

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍAS Y
SERVICIOS ACADÉMICOS PARA ESTUDIANTES DE PRIMARIA

DAYAN JAZBLEIDY DURAN GOMEZ
DIANA MAYERLLY BAUTISTA BAUTISTA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2011

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍAS Y
SERVICIOS ACADÉMICOS PARA ESTUDIANTES DE PRIMARIA

DAYAN JAZBLEIDY DURAN GOMEZ
DIANA MAYERLLY BAUTISTA BAUTISTA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Director
Ing. LUZ MARINA DELGADO MONROY

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2011

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	22
1 GENERALIDADES	24
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	24
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	26
1.2.1 Espacial	26
1.2.2 Conceptual	27
1.2.3 Cronológico	27
1.3 JUSTIFICACIÓN	28
1.4 MARCO CONTEXTUAL	30
1.4.1 Marco conceptual	30
1.4.1.1 Antecedentes investigativos	30
1.4.2 Evolución y tendencias del sector	30
1.4.2.1 Evolución del concepto de educación y la percepción del niño	30
1.4.2.2 La educación frente al mundo	32
1.4.2.3 Historia de la educación en Colombia	34
1.4.2.4 Tendencias de la educación infantil	37
1.4.3 Contexto geográfico	38
1.5 MARCO TEÓRICO	39
1.5.1 Teoría de la administración	39
1.5.2 Teorías de la educación	40

	pág.	
1.6	MARCO DE REFERENCIA LEGAL	43
2.	ESTUDIO DE MERCADOS	44
2.1	OBJETIVOS	44
2.1.1	General	44
2.1.2	Específicos	44
2.2	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	45
2.2.1	Definición	45
2.2.1.1	Usos	45
2.2.1.2	Especificaciones técnicas	45
2.2.2	Servicios sustitutos	46
2.2.3	Servicios complementarios	46
2.2.4	Atributos diferenciadores	46
2.3	MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	47
2.3.1	Mercado potencial	47
2.3.2	Mercado objetivo	47
2.4	LA DEMANDA	47
2.4.1	Investigación de mercados	47
2.4.1.1	Planteamiento del problema	47
2.4.1.2	Necesidades de información	48
2.4.1.3	Ficha técnica de la demanda	49
2.4.2	Tabulación, presentación y análisis de resultados	53

	pág.	
2.4.3	Estimación de la demanda	68
2.4.4	Evolución histórica de la demanda	69
2.4.5	Proyección de la demanda	70
2.5	LA OFERTA	70
2.5.1	Estimación de la oferta	70
2.5.2	Análisis de la situación actual de la competencia	71
2.5.3	Proyección de la oferta	72
2.6	RELACIÓN DEMANDA Y OFERTA	73
2.6.1	Demanda insatisfecha	73
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	74
2.7.1	Estructura de los canales actuales	74
2.7.2	Ventajas y desventajas de los canales actuales	74
2.7.3	Selección de los canales de comercialización	75
2.8	PRECIO	75
2.8.1	Análisis de precios	75
2.8.2	Estrategias de fijación de precios	75
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	76
2.9.1	Objetivos	76
2.9.2	Logo	76
2.9.3	Lema	78
2.9.4	Análisis de medios	78

	pág.	
2.9.5	Selección de medios	79
2.9.6	Estrategias publicitarias	79
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción	80
2.9.7.1	Presupuesto de lanzamiento	80
2.9.7.2	Presupuesto de publicidad y promoción	81
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	81
3.	ESTUDIO TÉCNICO	83
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	83
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	83
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	84
3.1.3	Capacidad del proyecto	85
3.1.3.1	Capacidad total diseñada por línea del servicio	85
3.1.3.2	Capacidad instalada	86
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada	87
3.2	LOCALIZACIÓN	88
3.2.1	Marco localización	88
3.2.2	Micro localización	88
3.2.2.1	Factores de localización	88
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	94
3.3.1	Ficha técnica del servicio	94
3.3.2	Descripción técnica del proceso	96

	pág.	
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	97
3.3.4	Control de calidad	99
3.3.5	Recursos	100
3.3.5.1	Recurso humano	100
3.3.5.2	Recurso físico	100
3.3.5.3	Recurso de insumos	102
3.3.6	Análisis de proveedores	103
3.3.7	Distribución de planta	103
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	105
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	106
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	106
4.1.1	Tipo de asociación	106
4.1.2	Procedimiento	106
4.2	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	107
4.2.1	Visión	107
4.2.2	Misión	108
4.2.3	Objetivos	108
4.2.4	Políticas	108
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	109
4.3.1	Organigrama	109

	pág.	
4.3.2	Descripción y perfil de cargos	109
4.3.3	Asignación salarial	114
4.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	114
5.	ESTUDIO FINANCIERO	116
5.1	INVERSIONES	116
5.1.1	Inversión fija	117
5.1.1.1	Equipos de oficina	117
5.1.1.2	Equipo de computación y comunicación	117
5.1.1.3	Total inversión fija	118
5.1.2	Inversión diferida	118
5.1.3	Inversión de capital de trabajo	121
5.1.3.1	Costos del servicio	121
5.1.3.1.1	Insumos	121
5.1.3.1.2	Mano de obra directa	122
5.1.3.1.3	Costos directos del servicio	122
5.1.3.1.4	Total costos del servicio	123
5.1.3.2	Gastos de administración y ventas	124
5.1.3.3	Total capital de trabajo	126
5.1.4	Inversión total	127
5.1.5	Fuentes de financiación	127

	pág.
5.1.5.1 Recursos propios	127
5.1.5.2 Recursos de inversionistas	127
5.2 COSTOS	128
5.2.1 Costos fijos	128
5.2.2 Costos variables	129
5.2.3 Costos totales unitarios	129
5.3 PRECIO DE VENTA	130
5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	130
5.4.1 Estado de resultados proyectados a 5 años	131
5.4.2 Flujo de caja proyectado	131
5.4.3 Balance general a 5 años	134
5.5 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	135
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	137
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO	137
6.2 IMPACTO SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDA SOCIAL EMPRESARIAL	139
6.3 IMPACTO AMBIENTAL	140
6.4 IMPACTO FINANCIERO	141
6.4.1 Valor presente neto VPN	141
6.4.2 Tasa interna de retorno TIR	143

	pág.	
6.4.3	Periodo de recuperación	144
6.4.4	Análisis de las razones financieras	145
6.5	CONCLUSIONES SOBRE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO	146
7.	CONCLUSIONES	148
8.	RECOMENDACIONES	152
	BIBLIOGRAFÍA	153
	ANEXOS	156

LISTA DE TABLAS

	pág.
TABLA 1. Ficha técnica de la demanda	49
TABLA 2. Hogares con hijos en primaria	53
TABLA 3. Momento de realizar las tareas	54
TABLA 4. Áreas de mayor dificultad	56
TABLA 5. Fuente de apoyo académico de los niños	57
TABLA 6. Se conoce de lugares donde asesoran tareas	58
TABLA 7. Lugares donde asesoran tareas	60
TABLA 8. Medio de publicidad de quienes brindan el servicio	61
TABLA 9. Hijos que reciben asesorías en el colegio	62
TABLA 10. Padres que han pagado asesorías de tareas para sus hijos	63
TABLA 11. Valor hora de asesoría de tareas	64
TABLA 12. Horas semanales de asesorías por hijo	65
TABLA 13. Disposición a pagar por el servicio de un centro especializado en asesorías	66
TABLA 14. Forma de pago preferido	67
TABLA 15. Horas anuales de servicio	68
TABLA 16. Proyección de la población del municipio de Floridablanca	69
TABLA 17. Proyección de la demanda	70
TABLA 18. Empresas de asesorías de tareas	72
TABLA 19. Proyección de la oferta	73

	pág.
TABLA 20. Proyección de la demanda insatisfecha	73
TABLA 21. Presupuesto de lanzamiento	80
TABLA 22. Presupuesto de publicidad y promoción	81
TABLA 23. Tamaño del proyecto	83
TABLA 24. Capacidad utilizada y proyectada	87
TABLA 25. Factores a evaluar para la ubicación de la empresa	90
TABLA 26. Ponderación de factores críticos	92
TABLA 27. Determinación de la ubicación	93
TABLA 28. Ficha técnica del servicio 1	94
TABLA 29. Ficha técnica del servicio 2	95
TABLA 30. Descripción técnica del proceso	96
TABLA 31. Mano de obra directa	100
TABLA 32. Mano de obra indirecta	100
TABLA 33. Muebles y enseres	101
TABLA 34. Equipos de computación y comunicación	102
TABLA 35. Recurso de insumos	102
TABLA 36. Proveedores	103
TABLA 37. Perfil y funciones del gerente	109
TABLA 38. Perfil y funciones de la secretaria contable	111
TABLA 39. Perfil y funciones del tutor	112
TABLA 40. Perfil y funciones del auxiliar de trabajos y manualidades	113

	pág.
TABLA 41. Asignación salarial	114
TABLA 42. Inversión fija en equipos de oficina	117
TABLA 43. Inversión fija en equipo de computación y comunicación	117
TABLA 44. Total inversión fija	118
TABLA 45. Presupuesto de lanzamiento	118
TABLA 46. Adecuación planta física	119
TABLA 47. Selección de personal	119
TABLA 48. Estudio de mercados	119
TABLA 49. Gastos de constitución	120
TABLA 50. Elementos varios	120
TABLA 51. Total inversión diferida	121
TABLA 52. Insumos	122
TABLA 53. Mano de obra directa	122
TABLA 54. Costos indirectos del servicio	123
TABLA 55. Total costos del servicio	123
TABLA 56. Nómina personal administrativo	124
TABLA 57. Gastos generales	125
TABLA 58. Total gastos de administración y ventas	126
TABLA 59. Capital de trabajo	126
TABLA 60. Inversión total	127
TABLA 61. Costos fijos	128

	pág.
TABLA 62. Costos variables	129
TABLA 63. Costos totales unitarios	129
TABLA 64. Estado de resultados proyectados a 5 años	131
TABLA 65. Ingresos proyectados	132
TABLA 66. Egresos proyectados	132
TABLA 67. Flujo de caja proyectado	133
TABLA 68. Flujo de caja libre	134
TABLA 69. Balance general proyectado	134
TABLA 70. Proyección punto de equilibrio	138
TABLA 71. Flujo de caja libre	141
TABLA 72. Proyección a 5 años VPN	144
TABLA 73. Razones financieras	145

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
GRAFICO 1. Hogares con hijos en primaria	54
GRAFICO 2. Momento para realizar tareas	55
GRAFICO 3. Áreas de mayor dificultad	56
GRAFICO 4. Fuente de apoyo académico de los niños	57
GRAFICO 5. Se conoce de lugares donde asesoran tareas	59
GRAFICO 6. Lugares donde asesoran tareas	60
GRAFICO 7. Medio de publicidad de quienes brindan el servicio	61
GRAFICO 8. Hijos que reciben asesorías de tareas en el colegio	62
GRAFICO 9. Padres que han pagado asesorías de tareas a sus hijos	63
GRAFICO 10. Valor hora asesoría tareas	64
GRAFICO 11. Horas semanales de asesorías por hijo	65
GRAFICO 12. Disposición a pagar por el servicio de un centro especializado en asesorías.	66
GRAFICO 13. Periodo de pago preferido	67
GRAFICO 14. Planta primer piso	104
GRÁFICO 15. Planta segundo piso	104
GRÁFICO 16. Punto de equilibrio	139

LISTA DE FIGURAS

	pág.
FIGURA 1. Porcentajes de educación superior	36
FIGURA 2. Representación gráfica del servicio	45
FIGURA 3. Logotipo	77
FIGURA 4. Diagrama de asesoría de tareas	97
FIGURA 5. Diagrama de elaboración de trabajos y manualidades	98
FIGURA 6. Ficha de control	99
FIGURA 7. Organigrama	109

LISTA DE ANEXOS

	pág.
ANEXO A. Encuesta	156

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO SE ASESORIAS Y SERVICIOS ACADÉMICOS PARA ESTUDIANTES DE PRIMARIA*.

AUTOR(ES):

DAYAN JAZBLEIDY DURAN GÓMEZ

DIANA MAYERLY BAUTISTA BAUTISTA**

PALABRAS CLAVES: Educación primaria, asesorías, tutorías, servicios académicos, necesidades educativas,

DESCRIPCIÓN

El objetivo principal del presente proyecto es realizar un estudio para determinar la factibilidad de crear un centro de servicios y asesorías académicas para estudiantes de primaria en el municipio de Floridablanca, contando con excelentes instalaciones, profesores especializados en cada área o servicio a prestar, mejorando las condiciones de vida de los estudiantes, sus familias y los ingresos de los inversionistas y empleados.

Para ello se realizó un Estudio de mercados donde se cuestionó a una muestra de la población permitiendo determinar los gustos, preferencias y necesidades de las personas, así mismo, se realizó un estudio de la oferta y demanda existente en el municipio de Floridablanca, arrojando un resultado positivo para el proyecto al hallar una demanda insatisfecha.

Como complemento a esta información se realizó el estudio técnico que determinó el tamaño óptimo de la empresa, los equipos y personal necesario para la prestación del servicio. En el estudio administrativo, se señaló la constitución de la empresa, el personal, sus funciones y asignación salarial.

El estudio financiero determinó el monto de los recursos económicos requeridos para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la empresa, su tasa interna de retorno y las utilidades generadas en un horizonte de 5 años.

Finalmente y teniendo presente que éste es un proyecto dirigido a mejorar la calidad de vida de los estudiantes de primaria del municipio de Floridablanca, se integra con las normas y leyes que rigen a toda empresa para incentivar su responsabilidad social con la conservación del medio ambiente.

* Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Directora Luz María Delgado Monroy

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY STUDY CONCERNING THE CREATION OF AN ACADEMIC TUTORING CENTER FOR PRIMARY SCHOOL STUDENTS. *

AUTHORS:

DAYAN JAZBLEIDY DURAN GÓMEZ

DIANA MAYERLY BAUTISTA BAUTISTA**

KEY WORDS: primary education, assessments, tutorials, academic services, educational needs.

DESCRIPTION

The main goal of this project is to investigate the feasibility of creating an academic tutoring center for primary school students in the municipality of Floridablanca. This center would have excellent facilities and skilled teachers in each subject in order to improve living conditions for students, families and both investors and employees' income.

For the purpose of the above mentioned goal, a market research was carried out. During this process, a group of people were interviewed in order to find out their likes, preferences and needs. In addition to this, a study of the current supply and demand in Floridablanca was developed. The results showed that there is unsatisfied demand.

Moreover, a technical study was conducted in order to determine the ideal company size, equipment and the necessary staff for provision. During the administrative study it was determined the creation of the company, the stuff, their duties and their salary.

The financial study determined the required amount of financial resources for the development of the project, the cost of working capital, the internal rate of return and the profits earned five years from now.

Lastly, it is worth mentioning that as this project aims at improving the quality of life of primary students in the municipality of Floridablanca, it incorporates rules and regulations that increase the social responsibility regarding environmental conservation.

* Work Degree

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Business Management. – Dir. Luz Marina Delgado Monroy.

INTRODUCCIÓN

En estos tiempos de alta competitividad, cobra vital importancia que todo proyecto obedezca a un adecuado y ordenado estudio que permita detectar las variables críticas incidentes en el desarrollo del mismo y que estén acordes al tamaño del proyecto de manera que no sobrestime sus características acarreando graves perjuicios en las inversiones realizadas.

Para este proyecto se realizó un estudio descriptivo con el fin de identificar y cuantificar las características y las estimaciones de las necesidades de las asesorías y servicios académicos para niños de primaria, determinando precios con base a las condiciones del mercado, para así tener elementos técnicos para continuar con la investigación más profunda.

Para la recolección de la información primaria, se aplicó una encuesta a los posibles clientes; de igual forma para la recolección de la información secundaria se hizo una revisión bibliográfica y web gráfica de documentos relacionados con el tema.

En el estudio administrativo y legal que rige a la nueva empresa se estableció el organigrama y la asignación salarial para la mano de obra directa e indirecta del proyecto.

En el estudio financiero se sustentó en cada uno de los pasos involucrados: los costos, gastos, ingresos y egresos obtenidos durante la vida útil del proyecto; esto sumado al impacto social, ambiental y financiero del proyecto, quien en últimas con los indicadores financieros demuestran la viabilidad o no de poner en marcha la empresa.

El alcance del proyecto es establecer los parámetros de mercados, técnicos y financieros necesarios para crear y mantener en el mercado una empresa que genere responsabilidad social con empleos productivos.

1. GENERALIDADES

1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

El gobierno colombiano ratifica en su Plan Sectorial 2006 – 2010, Revolución educativa; que en la educación básica se presentan las tasas más elevadas de deserción entre los 11 y 16 años, edades correspondientes a los niveles de educación secundaria y media. Donde estiman que un promedio de 50 mil niños de estas edades abandonan las aulas cada año. Así mismo, se reflejan unas tasas de repitencia entre el primer y segundo grado de primaria con valores cercanos al 7% y 4% respectivamente para el año 2006.

Otros estudios indican que los niños cuyos padres o cualquier otro adulto, comparte actividades educativas con ellos, tienden a ser mejor en el colegio. Algunos beneficios que se han identificado y que miden el grado de involucramiento de los padres en la educación, incluyen: ¹

- Calificaciones/ notas altas en las pruebas o exámenes.
- Educación a largo plazo.
- Actitudes positivas y buen comportamiento.
- Programas más exitosos.
- Escuelas más eficaces.

Sin embargo y en contra de lo que las estadísticas recomiendan, “Hoy es común que ambos padres trabajen y lleguen tarde a la casa, por lo que no pueden estar con sus hijos cuando necesitan ayuda con sus tareas. Esto puede generar culpa en los progenitores, pero hay formas de apoyarlos desde la distancia. La clave es

¹ Proyecto salón hogar. www.proyectosalohogar.com/habitos_de_estudio/indice.htm

enseñarles hábitos de estudio desde pequeños para que se vayan haciendo autónomos a medida que crecen”.²

“El hábito de sentarse a trabajar es lo más importante”, dicen los profesores. Para lograrlo hay que inculcar en los niños una actitud positiva hacia el trabajo. Se estima que sólo alrededor del 10% de los menores siente amor innato por prender y aunque no sean estimulados en sus casas les va a gustar estudiar. Pero a la mayoría hay que enseñárselo.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas en Santander los hogares están conformados por 3.6 miembros³ de los cuales 2 corresponden a los padres, que día a día con el afán de alcanzar una mejor calidad de vida y nivel educativo para sus hijos trabajan en conjunto con jornadas laborales muy largas y agotadoras, minimizando de esta manera el tiempo libre y de descansado que pueden compartir con ellos.

Esta situación enmarca cada vez más a los niños que presentan dificultades académicas, donde las instituciones educativas están concentradas no en la calidad y acompañamiento de sus estudiantes sino en la cantidad de los mismos, donde prima la cobertura que se ha convertido en un indicador nacional.

El conjunto de las variables expuestas anteriormente representa en los niños un porcentaje importante de deserción académica, ya que estos no comprenden la educación como medio para alcanzar su desarrollo intelectual y social, sino como un medio impuesto por los adultos para obtener su respeto y admiración.

La encuesta realizada por los autores del estudio de pre-factibilidad de este proyecto a los diferentes colegios de la ciudad y mercado objetivo, evidenció que

² Colombia Aprende. www.colombiaprende.edu.co/html/familia/1597/fo-article_71008.pdf

³ DANE – CENSO 2005

muchos estudiantes a nivel de primaria de los diferentes centros educativos oficiales y privados tienen dificultades en el desarrollo académico de algunas materias, por lo que necesitan complementar sus conocimientos para cumplir con sus compromisos académicos.

De igual forma se pudo verificar que actualmente la asesoría de tareas en la ciudad está en manos de profesionales, tecnólogos, profesores y normalistas que realizan esta actividad como ingreso adicional a su trabajo, convirtiéndola en algo informal, donde los procesos no son óptimos y no garantizan un desempeño adecuado ni un espacio propicio para el usuario.

1.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA

1.2.1 Espacial. La zona de estudio de este proyecto está ubicada en el municipio de Floridablanca – Santander, con una población proyectada según el DANE para el 2010 de 261.142 habitantes en su área total.

El municipio de Floridablanca se encuentra a ocho kilómetros al sur de la ciudad de Bucaramanga, la capital del departamento de Santander y pertenece al AMB, República de Colombia. Tiene una extensión de 100.35 Km², ubicado a 925 metros sobre el nivel del mar y registra una temperatura promedio de 23 grados centígrados. La cabecera municipal está localizada a los 07° 03' 53" de latitud norte y 73° 05' 23" de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

Los límites municipales están definidos así: por el norte limita con los municipios de Bucaramanga y de Tona; al oriente con los municipios de Tona y de Piedecuesta; al sur con el municipio de Piedecuesta; y al occidente con los municipios de Girón y de Bucaramanga.

1.2.2 Conceptual. La herramienta administrativa aplicada a este proyecto es la factibilidad la cual se define como: La verificación de los efectos económicos, técnicos, financieros, institucionales, jurídicos, ambientales, políticos y organizativos para asignar recursos hacia el logro de unos objetivos. La factibilidad se desarrolla mediante las siguientes etapas: ⁴

- Estudio de mercados o de necesidades: Busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría a determinado precio.
- Estudio técnico: Determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, donde se puede definir la producción requerida o necesaria para el funcionamiento de la empresa.
- Estudio financiero: Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.
- Evaluación Económica: Efectúa la medición de los recursos financieros, el costo de dichos recursos y la capacidad de las instituciones o las personas interesadas en el proyecto.

1.2.3 Cronológico. La presente Factibilidad se desarrollará en cuatro partes distribuidas de la siguiente manera en acompañamiento continuo de los tutores:

- Primer semestre 2010 – Seminario I
- Segundo semestre 2010 – Seminario II (anteproyecto y diseño metodológico del proyecto)
- Primer semestre 2011 – Seminario III (proyecto)
- Segundo semestre 2011 – Seminario IV (ajustes al proyecto)

⁴ MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental. Bogotá. MM Editores, 2005.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La principal fuente de inspiración para desarrollar esta Factibilidad es la experiencia vivida por uno de los integrantes del proyecto, quien con su título de Técnico en preescolar trabajó por más de un año en la asesoría de tareas a niños de preescolar y primaria. Desde allí se detecta una falencia en los hábitos de estudio de algunos estudiantes que se reflejaban en un bajo rendimiento académico.

Es así como nace la idea de aportar al municipio de Floridablanca un proyecto con enfoque de responsabilidad social, que permita el crecimiento cognitivo y profesional de los estudiantes que lo desarrollan, así mismo, aportar a la unión familiar y la tranquilidad emocional de los niños frente al colegio y sus tareas. *“La primera infancia es la etapa del ciclo vital en la que se establecen las bases para el desarrollo cognitivo, emocional y social del ser humano”⁵.*

Los procesos de enseñanza y aprendizaje que se dan en los colegios no siempre son satisfactorios o suficientes para que los estudiantes rindan con eficiencia y puedan cumplir con los planes de estudio que exigen en los diferentes programas académicos. Dada las diferencias individuales el proceso de aprendizaje no es igual en un alto porcentaje de estudiantes, por esta razón se ven obligados a reforzar y/o complementar estos conocimientos, algunas veces repitiendo clases, solicitando asesorías o repasando los contenidos en forma individual o grupal.

En el último censo realizado por el DANE se publico que “La formación en áreas como las matemáticas y ciencias, se convierte en una condición importante para incorporar la población al desarrollo industrial. Uno de los exámenes que miden en el mundo la calidad de la educación en estas dos áreas son las pruebas TIMSS. Los últimos resultados ubicaron a Colombia en el puesto 40 en matemáticas y en

⁵ Colombia por la primera infancia. www.primerainfancia.org.co

el 29 en ciencias entre 59 países. Lo anterior señala que el país debe mejorar en estos campos, y especialmente en el de las matemáticas, si desea generar mayores niveles de innovación en sus empresas.”⁶

Por lo anterior el proyecto busca aportar al municipio de Floridablanca un fortalecimiento en los conocimientos adquiridos por los estudiantes de primaria reduciendo de esta manera la deserción estudiantil. En el último informe presentado por el DANE con respecto a la Educación se manifestó que el 95,3% de la población de 5 años sabía leer y escribir, lo cual representa una ventaja para los que incursionan al sistema educativo. El 95.3% de la población de 6 a 10 años asisten a un institución educativa, porcentaje que disminuye entre los estudiantes de 11 a 17 años alcanzando un 86.7%. El porcentaje diferencial de 8.6% correspondiente a deserción escolar es el que se busca disminuir para ofrecerle a la comunidad una mejor proyección de vida para su desarrollo laboral.

Otro de los objetivos más importantes del proyecto es apoyar el crecimiento del sector servicios, el cual se ha fortalecido en los últimos tiempos representado por el 28,5% de las empresas activas en el municipio de Floridablanca. De igual forma ha desarrollado el trabajo por cuenta propia o independiente entre el 2002 – 2010 creciendo 3.96 puntos porcentuales, empujado por la disminución de la población inactiva (-10.6 pp.) y la fuerte vinculación de la mujer en el mercado laboral.⁷

⁶ www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf www.primerainfancia.org.co

⁷ www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf

1.4 MARCO CONTEXTUAL

1.4.1 Marco conceptual.

1.4.1.1 Antecedentes investigativos.

- PABON, Alirio y Tarazona, Jairo. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesorías y servicios académicos a estudiantes universitarios en el área metropolitana de Bucaramanga. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Programa de gestión empresarial, 1996.
- ACEVEDO, Mayra Alexandra, Buitrago, Diana Marcela y Rodríguez, María Alejandra. Evaluación de la educación preescolar, básica primaria, secundaria, media y superior como cadena productiva y competitiva en el departamento de Santander 2003 – 2008. Pasantía de investigación. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de ciencias humanas. Escuela de economía y administración, 2009.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental. Bogotá. MM Editores, 2005

1.4.2 Evolución y tendencias del sector.

1.4.2.1 Evolución del concepto de educación y la percepción del niño. Para entender la evolución de la educación y la percepción del niño frente a la sociedad se tomó el artículo publicado por la revista número 30 de ciencias humanas de la Universidad Tecnológica de Pereira, la cual permite conocer paso a paso como se ha desarrollado este proceso evolutivo.

Hacia comienzos del siglo XVIII⁸, el niño era concebido como un pequeño adulto, sus vestimentas e incluso sus comportamientos, así lo mostraban: los niños eran herederos de los oficios y del estatus social de sus padres, y aunque eran el centro de atención de la familia, se los veía como personas incapaces e indefensas que sólo al llegar a la vida adulta podrían desarrollar sus capacidades; es por esta razón, que se hace necesario protegerlos y educarlos.

Desde la Revolución Francesa (1789-1799), como fruto del advenimiento del Siglo de las Luces o Ilustración, se proclamaron los derechos de la persona humana, pero éstos no habían sido generalizados al niño en cuanto a ser ciudadano; es decir, al estatus político-jurídico que significa ejercer plenamente los derechos que tiene por ser persona.⁹

A partir de entonces, el movimiento de la modernidad empieza a concebir la infancia como una categoría que encierra un mundo de experiencias y expectativas distintas a las del mundo adulto. Es así como a partir de La Convención Internacional de los Derechos del Niño, se lo define como un sujeto de derecho, reconociendo en la infancia el estatus de persona y de ciudadano.

Pensar en los niños como ciudadanos es reconocer igualmente los derechos y obligaciones de todos los actores sociales.¹⁰

La familia y la escuela deben enfrentar sus obligaciones de una manera articulada si quieren cumplir adecuadamente con su rol socializador, que debe estar orientado a que los niños cuenten con oportunidades que les permitan vivir y desarrollar la autonomía, la creatividad, la flexibilidad, la tolerancia, la cooperación, el respeto por el otro, el cuidado de sí mismo y del medio ambiente.

⁸ GARCÍA, Emilio. *El derecho a la Ciudadanía de los niños*, en *Ética Ciudadana y Derechos humanos de los niños*. Cooperativa Editorial Magisterio, Santafé de Bogotá, 1998.

⁹ PIZARRO, Crisóstomo. *Niñez y democracia*. UNICEF. Ariel, Santafé de Bogotá, p. 39-45, 1997.

¹⁰ ACOSTA AYERBE, Alejandro. *Planeación y Derechos de la Niñez*, en *Ética Ciudadana y Derechos humanos de los niños*. Cooperativa Editorial Magisterio, Santafé de Bogotá, 1998.

En este sentido, la educación debe ser holística, teniendo siempre presente los factores del desarrollo humano, pues, como lo demuestran las investigaciones de Piaget, Vigotsky, Kohlberg, Erikson, entre otros, las dimensiones cognitiva, emocional, moral y política, se establecen durante la infancia, periodo que debe ser estudiado entonces a la luz de estos procesos y estimulado desde una adecuada pedagogía.

1.4.2.2 La educación frente al mundo. Una de las tendencias en Educación Infantil en el mundo moderno, es el logro de la formación integral del niño, tal y como lo plantea la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI a la UNESCO en el año de 1996; comisión que hace explícitas cuatro dimensiones de aprendizaje humano: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos.

El ámbito de la Educación Infantil, entendida como la atención a niños a nivel institucional, ya sea a nivel de guardería, de preescolar y de básica primaria, tiende a aumentar sus niveles de cobertura, debido a varias razones:

La primera de ellas corresponde a una necesidad de carácter socioeconómico, ya que hay una mayor incorporación de las mujeres al mercado laboral, lo que favorece, por una parte, el contacto del niño con la Educación Inicial que ofrece el preescolar, así como el mejoramiento del nivel económico de las familias. Por ejemplo, la evaluación del programa colombiano de hogares de cuidado diario muestra que el 20% de las madres pudo conseguir empleo o mejorar su ingreso.

En consecuencia, la función educativa que antes asumía la familia en los procesos de socialización primaria se ve reemplazada por las instituciones educativas. Los niños son llevados cada vez más temprano a dichas instituciones, incluso inmediatamente la madre cumple la licencia de maternidad.

La segunda razón está en el sentido social que se confiere a la Educación Infantil. Es cada vez más claro que la educación temprana ofrece mayores ventajas a nivel del desarrollo integral, observándose enormes diferencias entre aquellos niños que no tienen posibilidades de acceso a la escuela frente a aquellos que sí la tienen.

Una tercera razón está en las políticas mismas del Estado, para quien aumentar la calidad de vida de los ciudadanos correspondería a aumentar la cobertura educativa, especialmente en los niveles básicos. Éste argumento sería entonces un índice de desarrollo de la sociedad. Las políticas a partir de la Ley General de Educación, insisten en la necesidad de que las instituciones mejoren la calidad, tengan un proyecto educativo que refleje las condiciones sociales y culturales de los niños. También hacen énfasis en su desarrollo integral y en el desarrollo de las competencias de éstos.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, concluye que la educación que se ofrece en las escuelas de América Latina y el Caribe es deficiente, pues los niños alcanzan el 50% de los niveles mínimos establecidos por los currículos nacionales. Dos indicadores muestran la baja calidad de la educación de la región: altas tasas de repitencia y mal rendimiento académico que se traduce en analfabetismo funcional.¹¹

En el libro *La Calidad de la Educación en América Latina y el Caribe*, se hace referencia a los factores que influyen en la baja calidad de la educación:

“I) Insuficiente tiempo disponible para aprender, II) Escaso acceso a material didáctico efectivo, III) Profesores formados de manera pasiva y con métodos tradicionales y que además en su mayoría eligen su carrera por no ser aceptados en otras partes (hay pocas exigencias para estudiar pedagogía, por ser una

¹¹ SCHIEFELBEIN, Ernesto y SCHIEFELBEIN, Paulina. *La Calidad de la Educación en América Latina y el Caribe*, en Educación. La agenda del siglo XXI. Tercer Mundo, Santafé de Bogotá, 1998, p. 78.

carrera con bajas rentas); IV) Poca pertinencia del currículo y de los procesos de aprendizaje; V) Gestión administrativa y financiamiento de la educación centralizados, lo que fomenta una mala supervisión y eventual ausentismo de los maestros, especialmente en el área rural”.

1.4.2.3 Historia de la educación en Colombia. La historia de la educación en Colombia se ha visto enmarcada por muchas políticas que se implementaron con el fin de mejorar los aspectos básicos como cobertura, calidad e infraestructura. Para conocer de una manera clara y concisa esta historia a continuación se hace un breve resumen de los aspectos más relevantes basado en artículos ya publicados como: La Educación Primaria y Secundaria en Colombia en el siglo XX de María Tereza Ramírez G. y Juana Patricia Téllez C; Evaluación y Análisis de Eficiencia de la Educación en Colombia preparado por Ana María Iregui, Ligia Melo y Jorge Ramos para el Banco de la República; y La Política Fiscal en el Siglo XX en Colombia de Roberto Junguito y Hernán Rincón.¹²

Colombia afronta la evolución de la educación durante los primeros 20 años de principios de siglo, y como consecuencia de las secuelas dejadas por la guerra de los mil días, en términos educativos se llevó a cabo una reforma legal, la ley 39 de 1903, reglamentada por el decreto 491 de 1904, con la cual se dividió la enseñanza oficial en primaria, secundaria, industrial, profesional y artística. A su vez esta ley estipuló que la educación pública debería estar regida por la iglesia católica y la educación primaria debía tener el derecho de gratuidad pero no ser obligatoria.

¹² ACEVEDO, Mayra Alexandra, Buitrago, Diana Marcela y Rodríguez, María Alejandra. Evaluación de la educación preescolar, básica primaria, secundaria, media y superior como cadena productiva y competitiva en el departamento de Santander 2003 – 2008. Pasantía de investigación. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de ciencias humanas. Escuela de economía y administración, 2009.

Entre las reglamentaciones más importantes sobre la educación primaria se encuentra la descentralización administrativa, con la cual se les encargó el pago de maestros, dirección, protección y supervisión de la educación primaria a los concejos municipales, y la asignación e inspección de útiles a la nación.

En cuanto a la evolución de las matrículas en primaria se tiene que en 1903 a 1910 esta creció en 13% y el número de escuelas creció un 12%, sin embargo de 1910 a 1929 la educación primaria solo creció un 5% y en número de escuelas un 3.5% anual.

En términos comparativos la relación del número de matrículas respecto al número de población, primaria presentaba para 1905 grandes diferencias regionales mientras que en Santander la relación era de 1.8%, en Antioquia de 6.7% y en Atlántico de 1.2%. Para 1928 esta misma relación paso a ser de 4.9%, 10.3% y 7.2% para Santander, Antioquia y Valle respectivamente lo que demostraba la diferenciación del desarrollo que estaba ajustado al marco del proceso de industrialización de los departamentos.

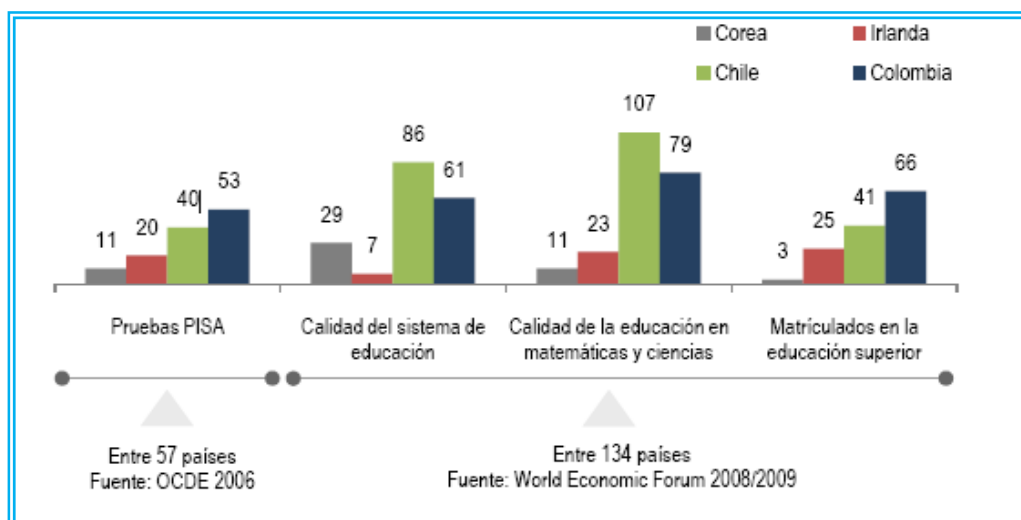
La mayoría de inconvenientes a principio del siglo XX eran la falta de maestros idóneos y su baja preparación. La escasez condujo a que la relación alumno y maestro fuera alta. En Santander en 1916 tenía cerca de 40 alumnos por maestro, mientras en Atlántico y Nariño tenían más o menos 70.

Ya para los años 50 el panorama educativo en el país era crítico, en ese momento la tasa de analfabetismo afectaba al 44% de la población mayor de siete años y la cobertura en primaria solo alcanzaba el 46.3% de los niños entre siete y once años. Todo esto se rescata de un informe del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (Currie, 1951).

En este período un indicador alarmante fue la relación de alumnos en educación secundaria como porcentaje de la primaria la cual no superaba el 10%. De igual forma se crea la oficina sectorial Planeación Educativa dentro del Ministerio de Educación que se encargaría de los planes de desarrollo del sector. Con el apoyo de una misión de la UNESCO se elaboró el primer plan quinquenal de la educación integral. Dentro de este plan se hizo énfasis en la unificación de la escuela primaria cinco años tanto en el área urbana como rural.

Los gobiernos siguientes a este período han dedicado sus esfuerzos a establecer decretos que amparen los recursos que destina el Estado para la educación. En la actualidad y basados en el último censo realizado por el DANE en Colombia, arrojó para Santander una tasa de alfabetismo de 91,1%, valor que lo situó como la séptima región, y la tercera entre las cinco principales economías del país. Sin embargo, fue superado por cuatro de estas en el porcentaje de población con Educación superior (Ver figura 1), lo cual deja en evidencia que a pesar de haber mejorado en alfabetismo, la educación debe ahora enfocarse hacia la especialización en áreas potenciales de desarrollo industrial.

Figura 1. Porcentajes educación superior



Fuente: Cámara de comercio. Informe de competitividad. Marzo 2009 – Número 1

Existe, en los últimos años, la tendencia generalizada a otorgar importancia a la Educación Infantil, como portadora de los valores esenciales para formar seres humanos más comprometidos con las transformaciones que exige la sociedad en su conjunto, pues como señala Inmaculada Egido Gálvez “Es cada vez más destacable su papel de facilitadora de la escolarización primaria, como factor de igualación social y como estrategia de desarrollo”¹³

1.4.2.4 Tendencias de la educación infantil. En cuanto a las tendencias para la futura Educación Infantil, se observa que hay una mayor atención al desarrollo de currículos multiculturales, si bien son importantes los esfuerzos ya realizados en este sentido en muchos de los países iberoamericanos. La integración de alumnos con necesidades especiales se impone casi de forma generalizada.

La Educación Especial, se refiere a la identificación, evaluación y diseño de programas especiales para niños cuyas dificultades o desventajas para aprender requieren ayuda adicional para alcanzar su pleno desarrollo. Tales dificultades pueden ir desde disfunciones físicas, problemas de visión, audición o lenguaje, disfunción para aprender, dificultades emocionales o de conducta. Otros niños pueden tener dificultades más particulares con el lenguaje o las matemáticas, por lo que requerirán una ayuda extra. Las ayudas para atender las necesidades especiales de educación pueden darse en escuelas integradas o en escuelas especiales.

Se cree que alrededor del 20% de los niños necesitan algún tipo de educación especializada a lo largo de su escolarización. La gran mayoría de ellos tienen problemas que se resolverán dentro de las escuelas ordinarias; sólo una pequeña minoría de las ayudas educativas especializadas pueden requerir, por su mayor

¹³ EGIDO GÁLVEZ, Inmaculada. *La Educación Inicial en el ámbito internacional: Situación y perspectivas en Iberoamérica y en Europa*, en Revista Iberoamericana de Educación, O. E. I, Organización Iberoamericana de Educación, Nº 22, enero-abril de 2000, Madrid, p.122.

exigencia y complejidad, la existencia de medios, centros y un conjunto de servicios que permitan asegurar que la evaluación se ajuste a las necesidades de esos niños.

Por último se evidencian dos tendencias en la formación de los docentes de educación infantil: asistenciales y educativos. En el primer caso, el personal tiene preparación muy diversa, poca o ninguna cualificación. Esto es frecuente en el sector no formal, en el que los profesores son miembros de la comunidad, que trabajan de manera voluntaria o por una remuneración muy modesta y casi sin ninguna otra contraprestación.

Por el contrario, en los programas educativos, al menos de los centros oficiales, la tendencia es a incorporar personal con formación universitaria y especializada en el ámbito de la educación preescolar.

En este contexto, el Plan Decenal de Educación, señala las características de la educación que requiere nuestro complejo mundo de hoy: “Un docente que tenga claridad sobre el sentido de la Educación Infantil. Un docente que asuma como objeto de conocimiento la didáctica. Que cree ambientes enriquecidos en que se articulen las didácticas y las prácticas de un modo integral. Un docente que investigue en Educación Infantil. (Fandiño. Plan Decenal de Educación. Ministerio de Educación Nacional)”.

1.4.3 Contexto geográfico. El municipio de Floridablanca – Santander, cuenta con una población proyectada según el DANE para el 2010 de 261.142 habitantes en su área total, y 65.185 hogares.

El municipio de Floridablanca se encuentra a ocho kilómetros al sur de la ciudad de Bucaramanga, la capital del departamento de Santander y pertenece al AMB, República de Colombia. Tiene una extensión de 100.35 Km², ubicado a 925

metros sobre el nivel del mar y registra una temperatura promedio de 23 grados centígrados. La cabecera municipal está localizada a los 07° 03' 53" de latitud norte y 73° 05' 23" de longitud oeste del meridiano de Greenwich.

Los límites municipales están definidos así: por el norte limita con los municipios de Bucaramanga y de Tona; al oriente con los municipios de Tona y de Piedecuesta; al sur con el municipio de Piedecuesta; y al occidente con los municipios de Girón y de Bucaramanga.

Floridablanca cuenta con 150 colegios privados y 76 oficiales, para un total de 226 instituciones educativas.

Según el censo 2005, el 28,5% de los establecimientos constituidos en Floridablanca tienen su actividad orientada en el sector de servicios.

1.5 MARCO TEÓRICO

1.5.1 Teoría de la administración. Dentro de las teorías administrativas existentes, este proyecto trabaja con base en el Estudio de factibilidad que según el autor del libro Gestión de proyectos, Juan José Miranda Miranda este busca conducir a:

- Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto: Estudio de mercados, técnico, organizacional y financiero.
- Estimación del nivel de las investigaciones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.

- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

Del estudio de factibilidad se puede concluir si el proyecto es viable, oportuno o factible su ejecución, en caso contrario se pueden dar sugerencias para mejorarlo o cambiarlo.

El estudio de factibilidad proporciona mayor información, aumenta los costos de investigación, requiere de tiempo para su análisis y organización, pero en los resultados minimiza los riesgos de un fracaso antes de colocar un proyecto en marcha.

1.5.2 Teorías de la educación. Las teorías que tratan los procesos de adquisición del conocimiento han tenido durante este último siglo un enorme desarrollo debido fundamentalmente a los avances de la psicología y las teorías instruccionales que han tratado de sistematizar los mecanismos asociados a los procesos mentales que hacen posible el aprendizaje. Las teorías intentan explicar el cómo se aprende o cómo se llega a adquirir el saber.

La educación se encuentra con una etapa anterior a la existencia de instituciones educativas en donde la educación se considera exclusivamente oral y con responsabilidad familiar y social quien la transmite y la guarda. En esta situación el proceso de aprendizaje se lleva a cabo en el contexto social y como parte de la integración del individuo en el grupo que se realiza a lo largo de la vida del individuo.

La teoría clásica en educación se puede considerar a través del modelo liberal, basado en La República de Platón, donde se plantea un proceso disciplinado y exigente, un currículo donde las materias se presentan en una secuencia lógica y coherente para lograr el aprendizaje.

En contraposición aparece una teoría “progresista” que trata de ayudar al alumno en su proceso educativo de forma que éste sea percibido como un proceso “natural”. Estas teorías tienen su origen en el desarrollo de las ideas sociales de Rousseau y en la segunda mitad del siglo pasado han tenido un auge a partir de las ideas de John Dewey (1933) en Estados Unidos y de Jean Piaget en Europa.

Del punto de vista orientado a la psicología de la educación se distinguen dos enfoques: el enfoque conductista o asociacionista y el enfoque cognitivista. Existen otras líneas de pensamiento que han contribuido a configurar una base conceptual sólida sobre el aprender.

El enfoque conductista o asociacionista, concibe el aprendizaje en mayor o menor grado como un proceso ciego y mecánico de asociación de estímulos y respuestas, provocado y determinado por las condiciones externas, ignorando la intervención mediadora de variables referentes a la estructura interna del que aprende.

Mientras que la Teoría Cognitiva, hace referencia a actividades intelectuales internas como la percepción, interpretación y pensamiento. Botella y Feixas (1998) explican que, la psicología cognitiva representó una reacción a la inadecuación de los modelos conductistas de estímulo-respuesta. En sus inicios se puso énfasis en el procesamiento de la información y esos modelos dice Mahoney (1991), se guiaban (algunos todavía) por lo que se denominó “metateoría sensorial de la mente” que parte del supuesto de que la representación mental es una copia internalizada de la realidad externa, por lo que se concibe la mente como un

procesador pasivo-receptivo de información que media entre el input de un estímulo y el output de una respuesta.

Esta última teoría lleva a comprender que la capacidad de aprendizaje en cada ser humano es individual y está sujeta a su capacidad de percibir y procesar la información.

El cambio en la estructura familiar, ha hecho que la mujer incursione en el mercado laboral requiriendo que los niños accedan a una educación inicial, que no es impartida por la familia sino por instituciones educativas. Para muchos padres, se hace cada vez más difícil encontrar el tiempo suficiente para sentarse a estudiar o ayudar a sus hijos a hacer sus tareas. Sin embargo, más importante que acompañarlos físicamente, lo fundamental es enseñar a los niños a adquirir hábitos de estudio y una organización eficiente de sus tareas. Pero la realidad muestra que los padres de hoy no tienen tiempo para los hijos porque se ven en la necesidad de dedicar demasiadas horas a trabajar, a fin de poder satisfacer las necesidades familiares.

Con el fin de soportar y sustentar estas teorías a través de la herramienta administrativa de Factibilidad, se va a elaborar los cuatro estudios que la componen.

El principal estudio a realizar es el estudio de mercados que determina el comportamiento de los consumidores y la competencia frente al servicio ofertado, cuantificando si la demanda de este es superior a la oferta dándole viabilidad al proyecto.

Una vez determinada una demanda insatisfecha se procede a realizar el estudio técnico que permitirá obtener los datos suficientes para la ubicación ideal y capacidad óptima de la planta física a través de la cual se prestará el servicio.

De igual manera se hace necesario realizar el estudio organizacional de la empresa para determinar su impacto socio-económico sobre la región y el mercado objetivo.

Por último se realizará el estudio financiero que permitirá definir económicamente si es viable la puesta en marcha de este proyecto con las características determinadas en los estudios anteriores, así se evitará sobreestimar las expectativas de este proyecto.

1.6 MARCO DE REFERENCIA LEGAL

La creación del centro de asesorías y servicios académicos se rige bajo la Ley General de Educación, fundamentada en la ley 115 de 1994 y la ley 60 de 1993, y demás decretos reglamentarios.

La Ley general de educación expedida por el congreso de la república decreta en su CAPITULO II: *Educación no formal. En el artículo 36 define la educación no formal que se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos en el artículo 11 de esta Ley.*

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un estudio de mercados que mediante información primaria y secundaria pueda determinar la demanda, oferta, precio, publicidad y canales de distribución necesarios para establecer la viabilidad comercial de un centro de asesoría y servicios académicos para estudiantes de primaria, de los estratos 4, 5 y 6 del municipio de Floridablanca.

2.1.2 Específicos.

- Definir las especificaciones, uso y atributos diferenciadores del servicio que se va a prestar
- Determinar el mercado potencial y objetivo, ubicando su nivel social, económico, cultural y geográfico con el fin de medir el número determinado de usuarios del servicio y asesorías académicas, la frecuencia y el lugar donde lo adquieren.
- Cuantificar la demanda existente en el mercado a través de una encuesta que recopile los datos necesarios para su tabulación y análisis.
- Identificar la oferta actual del mercado, sus características, tipos de servicios, participación, ubicación geográfica y valores agregados.
- Analizar los canales actuales de distribución con sus ventajas y desventajas para la comercialización en el municipio de Floridablanca.
- Analizar los precios de la competencia con el fin de planear la estrategia de incursión en el sector con precios acordes y actuales del mercado.
- Diseñar un plan publicitario que dé a conocer el servicio de asesorías y servicios académicos, ofreciendo credibilidad y estabilidad al consumidor final.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición. El servicio consiste en un centro de asesorías y servicios académicos que busca orientar, asesorar y reforzar el conocimiento de los niños hasta quinto grado de educación básica primaria en la elaboración de trabajos, tareas e investigaciones correspondientes a su programa académico.

Figura 2. Representación gráfica del servicio



2.2.1.1 Usos. Para los niños que se encuentren cursando la primaria y requieran de asesorías académicas para la elaboración de sus trabajos y tareas, así como el refuerzo en conocimientos previamente adquiridos en el colegio.

2.2.1.2 Especificaciones técnicas.

- Asesoría en las diversas áreas que comprenden la básica primaria: matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales, lenguaje e inglés.
- Elaboración de carteleras, manualidades o investigaciones.
- Materiales y equipos tecnológicos.
- Espacio adecuado para la elaboración de trabajos, tareas e investigaciones.
- Zona de descanso para los niños que terminan sus trabajos

- Personal capacitado para orientar la elaboración de los diversos trabajos manuales, cognitivos o tecnológicos

2.2.2 Servicios sustitutos. El mercado actual ofrece servicios sustitutos tales como:

- La internet
- Los apoyos académicos a domicilio (clasificados vanguardia)
- Las amas de casa o empleadas del servicio que colaboran con la elaboración de los diversos trabajos de los niños.
- Los colegios
- Las cajas de compensación o instituciones que tienen programas de vacaciones recreativas.
- Centros de manualidades.

2.2.3 Servicios complementarios. Son complemento las asesorías y servicios académicos de la educación formal y no formal establecida en la ley 115 de 1994, así como los planes de vacaciones recreativas ofrecidos por instituciones públicas y privadas.

2.2.4 Atributos diferenciadores. Como atributo diferenciador se plantea la fusión de dos servicios dispersos en el mercado como son: Los institutos con planta física y cobros mensuales versus las asesorías particulares sin planta física y cobros por horas.

Así se logra ofrecer un servicio que toma la comodidad de la planta física dotada de los materiales académicos necesarios y requeridos por el cliente, junto con la conveniencia económica de la asesoría por horas. Ofreciendo a sus clientes un pago por mensualidad o diario dependiendo de su capacidad económica, ó requerimientos.

También se ofrece al personal contratado una estabilidad económica a través de vinculaciones directas con la empresa.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial son todos los hogares que componen las ocho comunas del municipio de Floridablanca y que tienen hijos en edad escolar.

2.3.2 Mercado objetivo. Está compuesto por los hogares de estrato 4, 5 y 6 del municipio de Floridablanca que tienen hijos en edad escolar, ubicados principalmente en la comuna II. El estimado de hogares es de 10.755 que representan el 16.5% del mercado potencial.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados.

2.4.1.1 Planteamiento del problema. Existe un nicho del mercado en el municipio de Floridablanca que demanda el servicio de asesorías y acompañamientos académicos, que actualmente se encuentra insatisfecho o no ha sido atendido con las exigencias del mercado, lo cual permite la creación de empresas que suplan estos requerimientos o satisfagan estas necesidades de los clientes potenciales o reales que conforman este mercado.

El estudio de mercados realizado para este proyecto evidenció que muchos estudiantes a nivel de primaria de los diferentes centros educativos oficiales y privados tienen dificultades en el desarrollo académico de algunas materias, por lo que necesitan complementar sus conocimientos para cumplir con sus compromisos académicos.

Sin embargo los resultados de este trabajo arrojaron que el 55% de los padres manifiestan disponer del tiempo necesario para realizar el acompañamiento de tareas a sus hijos, resultados que se analizan pues el 23% de los estudiantes realizan sus tareas en la noche, lo cual pone en duda que el tiempo dedicado por los padres de familia sea el adecuado y el de la calidad esperada para obtener los mejores resultados de los estudiantes.

Según la encuesta anteriormente mencionada, las áreas de mayor dificultad son matemáticas e idiomas, estos resultados son la existencia de una demanda insatisfecha, que se sustenta en el alto nivel de deserción académica que registran los últimos indicadores del DANE (primer semestre 2010), entre los estudiantes que terminan la primaria y comienzan la secundaria.

Así mismo, se puede determinar que el problema real radica en cómo enfrentan los niños sus necesidades académicas, y cómo sus padres la afrontan. En la actualidad son muchos los estudiantes bachilleres, profesores y universitarios quienes prestan este servicio de acompañamiento académico de manera informal, asistiendo a los hogares que requieren el servicio, principalmente referenciados por un familiar o amigo.

Una de las principales razones que manifestaron los padres de familia de ser ellos los que sacan el tiempo para sus hijos, es la falta de un lugar de confianza en el cual puedan llevar a sus hijos y dejarlos más de una hora, esto concuerda con el resultado de que en el municipio de Floridablanca solo el 30% de los padres encuestados conocen de un lugar donde brinden el servicio de asesorías.

2.4.1.2 Necesidades de información.

- Determinar claramente cuál es el objetivo del servicio a prestar, sus características tangibles e intangibles, el servicio plus y demás aspectos que lo componen.

- Identificar el mercado potencial y objetivo con su respectiva caracterización geográfica, cultural y social.
- Identificar y cuantificar la demanda actual a través de una encuesta al mercado potencial determinando su tendencia y frecuencia.
- Conocer las empresas existentes o personas que brindan los mismos servicios, cuáles son sus horarios y beneficios adicionales. De igual forma las preferencias de los consumidores frente a este servicio.
- Conocer cuáles son los canales de distribución que están utilizando actualmente la competencia.
- Estudiar los precios que ofrece la competencia con sus ventajas y desventajas frente al mercado.
- Determinar que tan efectiva es la publicidad que utiliza la competencia, su estructura y cantidad para establecer cuál es el canal de distribución a utilizar para llegar al consumidor final.

2.4.1.3 Ficha técnica de la demanda.

Tabla 1. Ficha técnica de la demanda.

<p>Tipo de investigación</p>	<p>Está basado en dos tipos de investigación: Explorativo y Descriptivo. El primero hace mención a los conocimientos previos obtenidos de la práctica misma de la asesoría de tareas y la información no formal que se ha recopilado en el transcurso del estudio de este proyecto; la cual es concluyente para delimitar las variables a investigar y establecer los nexos de la relación entre ellas, con el fin de determinar un diagnóstico que lleve a sugerir conclusiones viables para la realización del proyecto.</p>
-------------------------------------	--

	De igual forma tiene una parte descriptiva por la misma delimitación que se le está dando a la población y las características que la componen.
Método de investigación	El principal método a utilizar es la observación y la inducción, porque la base principal de este trabajo son los resultados que arroja la observación directa de la educación infantil y los métodos que los padres utilizan para suplir las necesidades educativas de sus hijos de tal forma que se pueda argumentar el problema de la investigación.
Fuentes de información	<p>FUENTES PRIMARIAS: Se utiliza la encuesta como instrumento para obtener la información que requiere el estudio de mercados, determinar que aceptación puede llegar a tener el servicio de asesorías, ya que al ser dirigida se obtienen apreciaciones propias de los padres lo cual crea un nivel de confianza en los datos obtenidos.</p> <p>Esta encuesta se realizará sobre la muestra tomada de los hogares ubicados en la comuna II del municipio de Floridablanca, estratificados en los niveles 4, 5 y 6, con hijos que cursan la primaria.</p> <p>Como Fuentes Secundarias se toman las estadísticas a nivel de educación que arroja el DANE, el plan sectorial 2006 – 2010, revistas, documentales e Internet basados en educación y la proyección de la misma en un futuro.</p>
Técnicas de recolección de investigación	La información obtenida a través de la encuesta se presenta tabulada y graficada para mayor comprensión de los resultados obtenidos.

Instrumento para recolectar la información	El instrumento será la encuesta con preguntas estructuradas a determinar las necesidades y las expectativas del consumidor final.
Modo de aplicación	Dirigida, el grupo de trabajo realiza las preguntas y apunta las respuestas, tomando cualquier otra percepción o aporte que pueda dar el encuestado.
Definición de población	<p>Según la información suministrada por la oficina de planeación de la Alcaldía de Floridablanca, este municipio está conformado por 260 barrios, los cuales están divididos en 8 comunas. Donde se concentran 261.142 personas en 65.185 hogares. De acuerdo con la estratificación de cada sector, se estima que el 81.87% de las viviendas se encuentran en los estratos 1, 2 y 3; el 11,03% en el estrato 4 y sólo el 5,47% en los estratos 5 y 6. Según la secretaría de planeación municipal, la información corresponde a los datos suministrados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, gracias al censo general realizado en 2005.</p> <p>Como delimitación para esta investigación los estratos sensibles del mercado objetivo son los 4, 5 y 6, ubicados principalmente en la comuna II.</p>
Determinación de la muestra	<p>Se aplica la fórmula para población finita, con un margen de error del 5%.</p> <p>n = Tamaño de la muestra Z = Nivel de confianza (en este caso aplica el valor de 1.95) p = Variabilidad Positiva (0.5) q = Variabilidad Negativa (0.5)</p>

	<p>N = Tamaño de la población – hogares (10.755) E = Precisión o Error (0.05)</p> $n = \frac{Z^2 (N)(P_o)(Q_o)}{e^2 (N-1) + Z^2 (P_o)(Q_o)}$ $n = \frac{(1.95)^2 (10.755)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (10.755 - 1) + (1.95)^2 (0.5)(0.5)}$ <p>Al aplicar la formula obtenemos que n = 366</p>
<p>Marco muestral</p>	<p>Considerando que la población total del municipio de Floridablanca es de de 65.185 hogares distribuidos así:</p> <p>Estrato 1 – 8,63% Estrato 2 – 42,80% Estrato 3 – 30,44% Estrato 4 – 11.03% Estrato 5 – 4.96% Estrato 6 – 0.51% Sin estrato - 1,64%</p> <p>Información suministrada por la Oficina de Planeación de la Alcaldía de Floridablanca</p>

	Relación unidades muestrales:																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ESTRATOS</th> <th>HOGARES</th> <th>PORCENTAJE</th> <th>NUMERO ENCUESTAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Estrato 4</td> <td>7190</td> <td>67</td> <td>245</td> </tr> <tr> <td>Estrato 5</td> <td>3233</td> <td>30</td> <td>110</td> </tr> <tr> <td>Estrato 6</td> <td>332</td> <td>3</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>10755</td> <td>100</td> <td>366</td> </tr> </tbody> </table>	ESTRATOS	HOGARES	PORCENTAJE	NUMERO ENCUESTAS	Estrato 4	7190	67	245	Estrato 5	3233	30	110	Estrato 6	332	3	11	Total	10755	100	366
ESTRATOS	HOGARES	PORCENTAJE	NUMERO ENCUESTAS																		
Estrato 4	7190	67	245																		
Estrato 5	3233	30	110																		
Estrato 6	332	3	11																		
Total	10755	100	366																		
Alcance	La investigación se realizará en la comuna II del Municipio de Floridablanca Santander.																				
Tiempo de aplicación	Del 20 de Febrero al 15 de Marzo de 2011.																				

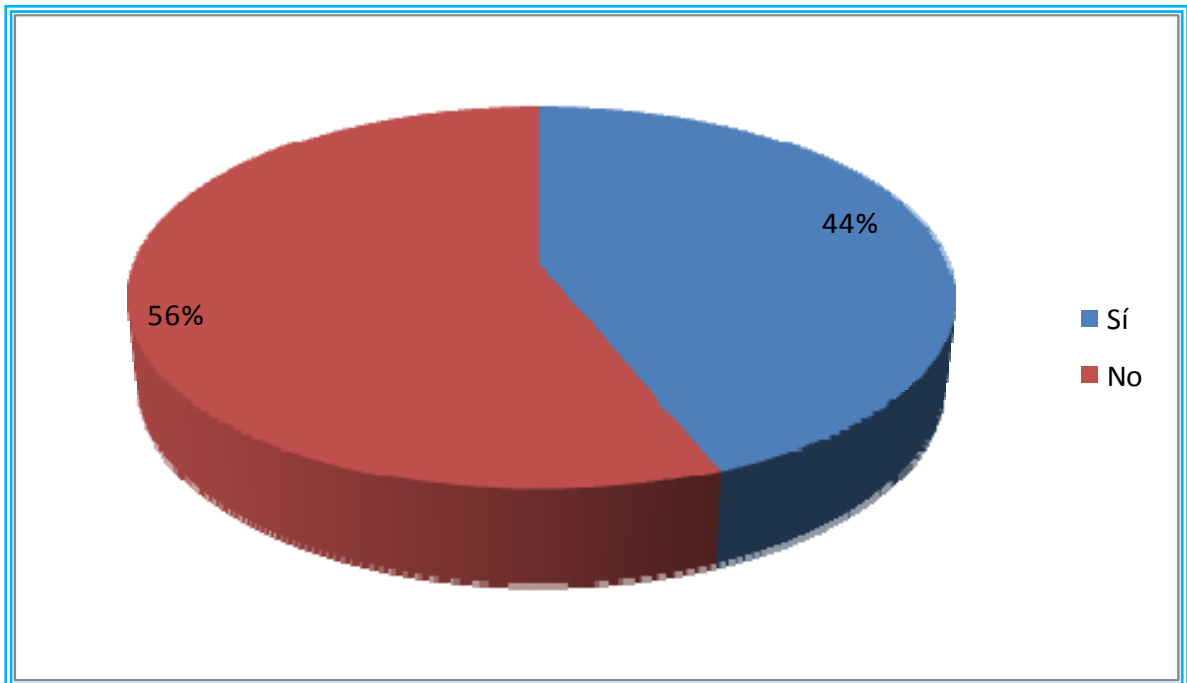
2.4.2 Tabulación, presentación, y análisis de resultados

Pregunta 1. ¿Tiene usted hijos en primaria?

Tabla 2. Hogares con hijos en primaria

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	161	44%
No	205	56%
TOTAL	366	100%

Gráfico 1. Hogares con hijos en primaria



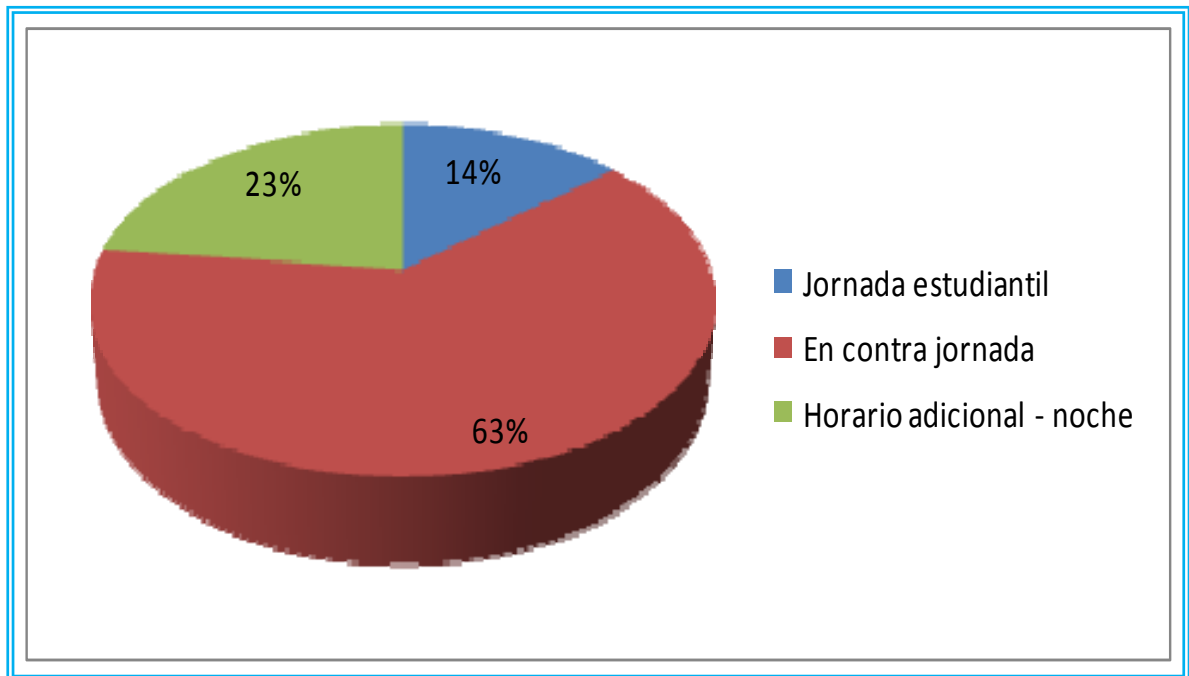
El 44% de los hogares que residen en la comuna 2 de Floridablanca tiene niños en primaria, constituyéndose este dato en factor importante al momento de estimar la demanda potencial, y planear estrategias publicitarias.

Pregunta 2. ¿En qué momento realiza las tareas su hijo?

Tabla 3. Momento para realizar tareas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Jornada estudiantil	22	14%
En contra jornada	102	63%
Horario adicional - noche	37	23%
TOTAL	161	100%

Gráfico 2. Momento para realizar tareas



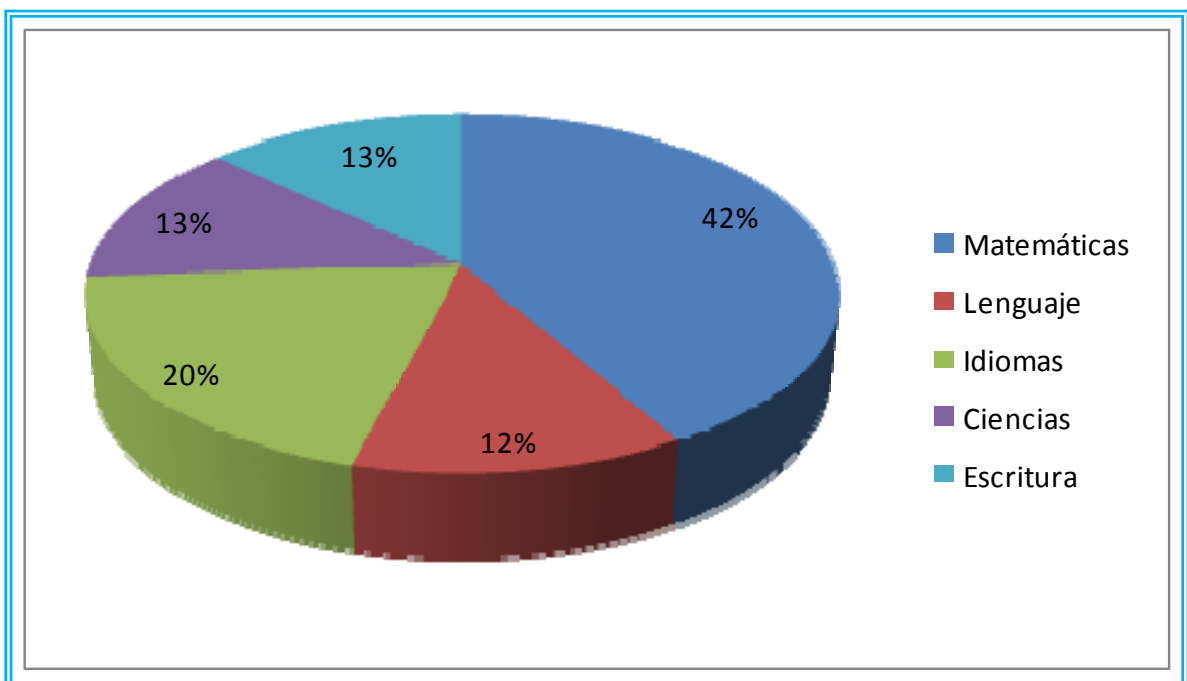
En el 63% de los hogares donde hay hijos en primaria, éstos realizan sus tareas en contra jornada, es decir, en la jornada en que no están realizando sus actividades académicas normales, hay un buen porcentaje que las realiza en horas de la noche (23%). Muy pocos son los estudiantes que realizan las tareas durante la jornada estudiantil. De cualquier forma, la empresa puede adoptar decisiones sobre el horario de funcionamiento con base a ese 86% de la población que no realiza sus tareas en el colegio, de donde se visualiza una oportunidad de mantener el servicio durante todo el día.

Pregunta 3. ¿Cuáles considera usted que son las áreas de mayor dificultad para su hijo?

Tabla 4. Áreas de mayor dificultad

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Matemáticas	67	42%
Lenguaje	20	12%
Idiomas	32	20%
Ciencias	21	13%
Escritura	21	13%
TOTAL	161	100%

Gráfico 3. Áreas de mayor dificultad



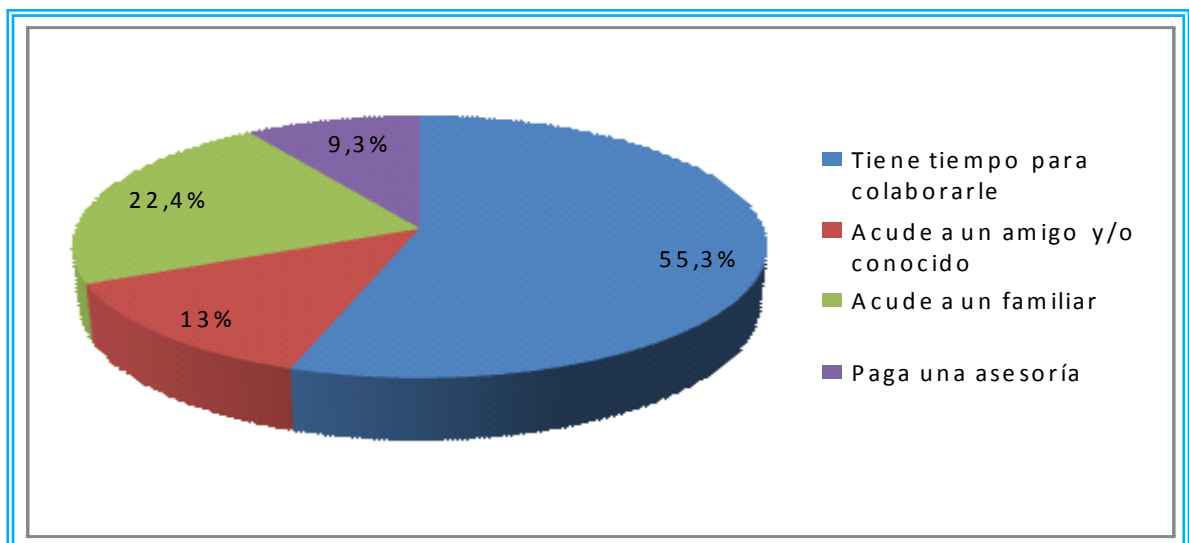
Las matemáticas y los idiomas son las dos áreas de mayor dificultad para los estudiantes: según la información obtenida el 42% de los estudiantes tiene dificultades con matemáticas, y el 20% con los idiomas. Esta respuesta orienta el tipo de oferta que debe tener la empresa para salir al mercado de una forma atractiva creando la necesidad en el cliente, así mismo, permite estructurar el área principal a reforzar por la empresa en su plan de mercadeo.

Pregunta 4. Cuando su hijo necesita apoyo con las tareas, usted:

Tabla 5. Fuente de apoyo académico de los niños

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Tiene tiempo para colaborarle	89	55,3%
Acude a un amigo y/o conocido	21	13%
Acude a un familiar	36	22,4%
Paga una asesoría	15	9,3%
TOTAL	161	100%

Gráfico 4. Fuente de apoyo académico de los niños



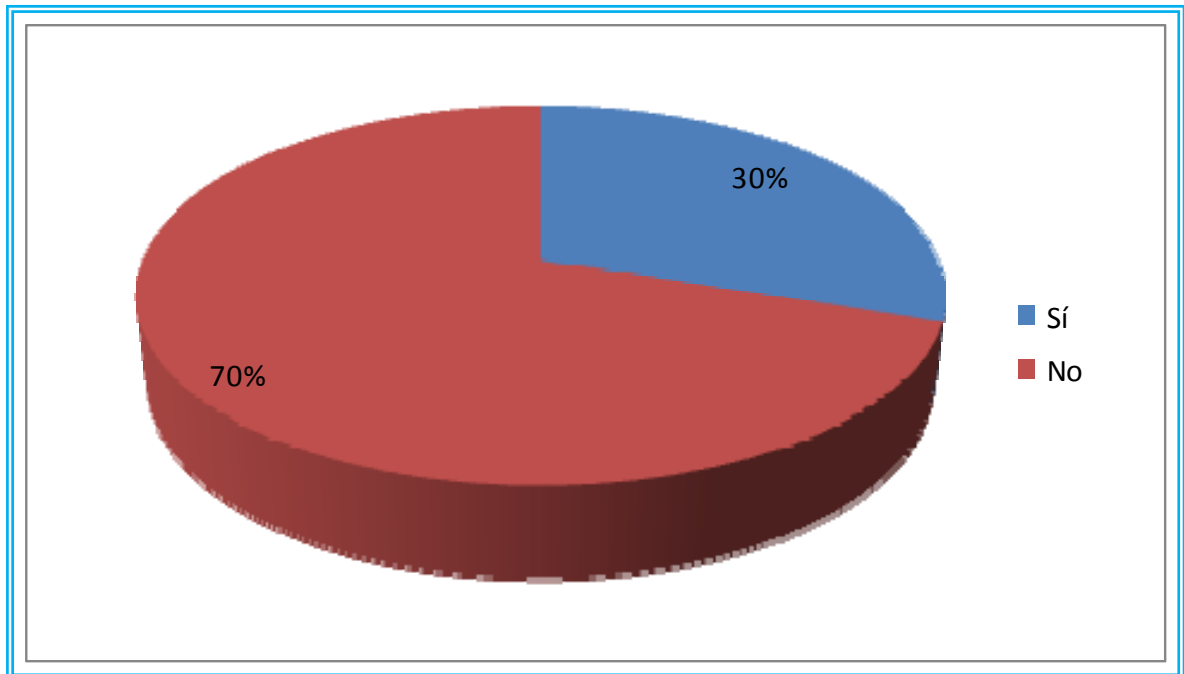
La tendencia de pagar asesorías para apoyar la realización de tareas es pequeña, sólo el 9% de los padres de familia donde hay niños en primaria así lo confirman; esto se debe en parte a que el 55% manifiesta que dispone de tiempo para colaborar a sus hijos en esta responsabilidad escolar. Aunque los padres de familia permanecen más tiempo en el trabajo, demuestran compromiso con la educación de sus hijos; pero dedicar tiempo y tener buenas intenciones no es suficiente, es necesario estar capacitados para asesorar adecuadamente a los niños; estos hogares se pueden convertir en clientes esporádicos de la nueva empresa, para cubrir falencias en las áreas problema, donde el servicio por horas sería de gran aceptación: en el mercadeo del servicio se deben diseñar planes atractivos y convincentes para este tipo de clientes.

Pregunta 5. ¿Conoce algún lugar en donde asesoran tareas? ¿Cuál?

Tabla 6. Se conoce de lugares donde asesoran tareas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	110	30%
No	256	70%
TOTAL	366	100%

Gráfico 5. Se conoce de lugares donde asesoran tareas



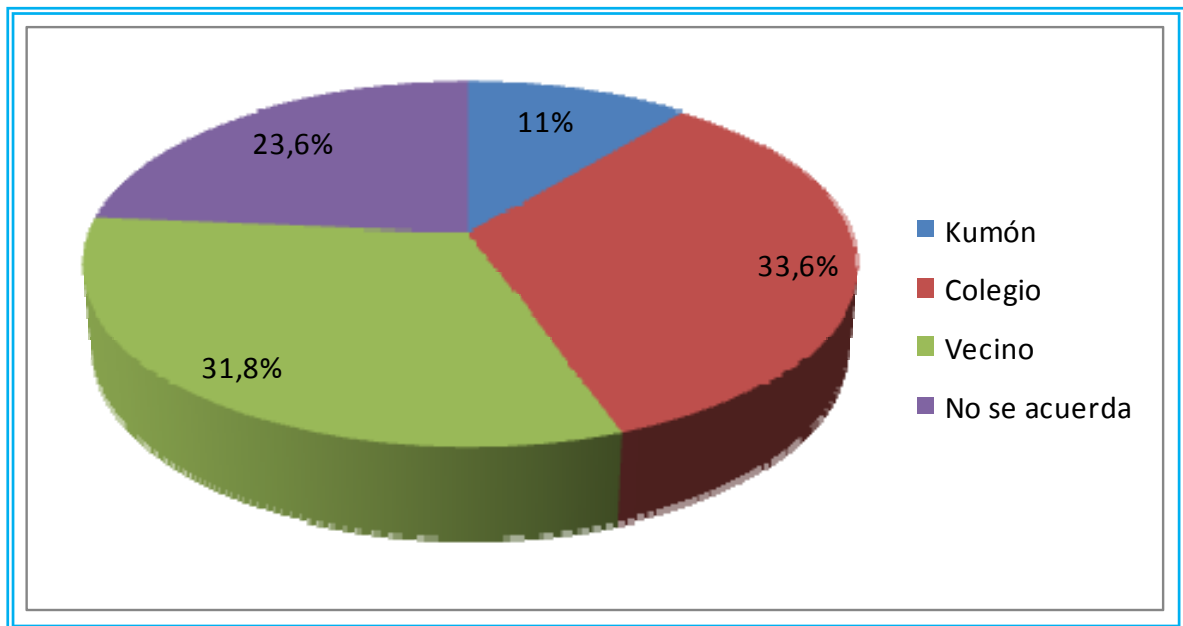
Sólo el 30% de la población afirma conocer un lugar donde asesoran tareas; es evidente la falta de publicidad que hay en las empresas que ofrecen este servicio, o de efectividad en los medios publicitarios empleados.

Para la campaña publicitaria de la nueva empresa, es necesario invertir recursos financieros representativos de modo que se logre posicionamiento de la empresa y su servicio.

Tabla 7. Lugares donde asesoran tareas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Kumón	12	11%
Colegio	37	33,6%
Vecino	35	31,8%
No se acuerda	26	23,6%
TOTAL	110	100%

Gráfico 6. Lugares donde asesoran tareas



De ese 30% de la población que conoce de lugares donde se brinda asesoría de tareas, sólo el 11% recuerda a Kumón como empresa con dedicación exclusiva a ello, los demás porcentajes se distribuyen entre el colegio donde estudia el hijo (33%), el vecino (32%), y un porcentaje representativo afirma conocer de lugares donde prestan el servicio pero no recordar cómo se llama. Con esta información

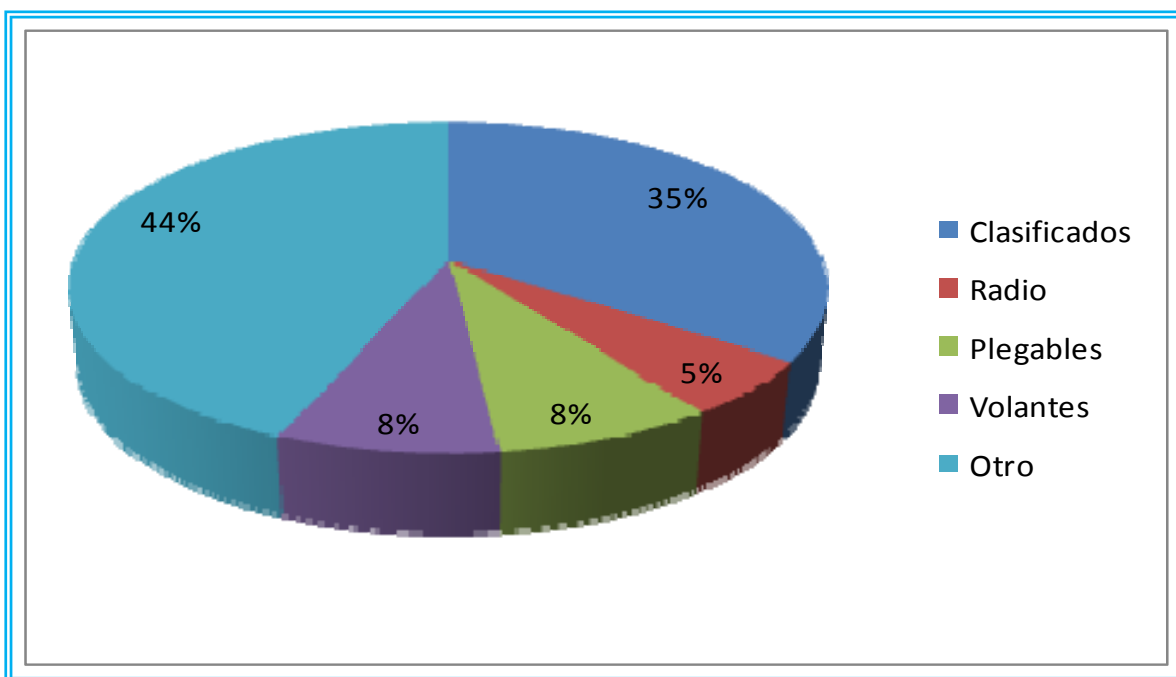
se puede empezar a identificar cómo está repartido el mercado para esta clase de servicio.

Pregunta 6. ¿Cómo conoció el lugar o la persona que le brinda asesoría?

Tabla 8. Medio de publicidad de quienes brindan el servicio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Clasificados	38	35%
Radio	6	5%
Plegables	9	8%
Volantes	9	8%
Otro	48	44%
TOTAL	110	100%

Gráfico 7. Medio de publicidad de quienes brindan el servicio



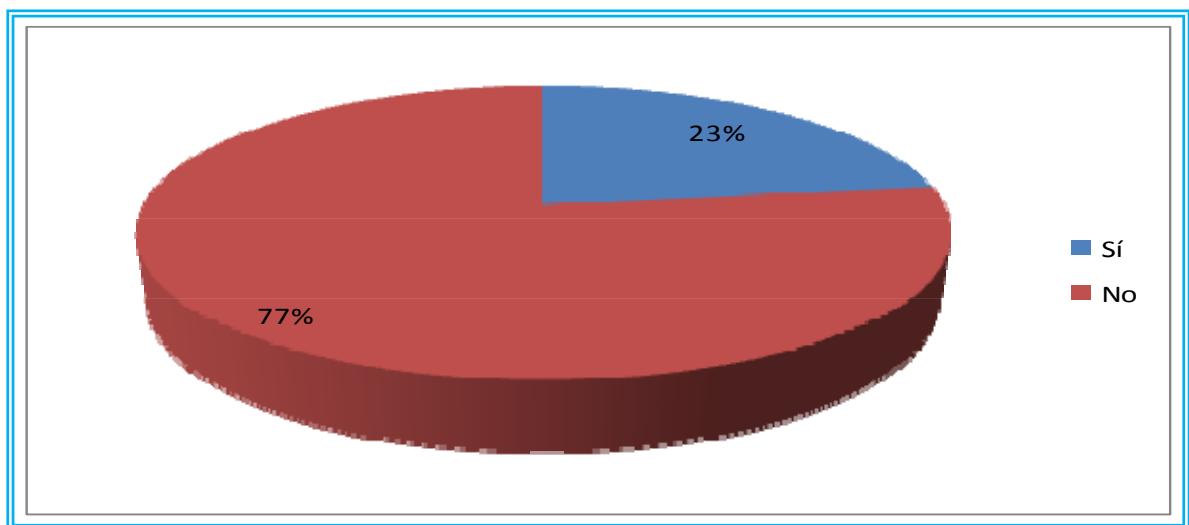
Es evidente que el medio publicitario más usado es el voz a voz con un 44% de participación, pues sólo una empresa como Kumón invierte en publicidad por otros medios como clasificados y publicidad impresa, representando el 43%. Sin embargo es de vital importancia recordar que un buen voz a voz lo da la experiencia, la calidad del servicio y el tiempo, razón por la cual la empresa debe ser agresiva en su plan de mercadeo para que impacte a la población y genere la expectativa que los lleve a querer conocer la empresa superando la lectura de un volante (utilizado por la competencia). Es recomendable explotar los medios masivos como radio y televisión que generan en el publico mayor recordación.

Pregunta 7. ¿Recibe su hijo asesorías de tareas en el colegio?

Tabla 9. Hijos que reciben asesorías de tareas en el colegio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	37	23%
No	124	77%
TOTAL	161	100%

Gráfico 8. Hijos que reciben asesorías de tareas en el colegio



El 23% de los estudiantes reciben asesoría para la realización de tareas directamente en el colegio donde estudian, convirtiendo a estos colegios en competencia directa de este proyecto.

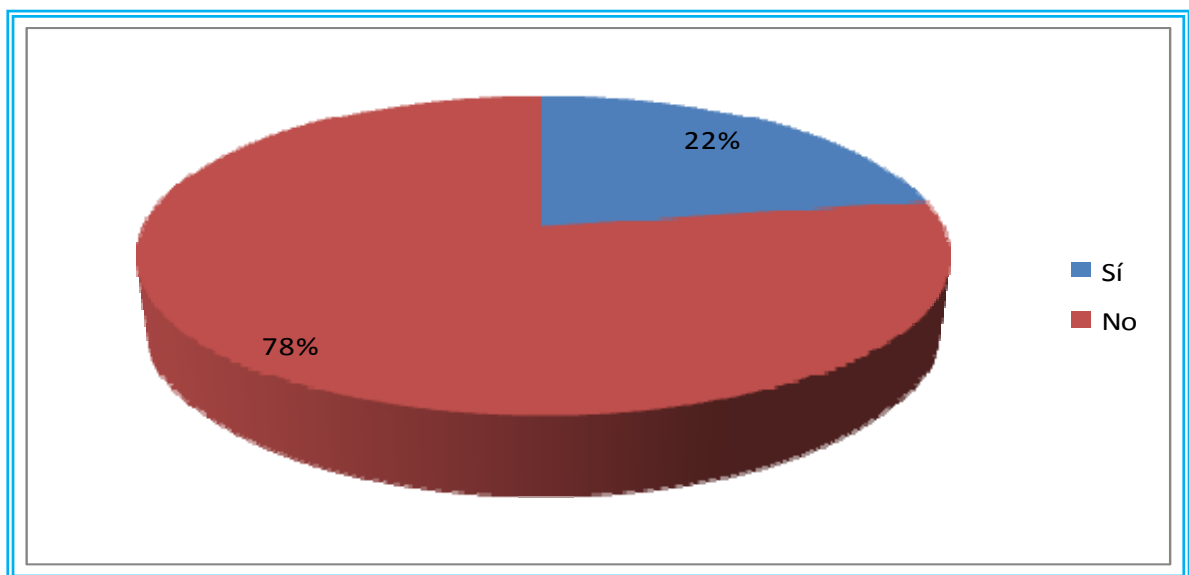
En la investigación de la oferta se hace necesario determinar cuántos colegios prestan este servicio, y el grado de aceptación que tienen por parte de los padres y de los mismos estudiantes.

Pregunta 8. ¿Le paga usted o le ha pagado asesoría de tareas a su hijo? ¿Cuánto por hora?

Tabla 10. Padres que han pagado asesorías de tareas a sus hijos

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	36	22%
No	125	78%
TOTAL	161	100%

Gráfico 9. Padres que han pagado asesorías de tareas a sus hijos

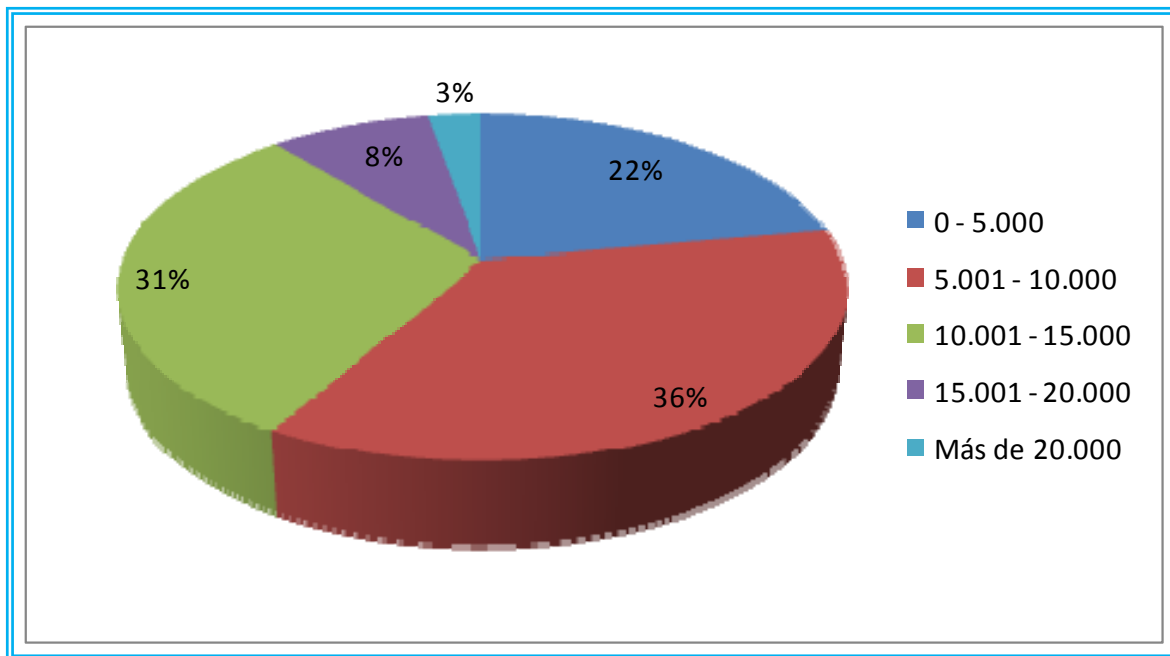


Pagar a terceras personas para asesorar en la realización de tareas de los hijos se fortalece en los hogares de Floridablanca, así lo demuestra el 22% de la población objetivo; por lo que este gasto empieza a ser parte de la canasta familiar.

Tabla 11. Valor hora asesoría tareas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%	MEDIA DE CLASE	PROM POND
0 - 5.000	8	22%	2.500	550
5.001 - 10.000	13	36%	7.500	2.700
10.001 - 15.000	11	31%	12.500	3.875
15.001 - 20.000	3	8%	17.500	1.400
Más de 20.000	1	3%	20.000	600
TOTAL	36	100%		9.125

Gráfico 10. Valor hora asesoría tareas



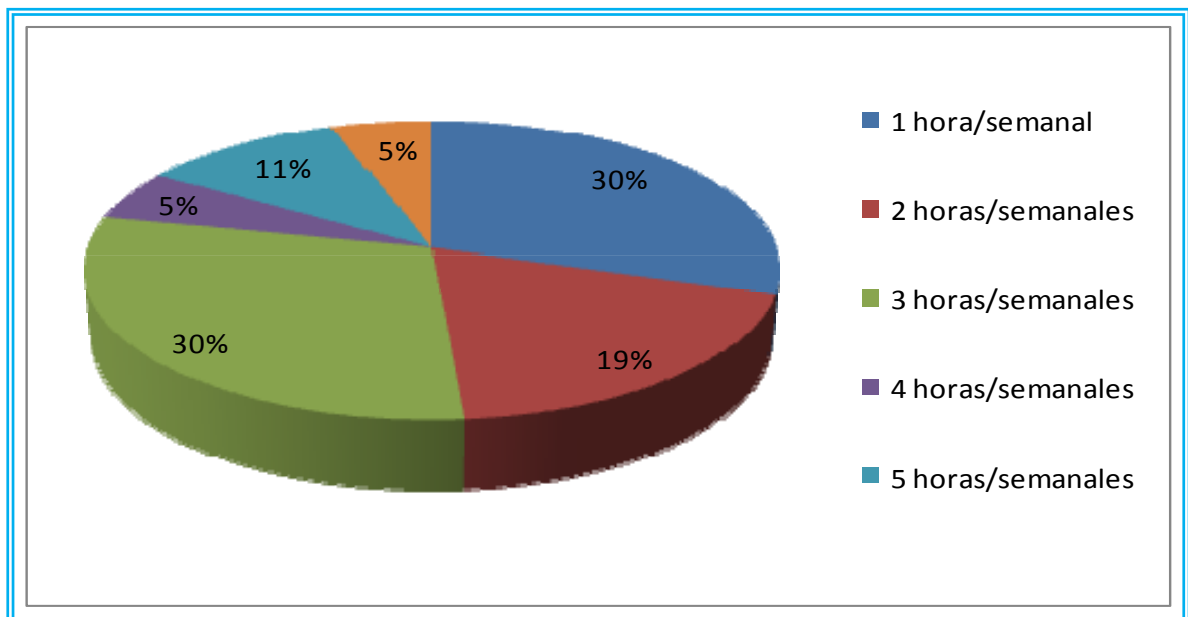
Revisando la tabla 11 se establece que el precio (de acuerdo al promedio ponderado) que pagan los padres de familia por cada hora de asesoría es de \$9.097.

Pregunta 9. ¿Cuántas horas recibe su hijo asesorías de tareas?

Tabla 12. Horas semanales de asesorías por hijo

RESPUESTA	FRECUENCIA	%	PROM POND
1 hora/semanal	11	30%	0,30
2 horas/semanales	7	19%	0,38
3 horas/semanales	11	30%	0,89
4 horas/semanales	2	5%	0,22
5 horas/semanales	4	11%	0,54
Más de 5 horas/semanales	2	5%	0,32
Total	37	100%	2,65

Gráfico 11. Horas semanales de asesorías por hijo



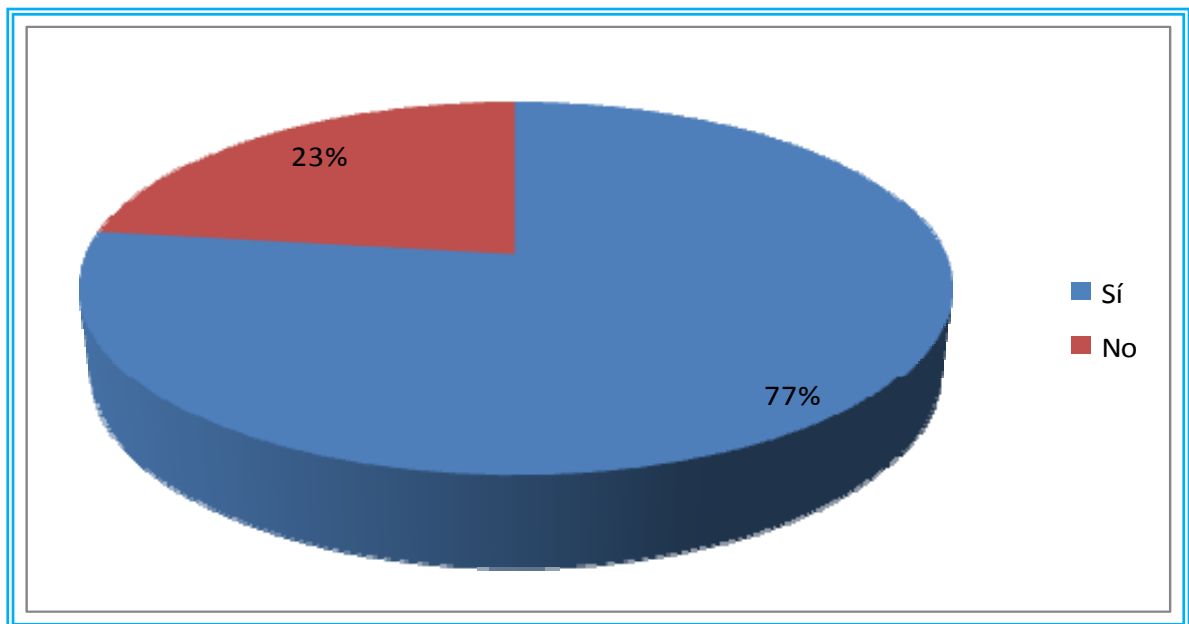
Existe un promedio ponderado de 2.65 horas semanales de asesoría para cada niño en primaria. Este dato, cruzado con el precio por hora y la información de la Tabla 1, ayudará en la estimación de la demanda, así como a determinar cuál es la carga laboral que requiere la empresa para cubrir la demanda o si ésta es determinante para la ejecución y viabilidad del proyecto.

Pregunta 10. ¿Estaría usted dispuesto a pagar para que su hijo asista a un centro especializado en asesorías de tareas?

Tabla 13. Disposición a pagar por el servicio de un centro especializado en asesorías.

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	124	77%
No	37	23%
TOTAL	161	100%

Gráfico 12. Disposición a pagar por el servicio de un centro especializado en asesorías.



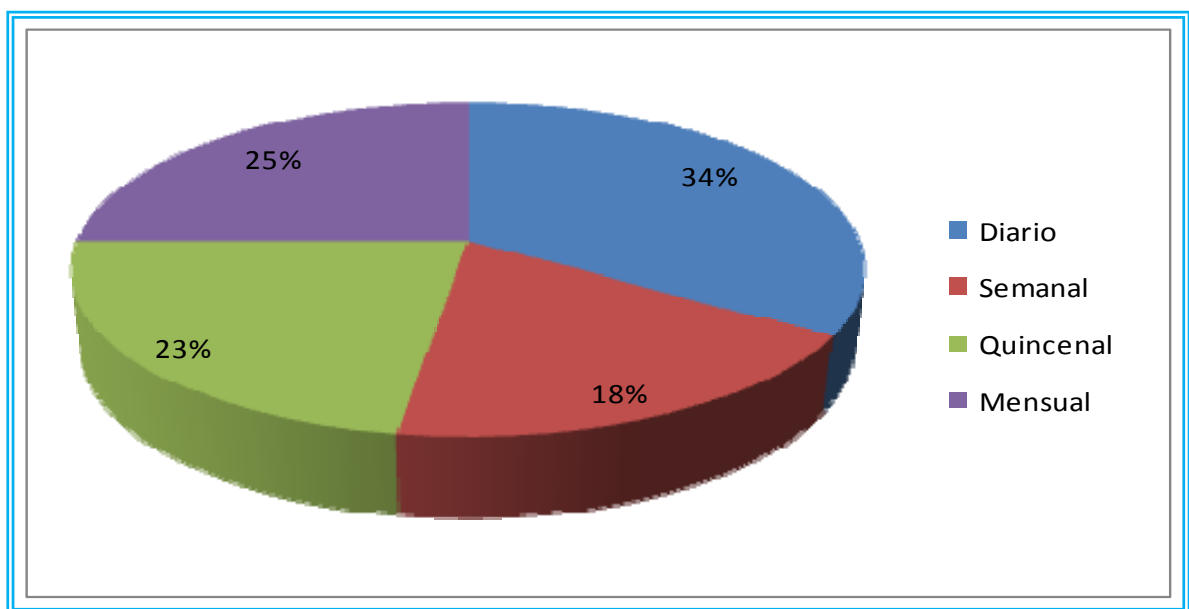
Actualmente, la población Florideña presenta gran disposición a pagar por el servicio de un centro especializado en asesorías; esto lo confirma el gráfico anterior, el 77% tiene esta actitud, contra el 23% que no está dispuesto. Como empresa, la aceptación del servicio que prestará, implica la seguridad de un futuro prometedor, pudiendo hacer las inversiones necesarias con mayor tranquilidad.

Pregunta 11. ¿Cómo le gustaría pagar las asesorías?

Tabla 14. Forma de pago preferido

RESPUESTA	FRECUENCIA	%	PROMEDIO MENSUAL
Diario	42	34%	$42 \times 30 = 1.260$
Semanal	23	19%	$23 \times 4 = 92$
Quincenal	28	23%	$28 \times 2 = 56$
Mensual	31	25%	$31 \times 1 = 31$
TOTAL	124	100%	$1439 / 124 = 11,6$

Gráfico 13. Periodo de pago preferido



Se obtiene que el 34% de la población prefiere pagar las asesorías día por día, favoreciendo el flujo de dinero de la empresa. Sin embargo, es importante mirar que el 48% prefiere pagar quincenal y mensualmente, de esta manera se puede enfocar una buena estrategia comercial que capture este mercado con planes de descuentos por volumen de horas contratadas permitiendo a la empresa proyectar sus gastos y asegurar el pago de proveedores respectivamente.

2.4.3 Estimación de la demanda. Para determinar la demanda se hará uso de la información obtenida a través de la encuesta aplicada, específicamente las preguntas 1, 8, 9.

El 44% de los hogares de estrato cuatro, cinco, y seis de Floridablanca tienen niños cursando la básica primaria.

$10.755 \text{ hogares} * 44\% = 4.302 \text{ hogares} * 1.3 \text{ niños por hogar} = 5.592 \text{ niños en primaria.}$

Con esta información y la obtenida en la pregunta 8 y 9 se elabora el siguiente cuadro donde se halla las horas anuales del servicio.

Tabla 15. Horas anuales de servicio

HORAS ANUALES DE SERVICIO	
Promedio hora / Semanal	2,65
Número de niños en primaria	5.592
Total horas semanales	14.819
Porcentaje que pagan asesorías	0,22
Hora semanales demandadas	3.260
Semanas al año	48
Total horas anuales demandas	156.489

Demanda anual = **156.489 horas**

El valor medio de la hora de asesoría está en \$ 9.125 (pregunta 8).

Demanda anual = 156.489 horas * \$ 9.125 = **\$ 1.427.962.125**

2.4.4 Evolución histórica de la demanda. El servicio de asesorías académicas tiene alcance a nivel nacional y se presta por empresas, personas naturales y jurídicas, sin embargo las legalmente constituidas conforme a las normas colombianas son muy pocas.

Razón por la cual se ha podido determinar que en el estado Colombiano no existen cifras históricas sobre las horas de servicios de asesorías académicas en años anteriores, esto se debe a que las pocas empresas que prestan el servicio no tienen una entidad que regule y recopile la cantidad de horas que prestan por el servicio de asesorías académicas.

Para mayor comprensión del crecimiento que ha tenido la población del municipio de Floridablanca se presenta la proyección de esta, elaborada por el DANE, con base al censo del año 2005.

Tabla 16. Proyección de la población del municipio de Floridablanca.

PROYECCIÓN POBLACION DEL MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA						
2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
256.281	257.631	258.882	260.042	261.142	262.165	263.095

2.4.5 Proyección de la demanda. Para hacer la proyección de la demanda se tomará como base el crecimiento poblacional establecido para Floridablanca, el cual está en 2.04% para la cabecera municipal, según el DANE (Departamento Nacional de Estadística). Esta proyección se basará en las horas anuales de servicio de asesoría de tareas para niños en básica primaria, y se aplicará la fórmula del Valor Futuro:

$$F = P (1 + i) ^ n$$

Donde;

P = 156.489 horas anuales

i = 2.04%

n = años 1 a 5

Tabla 17. Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA EN HORAS	DEMANDA \$
2012	159.681	1.457.092.552
2013	162.939	1.486.817.240
2014	166.263	1.517.148.312
2015	169.655	1.548.098.138
2016	173.116	1.579.679.340

2.5 LA OFERTA

2.5.1 Estimación de la oferta. De los tres frentes analizados, se decide que son los profesores, por su cantidad, disponibilidad, y por estar involucrados en los otros frentes, los que verdaderamente compiten con este proyecto. Por la falta de

una base de datos de profesores que permita aplicar encuestas, la estimación de la oferta anual se basará en el número de profesores (registrados en la Secretaría de Educación del municipio de Floridablanca) y el número de horas anuales que ellos podrían prestar este servicio:

$$\begin{aligned}\text{Horas anuales por profesor} &= 40 \text{ semanas académicas} * 3 \text{ horas semanales} \\ &= 40 * 3 = \mathbf{120 \text{ horas}}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Oferta anual} &= \text{número de profesores} * \text{horas anuales x profesor de asesorías} \\ &= 1.146 * 120 = \mathbf{137.520 \text{ horas anuales}}\end{aligned}$$

2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia. Existen tres frentes que ofrecen este servicio en el municipio: los colegios privados, las empresas constituidas, y los profesores. Se analizará cada uno de ellos para determinar si pueden convertirse en la oferta representativa del servicio.

En la investigación realizada sobre la oferta del servicio de asesoría de tareas, se conoció que Floridablanca cuenta con 150 colegios privados y 76 oficiales, para un total de 226 instituciones educativas; también se conoció que donde se ofrece el servicio es en colegios privados: de estos 150, la mayoría atienden a estratos 1, 2, 3, quedando muy pocos que puedan ofrecer el servicio a los niños de los hogares objetivo del proyecto.

Por otra parte, en el municipio existen dos empresas que prestan el servicio de asesoría educativa (Directorio Telefónico de Bucaramanga); ellas son: Kumón sede Cañaveral, y Logros. En la siguiente matriz se compara las empresas en mención.

Tabla 18. Empresas de asesorías de tareas

	KUMÓN	LOGROS
Ubicación	Cr 22 35-102 Cañaveral Plaza	Cr 23 30 ^a -45 Cañaveral
Teléfono	6396423	6386884
Servicios	Método de enseñanza especial en matemáticas y lengua materna, empleando el método Kumón.	Asesorías en general
Antigüedad	Desde 1954	Sin información
Cubrimiento	Mundial	Local
Fortalezas	Método reconocido, venta de franquicias, sede apropiada.	Sede apropiada
Debilidades	Alto costo. Dejan tareas, publicidad limitada a impresos.	Poca publicidad.

El tercer frente lo integran los 1.146 profesores que están registrados en la Secretaría de Educación del municipio de Floridablanca: estos profesores, en su mayoría, por no hablar de la totalidad, prestan el servicio gratuitamente o mediante el cobro de una tarifa por hora.

2.5.3 Proyección de la oferta. Según la Secretaría de Educación de Floridablanca, el número de profesores inscritos, en lugar de aumentar año tras año, tiende a disminuir anualmente -por razones que no pudieron precisar- donde la tasa de disminución está en 0,7% anual.

Aplicando esta tasa negativa a la oferta se logra su proyección para los siguientes años, mediante la fórmula de Valor Futuro.

$$F = P (1 + i) ^ n$$

Donde;

P = 137.520 horas anuales

i = - 0,7%

n = años 1 a 5

Tabla 19. Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA EN HORAS
2012	136.557
2013	135.601
2014	134.652
2015	133.710
2016	132.774

2.6 RELACIÓN DEMANDA Y OFERTA

2.6.1 Demanda insatisfecha.

Tabla 20. Proyección demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA EN HORAS	OFERTA EN HORAS	DEMANDA INSATISFECHA
2012	159.681	136.557	23.124
2013	162.939	135.601	27.338
2014	166.263	134.652	31.611
2015	169.655	133.710	35.945
2016	173.116	132.774	40.342

Revisando el cuadro anterior, se puede concluir que si existe demanda insatisfecha (14.48% de la demanda anual) por lo que no es necesario entrar a competir agresivamente para participar en el mercado de este tipo de servicio.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Dada la intangibilidad del servicio, el proceso de producción y la actividad de venta requiere a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor por lo tanto se emplea un canal directo.¹⁴

Y este último es el empleado por las empresas actuales, pues no utilizan agentes para ofertar su servicio.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. Dada la intangibilidad del servicio, la principal ventaja de un canal Productor- Consumidor es el contacto personal entre la empresa y sus clientes, obteniendo de primera mano las observaciones o mejoras inmediatamente que debe realizar la empresa para ser competitiva, de igual forma se fortalece un medio de publicidad de voz a voz que según las encuestas en la actualidad representa el 44% de la decisión de compra del cliente.

La principal desventaja que se encuentra en los canales actuales es que los Productores del servicio esperan a que el consumidor llegue a ellos, limitando la cobertura de las zonas de influencia del proyecto, y generando una falta de recordación del servicio por parte de los clientes.

¹⁴ JANY CASTRO, JOSÉ NICOLÁS. Investigación integral de mercados, avances para el nuevo milenio. Santafé de Bogotá, p. 343, 2009.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Para este proyecto se toma el mismo canal de distribución existente y utilizada por la competencia Productor – Consumidor, ya que dentro de la estructura de la empresa no existen agentes comerciales.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Según las encuestas realizadas se pudo analizar que las empresas o personas manejan diversos precios, según los desplazamientos, tiempo, métodos y temas. Sin embargo, existe un promedio por hora de \$ 9.125

Este precio se considera un poco bajo dada las características del servicio que ofrece el proyecto, sin embargo es referente para salir al mercado competitivamente.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La fijación de precios se plantea orientada a la demanda ya que no se cuenta con un líder representativo en esta área. Sin embargo se quiere adquirir un prestigio y reconocimiento en este servicio por lo que sus clientes exigirán distinción y posición, de esta forma no se manejarán los precios más bajos del mercado actual.

Como la demanda actual requiere diferentes formas de pago, se debe plantear como estrategia de precios el manejo de paquetes de horas, facilitando así las formas de pago.

Los clientes obtienen descuentos porcentuales a mayor cantidad de horas pagas por adelantado.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos.

- Informar de los servicios a prestar por el centro de servicios y asesorías académicas al mercado objetivo, en busca de perfilar e identificar la calidad y marca de la empresa.
- Persuadir al consumidor con la existencia de una necesidad de asesorías académicas para que adquieran los servicios directamente en las instalaciones de la empresa.
- Alcanzar la recordación del consumidor a través de un servicio, ágil, fácil y oportuno, siendo los resultados su sello de calidad.

2.9.2 Logo. La publicidad y la mercadotecnia conocen muy bien las sensaciones y emociones que los colores tienen sobre las personas, razón por la cual se han realizado estudios sobre la influencia de determinados colores a la hora de conseguir una u otra sensación.

Para el logotipo se trabajó con base a tres colores principalmente por su impacto y relación con el tipo de servicio:

Azul: Por su efecto tranquilizador para la mente es el color de mayor participación en el logo, combinado en dos tonos, claro y oscuro transmite la madurez y sabiduría del personal que labora en la institución.

Rojo: Transmite la fuerza y energía de los niños, también es un color estimulante de la mente. Se busca inculcar en los niños formas prácticas, ágiles y útiles de estudiar y aprender con facilidad.

Verde: Se usa para estimular la tranquilidad en lugares encerrados así como para simbolizar la naturaleza, por la cual la empresa se identifica al poseer una cultura ecológica, maximizando sus recursos.

Logos con formas geométricas, tienen la ventaja de poder ubicarse fácilmente en todo tipo de espacios y posiciones manteniendo el balance. Este logotipo en forma ovalada representa protección, infinitud, y perfección, tres aspectos que se busca alcanzar una vez se ponga en marcha el proyecto. Así mismo se usan líneas gruesas para lograr mayor impacto.

Figura 3. Logotipo



"TRABAJAMOS PARA CONTRIBUIR CON EL FUTURO DE SUS HIJOS"

2.9.3 Lema. “Trabajamos de la mano para contribuir con el futuro de sus hijos” Este lema da a entender a sus clientes que somos un apoyo emocional y cognitivo para alcanzar el crecimiento intelectual de sus hijos. Creando una conexión emocional con los padres.

2.9.4 Análisis de medios. Según José Nicolás Jany Castro en su libro Investigación Integral de Mercados, cuarta edición, dice que los medios publicitarios son los instrumentos a través de los cuales es posible llevar el mensaje publicitario a la audiencia objetiva. Clasificándolos en 5 medios de gran importancia:

La prensa. Constituye el medio clásico impreso, es el de mayor alcance y cubrimiento y por supuesto el de mayor penetración. Tiene la gran ventaja de ser flexibles y rápidos, pero tienen un periodo de vida muy corta.

La revista. Se ha venido ampliando este mercado en los últimos cuatro años (2005 – 2009) lo que ha permitido que su grado de selectividad sea bastante amplio con respecto a otros medios. La revista tiene vida más larga que los periódicos, siendo su grupo de lectores de clases sociales más altas. Una de sus desventajas es el costo y poco ágil por su proceso para seleccionar un espacio en ella.

La radio. Es el medio clásico auditivo. Es quizá el medio de mayor penetración, ya que traspasa todas las barreras y llega masivamente a todo el público, sea este alfabeto o analfabeta. Se presenta como el medio ideal para productos de consumo para recordación de marca. La audiencia se encuentra fragmentada entre muchas estaciones. Lo anterior debilita el impacto y hace perder selectividad.

La televisión. Es la de mayor impacto con relación a los mensajes publicitarios por ser un medio grande y espectacular. Su costo es el más alto entre todos los medios publicitarios. Anunciar por televisión da prestigio al anunciante. Por su costo no está al alcance de todas las empresas.

La publicidad directa por correo. Es una estrategia publicitaria que reúne características tales que la sitúan en un lugar privilegiado dentro de los medios a escoger porque es más versátil, se ajusta con cierta comodidad a todos los presupuestos.

2.9.5 Selección de medios. Colombia se destaca por contar con una de las radios más desarrolladas del mundo, tanto en cobertura como en penetración y tecnología. La radio privada del país tiene una tradición de más de ochenta años, y a pesar de la fuerte competencia de los medios audiovisuales, ha logrado mantener una participación importante dentro de la torta publicitaria.¹⁵

Es por esta razón que se determina que el mejor medio de comunicación para dar a conocer el centro de asesorías y servicios académicos en el municipio de Floridablanca y es la radio; la cual no está siendo utilizada en su máxima capacidad por la competencia.

Otro medio seleccionado para complementar la incursión en el mercado es la publicidad directa por la web (páginas sociales, blogs, correo electrónico).

2.9.6 Estrategias publicitarias. Quince días antes de la inauguración se lanzará una cuña radial que cree expectativa en el mercado objetivo, pero invitándolos a conocer las instalaciones ese mismo día obteniendo grandes descuentos, premios y sorpresas para todos los que asistan. Esta misma información será compartida

¹⁵ Colombia. Ministerio de Cultura. Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, equipo Central de Economía y cultura del Convenio Andrés Bello. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003. 285 p.

por correo de forma masiva, y en páginas sociales gratuitas como twitter y facebook.

Una vez inaugurando en centro de asesorías y servicios académicos se mantendrá informado a todo el mercado objetivo a través de las cuñas radiales, los correos y las páginas sociales gratuitas, creando un blog especial para la empresa, donde los clientes puedan dar sus opiniones, necesidades o preguntas.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

2.9.7.1 Presupuesto de lanzamiento.

Tabla 21. Presupuesto de lanzamiento

PRESUPUESTO DE LANZAMIENTO	
Alquiler salón (sillas, meseros)	2.000.000
Video Bean	160.000
Tarjetas	225.000
Coctel de bienvenida	1.050.000
Afiches, volantes	700.000
Pendón	200.000
Cuña radial	900.000
Video Institucional	200.000
TOTAL	5.435.000

2.9.7.2 Presupuesto de publicidad y promoción.

Tabla 22. Presupuesto de publicidad y promoción.

NOMBRE DEL MEDIO	DURACIÓN CAMPAÑA	FRECUENCIA COMERCIAL	DURACION COMERCIAL	COSTO TOTAL
Portafolio de servicios	INDEFINIDA	CONTINUA	INDEFINIDA	\$ 600.000
Presupuesto de lanzamiento				\$ 5.435.000
TOTAL				\$ 6.035.000

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Con este trabajo se evidencia una clara oportunidad de negocio para cualquier persona o inversionista que esté interesado en nuevas alternativas de inversión con propósitos comerciales en el sector de servicios.

También se resalta que el 77% del mercado objeto del presente estudio, utilizaría los servicios de asesorías académicas en un centro especializado, lo cual demuestra el sentido regional de querer apoyar el desarrollo empresarial en la ciudad.

El centro de servicios y asesorías académicas posee características que lo diferencian de la metodología actual de asesorías, por su planta física y facilidad de pago, lo cual lo hace más atractivo para el mercado objetivo.

La demanda estimada para la población de Floridablanca de los estratos 4, 5 y 6 es de 156.489 horas anuales, donde la preferencia de pago de los padres de

familia es diario lo que favorece la fluidez económica de la empresa, con un precio promedio en el mercado de \$ 9.125 por hora.

La oferta de mayor representación en el mercado son los 1.146 profesores inscritos en la secretaria de educación del municipio de Floridablanca, con una oferta de 137.520 horas anuales. Pero con una proyección negativa del – 0.7% para los próximos 5 años, debido a que año tras año disminuye el número de profesores inscritos ante esta secretaria.

La demanda insatisfecha es del 14,48% representado en 23.124 horas para el primer año (2012).

Los gastos presupuestados de lanzamiento, publicidad y promoción están estimados en \$ 6.035.000.

La comercialización del servicio es realizada por el canal más corto que permita atender a lo largo de toda la ciudad a los padres de familia que requieran el servicio de asesorías académicas para sus hijos, conservando así el menor costo del servicio para el usuario final.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. En el tamaño se define la capacidad de prestación de cada uno de los servicios individual o conjuntamente en un mes, el cual debe estar condicionada al comportamiento de la demanda y su capacidad de atenderla, de acuerdo a los recursos disponibles.¹⁶

Realizada la proyección de la demanda del centro de servicios y asesorías académicas, de acuerdo a la investigación de mercados, se proyecta para el primer año de puesta en marcha la empresa, empezar con un 40% de la demanda insatisfecha, incrementándose en un 5% para cada año proyectado.

Tabla 23. Tamaño del proyecto

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
Demanda insatisfecha	23.124	27.338	31.611	35.945	40.342
Porcentaje a cubrir %	40%	45%	50%	55%	60%
Demanda a cubrir horas/anuales	9.250	12.302	15.806	19.770	24.205
Demanda a cubrir horas/mes	771	1.025	1.317	1.647	2.017
Demanda a cubrir horas / Días (26 días hábiles)	30	34	51	63	78

Teniendo en cuenta la demanda a cubrir, resultante del porcentaje aplicado a cada uno de los años, se calcula que el número de niños atendidos por hora es de 4 niños aproximadamente, calculados así:

¹⁶ SAPAG, Reinaldo. Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. Bogotá. Mc. Graw Hill. 1985. P. 125.

771 horas mensuales / 26 días laborados = 30 horas x día / 8 horas diarias laboradas = 3.75 (4 alumnos x hora).

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.

Demanda. Este es uno de los factores condicionantes, debido a que existen un número determinado de demanda insatisfecha, (23.129 horas anuales), frente a una baja oferta.

Capacidad financiera. Este factor es condicionante ya que dependiendo de los recursos económicos disponibles se puede iniciar el proyecto en las dimensiones planeadas. En la actualidad los integrantes y socios de este proyecto cuentan con \$ 10.000.000 en recursos propios (Ahorros, apartamento). De igual forma se estipula que para la consecución de mayores recursos, se accederá a través de fondos emprender, fundación bavaria, entre otros.

Insumos y suministros. Este factor no es condicionante para el tamaño del proyecto ya que los recursos necesarios para su funcionamiento son de fácil adquisición en el mercado actual de la ciudad, con una gran oferta en cantidad y precio.

Tecnología y equipos. Este factor aunque utilizado en gran parte por el área administrativa del proyecto no lo condiciona debido a que los equipos utilizados son de fácil acceso en el mercado.

Recurso humano. Este factor no es condicionante ya que Floridablanca cuenta con una gran oferta de profesionales en docencia infantil dedicados a las ayudas educativas extracurriculares.

Localización. Este factor es condicionante del tamaño del proyecto porque determina la cantidad de servicios que se pueden prestar dependiendo directamente del tamaño de la planta física que se consiga.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea del servicio. Está determinada por la cantidad de horas de servicio de asesorías mensual que se puedan prestar en condiciones normales.

Para este proyecto la capacidad total de horas de servicio de asesorías académicas es de a 7.488 horas anuales por tutor, es decir, un tutor puede atender 3 niños máximo por hora, por 8 horas diarias, por 312 días al año (26 días al mes). Se diseña una capacidad máxima con 3 tutores, con lo que se ofertaría 22.464 horas anuales de servicio en óptimas condiciones y capacidad total.

- Área aproximada de 150 m²
- 2 plantas
- 3 salones cada uno con:
 - 3 mesas con capacidad para 4 sillas
 - 1 tablero
- 3 baños distribuidos de la siguiente manera:
 - Uno para niños
 - Uno para niñas
 - Uno para el personal administrativo
- 1 sala start adecuada así:
 - 6 puf para niños
 - 6 colchonetas
 - 1 televisor
 - 1 DVD

- Área para el personal administrativo distribuida así:
 - 4 cubículos: gerente, auxiliar contable, profesores y recepcionista
 - 3 escritorios con 3 sillas – Gerente, auxiliar contable y recepcionista
 - 1 mesa con 4 sillas - Profesores
 - 4 computadores – Gerente, auxiliar contable, profesores, recepcionista
- Área de archivo, materiales y trabajos manuales adecuada así:
 - 1 escritorio
 - 1 silla
 - 1 computador
 - 2 módulos para libros
 - 2 archivadores

3.1.3.2 Capacidad instalada. Para la operación de este proyecto se instalará el 100% de la capacidad diseñada. Es decir para atender desde un principio la capacidad total de los servicios proyectados. Lo anterior corresponde a que la planta física necesita estar instalada en su totalidad para atender el mínimo de servicios de asesorías académicas.

- Área aproximada de 150 m²
- 2 plantas
- 3 salones cada uno con:
 - 3 mesas con capacidad para 4 sillas
 - 1 tableros
- 3 baños distribuidos de la siguiente manera:
 - Uno para niños
 - Uno para niñas
 - Uno para el personal administrativo
- 1 sala start adecuada así:
 - 6 puf para niños

- 6 colchonetas
- 1 televisor
- 1 DVD
- Área para el personal administrativo distribuida así:
 - 3 cubículos: gerente, secretaria contable, profesores
 - 2 escritorios con 2 sillas – Gerente y secretaria contable
 - 1 mesa con 4 sillas - Profesores
 - 3 computadores – Gerente, secretaria contable, profesores
- Área de archivo, materiales y trabajos manuales adecuada así:
 - 1 escritorio
 - 1 silla
 - 1 computador
 - 2 módulos para libros
 - 2 archivadores

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Se estima que para el primer año de funcionamiento la empresa alcance el 40% de cubrimiento de la demanda insatisfecha con 2 tutores, y el 75% de capacidad instalada, con un crecimiento de 5% durante el primer año, e igualmente para los años posteriores.

Tabla 24. Capacidad utilizada y proyectada.

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
Capacidad diseñada en horas /año	22.464	22.464	22.464	22.464	22.464
Capacidad Instalada horas / año	14.976	14.976	22.464	22.464	22.464
Demanda insatisfecha horas / año	23.124	27.338	31.611	35.945	40.342
Participación en la demanda insatisfecha %	40%	45%	50%	55%	60%
Demanda a cubrir horas / año	9.250	12.302	15.806	19.770	24.205

Demanda a cubrir horas/mes	771	1.025	1.317	1.647	2.017
Demanda a cubrir horas / Días (26 días hábiles)	30	34	51	63	78

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. La ubicación del proyecto será el municipio de Floridablanca por su alta concentración de establecimientos del sector servicios el cual tiene una participación del 28.5% según el censo del año 2005. Otro aspecto relevante para su ubicación en este municipio es su concentración de colegios privados de estratos altos, así como su distribución geográfica.

3.2.2 Micro localización. En la realización de éste estudio se requiere tener en cuenta determinados factores como son los económicos, de educación poblacional, climatográficos, de seguridad y estratificación entre otros, con el fin de evaluarlos posteriormente y concluir si benefician o perjudican la ubicación del centro de asesorías y servicios académicos.

La decisión de la localización del centro de asesorías y servicios académicos debe considerarse con la mayor exactitud posible para beneficio y supervivencia de la empresa en el mercado y la capacidad de atender de manera óptima y adecuada la demanda de cada uno de sus servicios. Razón por la cual es importante llevar a cabo un análisis minucioso y de forma integrada con las demás variables de la planta como son la demanda y la competencia.

3.2.2.1 Factores de localización. Los factores de localización que mayor influencia tiene en el estudio, se analizarán y evaluarán a continuación, de acuerdo con el método de localización por puntos ponderados. Seguidamente se realizará una lista de los factores que ayudarán determinar la óptima localización de la planta

Lista de factores para el análisis por puntos

- Cercanía del mercado potencial
- Accesibilidad de los consumidores o usuarios
- Costo de vida
- Infraestructura comercial, costos y disponibilidad del terreno
- Nivel escolar y disponibilidad de la mano de obra
- Servicios básicos como agua, energía y telecomunicaciones
- Seguridad del sector e imagen social.

Para determinar la mejor ubicación del centro de asesorías y servicios académicos, se toma como base tres posibles ubicaciones y se guiará por el siguiente procedimiento:

Selección de la localización

Se escogerán de acuerdo con el POT (Plan de Ordenamiento Territorial), tres zonas alternativas para la ubicación del centro de asesorías, realizando de esta manera un mejor análisis de los factores más importantes o relevantes de la empresa y desechando los que no predominan en ella, con el fin de determinar la óptima ubicación de la misma.

Para el desarrollo se tomarán en consideración las alternativas o posibles sitios de ubicación, identificándolos con las variables A, B y C:

A: Local en el barrio de cañaveral

B: Local en el casco urbano de Floridablanca, en las cercanías del parque principal.

C: Local en el barrio Lagos I

Para establecer la ubicación óptima de la empresa, se llevará a cabo el estudio por medio de puntos, tal como ya se había mencionado. Los factores considerados con sus respectivas definiciones, se analizan en la siguiente tabla:

Tabla 25. Factores a evaluar para la ubicación de la empresa

FACTOR	DESCRIPCIÓN
Y1. Cercanía al mercado potencial	Cercanía a los colegios, y zona residencial.
Y2. Accesibilidad de los usuarios	Disponibilidad de transporte público y vías de acceso
Y3. Infraestructura comercial, costos y disponibilidad de terreno	Facilidad de acceso y excelente ubicación al menor costo
Y4. Nivel escolar y disponibilidad mano de obra	Excelente talento humano profesional y especializado y disponibilidad de los mismos.
Y5. Servicios básicos como agua, energía y telecomunicaciones	Disponibilidad segura y confiable, con calidad y bajo costo
Y6. Seguridad del sector e imagen social	Bajo nivel de inseguridad y alta acogida por sus habitantes.

División de los factores en grados

Y1. Cercanía al mercado potencial.

- **Bajo:** Pocos barrios y colegios de estrato 4, 5 y 6,
- **Medio:** Algunos barrios y colegios de estrato 4, 5 y 6
- **Alto:** Gran concentración de barrios y colegios de estrato 4, 5 y 6

Y2. Accesibilidad de los usuarios.

- **Bajo:** Bajo número de rutas entre 0 y 1 ruta
- **Medio:** Pocas rutas entre 2 y 3 rutas
- **Alto:** Gran número de rutas de 4 rutas en adelante

Y3. Infraestructura comercial, costos y disponibilidad de terreno

- **Bajas condiciones:** Existe un bajo porcentaje de adecuación o disponibilidad de plantas físicas que cumplan con las necesidad del proyecto.
- **Medianas condiciones:** Posee alguna infraestructura locativa disponible, debe tomarse en arriendo, con posibilidad de adecuaciones, altos costos.
- **Óptimas condiciones:** Disponibilidad de plantas físicas, con posibilidad de adecuaciones, costos aceptables para el proyecto.

Y4. Nivel escolar y disponibilidad mano de obra

- **Bajo:** Personal empírico y profesional en el área de educación básica primaria. Poca disponibilidad.
- **Medio:** Profesionales en el área de educación básica primaria y poca disponibilidad.
- **Alto:** Profesionales y especialistas en el área de de educación básica primaria, disponibilidad total.

Y5. Servicios básicos como agua, energía y telecomunicaciones

- **Bajo:** Disponibilidad de la infraestructura, calidad alta, altos costos
- **Medio:** Disponibilidad de la infraestructura, calidad alta, costos medios
- **Alto:** Disponibilidad de la infraestructura, calidad alta, bajos costos.

Y6. Seguridad del sector e imagen social

- **Baja seguridad:** El sector no cuenta con ningún tipo de vigilancia ni pública ni privada.
- **Mediana seguridad:** El sector cuenta con vigilancia pública y privada, pero no en toda el área.
- **Alta seguridad:** El sector cuenta con seguridad pública y privada en toda su área.

La puntuación de los grados se realizó con base en progresiones geométricas, cuya sucesión de números entre el grado menor y el grado mayor aumenta primero en 15 puntos y luego en 10 puntos. Dicha puntuación permite castigar con mayor fuerza los factores críticos débiles de cada factor considerado.

Tabla 26. Ponderación de factores críticos

No. DE FACTORES	FACTORES CRITICOS	CALIFICACIÓN		
		PUNTAJE	MAYOR PUNTAJE	PONDERACION
Y1	Cercanía al mercado potencial.		180	30%
	Grado: Bajo	155		
	Grado: Medio	170		
	Grado: Alto	180		
Y2	Accesibilidad de los usuarios		90	15%
	Grado: Bajo	65		
	Grado: Medio	80		
	Grado: Alto	90		
Y3	Infraestructura comercial, costos y disponibilidad de terreno		90	15%
	Grado: Bajas condiciones	65		
	Grado: Medianas condiciones	80		
	Grado: Optimas condiciones	90		

Y4	Nivel escolar y disponibilidad mano de obra		30	5%
	Grado: Bajo	5		
	Grado: Medio	20		
	Grado: Alto	30		
Y5	Servicios básicos como agua, energía y telecomunicaciones		60	10%
	Grado: Bajo	35		
	Grado: Medio	50		
	Grado: Alto	60		
Y6	Seguridad del sector e imagen social		150	25%
	Grado: Baja seguridad	125		
	Grado: Mediana seguridad	140		
	Grado: Alta seguridad	150		
TOTAL			600	100%

Tabla 27. Determinación de la ubicación

FACTOR	CAÑAVERAL		CASCO URBANO		LAGOS I	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	3	180	1	155	2	170
2	3	90	1	65	2	80
3	2	80	1	65	3	90
4	2	20	1	5	3	30
5	1	35	3	60	2	50
6	3	150	1	125	2	140
TOTAL		555		475		560


Luego de un análisis y evaluación de cada uno de los factores, puede concluirse que la alternativa de LAGOS I, barrio del municipio de Floridablanca es la de

mayor viabilidad para la óptima ubicación del centro de asesorías y servicios académicos.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO


3.3.1 Ficha técnica del servicio.

Tabla 28. Ficha técnica del servicio 1

Servicio principal	Asesoría y servicios académicos para estudiantes de primaria
Diseño	
Especificaciones técnicas	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud del servicio por parte del cliente; puede ser por telemarketing, agente comercial o directamente con la empresa. • Se genera la orden de servicio, se liquida e imprime. • Se informa del servicio solicitado y se asigna el tutor según el requerimiento del cliente. • Preparación pedagógica de la tutoría y elaboración de material didáctico necesario para el desarrollo de la actividad. • Brindar la asesoría de tareas y refuerzo al estudiante en el área requerida.

	<ul style="list-style-type: none"> Entrega del informe de evolución y sugerencias del profesor a los padres de familia.
Vida útil	El tiempo que dura la asesoría, se mide en horas.

Tabla 29. Ficha técnica del servicio 2

Servicio secundario	Elaboración de trabajos, carteleras y maquetas
Diseño	
Especificaciones técnicas	<ul style="list-style-type: none"> Solicitud del servicio por parte del cliente; puede ser por telemarketing, agente comercial o directamente con la empresa. Se genera la orden de servicio, se liquida e imprime. Se informa del servicio solicitado al auxiliar de trabajos y manualidades. Elaboración del trabajo requerido. Socialización del trabajo con el padre de familia o alumno. Entrega del informe del trabajo realizado.

Vida útil	El tiempo que dura la elaboración del trabajo, que puede variar según los requerimientos del cliente.
-----------	---

3.3.2 Descripción técnica del proceso.

Tabla 30. Descripción técnica del proceso

PERSONAL	PROCESO	OBSERVACIONES
Cliente	Solicita el servicio de asesoría, refuerzo o elaboración de trabajos.	Lo puede realizar a través de telemarketing, agente comercial, correo electrónico o directamente en las instalaciones.
Secretaria	Registra la solicitud del servicio, asigna el tutor, la liquida e imprime.	Se asignan las tutorías mínimo con 1 día de anterioridad para que el tutor prepare la pedagogía de la asesoría.
Profesor	Recibe la asignación de la tutoría	Prepara la pedagogía y material didáctico necesario.
Profesor	Brinda la asesoría según requerimientos y criterio profesional, entrega el informe de evolución y sugerencias.	
Secretaria	Archiva copia del informe de evolución y sugerencias.	

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.

Figura 4. Diagrama de asesoría de tareas

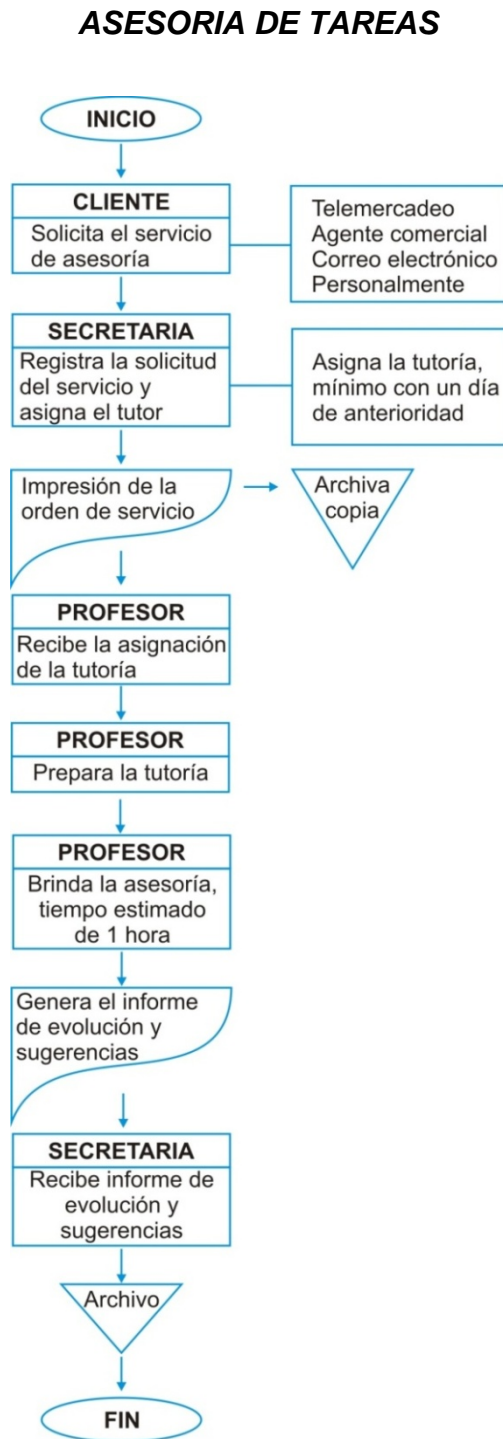
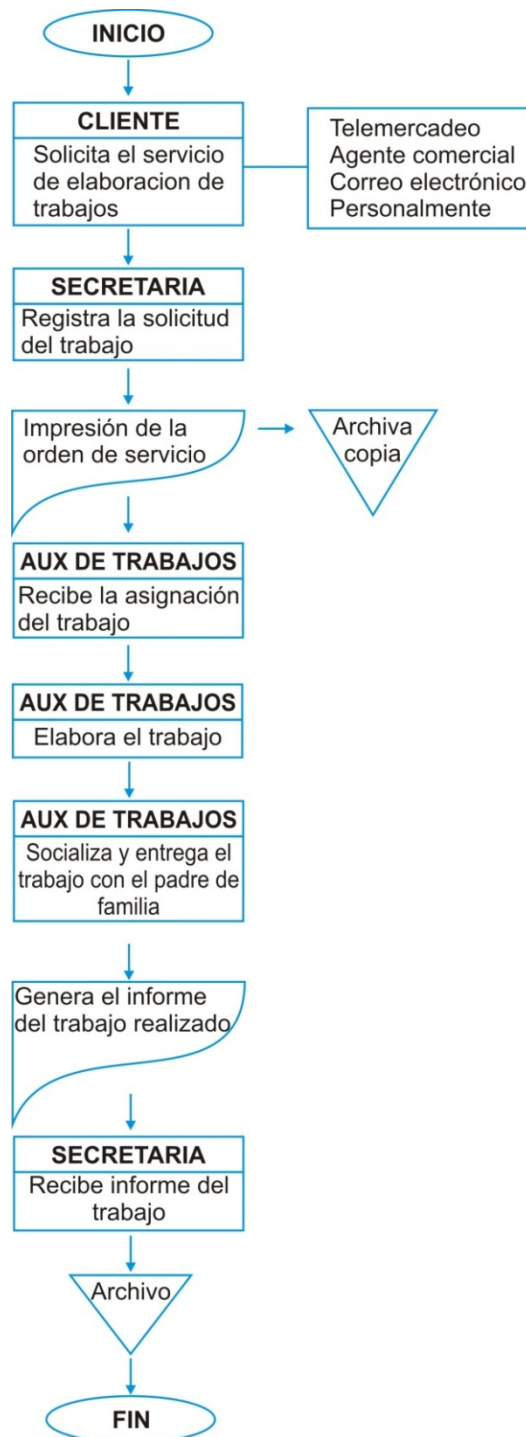


Figura 5. Diagrama de elaboración de trabajos y manualidades

ELABORACIÓN DE TRABAJOS Y MANUALIDADES



3.3.4 Control de calidad. Los factores determinantes de la buena calidad del proceso dentro de la prestación del servicio de asesorías académicas son: la rapidez de respuesta al llamado del cliente, el tiempo empleado en dar cumplimiento y resultados a la solicitud del cliente y la calidad del servicio; para el control de estos factores, es necesario contar con la participación del cliente, quien debe reportar a la empresa cuando su petición no sea satisfecha en el tiempo requerido y con la calidad óptima para su necesidad.

De acuerdo con la Norma ISO 9001-2008, una organización debe contar con unos requisitos documentales que le permitan una mayor credibilidad y confianza por parte del cliente para la satisfacción de sus mismas necesidades.

Por lo tanto se establece documentar, e implementar un instrumento que permita evidenciar el avance y resultado de cada asesoría brindada, para mantener un mejoramiento continuo que permita la satisfacción constante del cliente.

Figura 6. Ficha de control

FICHA DE CONTROL		
MES	_____	DIA _____ AÑO _____
ALUMNO	_____	
TUTOR	_____	
TRABAJO	_____	
1. SE DIO LA TUTORIA EN EL TIEMPO Y HORA ASIGNADA		
SI	_____	
NO	_____	
PORQUE	_____	
2. EL PROFESOR PREPARO CON TIEMPO LA TUTORIA		
SI	_____	
NO	_____	
PORQUE	_____	
3. SE SIENTE SATISFECHO CON LA ASESORIA O TRABAJO		
SI	_____	
NO	_____	
PORQUE	_____	
4. SUGERENCIAS DEL PADRE DE FAMILIA		

SEGUIMIENTO DE RESULTADOS		
5. CONCEPTO DEL TUTOR SOBRE LA TUTORIA		

6. RECOMENDACIONES PARA EL ALUMNO		

Esta ficha de control permite evaluar si el servicio que se presta llega al cliente con los resultados que espera y ofrece la empresa. Este documento se convierte en un evaluador continuo de los docentes y personal administrativo. Su elaboración y seguimiento está a cargo de la secretaria contable.

3.3.5 Recursos.

3.3.5.1 Recurso humano.

Tabla 31. Mano de obra directa

M.O.D	
CARGO	CANTIDAD
Tutor	2
Aux. Trabajos y manualidades	1

Tabla 32. Mano de obra indirecta

M.O.I	
CARGO	CANTIDAD
Gerente	1
Secretaria Contable	1

3.3.5.2 Recurso físico. Entre los recursos físicos el proyecto necesitará de muebles y enseres que brinden la comodidad necesaria para prestar el servicio de asesorías académicas, tales como sillas, mesas, tableros, entre otros.

Tabla 33. Muebles y Enseres

DESCRIPCION	ESPECIFICACIONES TECNICAS	CANTIDAD
Sillas para los niños	Ergonómica, estructura metálica, espaldar, y asiento en acrílico	36
Mesas para los niños	Estructura metálica, superficie en acrílico, forma triangular	9
Tablero	Madera con superficie en formica de 2.50 x 1 m	3
Ventiladores	De pared	5
Canastillas para aseo	Plásticas, con capacidad de 3 kilos	10
Escritorios	Madeflex con archivador incluido	3
Mesa	Madera, ergonómica	1
Sillas oficina	Ergonómica, estructura metálica, espaldar, giratoria	7
Archivadores	Metálicos con 5 cajones	2
Estantes	Madeflex con 5 entrepaños	2
Señalización	Acrílico de 30 x 10	12
Seguro toma corriente	Pasta transparente	20
Puf	Lona antialérgica, colores y con diseños infantiles	6
Colchonetas	Espuma de alta densidad, de 2" en colores	6
Extintor	Multipropósito	2
Botiquín Primeros Auxilios	Vendas, manual de primeros auxilios, esparadrapo, toallas antisépticas, jabón, algodón, alcohol, agua oxigenada, guantes quirúrgicos.	1

Tabla 34. Equipos de computación y comunicación

DESCRIPCION	ESPECIFICACIONES TECNICAS	CANTIDAD
Computador	De escritorio	4
Impresora	Multifuncional	1
Teléfono		4
DVD		1
Televisor	Plasma de 42"	1

3.3.5.3 Recurso de insumos.

Tabla 35. Recurso de insumos

DESCRIPCION	CANTIDAD	DESCRIPCION	CANTIDAD
Resma tamaño carta	5	Cuadernos	25
Resma tamaño oficio	5	Cinta aislante delgada	10 rollos
Expógrafos colores	20	Cinta aislante ancha	3 rollos
Marcadores	20	Vinilos	50
Resaltadores	10	AZ	20
Carpetas legajadoras	50	Libros varios	20
Carpetas tamaño carta	50	Bisturí	5
Ganchos legajadores	5 cajas	Tijeras figuras	10
Lapiceros	50	Tijeras oficina	5
Memorias USB	2	Colbón	12
Lápiz	50	Colores	20 cajas
Borradores	50	Block hoja cuadrículadas	10
Clips	5 cajas	Hojas de examen	100
Sellos oficina	3	Cartulina	100

Sellos infantiles	10		Escarcha	50
CD	50		Plastilina	50
Calculadora	3		Corrector	5
Sacapuntas	50			

3.3.6 Análisis de proveedores. Como se puede apreciar en las tablas de insumos todos los materiales necesarios para la producción del servicio de asesorías académicas son de fácil acceso, sin embargo la falta de vida crediticia de la empresa y la falta de estados financieros y antigüedad en el mercado evita que los proveedores otorguen créditos.

Tabla 36. Proveedores

PROVEEDOR	INSUMOS	FORMA PAGO
Garabatos	Papelería	Contado
Skynet	Computadores	Contado
Impo Muebles	Archivadores, muebles, escritorios	Contado
Eléctricos DC	Tomas, luces y adecuaciones	Pago 30 días

3.3.7 Distribución de planta. Se busca principalmente una planta de 2 pisos para separar a los niños del acceso a personas extrañas que puedan estar ingresando a la empresa por cualquier tipo de consulta, esto también permite aislar un poco el ruido que pueda ocasionar las diferentes tareas administrativas que atraen la atención de los niños.

Gráfico 14. Planta primer piso

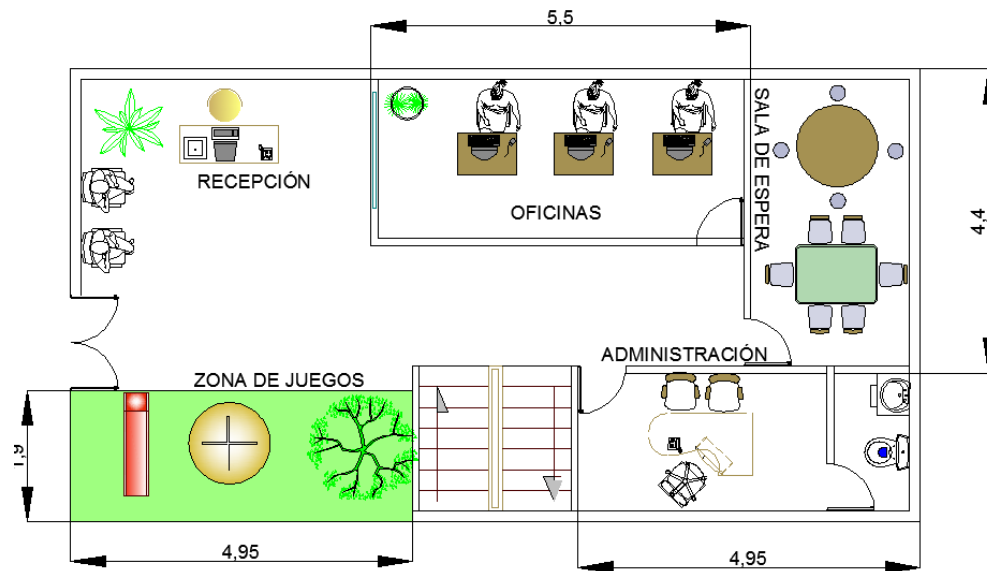
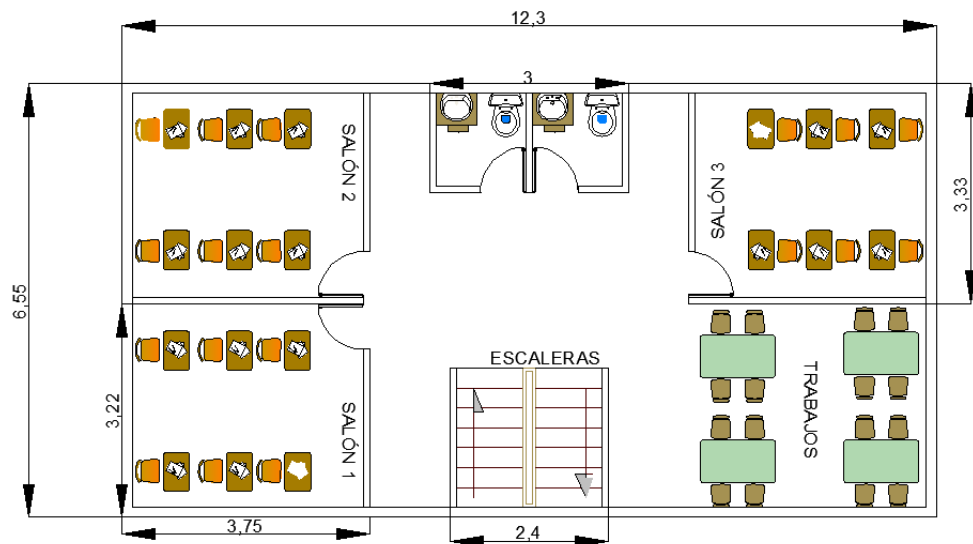


Gráfico 15. Planta segundo piso



3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

En el municipio de Floridablanca se encuentran los insumos, equipos de oficina y demás herramientas para una eficaz prestación del servicio de asesorías académicas.

Se dispone de mano de obra en la ciudad con formación académica y con experiencia para generar, administrar y dirigir el centro de asesorías y servicios académicos.

Para este proyecto la capacidad total de horas de servicio de asesorías académicas obedece a 7.488 horas anuales por tutor, es decir, un tutor puede atender 3 niños máximo por hora, por 8 horas diarias, por 312 días al año, contando mese de 26 días. Se proyecta una capacidad máxima con 3 tutores, lo que determina 22.464 horas anuales de servicio en óptimas condiciones y capacidad total.

La micro localización del proyecto arrojó que la mejor ubicación se determina en el sector de comercial de Lagos I por su accesibilidad de transporte, cercanía al mercado objetivo y seguridad del sector.

Uno de los principales factores que condicionan el proyecto es el tamaño de la demanda insatisfecha. El departamento de Santander cuenta con grandes profesionales de la pedagogía infantil por lo que se puede acceder a excelentes tutores con facilidad, así como los insumos para la prestación de los servicios.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.1.1 Tipo de asociación. El centro de asesorías y servicios académicos para estudiantes de primaria, será constituido mediante una Sociedad Limitada, conformada por dos socios (autores del proyecto), quienes responden con sus respectivos aportes iguales del 50% cada uno para la inversión inicial del negocio.

Se definirá mediante escritura pública la representación legal y la administración de un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos.

Según la ley 1014 de 2006 dada el 26 de Enero de 2006 en su artículo 22; Constitución de nuevas empresas, las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995.

Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.

4.1.2 Procedimiento. Para la constitución de una empresa de cualquier índole, existen unos procedimientos y normas específicas a seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de la sociedad limitada son:

- Reunir a los asociados para construir la asociación

- Verificar en la Cámara de comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va a dar a la empresa
- Elaborar la minuta de constitución: Nombre o razón social, objeto social, nacionalidad, duración; domicilio, aporte de capital; representante legal y facultades, matricular la sociedad en el Registro mercantil de la Cámara de comercio, registrar los libros de contabilidad en la cámara de comercio.
- Inscribir a los trabajadores en la EPS Y Fondo de Pensiones.
- Inscribir a la empresa en el ICBF, SENA Y Caja de compensación familiar.
- Inscribir a los trabajadores en la ARP¹⁷
- Registros Tributarios: tramitados en la DIAN
- Solicitar el número de identificación tributaria NIT

Por disposición de la Ley 28 de 1931, es obligatorio matricular toda empresa o negocio y registrar en la Cámara de Comercio aquellos documentos en los cuales constan actos que pueden afectar a terceros.

Para dar cumplimiento a la Ley 716 del 201 y al Decreto 122 de 2002, a partir del 5 de agosto de 2002 se tramitará la asignación del Número de Identificación Tributario (NIT) a través de la Cámara de Comercio local.¹⁸

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión. After School en el año 2016 será el mejor Centro de Asesorías y Servicios Académicos; reconocida a nivel local por la prestación de un buen servicio con calidad, responsabilidad y eficiencia.

¹⁷ [Http://www.trabajo.gov.ar](http://www.trabajo.gov.ar). Ministerio de trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación Av. Leandro N (Consultado: Diciembre 21 de 2010)

¹⁸ [Http://www.trabajo.gov.ar](http://www.trabajo.gov.ar). Ministerio de trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación Av. Leandro N (Consultado: Diciembre 21 de 2010)

4.2.2 Misión. After School proporciona las asesorías y servicios académicos en el municipio de Floridablanca y su zona de influencia cubriendo las necesidades de los clientes bajo los parámetros de calidad, responsabilidad y eficiencia.

4.2.3 Objetivos.

- Ser una de las empresas líderes con mayor reconocimiento en el mercado.
- Garantizar un servicio óptimo con los profesionales adecuados y acordes para cada necesidad del cliente.
- Implantar nuevas técnicas de estudio basadas en la comprensión de conceptos, responsabilidad, constancia y disciplina.
- Entregar a los clientes niveles consistentemente altos de servicio y valor.
- Fomentar y premiar la creatividad, la lealtad y la iniciativa.
- Operar bajo un sistema de calidad, que se componga de manuales en donde se definan responsabilidades, actividades, recurso y procedimientos para el buen funcionamiento de la empresa.

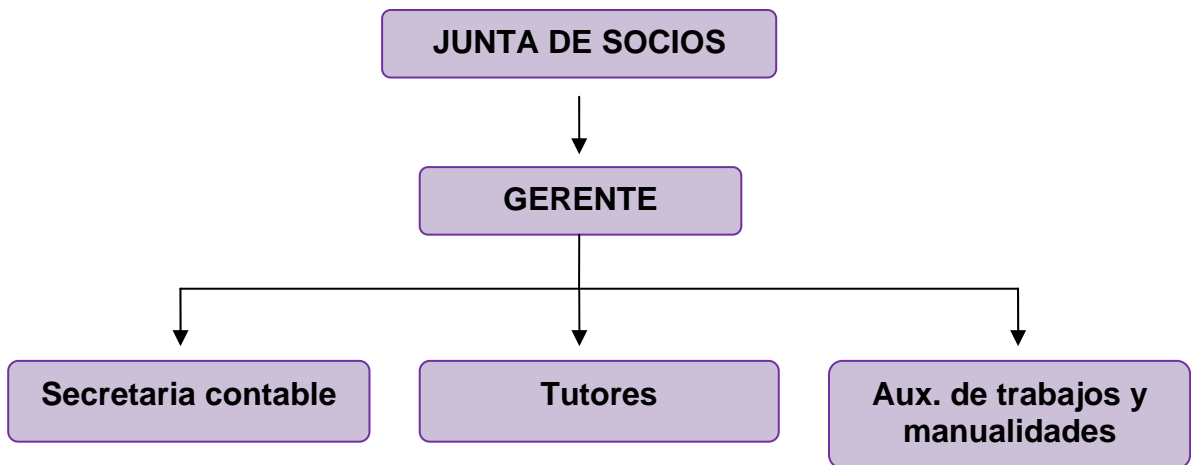
4.2.4 Políticas.

- Brindar un trato amable y respetuoso a todos los clientes por parte de los colaboradores de la organización.
- Incrementar el bienestar socioeconómico de la región y nuestros empleados generando empleo y salarios justos.
- Mejorar y conservar la ecología de la región, minimizando el impacto ambiental a través de una cultura de reutilización de recursos.
- Todos los integrantes de la empresa deben tener un comportamiento ético.
- Calidad en nuestro servicio de asesorías académicas basada en el control pre y posterior a la prestación del servicio.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama.

Figura 7. Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. Los siguientes cuadros presentan los manuales de funciones de los cargos que existirán en la empresa.

Tabla 37. Perfil y funciones del gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Gerente
Jefe inmediato	Junta de socios
Número de personas a cargo	4
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Dirigir y representar legalmente la empresa• Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la	

realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la empresa.

- Evaluar de manera constante los costos de los servicios ofertados al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. Elaborar plan de mercadeo.
- Controlar la administración de mercadeo. Autorizar y ordenar los respectivos pagos.
- Presentar informes a la junta de socios de planes a realizar mensualmente.
- Elaborar presupuestos de ventas mensuales
- Supervisar, controlar y medir la eficiencia de todo el personal operativo y administrativo.

Requisitos de educación

Profesional en carreras administrativas, mercadeo con énfasis comercial.

Habilidades

Habilidades gerenciales para manejar y dirigir personal, dominio de herramientas informáticas, dominio del inglés en 90%, persona proactiva con orientación al servicio y al cumplimiento de resultados.

Requisitos de experiencia

Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos, preferiblemente en el área de la educación.

Tabla 38. Perfil y funciones de la secretaria contable

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Secretaria contable
Jefe inmediato	Gerente
Número de personas a cargo	0
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Digital y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el gerente. • Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes. • Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentos a su cargo. • Mantener actualizados los archivos contables a su cargo, así como el control y seguimiento a la cartera de la empresa. • Recopilar y procesar la información originadas en el proceso de la prestación de los servicios de la empresa para la obtención de datos estadísticos. • Llevar control de los libros contables principalmente libro de bancos, retención en la fuente y libro caja diaria. • Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Retefuente, Impuestos, Parafiscales, etc. • Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa. • Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle. 	
Requisitos de educación	Auxiliar contable egresada del SENA.
Habilidades	Dinámica, proactivo, con orientación al logro,

	excelente manejo de las herramientas office, excelentes habilidades de atención al cliente.
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.

Tabla 39. Perfil y funciones del tutor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Tutor
Jefe inmediato	Gerente
Número de personas a cargo	0
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar diariamente el trabajo asignado y darle cumplimiento en el tiempo previsto, respondiendo por materiales, equipos y herramientas a su cargo. • Actualizar constantemente las diferentes técnicas de aprendizaje. • Responder por los implementos de trabajo asignados. • Llevar al día los registros requeridos para el control de los servicios prestados • Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle. 	
Requisitos de educación	Docente en educación infantil
Habilidades	Conocimiento en procesos académicos, dominio de herramientas ofimáticas, buenas relaciones interpersonales y excelente presentación personal.
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.

Tabla 40. Perfil y funciones del auxiliar de trabajos y manualidades

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Denominación del cargo	Auxiliar de trabajos y manualidades
Jefe inmediato	Gerente
Número de personas a cargo	0
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar diariamente el trabajo asignado y darle cumplimiento en el tiempo previsto, respondiendo por materiales, equipos y herramientas a su cargo. • Responder por los implementos de trabajo asignados. • Llevar al día los registros requeridos para el control de los servicios prestados • Velar por el buen cumplimiento y elaboración de los trabajos asignados, para satisfacción constante de los clientes. • Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle. 	
Requisitos de educación	Bachiller con gran habilidad manual
Habilidades	Dominio de herramientas ofimáticas, habilidad y creatividad para trabajos manuales, conocimiento de las últimas normas de ICONTEC, buenas relaciones interpersonales y excelente presentación personal.
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.

4.3.3 Asignación salarial. Los contratos que se harán al personal serán de carácter indefinido, esto con el fin de sostener personal de experiencia y confianza y dar mayor continuidad a los procesos que se generen. El tabla de remuneraciones es la siguiente:

Tabla 41. Asignación salarial

CARGO	SALARIO MENSUAL SIN INCLUIR PRESTACIONES
Gerente	1.200.000
Secretaria contable	600.000
Tutor	800.000
Aux. Trabajos y manualidades	600.000
TOTAL	3.200.000

4.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

Se concluye que la mejor alternativa para el proyecto es constituir una sociedad limitada porque juega un papel importante en cualquier parte, a medida que la empresa crezca o consiga socios estos se podrán adjuntar sin inconvenientes legales.

La sociedad se justifica en base al deseo y el compromiso de los padres de familia por abordar un problema como es el bajo rendimiento académico de sus hijos y de esta forma mejorar la calidad de vida de todos los involucrados en este proceso.

La cantidad de personal será 5 personas que tendrán vinculación a término indefinido, solo uno será por contrato de prestación de servicios el cual es el contador.

La máxima autoridad de la sociedad es la junta conformada por los mismos autores del proyecto.

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el siguiente estudio se determinará la viabilidad económica que puede tener un Centro de asesorías y servicios académicos para estudiantes de primaria en el municipio de Floridablanca – Santander.

Se estimarán los ingresos y egresos de dinero del proyecto, y su respectiva proyección a 5 años; los estudios que precedieron (de mercados, técnico y administrativo), orientan los cálculos que se realizan en el presente estudio.

Se calculará la inversión total, que incluye las inversiones fija, diferida y de capital de trabajo; se determinarán los costos totales, incluyendo fijos y variables; se definirá el precio de venta del servicio donde se tendrá en cuenta la utilidad operativa del sector.

Partiendo de la información anterior se hallará el punto de equilibrio en Horas de Asesoría Académica y en dinero; de igual manera se realizarán los estados financieros presupuestados (de resultados, flujo de caja, y balance general).

Todos los valores considerados en la inversión total, han sido tomados de las cotizaciones solicitadas por las autoras del proyecto a los proveedores, donde se incluye el IVA correspondiente.

5.1 INVERSIONES

Es una propuesta económica con sus respectivas proyecciones a pesos corrientes, para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros, se requiere de cuadros que indiquen las inversiones a realizar.

5.1.1 Inversión fija. La inversión fija que tiene una vida útil mayor a un año se depreciará, tal es el caso de las maquinarias y equipos. La depreciación se hará por el método de línea recta; si el activo tiene una vida útil superior a 5 años, el valor de los años siguientes se considerará como valor de salvamento.

5.1.1.1 Equipos de oficina.

Tabla 42. Inversión fija en equipos de oficina

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa	1	2.500.000	2.500.000
Estantes	2	1.200.000	2.400.000
TOTAL			4.900.000

5.1.1.2 Equipo de computación y comunicación.

Tabla 43. Inversión fija en equipo de computación y comunicación

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	4	1.400.000	5.600.000
Televisor	1	1.700.000	1.700.000
TOTAL			7.300.000

5.1.1.3 Total inversión fija.

Tabla 44. Total inversión fija

DESCRIPCIÓN	TOTAL / AÑO
Equipos de oficina	4.900.000
Equipo de computación y comunicación	7.300.000
Total	12.200.000

5.1.2 Inversión diferida.

Tabla 45. Presupuesto de lanzamiento

PRESUPUESTO DE LANZAMIENTO	
Alquiler salón (sillas, meseros)	2.000.000
Video Bean x 4 horas	160.000
Tarjetas	225.000
Pasabocas	1.050.000
Afiches, volantes	700.000
Pendón	150.000
Cuña radial	950.000
Video Institucional	200.000
TOTAL	5.435.000

Tabla 46. Adecuación planta física

ADECUACION PLANTA FISICA	
Materiales (pintura)	1.000.000
Mano de Obra	1.000.000
TOTAL	2.000.000

Tabla 47. Selección de personal.

SELECCIÓN DE PERSONAL	
Contratado con Acciones y Servicios	
5 Personas	1.200.000
TOTAL	1.200.000

Este valor corresponde al servicio prestado por la empresa Acciones y Servicios, para escoger el personal de la empresa.

Tabla 48. Estudio de mercados

ESTUDIO DE MERCADOS	
Transporte, papelería, diseños	400.000
TOTAL	400.000

Tabla 49. Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCION	
Impuesto de registro	400.000
Estampillas	49.690
Industria y Comercio	81.665
TOTAL	531.355

Tabla 50. Elementos varios

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sillas para los niños	36	90.000	3.240.000
Mesas para los niños	9	140.000	1.260.000
Tablero	3	200.000	600.000
Ventiladores	5	90.000	450.000
Canastillas para aseo	10	11.500	115.000
Escritorios	3	565.000	1.695.000
Sillas oficina	7	195.000	1.365.000
Archivadores	2	65.000	130.000
Señalización	12	15.000	180.000
Seguro toma corriente	20	2.000	40.000
Puf	6	70.000	420.000
Colchonetas	6	60.000	360.000
Extintor	2	100.000	200.000
Impresora	1	400.000	400.000
Teléfono	4	60.000	240.000
DVD	1	100.000	100.000
TOTAL			10.795.000

El total de la inversión en activos diferidos es de \$ 9.566.355, resumidos en la siguiente tabla:

Tabla 51. Total inversión diferida

DESCRIPCIÓN	VALOR
Presupuesto de lanzamiento	5.435.000
Adecuación planta física	2.000.000
Estudio de mercados	400.000
Selección de personal	1.200.000
Gastos de constitución	531.355
TOTAL	9.566.355

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Se tendrá en cuenta capital de trabajo para un periodo de un mes, con lo que se pretende asegurar la liquidez de la empresa para cubrir todos los costos del servicio, y los gastos de administración y ventas; no se incluirán las depreciaciones de activos ni las amortizaciones por no ser erogaciones de dinero.

5.1.3.1 Costos del servicio. Se considerarán los insumos, la mano de obra directa, y los costos indirectos del servicio.

5.1.3.1.1 Insumos. Son los elementos de papelería que los niños usarán en el tiempo de la asesoría.

Tabla 52. Insumos

INSUMOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR / AÑO
Elementos de papelería	1.200.000
TOTAL	1.200.000

5.1.3.1.2 Mano de obra directa. Está integrada por el personal que interviene directamente en el proceso de la asesoría académica.

Tabla 53. Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
CARGO	SALARIO / MES	CARGA PRESTACIONAL / MES	Nº PTOS	TOTAL AÑO
Tutor	800.000	418.640	2	29.247.360
Aux. Ayudas Educativas	600.000	313.980	1	10.967.760
TOTAL				40.215.120

5.1.3.1.3 Costos indirectos del servicio. Son aquellos que intervienen indirectamente en la prestación de la asesoría académica; se incluye la depreciación de los activos que participan en la operación del servicio.

Tabla 54. Costos indirectos del servicio.

COSTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	
DESCRIPCIÓN	VALOR / AÑO
Agua	240.000
Luz	480.000
Teléfono	240.000
Internet	240.000
Implementos de aseo	120.000
Depreciación de activos	900.000
Arriendo	3.670.000
Mantenimiento de equipos	180.000
TOTAL	6.070.000

5.1.3.1.4 Total costos del servicio. Los costos totales del servicio son de \$ 47.485.120 / año (ver tabla 53), y para el primer mes de funcionamiento de la nueva empresa \$ 3.957.093.

Tabla 55. Total costos del servicio

TOTAL COSTOS DEL SERVICIO	
DESCRIPCIÓN	VALOR / AÑO
Insumos	1.200.000
Mano de obra directa	40.215.120
Costos indirectos del servicio	6.070.000
TOTAL AÑO	47.485.120
VALOR MES	3.957.093

Una vez hallados los Costos Totales del Servicio, se puede hallar el Costo Operativo del servicio, usando la información del Estudio Técnico respecto a la capacidad utilizada para el primer año.

$$\begin{aligned} \text{Costo Operativo} &= \text{Costos Totales del Servicio} / 9.797 \text{ Horas de Asesoría} \\ &= \$ 47.485.120 / 9.797 \text{ Hora de Asesoría} \\ &= \$ 4.847 / \text{Hora de Asesoría} \end{aligned}$$

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. A éstos corresponden todas las erogaciones que no se tuvieron en cuenta en los costos directos e indirectos del servicio, por ser propiamente de la parte administrativa y comercial de la empresa: entre ellos figuran la nómina, los gastos generales, la depreciación de los activos que pertenecen a administración y ventas, y la amortización de los diferidos.

Tabla 56. Nómina personal administrativo

NÓMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO				
CARGO	SALARIO	CARGA PRESTACIONAL	Nº PTOS	TOTAL AÑO
Gerente	1.200.000	627.960	1	21.935.520
Secretaria contable	600.000	313.980	1	10.967.760
TOTAL				32.903.280

Tabla 57. Gastos generales

GASTOS GENERALES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Agua	240.000
Luz	360.000
Teléfono	120.000
Internet	240.000
Implementos de aseo	240.000
Elementos de papelería	180.000
Arriendo	3.670.000
Honorarios contador	3.600.000
Mantenimiento equipo	120.000
Seguros	1.200.000
Publicidad operativa	5.256.000
TOTAL	15.226.000

Los gastos de administración y ventas para el primer año son de \$ 50.847.551, y para el primer mes \$ 4.237.296.

Tabla 58. Total gastos de administración y ventas

TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Nómina	32.903.280
Depreciación de activos	805.000
Gastos generales	15.226.000
Amortización diferida	1.913.271
TOTAL	50.847.551
VALOR MES	4.237.296

5.1.3.3 Total capital de trabajo. El capital de trabajo necesario para el primer mes de servicio de la empresa es de \$ 18.687.867

Tabla 59. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCIÓN	VALOR / MES
Costos totales del servicio	3.957.093
Gastos de Admón y ventas	4.237.296
Gastos iniciales Elementos varios	10.795.000
(-) Depreciaciones	142.083
(-) Amortización de diferidos	159.439
TOTAL	18.687.867

5.1.4 Inversión total.

Tabla 60. Inversión total

INVERSION TOTAL	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión fija	12.200.000
Inversión diferida	9.566.355
Inversión capital de trabajo	18.687.867
TOTAL	40.454.222

5.1.5 Fuentes de financiación.

5.1.5.1 Recursos propios. Las autoras del proyecto tienen disponibilidad de aportar 100% del capital requerido para crear esta empresa, ya que poseen bienes raíces que les permiten el flujo de efectivo requerido como inversión inicial de \$ 40.454.222

5.1.5.2 Recursos de inversionistas. No se considera el préstamo bancario, ya que las entidades financieras no otorgan créditos a empresas nuevas y las que tienen planes de fondo emprender exigen entrar en un proceso de competencia y selección de proyectos para acceder a la financiación requerida para el proyecto. Sin embargo, como la empresa está constituida como Sociedad de Responsabilidad Limitada, está permite el ingreso de socios, que aumente el brazo económico de la empresa.

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos fijos. Comprende aquellos rubros que no sufren variación en un periodo de tiempo; para este proyecto ese periodo es de un año. Éstos no dependen del uso de la capacidad instalada de la empresa.

Tabla 61. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR / AÑO
Nómina	73.118.400
Depreciación de activos	1.705.000
Amortización diferida	1.913.271
Agua	240.000
Luz	360.000
Teléfono	120.000
Internet	240.000
Implementos de aseo	120.000
Elementos de papelería	180.000
Arriendo	7.340.000
Honorarios contador	3.600.000
Mantenimiento equipo	120.000
Seguros	1.200.000
Publicidad operativa	5.256.000
TOTAL	95.512.671

5.2.2 Costos variables. Estos costos varían durante los periodos anuales porque dependen directamente de la capacidad utilizada de la empresa.

Tabla 62. Costos variables

COSTOS VARIABLES	
DESCRIPCIÓN	VALOR / AÑO
Mantenimiento de equipos	180.000
Implementos de aseo	240.000
Agua	240.000
Luz	480.000
Teléfono	240.000
Internet	240.000
Elementos de papelería	1.200.000
TOTAL	2.820.000

5.2.3 Costos totales unitarios. La determinación de éstos facilita hallar el Costo Unitario del Servicio.

Tabla 63. Costos totales unitarios

COSTOS TOTALES UNITARIOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR / AÑO	%
Costos fijos	95.512.671	97,13%
Costos variables	2.820.000	2,87%
TOTAL	98.332.671	100%

$$\begin{aligned}\text{Costo Unitario del Servicio} &= \text{Costos Totales} / \text{capacidad utilizada año 1} \\ &= \$ 98.332.671 / 9.797 \text{ Horas de Asesoría} \\ &= \$ 10.038 / \text{Hora de Asesoría}\end{aligned}$$

5.3 PRECIO DE VENTA

Este precio corresponde al valor que debe pagar cada cliente por cada Hora de Asesoría Académica; para su cálculo se tendrá en cuenta el costo unitario del servicio, y una utilidad marginal del 9% que permitirá penetrar el mercado y posicionar el servicio:

$$\begin{aligned}\text{Precio de venta de Hora de Asesoría} &= \text{Costo Unitario Servicio} / (1 - 0.09) \\ &= \$ 10.257 / (1 - 0.09) \\ &= \$ 12.000. / \text{Hora Asesoría}\end{aligned}$$

Aunque este precio está por encima del ofertado por la competencia, no se desea entrar al mercado compitiendo con precio sino con la calidad del servicio y sus ventajas frente a las otras empresas.

5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

Todas las proyecciones se trabajan en pesos constantes.

5.4.1 Estado de resultados proyectados a 5 años.

Tabla 64. Estado de Resultados Proyectados a 5 años

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS A 5 AÑOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	117.558.000	125.395.200	133.232.400	141.069.600	148.906.800
(-) CTS*	47.485.120	50.650.795	53.816.469	56.982.144	60.147.819
Utilidad Bruta	70.072.880	74.744.405	79.415.931	84.087.456	88.758.981
(-) GAV**	50.847.551	50.847.551	50.847.551	50.847.551	50.847.551
(-) Gastos Iniciales	10.795.000				
Utilidad Operacional	8.430.329	23.896.854	28.568.380	33.239.905	37.911.430
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Imp.	8.430.329	23.896.854	28.568.380	33.239.905	37.911.430
(-) Impuestos (33%)	2.782.009	7.885.962	9.427.565	10.969.169	12.510.772
Utilidad Líquida	5.648.320	16.010.892	19.140.814	22.270.736	25.400.658
(-) Reserva Legal (10%)	564.832	1.601.089	1.914.081	2.227.074	2.540.066
UTILIDAD EJERCICIO	5.083.488	14.409.803	17.226.733	20.043.663	22.860.592
* Costos de Totales del Servicio					
** Gastos de Administración y Ventas					

5.4.2 Flujo de caja proyectado. En este flujo participan todos los ingresos (Capital social, Ventas), y los egresos de efectivo, proyectados a 5 años, (ver tabla 63); en ambas proyecciones se tendrá en cuenta la capacidad usada de la empresa para cada periodo anual, el valor de la hora de asesoría, los Costos

Totales del Servicio (CTS), y los Gastos de administración y Ventas (GAV). Una vez hallada la diferencia Ingresos – Egresos, se sumarán los valores respectivos de Amortizaciones, Depreciaciones, y Valor de salvamento de los activos, porque éstos no constituyen erogación de efectivo.

Tabla 65. Ingresos proyectados

INGRESOS PROYECTADOS			
AÑO	CAPACIDAD USADA	VALOR / HORA ASESORIA	TOTAL
1	9.797	12.000	117.558.000
2	10.450	12.000	125.395.200
3	11.103	12.000	133.232.400
4	11.756	12.000	141.069.600
5	12.409	12.000	148.906.800

Tabla 66. Egresos proyectados

EGRESOS PROYECTADOS				
AÑO	CAP. USADA	CTS*	GAV**	TOTAL
1	9.797	47.485.120	50.847.551	98.332.671
2	10.450	50.650.795	50.847.551	101.498.346
3	11.103	53.816.469	50.847.551	104.664.020
4	11.756	56.982.144	50.847.551	107.829.695
5	12.409	60.147.819	50.847.551	110.995.370
* Costos de Totales del Servicio				
** Gastos de Administración y Ventas				

Tabla 67. Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		117.558.000	125.395.200	133.232.400	141.069.600	148.906.800
Capital social	40.454.222					
TOTAL INGRESOS	40.454.222	117.558.000	125.395.200	133.232.400	141.069.600	148.906.800
EGRESOS						
Inversión fija	12.200.000	-	-	-	-	-
Inversión diferida	9.566.355	-	-	-	-	-
Gastos iniciales		10.795.000				
CTS*		47.485.120	50.650.795	53.816.469	56.982.144	60.147.819
GAV**		50.847.551	50.847.551	50.847.551	50.847.551	50.847.551
Pago imp. (33%)		-	2.782.009	7.885.962	9.427.565	10.969.169
TOTAL EGRESOS	21.766.355	109.127.671	104.280.354	112.549.982	117.257.260	121.964.538
Saldo Ingresos - Egresos	18.687.867	8.430.329	21.114.846	20.682.418	23.812.340	26.942.262
Amort. Diferida		1.913.271	1.913.271	1.913.271	1.913.271	1.913.271
Deprec. Act. Fijos		1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000
Valor salvamento						3.675.000
SALDO NETO CAJA	18.687.867	12.048.600	24.733.117	24.300.689	27.430.611	34.235.533
Saldo inicial de caja		18.687.867	30.736.467	55.469.583	79.770.272	107.200.883
(-) Valor de salvamento						- 3.675.000
SALDO FINAL DE CAJA	18.687.867	30.736.467	55.469.583	79.770.272	107.200.883	137.761.416
* Costos Totales del Servicio						
** Gastos de Administración y Ventas						

Para la evaluación financiera del proyecto se tendrá en cuenta el Flujo de Caja Libre, que incluye la inversión en el año 0 (Inversiones Fija, Diferida, y de Capital de Trabajo), y los saldos netos de caja de los años 1 al 5.

Tabla 68. Flujo de caja libre

FLUJO DE CAJA LIBRE						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO CAJA LIBRE	- 40.454.222	12.048.600	24.733.117	24.300.689	27.430.611	34.235.533

5.4.3 Balance general a 5 años

Tabla 69. Balance general proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA Y BANCOS	30.736.467	55.469.583	79.770.272	107.200.883	137.761.416
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	30.736.467	55.469.583	79.770.272	107.200.883	137.761.416
ACTIVO FIJO					
EQUIPO DE OFICINA	4.900.000	4.900.000	4.900.000	4.900.000	4.900.000
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y C	7.300.000	7.300.000	7.300.000	7.300.000	7.300.000
DIFERIDOS	9.566.355	9.566.355	9.566.355	9.566.355	9.566.355
(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA	1.913.271	3.826.542	5.739.813	7.653.084	9.566.355
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	1.705.000	3.410.000	5.115.000	6.820.000	8.525.000
TOTAL ACTIVO FIJO	18.148.084	14.529.813	10.911.542	7.293.271	3.675.000
TOTAL ACTIVO	48.884.551	69.999.396	90.681.814	114.494.154	141.436.416
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					

IMPUESTO DE RENTA	2.782.009	7.885.962	9.427.565	10.969.169	12.510.772
TOTAL PASIVO CORRIENTE	2.782.009	7.885.962	9.427.565	10.969.169	12.510.772
PASIVO NO CORRIENTE					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	-	-			
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	2.782.009	7.885.962	9.427.565	10.969.169	12.510.772
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	40.454.222	40.454.222	40.454.222	40.454.222	40.454.222
RESERVA LEGAL	564.832	2.165.921	4.080.003	6.307.076	8.847.142
UTILIDAD EJERCICIOS ANTER.		5.083.488	19.493.292	36.720.024	56.763.687
UTILIDAD DEL EJERCICIO	5.083.488	14.409.803	17.226.733	20.043.663	22.860.592
TOTAL PATRIMONIO	46.102.542	62.113.435	81.254.249	103.524.985	128.925.644
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	48.884.551	69.999.396	90.681.814	114.494.154	141.436.416

5.5 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO

El centro de asesorías y servicios académicos tiene una inversión fija de \$ 12.200.000 anual correspondiente a sus equipos de oficina y computo, más una inversión en activos diferidos por valor de \$ 9.566.355 anuales.

Los costos de mano de obra directa ascienden a los \$ 40.215.120 anuales representados en 3 puestos de trabajo (2 profesores y 1 auxiliar de ayudas didácticas), y los gastos de mano de obra indirecta o administrativa son de \$ 32.903.280 anuales con 2 cargos (gerente y secretaria contable).

Los costos totales anuales del servicio de asesorías académicas son de \$ 98.332.671 representados por un 97.13% de costos fijos y 2,87% de costos variables, dando como resultado un costo unitario de \$ 10.038 por la hora de asesoría.

Una vez determinado el costo unitario de la hora de servicio de asesorías académicas se aplica una rentabilidad de marginal 9% para determinar un precio de venta público de \$ 12.000 la hora de asesoría, precio que no compite con los ofertados por otras empresas pero que representa la calidad del servicio prestado.

En la proyección del estado de resultados se evidencian utilidades desde el primer año de ejecución por valor de \$ 5.083.488 después de gastos, impuestos y reserva legal.

Una vez hecho todo el estudio financiero se concluye que la empresa After School puede cubrir totalmente sus costos y gastos, y generar rentabilidad desde el primer año de operaciones, al realizar una inversión total de \$ 40.454.222, y cumplir los pronósticos de ventas para cada año, que corresponden a la capacidad instalada y usada.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Cuando se diseña un proyecto empresarial, se debe buscar la optimización de los recursos y lograr la recuperación de la inversión en el menor tiempo posible, también generar las utilidades esperadas por los inversionistas. Por ello, hacer funcionar cualquier idea de negocio, lleva implícita una cuota de responsabilidad social y ambiental.

En este capítulo se hará la evaluación del punto de equilibrio, del impacto social y los aspectos claves de la Responsabilidad Social Empresarial, del impacto ambiental y financiero del proyecto. El primero definirá el número de horas de asesoría (HA) necesarias para que la empresa, aunque no genere ganancias, tampoco produzca pérdidas; el segundo, tendrá en cuenta aspectos como el aporte que hace al desarrollo regional, y la generación de empleo; el tercero, la preservación de los recursos naturales, mediante el cumplimiento de las normas ambientales vigentes, y la aplicación de políticas que mitiguen dicho impacto; el cuarto, determinará el VPN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión, y el análisis de las razones financieras básicas.

6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Este es un instrumento financiero, que permite definir el nivel mínimo de ventas de Horas de Asesoría Académicas, de tal manera que se cubran todos los costos, y por consiguiente, no haya pérdidas en el ejercicio de la actividad comercial. Cualquier venta adicional, generará utilidades para la empresa.

Para calcularlo se requiere conocer el Costo Fijo Total (CFT), el Precio de venta unitario (Pvu), el Costo variable unitario (Cvu), y aplicar la siguiente fórmula:

$$Qu = CFT / (Pvu - Cvu)$$

Donde:

Qu = punto de equilibrio en unidades de Hora Asesoría

CFT= Costo Fijo Total

Pvu= Precio de venta unitario

Cvu= Costo variable unitario

Con anterioridad se había determinado el costo por cada Hora de Asesoría en \$ 9.797, compuesto por una parte fija del 97.13%, y por una parte variable del 2,87% (\$ 287.86).

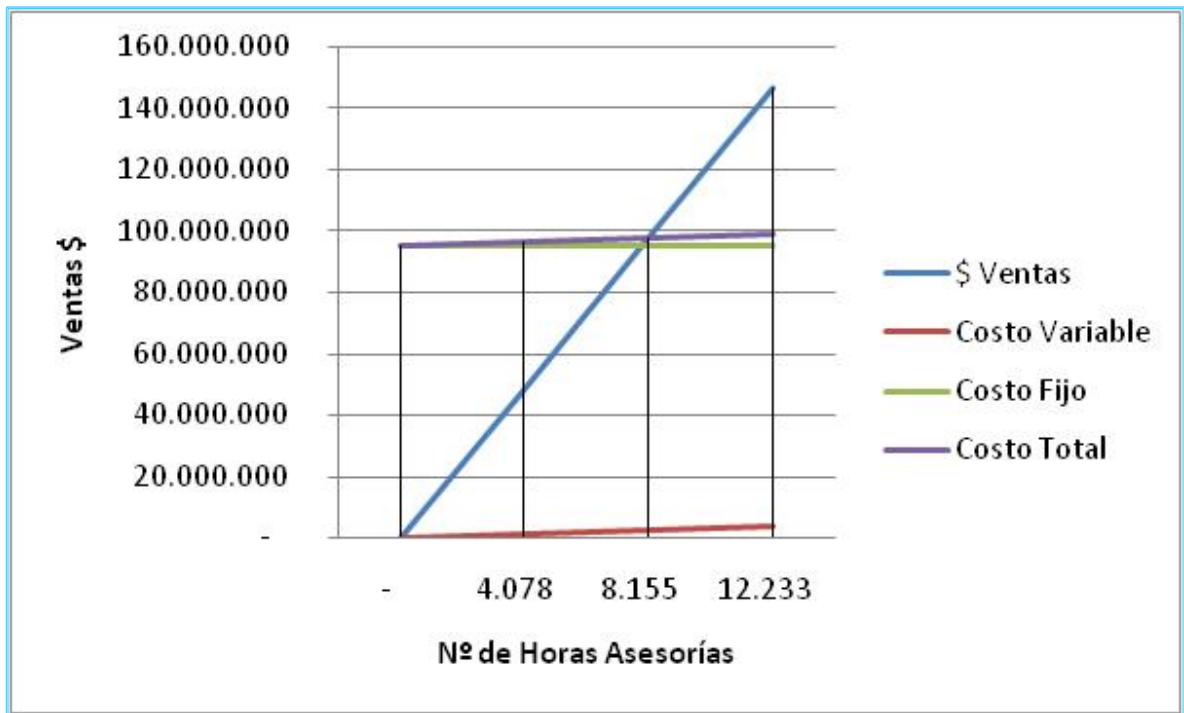
$$\begin{aligned} Qu &= \$ 95.512.671 / (\$ 12.000 - \$ 287.86) \\ &= 8.155 \text{ Hora Asesoría} \end{aligned}$$

Este punto de equilibrio está por debajo de la capacidad utilizada para el primer año, que siendo la mínima, representa el 83,24% de ésta. Para los siguientes años se calcula también el punto de equilibrio en unidades de horas de asesoría, (ver tabla 68).

Tabla 70. Proyección punto de equilibrio

PROYECCIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO				
AÑO	COSTO FIJO TOTAL	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	PUNTO DE EQUILIBRIO
1	95.512.671	12.000	287,86	8.155
2	101.880.182	12.000	287,86	8.699
3	108.247.694	12.000	287,86	9.242
4	114.615.205	12.000	287,86	9.786
5	120.982.717	12.000	287,86	10.330

Gráfico 16. Punto de equilibrio primer año



6.2 IMPACTO SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Cualquier proyecto genera impacto en el medio en que se implemente; socialmente los niños de los hogares de Floridablanca tendrán la oportunidad de acceder al servicio de asesorías académicas, brindado por After School, que les ayudará en el mejoramiento de su desempeño académico; a la vez, los padres de estos niños podrán delegar esta responsabilidad en la nueva empresa, con la seguridad que sus niños tienen la atención, dedicación y profesionalismo necesarios que brinda el personal operativo de la misma.

Para desarrollar sus operaciones, la nueva empresa generará 4 empleos directos, 2 de ellos en la parte administrativa, y 2 en la operativa. Este personal será escogido de los diferentes municipios que componen el Área Metropolitana de

Bucaramanga, beneficiando las familias respectivas, al poder contar con ingresos estables y dignos, y con los servicios de salud, de vivienda, de recreación y de educación que las EPS, ARP, SENA, Cajas de Compensación, Fondos de pensiones y cesantías, e incluso el ICBF, desarrollan en la región.

Respecto a los proveedores de insumos y servicios, éstos podrán mejorar sus ingresos económicos por las compras que se les realice.

Mediante el pago de los impuestos municipales, departamentales, y nacionales, que corresponden a la actividad comercial de la empresa (de sus clientes internos y externos), los gobiernos respectivos podrán desarrollar sus propios proyectos de inversión social.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

Todo proyecto de inversión genera impacto ambiental, por ello es importante revisar que tan grande es ese impacto, y tener presente lo que dice El Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente acerca de este tema: *“El ambiente es patrimonio común. El Estado y los particulares deben participar en su preservación y manejo, que son de utilidad pública e interés social. La preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social... este Código tiene por objeto:*

- a. Lograr la preservación y restauración del ambiente y la conservación, mejoramiento y utilización racional de los recursos naturales renovables, según criterios de equidad que aseguren el desarrollo armónico del hombre y de dichos recursos, la disponibilidad permanente de éstos y la máxima participación social, para beneficio de la salud y el bienestar de los presentes y futuros habitantes del territorio nacional.

- b. Prevenir y controlar los efectos nocivos de la explotación de los recursos naturales no renovables sobre los demás recursos.
- c. Regular la conducta humana, individual o colectiva y la actividad de la Administración Pública, respecto del ambiente y de los recursos naturales renovables y las relaciones que surgen del aprovechamiento y conservación de tales recursos y de ambiente.”¹⁹

Este análisis abarca el efecto sobre los recursos naturales (aire, agua, tierra, y biota), para luego definir políticas que mitiguen ese impacto, con la revisión de la normatividad que rige sobre la actividad comercial de la nueva empresa.

6.4 IMPACTO FINANCIERO

6.4.1 Valor presente neto VPN. Este valor se calcula a partir del Flujo de Caja Libre, es decir, si hay créditos, antes de la amortización del capital y el pago de intereses; este flujo está proyectado a 5 años, e incluye el valor de la inversión inicial (Año 0).

Tabla 71. Flujo de caja libre

FLUJO DE CAJA LIBRE						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO CAJA LIBRE	- 40.454.222	12.048.600	24.733.117	24.300.689	27.430.611	34.235.533

¹⁹ DECRETO 2811 DEL 18 DE DICIEMBRE DE 1974. Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

Los inversionistas esperan una tasa mínima de retorno del 15% (tasa de oportunidad para las autoras del proyecto al invertir en otra empresa), sobre el capital aportado.

A dicha tasa, se le adiciona el factor de riesgo del 10% (tasa que corresponde al riesgo que implica desarrollar una actividad comercial como lo es la prestación de servicios), mediante la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} &= [(1 + \text{Tasa Oportunidad}) \times (1 + \text{Factor riesgo}) - 1] * 100 \\ &= [(1 + 0.15) (1 + 0.1) - 1] * 100 \\ &= 26.5\% \end{aligned}$$

A la anterior tasa se descuenta la tasa de inflación²⁰ para el 2.011(3.4%), porque las proyecciones son a precios constantes, con lo que se logra la tasa de evaluación; se emplea la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Tasa de evaluación} &= \{[(1 + \text{tasa con riesgo}) / (1 + \text{tasa inflación})] - 1\} * 100 \\ &= \{[(1 + 0.265) / (1 + 0.034)] - 1\} * 100 \\ &= 22.34\% \end{aligned}$$

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 = Tasa de evaluación = 22.34%

t = Período de 0 hasta 5 años

²⁰ <http://inflacion.com.co/inflacion-2011-2.html>. Proyectada para el año 2011. [Citado el 14 de Junio de 2011]

Reemplazando estos valores en la fórmula anterior se obtiene, mediante la hoja de cálculo de Excel, que el VPN del proyecto es el siguiente:

$$\text{VPN} = \$ 23.927.022.00$$

Este valor indica que al traer al presente los ingresos y egresos proyectados a 5 años, la empresa tiene un saldo positivo, implicando que el proyecto es atractivo. Este valor obtenido, es la verdadera utilidad marginal del capital invertido, y se dará, si y solo si, las utilidades se reinvierten en el desarrollo de la empresa.

6.4.2 Tasa Interna retorno TIR. Esta tasa hace que el VPN sea igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos, descontada la inversión inicial.

La TIR se obtiene 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 la fórmula se obtiene por la hoja de cálculo de Excel, que la TIR del proyecto es:

$$\text{TIR} = 43,85\%$$

Este valor encontrado significa que, por cada peso que se invierte en la empresa, retornará \$ 0,4385.

Debido a que la TIR encontrada es mayor que la Tasa de Evaluación, este proyecto se considera atractivo.

6.4.3 Periodo de recuperación. Para conocer cuándo se recupera la inversión inicial, se toman los valores del saldo neto de caja que se proyectó a 5 años, trayendo cada valor al VPN:

Tabla 72. Proyección a 5 años VPN

PROYECCIÓN VPN	
AÑO	VPN
0	- 40.454.222
1	10.833.263
2	19.995.131
3	17.663.903
4	17.927.770
5	20.118.268

Inversión a recuperar	40.454.222
Recuperado año 1-2	30.828.394
Por recuperar	9.625.828
Recuperado año 3	17.663.903

Con base en los datos anteriores, se halla el periodo de recuperación de la inversión faltante, por meses y días, mediante el uso de la regla de tres simple:

$$\frac{\text{Recuperado Año 3 (12 meses) (VPN)}}{X} = \frac{17.663.903}{9.625.828} = X = 6,54 \text{ meses}$$

$$\frac{1 \text{ mes}}{0.54} = \frac{30 \text{ días}}{X} = X = 17 \text{ días}$$

Según lo anterior, el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 2 años, 6 meses y 17 días; esto demuestra que el proyecto es atractivo para los inversionistas porque la recuperación se hace antes de los 5 años del horizonte del mismo.

6.4.4 Análisis de las razones financieras. Tomando la información de los estados financieros proyectados, se calculan las razones financieras básicas, para hacer su respectivo análisis. Se escogieron las siguientes: Razón Corriente, Nivel de Endeudamiento, Margen Bruto de Ganancias, y Margen Neto de Ganancias.

Tabla 73. Razones financieras

RAZÓN FINANCIERA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen Bruto de Ganancias	59,61%	59,61%	59,61%	59,61%	59,61%
Margen Neto de Ganancias	4,32%	11,49%	12,93%	14,21%	15,35%
Razón Corriente	11,05	7,03	8,46	9,77	11,01
Nivel de Endeudamiento	5,69%	11,27%	10,40%	9,58%	8,85%

Margen Bruto de Ganancias. Esta razón se mantiene igual durante el horizonte del proyecto debido a que el incremento de las ventas es directamente proporcional a los costos totales del servicio. Indica que la recuperación anual de cada peso invertido está por encima del 59%.

Margen Neto de Ganancias. Su incremento es anual, desde un 4.32% en el primer año, hasta un 15,35% en el año 5. Lo que muestra cómo este proyecto genera más utilidades netas, conforme van pasando los años, debido a que los gastos administrativos y de ventas permanecen iguales.

Razón Corriente. Esta razón indica que la empresa, por cada peso que debe, tiene 11.05 pesos para pagar o respaldar esa deuda en el primer año. Esta razón varía años tras año dependiendo de la fluctuación de los activos y pasivos corrientes. Entre mayor sea la razón resultante, mayor solvencia y capacidad de pago se tiene, lo cual es una garantía, tanto para la empresa, que no tendrá problemas para pagar sus deudas, como para sus acreedores, porque estos tendrán certeza que su inversión no se perderá, que está garantizada.

Nivel de Endeudamiento. Este indicador señala la proporción en la cual participan los acreedores sobre el valor total de la empresa. Así mismo, sirve para identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios de la nueva empresa y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado. En el cuadro se observa que este índice crece en la medida que los impuestos aumentan durante los años 1, y 2, a la vez que los activos fijos tienden a desaparecer por efecto de la depreciación y la amortización; sólo a partir del año 3 se disminuye por efecto del aumento considerable de los activos corrientes. De cualquier modo, la participación de los acreedores en el valor total de la empresa, no supera la barrera del 12%.

6.5 CONCLUSIONES SOBRE LA EVALUACION DEL PROYECTO.

Después de realizar la evaluación del proyecto, se llega a considerar su importancia en el desarrollo de la región, al generar 5 nuevas fuentes de empleo.

Para el primer año la empresa debe generar 8.155 horas de asesorías académicas las cuales representan su punto de equilibrio, al finalizar el año 5 la empresa debe alcanzar un mínimo de 10.330 horas anuales para no generar pérdidas.

La empresa tiene un impacto ambiental mínimo, al promover la preservación y restauración del ambiente por sus planes de reciclaje y mejoramiento de los recursos así por su baja utilización de medios contaminante visuales y auditivos.

Al traer al presente los ingresos y egresos (VPN) proyectados a 5 años la empresa tiene un saldo positivo de \$ 23.927.022, lo cual demuestra que la empresa es atractiva para los diferentes inversionistas y socios.

El proyecto ofrece una tasa interna de retorno (TIR) de 43,85% superior a la tasa de evaluación de \$ 22,34% y un periodo de recuperación de 2 años, 6 meses y 17 días dentro del horizonte proyectado de 5 años.

7. CONCLUSIONES

La realización de los estudios anteriores permite definir que es viable la creación de la Centro de asesorías y servicios académicos para estudiantes de primaria en el municipio de Floridablanca, impactando los estratos 4, 5 y 6.

El estudio de mercados determina que la demanda anual de asesorías y servicios académicos es superior a la oferta, con una demanda insatisfecha del 14,48% en el mercado objetivo, razón que otorga oportunidad de acción para la empresa After School. La competencia directa de este proyecto está representada por 2 empresas legales (Kumon, y Logros) dedicadas al servicio, con antigüedad y posicionamiento en el mercado.

El estudio anterior también demuestra que el 77% del mercado objeto del presente estudio, utilizaría los servicios de asesorías académicas en un centro especializado, lo cual demuestra el sentido regional de querer apoyar el desarrollo empresarial en la ciudad.

En el estudio técnico se determina una capacidad total de horas de servicio de asesorías académicas de 7.488 horas anuales por tutor, es decir, un tutor puede atender 3 niños máximo por hora, por 8 horas diarias, por 312 días al año (26 días al mes). Su capacidad máxima está compuesta con 3 tutores, lo que ofertaría 22.464 horas anuales de servicio en óptimas condiciones y capacidad total.

El factor principal que determina el tamaño de la empresa es la Demanda ya que otros factores como insumos, equipos de oficina y demás herramientas son de fácil adquisición en el municipio de Floridablanca al contar con gran comercio para estos requerimientos.

Los contratos elaborados por la empresa serán a término indefinido, y estos aplican tanto a la mano de obra directa compuesta por 2 tutores y 1 auxiliar de ayudas didácticas, junto con la mano de obra indirecta representada por el Gerente y la secretaria contable para una infraestructura total de 5 personas, más 1 contador con contrato de prestación de servicios.

Este proyecto busca mitigar el impacto ambiental a través de la promoción y prevención de los ecosistemas en un trabajo conjunto entre empleados y clientes reduciendo de esta forma las consecuencias que genera la puesta en marcha de esta empresa.

La decisión de la localización del centro de asesorías y servicios académicos se determinó con la mayor exactitud posible para beneficio y supervivencia de la empresa en el mercado y la capacidad de atender de manera óptima y adecuada la demanda de cada uno de sus servicios, a través del método de localización por puntos ponderados arrojando como resultado que la ubicación óptima está en el barrio LAGOS I.

La empresa será constituida mediante una sociedad de responsabilidad limitada, compuesta inicialmente por 2 socios (fundadores), con el fin de dejar abierta la posibilidad del ingreso de inversionistas y socios que fortalezcan el capital de la empresa, hasta los montos permitidos y establecidos por la ley.

El estudio financiero determina que la puesta en marcha del proyecto requiere una inversión inicial de \$ 40.454.222, que serán aportados por socios (fundadores) del proyecto a través de recursos propios.

Los costos de mano de obra directa ascienden a los \$ 40.215.120 anuales representados en 3 puestos de trabajo (2 profesores y 1 auxiliar de ayudas

didácticas), y los gastos de mano de obra indirecta o administrativa son de \$ 32.903.280 anuales con 2 cargos (gerente y secretaria contable).

Los costos totales anuales del servicio de asesorías académicas son de \$ 98.332.671 representados por un 97.13% de costos fijos y 2,87% de costos variables, dando como resultado un costo unitario de \$ 10.038 por la hora de asesoría.

Una vez determinado el costo unitario de la hora de servicio de asesorías académicas se aplica una rentabilidad de marginal 9% para determinar un precio de venta público de \$ 12.000 la hora de asesoría, precio que no compite con los ofertados por otras empresas pero que representa la calidad del servicio prestado.

En la proyección del estado de resultados se evidencian utilidades desde el primer año de ejecución por valor de \$ 5.083.488 después de gastos, impuestos y reserva legal.

Una vez hecho todo el estudio financiero se concluye que la empresa After School puede cubrir totalmente sus costos y gastos, y generar rentabilidad desde el primer año de operaciones, al realizar una inversión total de \$ 40.454.222, y cumplir los pronósticos de ventas para cada año, que corresponden a la capacidad instalada y usada.

En la evaluación del proyecto, el impacto social será positivo por la generación de nuevas fuentes de trabajo, con condiciones laborales que favorecerán a los empleados y sus familias, y con un servicio que cubrirá, en gran parte, la necesidad de asesoría académica de los niños de primaria en la ciudad de Floridablanca. La empresa ha analizado el manejo de los recursos naturales, comprometiéndose con preservarlos mediante actividades de concientización de su talento humano. Toda empresa afecta el medio ambiente, pero se busca que

dicha afectación impacte lo menos posible, buscando estar por debajo de los estándares nacionales.

El estudio financiero determina que para el primer año la empresa debe generar 8.155 horas de asesorías académicas las cuales representan su punto de equilibrio, al finalizar el año 5 la empresa debe alcanzar un mínimo de 10.330 horas anuales para no generar pérdidas.

Así mismo, al traer al presente los ingresos y egresos (VPN) proyectados a 5 años la empresa tiene un saldo positivo de \$ 23.927.022, lo cual demuestra que la empresa es atractiva para los diferentes inversionistas y socios.

El proyecto ofrece una tasa interna de retorno (TIR) de 43,85% superior a la tasa de evaluación de \$ 22,34% y un periodo de recuperación de 2 años, 6 meses y 17 días dentro del horizonte proyectado de 5 años.

8. RECOMENDACIONES

Anualmente se debe revisar y fortalecer las estrategias de mercadeo para asegurar el incremento de las ventas de horas de asesorías académicas, garantizando el crecimiento de la empresa y la utilidad de los socios e inversionistas.

Una vez la empresa esté funcionando, se debe analizar la posibilidad de ofrecer el servicio de asesorías académicas en toda el área metropolitana de Bucaramanga.

Debido a la creciente tendencia de la educación virtual, se hace necesario empezar a desarrollar proyectos encaminados a ofrecer la prestación del servicio del centro a través de la web.

BIBLIOGRAFIA

ACEVEDO, Mayra Alexandra, Buitrago, Diana Marcela y Rodríguez, María Alejandra. Evaluación de la educación preescolar, básica primaria, secundaria, media y superior como cadena productiva y competitiva en el departamento de Santander 2003 – 2008. Pasantía de investigación. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de ciencias humanas. Escuela de economía y administración, 2009.

ACOSTA AYERBE, Alejandro. Planeación y Derechos de la Niñez, en Ética Ciudadana y Derechos humanos de los niños. Cooperativa Editorial Magisterio, Santafé de Bogotá, 1998.

CÓRDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá. Ecoe Ediciones, 2006.

EGIDO GÁLVEZ, Inmaculada. La Educación Inicial en el ámbito internacional: Situación y perspectivas en Iberoamérica y en Europa, en Revista Iberoamericana de Educación, O. E. I, Organización Iberoamericana de Educación, N° 22, enero-abril de 2000, Madrid, p.122.

GARCÍA, Emilio. El derecho a la Ciudadanía de los niños, en Ética Ciudadana y Derechos humanos de los niños. Cooperativa Editorial Magisterio, Santafé de Bogotá, 1998.

MIRANDA MIRANDA, Juan José. Gestión de proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental. Bogotá. MM Editores, 2005.

PABON, Alirio y Tarazona, Jairo. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesorías y servicios académicos a estudiantes universitarios en el área

metropolitana de Bucaramanga. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Programa de gestión empresarial, 1996.

PIZARRO, Crisóstomo. Niñez y democracia. UNICEF. Ariel, Santafé de Bogotá, p. 39-45, 1997.

SCHIEFELBEIN, Ernesto y SCHIEFELBEIN, Paulina. La Calidad de la Educación en América Latina y el Caribe, en Educación. La agenda del siglo XXI. Tercer Mundo, Santafé de Bogotá, 1998, p. 78.

LINKS COMPLEMENTARIOS

Colombia Aprende. www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/fo-article_71008.pdf

Colombia por la primera infancia. www.primerainfancia.org.co

<http://es.wikipedia.org/wiki/Honestidad>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad>. Noviembre 4 de 2010

<http://es.wikipedia.org/wiki/Verdad>. Noviembre 4 de 2010

<http://www.fundaciontallerdeamor.org/20.html>. Noviembre 4 de 2010

<http://www.proyectopv.org/1-verdad/tolerancia.htm>. Noviembre 4 de 2010

www.proyectosalanhogar.com/habitos_de_estudio/indice.htm

www.camaradirecta.com

www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf

www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf


www.primerainfancia.org.co

www.mineduccion.gov.co

www.plandecenal.edu.co

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

 <p>UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA GESTION EMPRESARIAL</p>	
<p>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HOGARES DE FLORIDABLANCA UBICADOS EN LOS ESTRATOS 4, 5 Y 6</p>	
<p>OBJETIVO: REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS QUE PERMITA DETERMINAR LOS COMPORTAMIENTOS, HÁBITOS, NECESIDADES, ACTITUD DE COMPRA, PREFERENCIAS Y NIVEL DE ACEPTACION DE UN CENTRO DE ASESORIAS EN LA CIUDAD DE FLORIDABLANCA</p>	
Nombre	Teléfono
<p>1. ¿Tiene usted hijos en primaria?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Cuántos? _____</p>	
<p>2. ¿En qué momento realiza las tareas su hijo?</p> <p>Jornada estudiantil <input type="checkbox"/> En contra jornada <input type="checkbox"/></p> <p>Horario adicional - Noche <input type="checkbox"/></p>	
<p>3. ¿Cuáles considera usted que son las áreas de mayor dificultad para su hijo? Enumerelas en orden de importancia</p> <p>Matematicas <input type="checkbox"/> Lenguaje <input type="checkbox"/> Idiomas <input type="checkbox"/></p> <p>Ciencias <input type="checkbox"/> Escritura <input type="checkbox"/></p>	
<p>4. Cuando su hijo necesita apoyo con las tareas usted:</p> <p>Tiene tiempo para colaborarle <input type="checkbox"/> Acude a un amigo y/o conocido <input type="checkbox"/></p> <p>Acude a un familiar <input type="checkbox"/> Paga una asesoria <input type="checkbox"/></p>	
<p>5. ¿Conoce algún lugar donde asesoran tareas?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____</p>	
<p>6. ¿Cómo conocio del lugar o la persona que brinda la asesoria?</p> <p>Clasificados <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? <input type="checkbox"/></p> <p>Plegables <input type="checkbox"/> Volantes <input type="checkbox"/></p>	
<p>7. ¿Recibe su hijo asesorias de tareas en el colegio?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>8. ¿Le paga usted o le ha pagado asesoria de tareas a su hijo?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>¿Cuánto por hora? _____ ¿Cuántas horas? _____</p>	
<p>9. ¿Cuántas horas a la semana recibe su hijo asesorías de tareas?</p> <p>_____ Horas a la semana</p>	
<p>10. ¿Estaría usted dispuesto a pagar para que su hijo asista a un centro especializado en asesorías de tareas?</p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	
<p>11. ¿Cómo le gustaría pagar las asesorías?</p> <p>Diario <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/></p> <p>Semanal <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/></p>	