año como lo estipula la ley, sería el caso de la secretaría.

- **Compras.**

De todos los aspectos relacionados con las compras necesarias para el buen funcionamiento de la empresa, en el momento en que empieza su funcionamiento, estará encargado el Gerente.

El Gerente seleccionará después de analizar cada portafolio de proveedores, cual es el más conveniente en caso de que se requiera comprar algún insumo o equipo necesario, después de la puesta en marcha de la empresa.

La forma de pago se hará como estipule la empresa proveedora, sin embargo se intentará manejar el crédito a 30 y 60 días.

Después de este proceso se elaborará la orden de pedido y la salida de caja, seguidamente se procederá a hacer el pedido.

Los insumos requeridos por la empresa se irán comprando a medida que se necesiten.

- **Ventas**

El proceso de venta del servicio se hará directamente en la oficina, hablando con el cliente y de contado por cada servicio (consulta).

### **4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

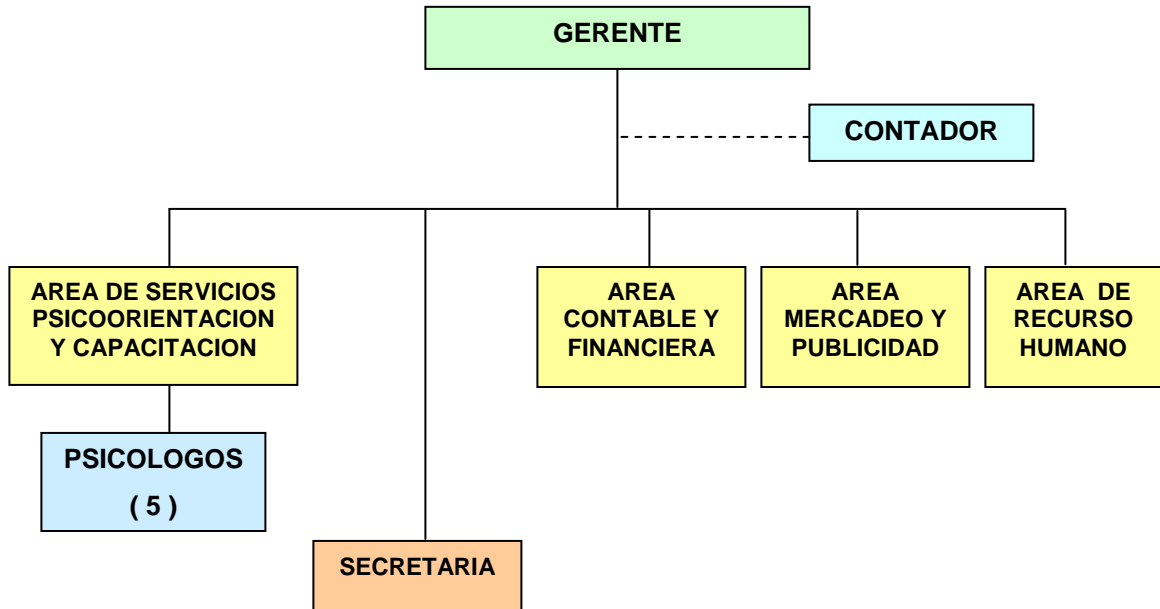
La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** en la ciudad de Bucaramanga, tiene como finalidad la prestación de servicios de orientación y capacitación psicológica.

La creación de esta empresa, surge como una necesidad ante los conflictos emocionales de los adolescentes en la ciudad de Bucaramanga; ante esto su estructura organizacional la comprenden las siguientes áreas funcionales:

- **Área administrativa y financiera.** Se encarga de la administración, organización, planeación, dirección, control y evaluación de las actividades realizadas en la empresa. Además realiza el mercadeo de los servicios, análisis de los costos, manejo de la parte contable y en general tiene la responsabilidad del buen funcionamiento de la empresa.
- **Área operativa.** Se encarga de la atención y prestación del servicio de orientación y capacitación al cliente, serán los responsables de la calidad del servicio.

**4.3.1 Organigrama.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, teniendo en cuenta que esta en su etapa de iniciación, presenta el siguiente organigrama como base fundamental para la organización de sus actividades. Ver figura 33

Figura 33. Organigrama de la empresa



Como se observa es una estructura sencilla y prácticamente plana, esto permite dadas las características de la empresa una rápida y directa comunicación entre el cargo administrativo y los cargos operativos.

La estructura de la empresa es funcional, se divide en unidades donde cada una de ellas contiene un conjunto de obligaciones y responsabilidades diferentes; esto le va a permitir aprovechar la habilidad y especialización del personal.

**4.3.2 Descripción y perfil de cargos.** Se hará una descripción del perfil de los cargos requeridos para el funcionamiento de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil.**

A continuación se presenta su diseño técnico.

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Gerente	<b>CÓDIGO:</b> DF - 01	<b>FECHA:</b> 2009 – 7 – 1
<b>DIVISIÓN:</b> Administrativo	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Ninguno	
<b>SUPERVISA A:</b> Todo el personal	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno	

### FUNCIÓN PRINCIPAL

Planear, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las diferentes actividades; buscando optimizar y maximizar los recursos de la empresa alcanzando los objetivos comunes.

### DETALLE DE FUNCIONES

- Liderar y velar por el cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa.
- Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentre comprometido.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el empresa.
- Atención, servicio y asesoría al cliente.
- Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de publicidad y promoción.
- Responder y por los insumos y equipos de la empresa y velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos.
- Manejar con responsabilidad y confiabilidad los recursos económicos generados en la prestación del servicio.
- Elaboración de informes sobre las actividades de servicios cumplidas.
- Desarrollar estrategias de mercadeo del servicio.
- Representar a la empresa efectuando visitas a los familias de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, si el caso lo amerita.
- Seleccionar el recurso humano de la empresa.

EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA
----------	----------------	----------

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## ESPECIFICACIONES DEL CARGO

DATOS		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Gerente	<b>CÓDIGO:</b> EC - 01	<b>FECHA:</b> 2009 - 7 - 1
<b>DIVISIÓN:</b> Administrativa	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Ninguno	
<b>SUPERVISA A:</b> Todo el personal	<b>ELABORADO POR:</b>	
HABILIDAD		
<b>EDUCACIÓN:</b> Profesional en Gestión Empresarial.		
<b>EXPERIENCIA:</b> Mínimo un año en cargos similares.		
<b>HABILIDAD MENTAL:</b> Capacidad de decisión y organización, honestidad, liderazgo y relaciones sociales.		
<b>HABILIDAD MANUAL:</b> Normal.		
RESPONSABILIDAD		
<b>SUPERVISIÓN:</b> Se encarga de supervisar las actividades que realizan todos en la empresa.		
<b>POR CONTACTOS:</b> Con personas externas para el mercadeo de los servicios.		
<b>MANEJO DE VALORES:</b> Ocasionales y por un valor hasta de \$5.000.000.		
ESFUERZO		
<b>MENTAL:</b> En su jornada requiere concentración plena para planear, diseñar, administrar y controlar.		
<b>FÍSICO:</b> Normal de la actividad.		
CONDICIÓN DE TRABAJO		
<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Agradable, el de la oficina.		
<b>RIESGOS:</b> Ninguno.		
<b>OBSERVACIONES:</b>		
<b>APROBÓ</b>	<b>APROBÓ</b>	<b>APROBÓ</b>

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Secretaria	<b>CÓDIGO:</b> DF - 02	<b>FECHA:</b> 2009 – 7 – 1
<b>DIVISIÓN:</b> Administrativa	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno	
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL</b>		
Atención de clientes y desarrollar la contabilidad de la empresa.		
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa.</li> <li>▪ Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometida.</li> <li>▪ Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa.</li> <li>▪ Relacionar y desarrollar los estados financieros y la demás contabilidad de la empresa.</li> <li>▪ Atender amablemente al cliente e informarlo en lo que desee.</li> <li>▪ Entregar la publicidad de la empresa al cliente que lo requiera.</li> <li>▪ Responder por los activos que tiene a su disposición.</li> <li>▪ Manejar con responsabilidad y confiabilidad los recursos económicos que pueda llegar a manejar en la prestación del servicio.</li> <li>▪ Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el Gerente y tengan relación con la naturaleza de su cargo.</li> <li>▪ Responsable del manejo de la caja menor de la empresa.</li> </ul>		
<b>EMPLEADO</b>	<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>ANALISTA</b>

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## ESPECIFICACIONES DEL CARGO

DATOS		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Secretaria	<b>CÓDIGO:</b> EC - 02	<b>FECHA:</b> 2009 - 7 - 1
<b>DIVISIÓN:</b> Administración	<b>DEPARTAMENTO:</b> Gerencia	
<b>SECCIÓN:</b> Oficina	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno	<b>ELABORADO POR:</b>	
HABILIDAD		
<b>EDUCACIÓN:</b> Tecnóloga en Contabilidad Financiera y/o CAAP del Sena con estudios en contaduría. Conocimientos en informática.		
<b>EXPERIENCIA:</b> Mínimo dos años en cargos similares.		
<b>HABILIDAD MENTAL:</b> Concentración, conocimientos y memoria.		
<b>HABILIDAD MANUAL:</b> Digitar con agilidad y precisión, redacción en forma correcta.		
RESPONSABILIDAD		
<b>SUPERVISIÓN:</b> Ninguna.		
<b>POR CONTACTOS:</b> Pérdida de documentos de clientes y la empresa.		
<b>MANEJO DE VALORES:</b> Utilización de caja menor por valor de \$500.000 para los gastos internos de la empresa, debe adjuntar soportes.		
ESFUERZO		
<b>MENTAL:</b> Concentración, memoria.		
<b>FÍSICO:</b> Mantener una misma postura por mucho tiempo y visualización de la pantalla.		
CONDICIÓN DE TRABAJO		
<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Normal.		
<b>RIESGOS:</b> Ninguno.		
<b>OBSERVACIONES:</b>		
APROBÓ	APROBÓ	APROBÓ

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Profesional en Psicología	<b>CÓDIGO:</b> DF - 03	<b>FECHA:</b> 2009 – 7 – 1
<b>DIVISIÓN:</b> Operativa	<b>DEPARTAMENTO:</b> Operativo	
<b>SECCIÓN:</b> Unidad Operativa	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno	<b>No CARGOS IGUALES:</b> 5	
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL</b>		
Realizar las actividades necesarias para la prestación de los servicios de Psico-orientación y capacitación.		
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa.</li> <li>▪ Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de las actividades de psico-orientación y capacitación para lo cual se comprometido.</li> <li>▪ Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el empresa.</li> <li>▪ Responder por los equipos que tiene a su disposición para el desarrollo de las actividades.</li> <li>▪ Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por el gerente y tengan relación con la naturaleza de su cargo.</li> <li>▪ Elaborar informes correspondientes a las actividades desarrolladas.</li> <li>▪ Responsable ante la gerencia por los resultados obtenidos en las actividades de psico-orientación y capacitación con los clientes.</li> <li>▪ Elaborar los diagnósticos correspondientes.</li> <li>▪ Velar y cumplir por la eficacia y eficiencia de cada proceso operativo siguiendo lo establecido en cada paciente.</li> <li>▪ Cumplir con los horarios de trabajo asignados.</li> <li>▪ Velar por la custodia de los documentos entregados por le empresa para la realización del servicio.</li> <li>▪ Elaboración y registro de información personal y valoración del paciente en los formatos correspondientes.</li> <li>▪ Registro y actualización de la historia del paciente.</li> </ul>		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## ESPECIFICACIONES DEL CARGO

DATOS		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Profesional en Psicología	<b>CÓDIGO:</b> EC - 03	<b>FECHA:</b> 2009 - 7 - 1
<b>DIVISIÓN:</b> Operativa	<b>DEPARTAMENTO:</b> Operativo	
<b>SECCIÓN:</b> Unidad Operativa	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno	<b>ELABORADO POR:</b>	
HABILIDAD		
<b>EDUCACIÓN:</b> Profesional en Psicología titulado. Conocimientos en conflictos emocionales de los adolescentes. Conocimientos en informática.		
<b>EXPERIENCIA:</b> Mínimo dos años en cargos similares.		
<b>HABILIDAD MENTAL:</b> Concentración, memoria y dedicación.		
<b>HABILIDAD MANUAL:</b> Rapidez y agilidad		
RESPONSABILIDAD		
<b>SUPERVISIÓN:</b> Sobre las actividades que realiza.		
<b>POR CONTACTOS:</b> Total discreción con la información que debe manejar de los clientes, mantener contacto directo con el Gerente.		
<b>MANEJO DE VALORES:</b> Manejo de los equipos y elementos de trabajo. Su pérdida o causa de daño ocasionado lo hará responsable de acuerdo a la cuantía y la forma de pérdida o daño.		
ESFUERZO		
<b>MENTAL:</b> Concentración y memoria.		
<b>FÍSICO:</b> Manejo y manipulación de equipos con cierto peso relativo.		
CONDICIÓN DE TRABAJO		
<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Normal.		
<b>RIESGOS:</b> Normal.		
<b>OBSERVACIONES:</b>		
<b>APROBÓ</b>	<b>APROBÓ</b>	<b>APROBÓ</b>

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Contador	<b>CÓDIGO:</b> DF - 04	<b>FECHA:</b> 2009 – 7 – 1
<b>DIVISIÓN:</b> Externa Outsourcing	<b>DEPARTAMENTO:</b> Externa Outsourcing	
<b>SECCIÓN:</b> Externa Outsourcing	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno	
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL</b>		
Asesorar, revisar y supervisar la contabilidad de la empresa y los demás estados financieros.		
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa.</li> <li>▪ Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometido.</li> <li>▪ Cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en el empresa.</li> <li>▪ Cumplir con principios, honestidad y ética la publicidad y promoción de cualquier producto o servicio.</li> <li>▪ Avalar y aprobar por firma la contabilidad de la empresa, pago de impuestos y demás obligaciones de ley.</li> <li>▪ Informar oportuna, veraz y fidedigna a la Gerencia.</li> <li>▪ Asesorar a la secretaria auxiliar contable sobre la contabilidad de la empresa.</li> <li>▪ Asesorar a la gerencia y a la empresa en general sobre cualquier aspecto contable, fiscal y/o tributario.</li> </ul>		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA

# Centro de Psico-orientación Juvenil

## ESPECIFICACIONES DEL CARGO

<b>DATOS</b>		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> Contador	<b>CÓDIGO:</b> EC - 04	<b>FECHA:</b> 2009 - 7 - 1
<b>DIVISIÓN:</b> Externa Outsourcing	<b>DEPARTAMENTO:</b> Externa Outsourcing	
<b>SECCIÓN:</b> Externa Outsourcing	<b>CARGO JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno	<b>ELABORADO POR:</b>	
<b>HABILIDAD</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b> Profesional en Contaduría Pública y manejo de software contable especializado.		
<b>EXPERIENCIA:</b> Mínimo dos años en el cargo.		
<b>HABILIDAD MENTAL:</b> Rapidez y habilidad mental en el manejo del lenguaje técnico contable y de los indicadores matemáticos.		
<b>HABILIDAD MANUAL:</b> Normal.		
<b>RESPONSABILIDAD</b>		
<b>SUPERVISIÓN:</b> Sobre las actividades que realiza.		
<b>POR CONTACTOS:</b> Con la información que el Gerente le suministra.		
<b>MANEJO DE VALORES:</b> Ninguno.		
<b>ESFUERZO</b>		
<b>MENTAL:</b> Durante su actividad requiere concentración para planear actividades y coordinar sus cálculos.		
<b>FÍSICO:</b> Normal.		
<b>CONDICIÓN DE TRABAJO</b>		
<b>MEDIO AMBIENTE:</b> Normal al expuesto en la empresa.		
<b>RIESGOS:</b> Ninguno.		
<b>OBSERVACIONES:</b>		
<b>APROBÓ</b>	<b>APROBÓ</b>	<b>APROBÓ</b>

**4.3.3 Asignación laboral.** Las compensaciones laborales se establecen con relacionado al mercado de oferta para esta clase de servicios en la ciudad de Bucaramanga, quedando de la siguiente forma:

Cuadro 38. Asignación laboral

Cargo	Tipo Contrato	Asignación \$	Transporte \$	Prestaciones \$	Sueldo mensual	Sueldo año
Gerente	Sueldo	1'700.000	0	881.280	2'581.280	30'975.360
Secretaría	Sueldo	600.000	59.300	311.040	970.340	11'644.080
Psicólogo	Sueldo	1'500.000	0	777.600	2'277.600	27'331.200
Contador	Honorarios	170.000	0	0	170.000	2'040.000

Fuente: S.M.L.V para el año 2009 por \$497.000 y Transporte por \$59.300

- **Política contractual.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, define dentro de su política de contratación para el desarrollo de actividades y cumplimiento de la Misión organizacional, lo siguiente con base al Salario Mínimo Legal Vigente (S.M.L.V.) para el año 2009 (\$497.000).
  - a) El *Gerente* de la empresa recibirá, en pago a sus funciones realizadas, una retribución económica mensual equivalente a 3,42 S.M.L.V.
  - b) La *Secretaria* recibirá, en pago a sus funciones realizadas, una retribución económica mensual equivalente a un 1,2 S.M.L.V
  - c) El Profesional en Psicología recibirá una retribución económica mensual equivalente a 3,02 S.M.L.V.
  - d) El profesional que desarrolla la función de *Contador* recibirá por honorarios cada mes el equivalente a 0.342 S.M.L.V.
  - e) La carga prestacional establecida, según ley, es la siguiente:

Pensión	12%	Prima	8.33%
Salud	8.5%	Cesantías	8.33%
ARP	0.52%	Vacaciones	4.16%
Parafiscales	9%	Interés Cesantías	1%

Total de carga prestacional = 51.84%

#### **4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO**

Al realizar el estudio se concluye que administrativamente hay todas las posibilidades de llevarlo a cabo, por las siguientes razones:

- a) La constitución de la empresa se pretende llevar a cabo para el primer semestre del año 2010 por parte del autor del proyecto.
- b) La estructura organizacional que se ha planeado para la empresa es congruente y corresponde a su misión, objetivos, valores y políticas.
- c) Su organigrama se ha constituido bajo un esquema práctico y funcional.
- d) La descripción y el perfil de cargos esta claramente definida para que no se presente ninguna clase de inconsistencia en el desarrollo de las funciones de cada funcionario de la empresa.
- e) La política contractual es clara y se ajusta a las condiciones del mercado laboral en la ciudad de Bucaramanga.
- f) Los cargos del Gerente, los Profesionales en Psicología y la secretaria tendrán contrato laboral de ley.
- g) El cargo del Contador tendrá una compensación por honorarios.
- h) La Secretaria será el único cargo con subsidio de transporte.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 INVERSIONES

Las inversiones en la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** están constituidas por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para su implementación y así dotarla de su capacidad operativa. La inversión en la empresa comprende tres categorías, así: Activos Fijos, Activos Intangibles y Capital de Trabajo.

#### 5.1.1 Inversión fija.

**a) Adecuación y montaje.** Se requiere adecuar las unidades de las oficinas con obras de construcción (muros, pisos) y cableado estructurado para los equipos de cómputo y para el salón da capacitación.

Cuadro 39. Adecuación y montaje

Detalle	Valor Total
Adecuación de instalaciones	7.000.000
Cableado estructurado	420.000
Total	<b>\$ 7.420.000</b>

Fuente: Clusters Computadores, Arquitecto Fabio Mora.

#### b) Maquinaria y equipo.

Cuadro 40. Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Computador Psicólogos	5	1.250.000	6.250.000
Impresoras Psicólogos	5	150.000	750.000
Video Beam y Telón	1	3.200.000	3.200.000
Total			<b>\$ 10.200.000</b>

Fuente: Audiovisuales, Multicómputo.

**c) Muebles y enseres.**

Cuadro 41. Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Sala de espera	4	700.000	2.800.000
Archivador	5	200.000	1.000.000
Escritorio y silla psicólogo	5	350.000	1.750.000
Biblioteca pequeña	1	500.000	500.000
Pupitres	10	30.000	300.000
Tablero en acrílico	1	80.000	80.000
<b>Total</b>			<b>\$ 6.430.000</b>

Fuente: Hogar Coomultrasan, COLMUEBLES.

**d) Equipo de oficina.** Es el equipo que necesitan Gerente y Secretaria para sus actividades.

Cuadro 42. Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Computador Gerente y Secretaria	2	1.250.000	2.500.000
Impresoras Gerente y Secretaria	2	150.000	300.000
Escritorio y silla Gerente	1	400.000	400.000
.Escritorio y silla Secretaria	1	250.000	250.000
Teléfono (Fax)	1	120.000	120.000
<b>Total</b>			<b>\$ 3.570.000</b>

Fuente: Multicómputo, Hogar Coomultrasan, COLMUEBLES.

**e) Total inversión fija.**

Cuadro 43. Total inversión fija

Detalle	Valor Total
Adecuación y montaje	7.420.000
Maquinaria y equipo	10.200.000
Muebles y enseres	6.430.000
Equipo de oficina	3.570.000
<b>Total</b>	<b>\$ 27.620.000</b>

Fuente: Cuadros 39 al 42.

### 5.1.2 Inversión diferida.

Cuadro 44. Inversión diferida

Detalle	Valor Total	Valor Diferido/Año
Costos de constitución	450.000	90.000
Gastos notariales	150.000	30.000
Estudio factibilidad	1.800.000	360.000
Publicidad de lanzamiento	980.000	196.000
Total		<b>\$ 676.000</b>

Fuente: Cuadro 30, Cámara de Comercio, Notaria 8ª.

**5.1.3 Inversión capital de trabajo.** Para la operación normal de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**, se contará con un capital de trabajo para un mes, con el propósito de tener el efectivo necesario para el normal funcionamiento de sus actividades.

**a) Costos de prestación del servicio.** El costo se determina midiendo los parámetros: insumos, mano de obra directa y costos indirectos del servicio.

- **Insumos.** Los insumos estarán medidos por lo requerido para prestar normalmente los servicios en la empresa, y son los siguientes:

Cuadro 45. Insumos

Detalle	Cantidad mes/año	Valor unitario	Valor mes	Valor año
Cajas de CD	2 al mes	10.000	20.000	240.000
Memoria USB	5 al año	30.000	12.500	150.000
Cajas marcadores	1 al mes	14.400	14.400	172.800
Cajas papel impresión	2 al mes	25.000	50.000	600.000
Tinta impresión(negra)	7 al mes	10.000	70.000	840.000
Tinta impresión (color)	7 al mes	15.000	105.000	1.260.000
Kit papelería general	1 al mes	5.000	5.000	60.000
Material especializado	1 al mes	155.000	155.000	1.860.000
Total			<b>\$ 431.900</b>	<b>\$ 5.182.800</b>

Fuente: Central Papelera Ltda., Litografía La Bastilla.

- **Mano de obra directa.** Son los Psicólogos que realizan los servicios de orientación y capacitación.

Cuadro 46. Mano de obra directa

Detalle	Valor mes	Valor año
Psicólogo 1	2.277.600	27.331.200
Psicólogo 2	2.277.600	27.331.200
Psicólogo 3	2.277.600	27.331.200
Psicólogo 4	2.277.600	27.331.200
<b>Total</b>	<b>\$ 9.110.400</b>	<b>\$ 109.324.800</b>

Fuente: Cuadro 38.

- **Costos indirectos de prestación del servicio.** Se consideran los siguientes.

- **Depreciación.** Se incluye tanto los de producción como los de administración, ya que se considera esta como parte de la prestación del servicio. Se toma como tiempo promedio de depreciación 5 años.

Cuadro 47. Depreciación

Detalle (No. Und.)	Valor total compra	Valor depreciación anual
Computador Psicólogo (5)	6.250.000	1.250.000
Impresoras Psicólogos (5)	750.000	150.000
Video Beam y telón (1)	3.200.000	640.000
Escritorio y silla Psicólogo (5)	1.750.000	350.000
Sala de espera (4)	2.800.000	560.000
Escritorio silla Gerente (1)	400.000	80.000
Archivador (5)	1.000.000	200.000
Biblioteca pequeña (1)	500.000	100.000
Escritorio silla Secretaria (1)	250.000	50.000
Pupitres (10)	300.000	60.000
Tablero en acrílico (1)	80.000	16.000
Computador Gerente y Secretaria (2)	2.500.000	500.000
Impresoras (2)	300.000	60.000
Teléfono (Fax) (1)	120.000	24.000
<b>Total</b>		<b>\$ 4.040.000</b>

Fuente: Cuadros 40, 41 y 42.

El valor de la depreciación mensual será de **\$ 336.667** (\$ 4.040.000/12).

- **Mano de obra indirecta.** Se considera el Gerente y la Secretaria como trabajadores indirectos en la empresa.

Cuadro 48. Mano de obra indirecta

Detalle	Valor mes	Valor año
Secretaría	970.340	11.644.080
Gerente	2.581.280	30.975.360
<b>Total</b>	<b>\$ 3.551.620</b>	<b>\$ 42.619.440</b>

Fuente: Cuadro 38.

- **Insumos indirectos.** Los insumos considerados son los empleados para realizar el aseo y demás elementos de oficina.

Cuadro 49. Insumos indirectos

Detalle	Cantidad mes/año	Valor unitario	Valor mes	Valor año
Kit implementos oficina	1 al año	25.000	2.084	25.000
Kit artículos aseo	1 al mes	10.000	10.000	120.000
<b>Total</b>			<b>\$ 12.084</b>	<b>\$ 145.000</b>

Fuente: Central Papelera Ltda., Mercadefam.

- **Otros CIF.** Se consideran las reparaciones y mantenimientos de los computadores y equipos para la prestación del servicio.

Cuadro 50. Otros costos indirectos

Detalle	Valor mes	Valor año
Mantenimientos	25.000	300.000
Reparaciones	40.000	480.000
<b>Total</b>	<b>\$ 65.000</b>	<b>\$ 780.000</b>

Fuente: Autor del proyecto.

En conclusión el valor total de los costos indirectos de producción del servicio se obtienen al sumar depreciación, mano de obra indirecta, insumos indirectos y otros CIF, así:

Costo CIF mensual = **\$ 3.965.371**      Costo CIF anual = **\$ 47.584.440**

**\* Total costos de prestación del servicio**

Cuadro 51. Total costos de prestación del servicio, (C.P.S.)

Detalle	Valor mes	Valor año
Insumos	431.900	5.182.800
MOD	9.110.400	109.324.800
CIF	3.965.371	47.584.440
<b>Total</b>	<b>\$ 13.507.671</b>	<b>\$ 162.092.040</b>

Fuente: Cuadros 45, 46 y 50.

**b) Gastos de administración y ventas.** Se consideran los siguientes.

Cuadro 52. Gastos de administración y ventas, (G.A)

Detalle	Valor mes	Valor año
Arriendo	1.380.000	9.600.000
Agua	60.000	480.000
Luz	285.000	1.680.000
Teléfono	95.000	540.000
Internet	100.000	840.000
Amortización Diferidos	56.333	676.000
Dotación secretaria (3)	18.750	225.000
Publicidad mantenimiento	295.000	3.540.000
Contador (Honorarios)	170.000	2.040.000
<b>Total</b>	<b>\$ 1.655.800</b>	<b>\$ 19.869.600</b>

Fuente: Cuadro 38 y 44.

**c) Total capital de trabajo.** La inversión de capital de trabajo para la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** corresponde al efectivo necesario para cubrir el primer mes de funcionamiento, este valor corresponde a la suma de \$14.846.137 como se observa en el siguiente cuadro

Cuadro 53. Total capital de trabajo

Detalle	Valor mes
Costos prestación servicio	\$ 13.507.671
Gastos de admón. y ventas	\$ 1.655.800
<b>Total</b>	<b>\$ 15.163.471</b>

Fuente: Cuadros 51 y 52.

**5.1.4 Inversión total.** En este rubro se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo.

Cuadro 54. Inversión total

Detalle	Valor total
Inversión fija	\$ 27.620.000
Inversión diferida	\$ 676.000
Inversión capital de trabajo (1 mes)	\$ 15.163.471
<b>Total</b>	<b>\$ 43.459.471</b>

Fuente: Cuadros 43, 44 y 53.

**5.1.5 Fuentes de financiación.** La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** cuenta con las siguientes fuentes financieras.

**a) Recursos propios.** Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de \$10.000.000, estos corresponden al 23% de la inversión total.

**b) Recursos de terceros.** Para obtener el 77% (\$33.459.471) restante requerido para satisfacer los costos de prestación del servicio y los gastos de operación inicial, se va a recurrir a un préstamo diligenciado ante la entidad financiera Bancolombia a una tasa del 1.8% mes vencido y a un plazo de 36 meses. La cuota fija para cancelar el préstamo queda en \$1.270.919.

Cuadro 55. Amortización del crédito

Años	Meses	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA	SALDO
0	0			0	33.459.471
1	1 a 12	6.383.243	8.867.784	15.251.027	24.591.687
2	13 a 24	4.266.321	10.984.706	15.251.027	13.606.981
3	25 a 36	1.644.046	13.606.981	15.251.027	0

Fuente: Bancolombia

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos fijos.** Son los costos que no tienen variación en el año. Ver en el cuadro 56 los costos fijos.

Cuadro 56. Costos fijos

Detalle	Valor Total
4 Profesionales en Psicología	109.324.800
Depreciación	4.040.000
Secretaría	11.644.080
Gerente	30.975.360
Amortización diferidos	676.000
Arriendo	16.560.000
Contador	2.040.000
Dotación secretaria (3)	225.000
<b>Total</b>	<b>\$ 175.485.240</b>

Fuente: Cuadros 38, 44, 46, 47, 48 y 52.

Para los años 2, 3, 4 y 5 se incrementan en \$27.331.200 (sueldo nuevo Psicólogo)

**5.2.2 Costos variables.** Son los costos que tienen variación en el año.

Cuadro 57. Costos variables

Detalle	Valor Total
Cajas de CD	240.000
Cajas marcadores	172.800
Cajas papel impresión	600.000
Tinta impresión(negra)	840.000
Tinta impresión (color)	1.260.000
Kit papelería general	60.000
Kit implementos oficina	25.000
Kit artículos aseo	120.000
Memoria USB	150.000
Mantenimientos	300.000
Reparaciones	480.000
Publicidad mantenimiento	3.540.000
Material especializado	1.860.000
Agua	480.000
Luz	1.680.000
Teléfono	540.000
Internet	840.000
<b>Total</b>	<b>\$ 13.187.800</b>

Fuente: Cuadros 45, 49, 50 y 52.

**5.2.3 Costos totales unitarios.** Se determinan los costos totales para obtener el costo unitario del servicio.

Cuadro 58. Costos totales unitarios

Detalle	Valor total
Costos fijos	175.485.240
Costos variables	13.187.800
<b>Total</b>	<b>\$ 188.673.040</b>

Fuente: Cuadros 56 y 57.

Se observa que el costo fijo equivale al 93,01% y el costo variable al 6,99%.

Ahora, relacionando lo anterior con la capacidad ha utilizar durante el primer año de 10.805 servicios de psico-orientación y capacitación, según el estudio técnico, el costo por unidad de servicio prestado es:

$$\$188.673.040 / 10.805 \text{ servicios} = \$ 17.461,641$$

**5.2.4 Precio de venta.** Se determina multiplicando el costo unitario del servicio por el margen de utilidad esperado (25%), lo que sugiere el siguiente precio de venta.

$$Pv = \$17.461,641 * 1.25 = \$21.827,05 \approx \$ 22.000$$

### 5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.

De acuerdo con los cálculos efectuados, se presentan proyecciones financieras correspondientes a ingresos y egresos para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil**. Estas proyecciones se van a trabajar con **pesos constantes**, solamente previendo incremento en los servicios que la demanda va a requerir.

**5.3.1 Egresos Projectados.** Para esta proyección de egresos se cuenta con la suma de los costos de prestación del servicio (C.P.S.), ver cuadro 51, y los gastos de administración (G.A.), ver cuadro 52, para el primer año.

Se tiene en cuenta que los costos de prestación del servicio del 2° al 5° año se aumentan porque se contrata un nuevo Profesional en Psicología (\$27.331.200).

Los G.A. (gastos de administración) se mantienen iguales, porque no se aumentan en este período de tiempo y además se trabaja con pesos constantes.

Cuadro 59. Egresos proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
C.P.S.	162.092.040	189.423.240	189.423.240	189.423.240	189.423.240
G.A.	19.869.600	19.869.600	19.869.600	19.869.600	19.869.600
Oblig. Financ	15.251.027	15.251.027	15.251.027		
Impuestos	13.364.120	8.265.224	12.381.644	21.734.183	26.271.683
Total	<b>\$210.576.787</b>	<b>\$232.809.091</b>	<b>\$236.925.511</b>	<b>\$231.027.023</b>	<b>\$235.564.523</b>

Fuente: Cuadro 51, 52 y 61.

**5.3.2 Ingresos proyectados.** Se determinan sobre el precio de venta establecido (\$22.000) y la capacidad proyectada, ver tabla 5.

Cuadro 60. Ingresos proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
No. Servicios	10.805	11.345	11.912	12.507	13.132
Total Ingreso	<b>\$237.710.000</b>	<b>\$249.590.000</b>	<b>\$262.064.000</b>	<b>\$275.154.000</b>	<b>\$288.904.000</b>

Fuente: Tabla 5.

## 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se calcula de la siguiente forma:

$$Q_u = CF / (P_{vu} - C_{vu})$$

$$Q_u = \text{Costo Fijo} / (\text{Precio venta unitario} - \text{Costo variable unitario})$$

Anteriormente se determino el costo por unidad de servicio en \$17.461,641 y se observaron en porcentaje de participación al costo fijo con un equivalente del 93,01% sobre el costo total y un 6,99% como costo variable. Por lo tanto se puede definir el costo variable unitario como \$1.220,52.

Costo fijo total = \$ 175.485.240

Precio de venta unitario = \$ 22.000

$Qu = \$ 175.485.240 / (\$ 22.000 - \$ 1.220,52)$

$Qu = \$ 175.485.240 / \$ 20.779,48$

$Qu = 8.445,12 \approx 8.445$  servicios (consultas)

Esto indica que al vender 8.445 servicios se cancelan todos los costos pero no hay utilidad. Analizando el numero de servicios a ofrecer en el año uno (10.805), estos están por encima en 2.360 servicios del punto de equilibrio.

## 5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Cuadro 61. Flujo de caja proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Capital propio	10.000.000	0	0	0	0	0
Ventas		237.710.000	249.590.000	262.064.000	275.154.000	288.904.000
Prestamo Banco	33.459.471	0	0	0	0	0
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 43.459.471</b>	<b>\$ 237.710.000</b>	<b>\$ 249.590.000</b>	<b>\$ 262.064.000</b>	<b>\$ 275.154.000</b>	<b>\$ 288.904.000</b>
<b>EGRESOS</b>						
Adecuación	7.420.000	0	0	0	0	0
Maquinaria y equipo	10.200.000	0	0	0	0	0
Muebles y enceres	6.430.000	0	0	0	0	0
Equipo de oficina	3.570.000	0	0	0	0	0
Inversión diferida	676.000	0	0	0	0	0
Costos prestac servicio	0	162.092.040	189.423.240	189.423.240	189.423.240	189.423.240
Gastos administración	0	19.869.600	19.869.600	19.869.600	19.869.600	19.869.600
Obligación financiera	0	15.251.027	15.251.027	15.251.027	0	0
Pago impuestos (33%)	0	13.364.120	8.265.224	12.381.644	21.734.183	26.271.683
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 28.296.000</b>	<b>\$ 210.576.787</b>	<b>\$ 232.809.091</b>	<b>\$ 236.925.511</b>	<b>\$ 231.027.023</b>	<b>\$ 235.564.523</b>
Capital de trabajo	15.163.471	0	0	0	0	0
Saldo inicial	0	15.163.471	42.296.684	59.077.593	84.216.082	128.343.060
<b>SALDO CAJA</b>	<b>\$ 15.163.471</b>	<b>\$ 42.296.684</b>	<b>\$ 59.077.593</b>	<b>\$ 84.216.082</b>	<b>\$ 128.343.060</b>	<b>\$ 181.682.537</b>

## 5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Cuadro 62. Estado de resultados proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	237.710.000	249.590.000	262.064.000	275.154.000	288.904.000
(-) Costo prestación servicio	162.092.040	189.423.240	189.423.240	189.423.240	189.423.240
Utilidad Bruta	\$ 75.617.960	\$ 60.166.760	\$ 72.640.760	\$ 85.730.760	\$ 99.480.760
(-) Gastos de administración	19.869.600	19.869.600	19.869.600	19.869.600	19.869.600
Utilidad Neta Operacional	\$ 55.748.360	\$ 40.297.160	\$ 52.771.160	\$ 65.861.160	\$ 79.611.160
(-) Obligación financiera	15.251.027	15.251.027	15.251.027		
Utilidad Neta Antes de Impuesto	\$ 40.497.333	\$ 25.046.133	\$ 37.520.133	\$ 65.861.160	\$ 79.611.160
(-) Impuesto (33%)	13.364.120	8.265.224	12.381.644	21.734.183	26.271.683
Utilidad Líquida	\$ 27.133.213	\$ 16.780.909	\$ 25.138.489	\$ 44.126.977	\$ 53.339.477
(-) Reserva legal (10%)	2.713.321	1.678.091	2.513.849	4.412.698	5.333.948
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>\$ 24.419.892</b>	<b>\$ 15.102.818</b>	<b>\$ 22.624.640</b>	<b>\$ 39.714.279</b>	<b>\$ 48.005.529</b>

## 5.7 BALANCE GENERAL

Cuadro 63. Balance general

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO</b>					
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA Y BANCOS	42.296.684	59.077.593	84.216.082	128.343.060	181.682.537
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 42.296.684</b>	<b>\$ 59.077.593</b>	<b>\$ 84.216.082</b>	<b>\$ 128.343.060</b>	<b>\$ 181.682.537</b>
ACTIVO NO CORRIENTE					
MAQUINARIA Y EQUIPO	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000
MUEBLES Y ENCERES	6.430.000	6.430.000	6.430.000	6.430.000	6.430.000
EQUIPOS DE OFICINA	3.570.000	3.570.000	3.570.000	3.570.000	3.570.000
DIFERIDOS	676.000	676.000	676.000	676.000	676.000
DEPRECIACION ACUMULADA (-)	4.040.000	8.080.000	12.120.000	16.160.000	20.200.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 16.836.000</b>	<b>\$ 12.796.000</b>	<b>\$ 8.756.000</b>	<b>\$ 4.716.000</b>	<b>\$ 676.000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 59.132.684</b>	<b>\$ 71.873.593</b>	<b>\$ 92.972.082</b>	<b>\$ 133.059.060</b>	<b>\$ 182.358.537</b>
<b>PASIVO</b>					
PASIVO CORRIENTE					
IMPUESTO DE RENTA	4.410.160	2.727.524	4.085.942	7.172.280	8.669.655
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 4.410.160</b>	<b>\$ 2.727.524</b>	<b>\$ 4.085.942</b>	<b>\$ 7.172.280</b>	<b>\$ 8.669.655</b>
PASIVO NO CORRIENTE					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	15.251.027	15.251.027	15.251.027	0	0
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 15.251.027</b>	<b>\$ 15.251.027</b>	<b>\$ 15.251.027</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 19.661.187</b>	<b>\$ 17.978.551</b>	<b>\$ 19.336.969</b>	<b>\$ 7.172.280</b>	<b>\$ 8.669.655</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL SOCIAL	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
RESERVA LEGAL	2.713.321	1.678.091	2.513.849	4.412.698	5.333.948
RENDIMIENTO/PERDIDA UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.338.284	27.114.133	38.496.624	71.759.802	110.349.404
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>39.471.498</b>	<b>53.895.042</b>	<b>73.635.113</b>	<b>125.886.779</b>	<b>173.688.881</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 59.132.684</b>	<b>\$ 71.873.593</b>	<b>\$ 92.972.082</b>	<b>\$ 133.059.060</b>	<b>\$ 182.358.537</b>

## 5.8 CALCULO DE RAZONES FINANCIERAS

Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez y endeudamiento para el primer año de funcionamiento de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** según el anterior Balance General.

- Razón corriente

$$A.C. / P.C. = \$9,59$$

Por cada \$1 que debe a corto plazo tiene \$ 9,59 representado en activos corrientes para responder, lo cual es favorable.

- Razón de capital de trabajo

$$K = A.C. - P.C. = \$ 37.886.525$$

La empresa cuenta con \$ 37.886.525 de capital de trabajo disponible para la operación del primer año. Esto favorecerá su correcto funcionamiento.

- Nivel de endeudamiento

$$P.T. / A.T. = \$0,67$$

Por cada peso que la empresa tiene invertido en activos, se han financiado \$0,67.

- Endeudamiento corto plazo

$$P.C. / P.T. = \$0.22$$

Por cada peso que la empresa posee con terceros, hay \$0.22 que tienen un vencimiento corriente y \$0.78 son a largo plazo.

- Cobertura intereses

$$\text{Utilidad antes de impuestos} / \text{Gastos financieros} = \$2,66$$

Es favorable, pues por cada peso de interés pagado hay utilidades de \$2,66.

- Leverage total

$$P.T. / \text{PATRIMONIO TOTAL} = \$0,50$$

Es moderadamente favorable, pues por cada peso en el patrimonio se tienen deudas de \$0.50. Lo cual ofrece una garantía de solidez de la empresa para con los acreedores.

- Rentabilidad con relación al capital

Utilidad Neta / Patrimonio = \$1,41

Indica que en el primer año por cada peso invertido en capital se generó \$1,41.

- Rentabilidad con relación de inversión

Utilidad Neta / Activo Bruto = \$1,45

Por cada peso invertido en activos se generó una utilidad neta de \$1,45.

## 5.9 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

La viabilidad financiera que presenta el proyecto sobre la creación de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** en la ciudad de Bucaramanga, se considera altamente favorable según lo demuestran los siguientes resultados relevantes encontrados en el estudio financiero.

- El préstamo que se realizara, por \$33.459.471, es un valor muy fácil y cómodo tanto para ser aprobado por el Bancolombia como para ser cancelado en los tres años de plazo que se han sugerido.
- El punto de equilibrio, 8.445 servicios (consultas), para el primer año es una cifra muy razonable para alcanzar.
- Dentro del estado de resultados se observa utilidad del ejercicio desde el primer año, por \$24.419.892.
- El precio de venta promedio para los servicios de psico-orientación por \$22.000 es altamente competitivo con respecto a los valores enunciados por la competencia.
- La inversión total para la creación de la empresa por \$43.459.471 es un valor cómodo y estará soportado en un 23% por recursos propios.

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 6.1 IMPACTO SOCIAL

El aporte de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** es interesante porque entrara al mercado oferente de servicios de psico-orientación psicológica para adolescentes en edad de 15 a 18 años con especialidad en el comportamiento emocional de estos jóvenes que viven en los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, donde actualmente la mayoría de entidades que ofertan estos servicios no se especializan en este rango de edades, además otro buen impacto social será el costo del servicio, \$22.000, que esta por debajo de los que en el sector se ofertan.

Otros beneficios positivos que trae consigo el proyecto es la generación de empleos tanto directos como indirectos, contribuyendo así a disminuir la tasa de desempleo en el sector. Con esto se contribuye al fortalecimiento del aparato de la producción de servicios y al sector comercial, mediante el empleo de insumos que se producen y comercializan en la ciudad.

También se le contribuye a la ciudad, al departamento y a la nación mediante el pago de impuestos tales como, licencias de funcionamiento, impuestos de industria y comercio e impuesto de renta.

Además contribuirá a otro tipo de ingreso estatal como son retención por ventas y otras contribuciones temporales.

### 6.2 IMPACTO AMBIENTAL

La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** en su funcionamiento tendrá un impacto ambiental que se podrá considerar como muy mínimo; este se presentara en la generación de desechos propios de la misma prestación del servicio. Estos desechos podrán ser de tipo de papelería, generados por la actividad de la oficina.

La actividad no es fuente generadora de olores, gases y temperaturas, el ruido que se pueda generar de la actividad será de un valor permisible dentro de la comunidad.

### 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** ubicada en la ciudad de Bucaramanga será evaluada teniendo en cuenta las siguientes variables:

- Valor Presente Neto.
- Tasa Interna de Retorno.

**6.3.1 Valor Presente Neto.** El valor presente neto o valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del proyecto frente a la inversión con respecto a las variables económicas y financieras del mercado, con una tasa de interés de oportunidad (TIO) del mercado o la tasa mínima atractiva de retorno.

TIO = Tasa de interés de oportunidad del mercado, esta dada por:

- Tasa de oportunidad o tasa mínima atractiva (DTF) de 9,73%.<sup>18</sup>.
- Factor de riesgo, 13,00%; valor obtenido sobre el riesgo que implica desarrollar una actividad comercial como lo es la prestación de servicios.

$$\text{Tasa de evaluación} = ((1 + 0,0973)(1 + 0,13) - 1) * 100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = ((1,0973)(1,13) - 1) * 100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = (1,2399 - 1) * 100$$

$$\text{Tasa de evaluación} = 23,99 \%$$

El VPN se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

$$\text{VPN} = \sum (X) (1 + i)^{-t}$$

Donde:

X = Flujo neto de caja, para cada año (del 0 al 5)

i = TIO = 23,99%

t = Período de 0 hasta 5 años

---

<sup>18</sup> PORTAFOLIO, Bogotá, Septiembre 22 de 2009.

A continuación se determina el flujo neto de caja

Cuadro 64. Flujo neto de caja

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		237.710.000	249.590.000	262.064.000	275.154.000	288.904.000
(-) Egresos		210.576.787	232.809.091	236.925.511	231.027.023	235.564.523
Flujo caja bruto		27.133.213	16.780.909	25.138.489	44.126.977	53.339.477
(+) Depreciación		4.040.000	4.040.000	4.040.000	4.040.000	4.040.000
(-) Inversión	43.459.471					
<b>TOTAL</b>	43.459.471	31.173.213	20.820.909	29.178.489	48.166.977	57.379.477

Fuente: Cuadros 47, 59, 60 y 61.

Aplicando y reemplazando estos valores en fórmula se obtiene por calculadora programable, que el VPN del proyecto es el siguiente.

$$\text{VPN} = \$ 50.493.462,71$$

Esto significa que durante el horizonte de 5 años es mayor que cero, luego se acepta la inversión sin importar cuanto sea mayor la inversión.

Lo anterior es la verdadera utilidad marginal del capital invertido y se dará siempre y cuando las utilidades se reinviertan en el desarrollo del mismo.

**6.3.2 Tasa interna de retorno.** Este valor es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

$$\text{VPN} = \sum (X) (1 + r)^{-t}$$

Donde:

$$\text{VPN} = 0$$

X = Flujo neto de caja, para cada año (del 0 al 5)

r = TIR = ?

t = Período de 0 hasta 5 años

Aplicando y reemplazando estos valores en formula se obtiene por calculadora programable, que la TIR del proyecto es el siguiente.

$$\text{TIR} = 66,25 \%$$

Esto significa que por cada \$1 invertido en la prestación de servicios de psico-orientación, en la nueva empresa retornaría \$0,6625; para un periodo analizado de 5 años

La tasa de 66,25% comparada con la tasa del mercado financiero y de las variables económicas es superior, por lo tanto se concluye que el proyecto desde el punto de vista económico es rentable.

**6.3.3 Periodo de recuperación.** Siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto se den, el monto de \$43.459.471 se recuperará antes de 3 años; exactamente a los 2 años, 8 meses y 7 días, tiempo considerado a corto plazo.

Cuadro 65. Período de recuperación

Año	Recuperación	Inversión	Saldo
0		-43.459.471	-43.459.471
1	25.141.716		-18.317.755
2	13.543.358		-4.774.397
3	15.307.449		10.533.052
4	20.379.933		30.912.985
5	19.580.478		50.493.463

Fuente: Cuadro 64

## CONCLUSIONES

Al culminar este estudio de investigación se establece que la puesta en marcha de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** para ofrecer servicios de psico-orientación y capacitación en la ciudad de Bucaramanga, de acuerdo a los estudios realizados, es una empresa económicamente factible de llevarse a cabo.

En la ciudad hay pocas entidades que le ofrezcan servicios de orientación psicológica especializada a adolescentes en edades de 15 a 16 años y mucho menos dirigido específicamente hacia los estratos 4 al 6, por lo tanto como se observo en la investigación de mercados, la mayoría de las familias estarían interesadas en obtener los servicios de la nueva empresa.

El precio del servicio a prestar de \$22.000 es cómodo y se encuentra por debajo de los que se ofrecen en el mercado de la ciudad, lo cual sumado a la alta calidad en el servicio le dará a la empresa muy buenas oportunidades de éxito y posicionamiento.

El estudio técnico arroja una capacidad a utilizar adecuada para cubrir parte de esa demanda, donde en el transcurso de un horizonte de cinco años se incrementan los servicios con el fin de ampliar la cobertura. En el primer año se ofrecerán 10.805 servicios.

El estudio administrativo indica una organización totalmente factible y con una conformación empresarial adecuada a las necesidades de la empresa, donde su política contractual es clara y se ajusta a las condiciones del mercado laboral en la ciudad de Bucaramanga.

En cuanto al estudio financiero se puede ver claramente la viabilidad del proyecto. La inversión total de \$43.459.471 es un monto cómodo y además al préstamo en que se debe incurrir por \$33.459.471 es bastante factible para ser obtenido en una entidad financiera sin ninguna dificultad.

Al evaluar las utilidades generadas, las cuales se estipulan interesantes para el inversionista en el proyecto, así lo demuestra el valor presente neto (\$50.493.462,71) y la tasa interna de retorno (66,25 %), quienes particularmente indican un parámetro evaluativo adecuado para pensar que crear la empresa es una buena inversión para su dueño y para la actividad social comercial en general.

## RECOMENDACIONES

La viabilidad del proyecto para la creación de la empresa **Centro de Psico-orientación Juvenil** esta condicionada a la demanda del servicio por lo tanto se hace especialmente énfasis en el desarrollo de una publicidad, que le permita al cliente (joven y padres) crear la necesidad y observar la importancia de este servicio con el propósito de que los soliciten.

El excelente y adecuado servicio al cliente y la atención especializada debe ser la mejor manera de hacer publicidad, de tal forma que cliente satisfecho regrese con nuevos clientes.

La empresa y sus trabajadores deben estar en mejoramiento continuo en la forma de desarrollar sus procedimientos de psico-orientación.

Mantener la integración y motivación de los trabajadores por el trabajo en equipo en la búsqueda de objetivos comunes y no individuales.

Realizar estrategias de mercado mediante la atención personalizada al cliente buscando siempre el vínculo directo con el individuo, y ofrecerle el servicio de orientación y capacitación psicológica adecuado a la necesidad de su conflicto emocional logrando además mejorar su actividad administrativa y empresarial.

## BIBLIOGRAFÍA

ANDOLFI y otros. *La familia rígida*. Editorial Feltrinelli. Milán, 1992.

BACA U., Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Santafé de Bogotá, 1994.

CALVO, Tomas y otros. *Antropología: una exploración de la diversidad humana*. Editorial Cultural hispana, Madrid, 1996.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elias. *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Editorial Guadalupe Ltda, Santafé de Bogotá, 1996.

FINNERTY, John D. *Financiamiento de Proyectos*. Prentice Hall Hispanoamericana S.A., México, 1998.

ICONTEC, *Normas Técnicas para la Presentación de Trabajos de Investigación* Santafé de Bogotá, 2008.

### INTERNET

JANY, José Nicolás. *Investigación de Mercados*. Editorial Mac Graw-Hill S.A., Santafé de Bogotá, 2000.

MENDEZ, Carlos. *Metodología*. Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Santafé de Bogotá, 2001.

MERIÑO, Igmer de Jesús y CHAVEZ ALQUICHIRE, Ernestina. *Factibilidad para la creación de asesorías en organización y actualización documental y/o Bibliografica en Barrancabermeja*. En Proyecto de Grado: órgano difusor UIS.

MIRANDA M., Juan José. *Gestión de Proyectos*. MB Editores, Santafé de Bogotá, 2001.

MODULOS. De todos los programas vistos en la Carrera.

ROGERS, Carl. *El proceso de convertirse en persona*. Barcelona, 1996.

SAPAG CHAIN, Nassir. *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa*. Pearson Educación S.A., Chile 2001.

SAPAG CHAIN, Nassir. SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Editorial McGraw Hill, Santafé de Bogotá, 1997.

SCHEAFFER. MENDENHALL. *Elementos de Muestreo*. Grupo Editorial Iberoamérica, Santafé de Bogotá, 1992.

UNICEF. *Infantes y adolescentes*. 2004

## WEB GRAFÍA

- Datos generales de Bucaramanga  
[www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)  
[colombialink.com](http://colombialink.com)  
[www.Wikimedia commons](http://www.Wikimedia commons)
- Buenas prácticas para superar el conflicto  
[www.visionmundialcolombia.org.co](http://www.visionmundialcolombia.org.co)
- Guía de propuesta de anteproyecto  
[www.uniciencia-sabaneta.edu.co](http://www.uniciencia-sabaneta.edu.co)
- Atención integral a niños, niñas y jóvenes desplazados  
[www.visionmundialcolombia.org.co](http://www.visionmundialcolombia.org.co)

## ANEXOS

### Anexo A. Formato encuesta aplicada a la demanda



La siguiente encuesta va dirigida a padres de familia con hijos en edades comprendidas entre 15 y 18 años, pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.

Encuesta de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, realizando una investigación formal de mercado con el objetivo de poder determinar los diferentes, comportamientos, hábitos, costumbres, necesidades, conflictos, preferencias y el nivel de aceptación, sobre una factibilidad para la creación de un centro de psico-orientación y capacitación para adolescentes en Bucaramanga.

Agradecemos de antemano la objetividad y veracidad de la información que pueda brindar a través de esta encuesta.

Barrio \_\_\_\_\_ Estrato \_\_\_\_\_

1. ¿En su familia viven personas entre 15 y 18 años?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ (Si su respuesta es **NO** ha terminado la encuesta, gracias)

Cuantos de: 15 años \_\_\_\_\_, 16 años \_\_\_\_\_, 17 años \_\_\_\_\_, 18 años \_\_\_\_\_.

2. ¿En cuál de las siguientes actividades participan los jóvenes de su familia en el tiempo libre?

Escuelas deportivas \_\_\_\_\_ Orientación en tareas \_\_\_\_\_ Cursos de idiomas \_\_\_\_\_

Actividades de integración de jóvenes \_\_\_\_\_ Ninguna \_\_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué expectativas tienen sus hijos una vez finalicen los estudios secundarios?

Trabajar \_\_\_\_\_ Continuar estudios profesionales \_\_\_\_\_ No definido \_\_\_\_\_

Otra \_\_\_\_\_ ¿Cual? \_\_\_\_\_

4. ¿Considera Usted que los jóvenes en su familia presentan conflictos emocionales?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ (**SI** pase a la siguiente pregunta, **NO** continua pregunta 7)

5. ¿Qué tipos de conflictos presentan?

Conductas inadecuadas \_\_\_\_\_ Fracaso escolar \_\_\_\_\_ Mal humor \_\_\_\_\_

Aislamiento \_\_\_\_\_ Tabaquismo \_\_\_\_\_ Alcoholismo \_\_\_\_\_

Consumo de sustancias psicoactivas \_\_\_\_\_ Agresividad \_\_\_\_\_

Conducta suicida \_\_\_\_\_ Comportamientos antisociales \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿Ha implementado alguna solución para esta problemática?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿Cuál solución? \_\_\_\_\_

7. ¿Considera Usted que es necesario que en Bucaramanga se cree un Centro especializado en la atención y orientación a jóvenes entre 15 y 18 años?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ (SI pase a la siguiente pregunta, NO fin encuesta)

8. ¿Cuáles de los siguientes servicios debe ofrecer este centro especializado?

Orientación a padres \_\_\_\_\_ Evaluación y tratamiento psicológico de jóvenes \_\_\_\_\_

Supervisión clínica de jóvenes \_\_\_\_\_ Entrenamiento terapéutico de jóvenes \_\_\_\_\_

Orientación de perfil profesional \_\_\_\_\_

9. ¿Que otros servicios adicionales debe tener el centro?

Hospedaje \_\_\_\_\_ Orientación Educativa \_\_\_\_\_ Orientación Sexual \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

10. ¿Cuál de los siguientes ambientes considera Usted apto para el centro especializado de jóvenes?

Campestre fuera de la ciudad \_\_\_\_\_ Tipo institución en la ciudad \_\_\_\_\_

11. ¿Que días y jornadas considera que debe operar el centro?

Lunes a Viernes \_\_\_\_\_ Todos los días (incluido festivos) \_\_\_\_\_ Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Mañana \_\_\_\_\_ Tarde \_\_\_\_\_ Todo el día \_\_\_\_\_

12. ¿Cuáles de los siguientes medios publicitarios consultan para buscar este tipo de servicio?

Directorio \_\_\_\_\_ Amigos \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_ Cual ? \_\_\_\_\_

13. ¿En el evento de requerir el servicio, estaría usted interesado en llevar sus hijos al centro de orientación?

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

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por servicio o consulta?

\$30.000 a \$40.000 \_\_\_\_\_ \$41.000 a \$50.000 \_\_\_\_\_ \$51.000 a \$60.000 \_\_\_\_\_

\$61.000 a \$70.000 \_\_\_\_\_

Gracias por su colaboración.

## Anexo B. Formato encuesta aplicada a la oferta



La siguiente encuesta va dirigida a empresas, instituciones y/o profesionales que ofertan servicios de psico-orientación y capacitación a jóvenes en edades comprendidas entre 15 y 18 años, pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.

Como estudiante de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, estoy realizando una investigación formal con el objeto de poder determinar las características del mercado oferente con respecto a los servicios de psico-orientación y capacitación en la ciudad.

Agradecemos de antemano la objetividad y veracidad de la información que pueda brindar a través de esta encuesta.

Nombre del profesional, empresa o institución \_\_\_\_\_

1. ¿Ofrece por lo general servicios de psico-orientación y capacitación a los jóvenes entre 15 y 18 años de edad?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ (Si su respuesta es **NO** ha terminado la encuesta, gracias)

2. ¿Qué tipo de conflictos emocionales se consultan con mayor frecuencia para los jóvenes de esta edad?

Conductas inadecuadas \_\_\_\_\_ Fracaso escolar \_\_\_\_\_ Mal humor \_\_\_\_\_

Aislamiento \_\_\_\_\_ Tabaquismo \_\_\_\_\_ Alcoholismo \_\_\_\_\_

Consumo de sustancias psicoactivas \_\_\_\_\_ Agresividad \_\_\_\_\_

Conducta suicida \_\_\_\_\_ Comportamientos antisociales \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Cuáles de los siguientes servicios esta ofreciendo?

Orientación a padres \_\_\_\_\_ Evaluación y tratamiento psicológico de jóvenes \_\_\_\_\_

Supervisión clínica de jóvenes \_\_\_\_\_ Entrenamiento terapéutico de jóvenes \_\_\_\_\_

Orientación de perfil profesional \_\_\_\_\_ Hospedaje \_\_\_\_\_

Orientación Educativa \_\_\_\_\_ Orientación Sexual \_\_\_\_\_

4. ¿Indique los temas de capacitación que ofrecen actualmente?

\_\_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_\_

5. ¿Los servicios que prestan en que días y jornadas los realizan?

Lunes a Viernes \_\_\_\_\_ Lunes a Sábado \_\_\_\_\_ Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Mañana \_\_\_\_\_ Tarde \_\_\_\_\_ Todo el día \_\_\_\_\_

6. ¿Cuáles de los siguientes medios publicitarios esta usando para informar al cliente?

Directorio \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_ Cual ? \_\_\_\_\_

7. ¿Indique el valor promedio del costo de los servicios que ofrece por servicio o consulta?

\$20.000 a \$30.000 \_\_\_\_\_ \$31.000 a \$40.000 \_\_\_\_\_ \$41.000 a \$50.000 \_\_\_\_\_

\$51.000 a \$60.000 \_\_\_\_\_ \$61.000 a \$70.000 \_\_\_\_\_ Ningún costo \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es la cantidad promedio de jóvenes entre 15 y 18 años que han requerido sus servicios durante el último mes?

De 1 a 5 \_\_\_\_\_ 6 a 10 \_\_\_\_\_ 11 a 15 \_\_\_\_\_ 16 a 20 \_\_\_\_\_ Más de 20 \_\_\_\_\_

9. ¿Estaría de acuerdo si en Bucaramanga se crea un Centro especializado en psico-orientación y capacitación para jóvenes entre 15 y 18 años que pertenecen a las familias de los estratos 4, 5 y 6?

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

Gracias por su colaboración.

## **Anexo C. Empresas que ofertan servicios de psico-orientación**

\* Empresas y/o instituciones que ofertan servicios de psico-orientación.

- 1- ASESORIA PSICOLOGICA INTEGRAL
- 2- ASISTENCIA PSICOLOGICA PROFESIONAL
- 3- MENTAL CARE CENTER LTDA
- 4- PALLANA CENTRO DE ESTIMULACION DE LA INTELIGENCIA
- 5- CENTRO DE PROYECCION SOCIAL UPB
- 6- PSICÓLOGOS DIROZ LTDA.
- 7- SALUD DAR LTDA.
- 8- AYUDAS Y TERAPIAS INTEGRALES
- 9- CALIDEZ HUMANA
- 10- CENTRO INTEGRAL DE DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO C.I.D
- 11- CENTRO MÉDICO ALCALÁ
- 12- CENTRO MEDICO SINAPSIS
- 13- CREATIVIDAD Y DESARROLLO HUMANO
- 14- FUNDACIÓN MUJER Y FUTURO
- 15- MEDICINA Y PSICOLOGIA DIGITOCUANTICA
- 16- OUTSOURCING CONSULTORES
- 17- PAINTBALL FOREXTREME LTDA.
- 18- PROYECTOS PSICOSOCIALES
- 19- SEMBRAR ASESORES EN DESARROLLO HUMANO
- 20- PSICOLOGOS ASESORES Y CIA. LTDA.
- 21- PSICOSALUD & PSICOEMPRESAS
- 22- SINDAMANO Y HOSTAL MENTE Y CUERPO
- 23- SOLUCIONES INTEGRALES EN SALUD MENTAL LTDA.
- 24- ICBF

\* Profesionales que ofertan servicios de psico-orientación.

- 1- ACEVEDO RAMIREZ ALCIRA
- 2- ALBARRACIN CORDERO MARTHA LUCIA
- 3- ANDERSON MARIA CLEMENCIA
- 4- CAÑAS SERRANO JUAN JOSE
- 5- CHAIN PINZON NICOLAS
- 6- CRISTANCHO RINCÓN FREDY HERNANDO
- 7- CRUZ LONDOÑO CARLOS ALBERTO
- 8- DE LA ROSA PUELLO LUZ ELENA
- 9- DIAZ VANEGAS NARCISA
- 10- DIAZ SOTO LILIANA ISLENT
- 11- FARELO DANIEL
- 12- FLANTRMSKY MORENO HENRY

- 13- GARCIA BARCO MARIA ADELAIDA
- 14- GARCIA SARMIENTO HERNAN
- 15- HIGUERA TURBAY MARIA MARGARITA
- 16- LOPEZ MARTINEZ DIANA CAROLINA
- 17- MEJIA FONSECA ELIZABETH
- 18- MONTAGUT COTE AUGUSTO
- 19- ORTEGA ORTIZ MARTHA EUGENIA
- 20- PEDROZO AVILES BICTOR
- 21- PEÑALOZA PEDROSA CARLOS MAURICIO
- 22- RAMIREZ A. CONCHITA
- 23- RICO GÓMEZ CLAUDIA LILIANA
- 24- RODRIGUEZ GUALDRON MARIA CAROLINA
- 25- RODRIGUEZ SERRANO IRMÃ SOCORRO
- 26- ROJAS GALLO LILIANA
- 27- SERRANO BEATRIZ
- 28- SIERRA SIERRA ENOÉ
- 29- VARGAS SANTOS MARTHA LUCIA
- 30- VERA BAUTISTA HELIO
- 31- VERA SANCHEZ ELVIRA
- 32- ZARATE DURAN JORGE ALBERTO

## Anexo D. Formato historia psicológica

### HISTORIA PSICOLÓGICA ADOLESCENTE

#### 1. INFORMACIÓN GENERAL

**FECHA:** DIA  MES  AÑO

**MOTIVO DE CONSULTA:** Ingreso  Periódico  Reubicación  Egreso   
 Valoración  Seguimiento  Remisión

#### 2. IDENTIFICACIÓN DEL PACIENTE

##### 2.1 DATOS PERSONALES

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

**SEXO:** Masculino  Femenino  Documento de Identidad \_\_\_\_\_

**EDAD:** Años  Fecha de Nacimiento: DIA  MES  AÑO   
 Municipio \_\_\_\_\_ Departamento \_\_\_\_\_

Lugar de nacimiento \_\_\_\_\_

**Domicilio:** Dirección \_\_\_\_\_ Teléfono \_\_\_\_\_  
 Municipio \_\_\_\_\_ Departamento \_\_\_\_\_

**Estado civil:** Soltero  Casado  Separado  Viudo  Unión libre

**Nivel Académico:** Primaria  Secundaria  Tecnológico  Universitario  Postgrado

Número de Hijos:  Número de personas a cargo que dependen económicamente

#### 3. VALORACIÓN PSICOLÓGICA

##### 3.1 ANTECEDENTES FAMILIARES

Enfermedad	Abuelos	Padre	Madre	Hermanos	Hijos	Observaciones
Enfermedades mentales						
Consumo de sustancias psicoactivas						

##### 3.2 ANTECEDENTES PERSONALES

Ha recibido atención psicológica? SI  NO  Fecha: \_\_\_\_\_  
 Motivo \_\_\_\_\_

Etapas	Bueno	Regular	Malo	Observaciones
Infancia				
Adolescencia				
Adulthood				

### 3.3 HÁBITOS

Fuma actualmente	<table border="1"><tr><td>SÍ</td><td>NO</td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></table>	SÍ	NO			Número cigarrillos día	<input type="text"/>	Tiempo	<table border="1"><tr><td>Años</td></tr><tr><td> </td></tr></table>	Años					
SÍ	NO														
Años															
Fumó anteriormente	<table border="1"><tr><td>SÍ</td><td>NO</td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></table>	SÍ	NO			Número cigarrillos día	<input type="text"/>	Tiempo	<table border="1"><tr><td>Años</td></tr><tr><td> </td></tr></table>	Años					
SÍ	NO														
Años															
Consumo de Alcohol	<table border="1"><tr><td>SÍ</td><td>NO</td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></table>	SÍ	NO			Habitual	<input type="checkbox"/>	Ocasional	<input type="checkbox"/>	Estado de Embriaguez	<table border="1"><tr><td>SÍ</td><td>NO</td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></table>	SÍ	NO		
SÍ	NO														
SÍ	NO														
Práctica algún deporte o realiza ejercicio	<table border="1"><tr><td>SÍ</td><td>NO</td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></table>	SÍ	NO			Habitual	<input type="checkbox"/>	Ocasional	<input type="checkbox"/>	Realiza actividades recreativas	<table border="1"><tr><td>SÍ</td><td>NO</td></tr><tr><td> </td><td> </td></tr></table>	SÍ	NO		
SÍ	NO														
SÍ	NO														

### 3.4 AUTO - DESCRIPCIÓN

Características Positivas \_\_\_\_\_

Características Negativas \_\_\_\_\_

Proyecciones a Corto Plazo \_\_\_\_\_

Proyecciones a Largo Plazo \_\_\_\_\_

Auto percepción	Bueno	Regular	Malo	Observaciones
Autoestima				
Motivación				
Estado Anímico Actual				

### 3.5 ALTERACIONES PSICOFISIOLÓGICAS

Síntoma	Nunca	Ocasional	Frecuente
Bulimia			
Inapetencia			
Trastornos Digestivos			
Fatiga			
Sensación de asfixia			
Hormigueo manos y pies			
Alteraciones de piel			
Cefalea			

Síntoma	Nunca	Ocasional	Frecuente
Mareo			
Sudoración			
Taquicardia			
Temblor			
Tensión Muscular			
Insomnio			
Somnolencia			

### 3.6 REACCIONES EMOCIONALES

Reacción	Nunca	Ocasional	Frecuente
Tristeza			
Timidez			
Pesimismo			
Agresividad			
Ansiedad			
Labilidad afectiva			
Auto - agresión			

Reacción	Nunca	Ocasional	Frecuente
Llanto frecuente			
Culpabilidad			
Irritabilidad			
Ideas Suicidas			
Frustración			
Euforia			

### 3.7 SATISFACCIÓN EN EL HOGAR

<b>Grado de Satisfacción con</b>	Bueno	Regular	Malo
Comunicación			
Responsabilidad			
Manifestaciones afectivas			
Relaciones sexuales			

<b>Grado de Satisfacción con</b>	Bueno	Regular	Malo
Actividades sociales			
Recreación			
Crianza de los hijos			
Relación familia política			

### 3.8 EXPOSICIÓN A AGENTES GENERADORES DE ESTRÉS

<b>Agentes</b>	Alto	Medio	Bajo
Conyugal			
Relación con los hijos			
Relación con los padres			
Relación Interpersonal			

<b>Agentes</b>	Alto	Medio	Bajo
Lesión – Enfermedad			
Laboral			
Orden Público			
Financieros			

## 4. CONCEPTO PSICOLÓGICO

### 4.1 CUANTIFICACIÓN DEL RIESGO Y DIAGNÓSTICO

CALIFICACIÓN ALTO  MEDIO  BAJO

Seguimientos	Diagnóstico	Observaciones
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

## 5. RECOMENDACIONES

	SI	NO	Observaciones
Remisión Psicológica			
Remisión Psiquiatría			
Compromiso de asistir al especialista.			EPS:

\_\_\_\_\_  
Nombre del profesional

\_\_\_\_\_  
Firma del Adolescente  
Documento de Identidad

\_\_\_\_\_  
Firma del Profesional

## Anexo E. PORTAFOLIO de Servicios

Cara exterior

<p>MISION</p> <p>"La empresa <b>Centro de Psico-orientación Juvenil</b> desarrolla iniciativas para ofrecer servicios de orientación y capacitación psicológica en adolescentes de 15 a 18 años de edad pertenecientes a familias de estratos 4, 5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga con un compromiso ético acorde a las necesidades del cliente y con el trabajo de su equipo profesional comprometido en el fortalecimiento emocional y físico del ser humano adolescente"</p> <p><b>Carrera 34 No. 39 - 18</b> <b>Celular No. 3178309305</b> <b>Bucaramanga</b></p>	 <p><b>"Acompañamos tu adolescencia orientando y solucionando tus conflictos"</b></p> <p>***</p> <p><b>Portafolio De servicios</b></p>
---	--

✓ **¿Quiénes somos?**

Somos un centro de especialistas en psico-orientación, donde se desarrollan actividades de apoyo, orientación y acompañamiento.

✓ **A quien esta dirigido?**

Se encuentra dirigido a los Jóvenes entre las edades de 15 a 18 años.



✓ **Servicios a prestar:**

- Intervención socioeducativa
- Orientación psicológica
- Evaluación psicológica
- Tratamiento psicológico
- Apoyo psicológico
- Acompañamiento

✓ **Problemas a tratar:**

- Ansiedad
- Alcoholismo
- Autoestima
- Autocontrol
- Salud física
- Salud mental
- Estrés
- Maltrato físico y emocional
- Abuso sexual
- Violencia familiar