



**"EL CAMINO"**

**CENTRO DE APOYOS ACADÉMICOS**

*"Orientar y colaborar es nuestro compromiso"*

EL CAMINO  
CENTRO DE APOYOS ACADEMICOS

JENNIFFER FLOREZ QUINTERO  
MONICA PATRICIA MORALES QUINTERO

ESCUELA SUPERIOS DE MERCADOCTENIA: ESUMER  
INSTITUCION UNIVERSITARIA  
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO  
TECNOLOGIA EN MERCADEO  
PUERTO BERRIO  
2009

EL CAMINO  
CENTRO DE APOYOS ACADEMICOS

JENNIFFER FLOREZ QUINTERO  
MONICA PATRICIA MORALES QUINTERO

Trabajo final para optar al título de tecnólogas en mercadeo

Amparo del Socorro Madrid Madrid  
Asesora metodológica  
Socióloga investigadora

Javier Rincón Ospina  
Asesor temático  
Administrador de empresa

ESCUELA SUPERIOS DE MERCADOCTENIA: ESUMER  
INSTITUCION UNIVERSITARIA  
FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO  
TECNOLOGIA EN MERCADEO  
PUERTO BERRIO  
2009

NOTA DE ACEPTACIÓN

\_\_\_\_\_  
FIRMA PRESIDENTE DEL JURADO

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL JURADO

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL JURADO

CIUDAD Y FECHA (DÍA, MES, AÑO)

## **DEDICADO A**

Nuestras familias por toda comprensión y tolerancia brindada, Por todo su apoyo decidido para lograr capacitarnos y poder salir adelante.

## **CONTENIDO**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

- 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO**
- 2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIO**
- 3. INFORMACIÓN GENERAL**
  - 3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA
  - 3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA
  - 3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA
  - 3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO PLAZO
  - 3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS
  - 3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR
  - 3.7 RELACIÓN DE LOS SERVICIOS O PRODUCTOS
  - 3.8 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO
  - 3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR
  - 3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO
- 4. ANALISIS DEL MERCADO**
  - 4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO
  - 4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS
  - 4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y SERVICIOS
    - 4.3.1 El mercado meta
    - 4.3.2 Estudio de mercado consumidor
  - 4.4 EL MERCADO PROVEEDOR
    - 4.4.1 Proveedores
    - 4.4.2 Estudio mercado proveedor
  - 4.5 EL MERCADO COMPETIDOR
    - 4.5.1 Competidores
    - 4.5.2 Estudio del mercado competidor
  - 4.6 EL MERCADO DISTRIBUIDOR
    - 4.6.1 Distribución
    - 4.6.2 Distribución directa
    - 4.6.3 Manejo de inventarios
    - 4.6.4 Comunicación
    - 4.6.5 Actividades de promoción y divulgación
  - 4.7 PRECIO DE LOS PRODUCTOS
    - 4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los productos

- 4.7.2 Los precios de los productos tomando como base los costos
- 4.7.3 Los precios de los productos propuestos
- 4.7.4 Política de precios
- 4.8 COSTO ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN
- 4.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO
- 4.10 PLAN DE VENTAS

## **5. ASPECTOS TECNICOS (ANALISIS DE LA PRODUCCION)**

- 5.1 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN
- 5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN
- 5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
- 5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN
- 5.5 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN
  - 5.5.1 Locaciones
  - 5.5.2 Requerimiento de maquinaria equipo mueble y enseres
  - 5.5.3 Requerimientos de materiales se insumos
  - 5.5.4 Requerimiento de servicio
  - 5.5.5 Requerimiento de personal
  - 5.5.6 Programa de producción

## **6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

- 6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS
  - 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos
  - 6.1.2 Procesos administrativos externalizados
- 6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO
  - 6.2.1 Organigrama
  - 6.2.2 Descripción funcional de la organización
- 6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN
  - 6.3.1 Locaciones
  - 6.3.2 Requerimiento de equipos, software muebles y enseres
  - 6.3.3 Requerimiento de materiales de oficina
  - 6.3.4 Requerimiento de servicios
  - 6.3.5 Requerimiento de personal
- 6.4 Programa de administración
- 6.5 Proyección de ventas

## **7. ASPECTOS LEGALES**

- 7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
- 7.2 CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

### **8.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO**

8.1.1 Recursos propios

8.1.2 Créditos y préstamos bancarios

### **8.2 INGRESOS Y EGRESOS**

8.2.1 Ingresos

8.2.2 Inversiones

8.2.3 Gastos

8.2.3.1 Gastos financieros

### **8.3 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS**

8.3.1 Flujo de caja

8.3.2 Estado de pérdida de ganancia

8.3.3 Balance general

8.3.4 Evaluación financiera del proyecto

8.3.5 Valor presente neto

8.3.6 Indicadores financieros

8.3.7 Tasa interna de retorno

## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

## **10. REFERENCIAS DEL CORPUS**

## **AGRADECEMOS A**

Dios todo poderoso por habernos dado el don de la sabiduría durante todo este tiempo de preparación como tecnólogas en mercadeo.

Al SENA por brindarnos el apoyo financiero de este programa de educación superior.

ACIET por la supervisión tan transparente y el respeto que siempre brindo a todos nosotros.

La Dra. Luz Marina Betancourt coordinadora líder de este proyecto, acompañamiento y su valiosa gestión para el gran éxito de este proceso de formación superior.

La Sra. Dora Estela Martínez docente facilitadora, por su dedicación y compromiso para con todos nosotros, el gran esfuerzo que siempre nos brindó en beneficio del éxito de este proyecto y el de todos nosotros.

La institución universitaria ESUMER por brindarnos la formación educativa.

Todos nuestros docentes facilitadores por compartir con nosotros todos sus conocimientos, gran ayuda y apoyo para con nosotros.

## GLOSARIO

**BALANCE GENERAL:** es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario a una fecha determinada.

**COMPETENCIA:** Una Competencia es lo que hace que la persona sea, valga la redundancia, "competente" para realizar un trabajo o una actividad y exitoso en la misma, lo que puede significar la conjunción de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas específicas. Si falla alguno de esos aspectos, y el mismo se requiere para lograr algo, ya no se es "competente".

**COMERCIALIZACIÓN:** Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (Se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro.

**ESTADO DE RESULTADO:** Obtiene su nombre de una serie de pasos cuyos costos y gastos son deducidos de los ingresos.

**FACTIBILIDAD:** El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

**FLUJO DE CAJA:** Se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos.

**INDICADORES FINANCIEROS:** Sirve para indicar la situación de un aspecto económico particular en un momento determinado en el tiempo.

**DEPRECIACIÓN:** Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. La depreciación puede venir motivada por tres motivos; el uso, el paso del tiempo y la obsolescencia. Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio.

**LOCACIONES:** Es el área donde van ubicados las redes e instalaciones eléctricas para la conexión de la maquinaria.

**LOGISTICA:** el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.<sup>[1]</sup> En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

**MARKETING:** Es el Estudio o Investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa.

**MIX DE MERCADEO O MEZCLA DE MERCADEO:** Combinación que incluye al producto en si mismo, el precio del producto, el lugar donde está disponible y las actividades que lo presentan ante los consumidores y que crean como respuesta un deseo entre un grupo determinado de estos.

**PLAN DE NEGOCIO:** Es la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

**PUNTO DE EQUILIBRIO:** Es donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto. Es usado comúnmente en las empresas/organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

**TASA INTERNA DE RETORNO:** la TIR, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La TIR también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

**VALOR PRESENTE NETO:** Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El valor presente neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión.

**RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO:** Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuesto) que tienen los propietarios de empresa.

**UTILIDAD NETA:** Es la generada en un periodo dado por las operaciones normales de una empresa, considerada, después de la determinación de impuestos y antes de las apropiaciones de reservas que constituyen superávit ganado.

**PATRIMONIO:** Es el conjunto de derechos subjetivos y obligaciones de una persona considerados como una universalidad de derecho, una unidad jurídica. Pueden ser apreciables pecuniariamente.

## RESUMEN EJECUTIVO

Centro de ayudas académicas estará ubicado en la subregión del Magdalena medio antioqueño en el Municipio de Puerto Berrio. Nuestra actividad empresarial consistirá en brindar asesorías académicas para el mejoramiento en las debilidades académicas y su ambiente intelectual. Nuestro portafolio de servicios consiste en asesorías a niños de básica primaria.

Nuestro portafolio de servicios desea mostrar a la población porteña una opción nueva en el aporte educativo, a través de las asesorías y a talleres didácticos que motiven al niño a un mejor desempeño académico.

Los gestores de este proyecto empresarial Mónica Morales con alta experiencia en mercadeo y ventas y Jennifer Flórez con una alta experiencia en ventas todas discentes del programa Tecnología en Mercadeo ofrecido por ESUMER el cual es respaldado financieramente por el SENA y administrado por ACIET.

Nuestra responsabilidad social se concentrará en brindar 3 empleos directos y 2 empleos indirectos a jóvenes con conocimientos en el área de la pedagogía residentes del municipio de Puerto Berrio, con esto contribuiremos a crear una mayor calidad de vida, apoyaremos en un aporte económico a niños de bajos recursos.

Nuestro aporte al ecosistema se hará mediante una campaña de reciclaje. Centro de ayudas académicas requiere de 2 socias gestoras que aportarán \$ 5.000.000

Las socias de la empresa recibirán la utilidad correspondiente al dinero invertido mostrando la transparencia del buen manejo de la empresa.

**1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO.**

**Jennifer Flores Quintero**

**Identificación** 1.039.680.109 **Teléfono** **833.5594** **Celular** 312-870-0701

**Dirección** Dg4 N42-38ª int. 127 **Barrio** Divino niño

**Ciudad** Puerto Berrio **Correo Electrónico** jenfloqui@hotmail.com

**Estudios** Tecnológico

**Mónica Patricia Morales Quintero**

**Identificación** 43.641.615 **Teléfono** **8328105** **Celular** 312-258-7256

**Dirección** Dg4 N42-38ª int 127 **Barrio** Divino niño

**Ciudad** Puerto Berrio **Correo Electrónico** mopamo1978@hotmail.com

**Estudio** Tecnológico

## 2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIO

Partiendo de las experiencias y vivencias que se han visualizado a lo largo del proceso educativo en la región de Puerto Berrio, se observa que es necesario elaborar estrategias que permitan el mejoramiento continuo del rendimiento académico de la básica primaria en el municipio porteño, la cual es la base del desarrollo de las habilidades básicas para continuar los ciclos complementarios (secundaria, media técnica, entre otros.).

Actualmente, según estadísticas, el municipio de Puerto Berrio cuenta con una población estudiantil de 7.897 (1), de los cuales el 51.09% de este total pertenece a la básica primaria equivalente a 3.719 niños. De acuerdo con estas cifras se ha creado una idea de negocio, pensada en el apoyo académico a estos jóvenes que pertenecen a la básica primaria, entendiendo como apoyo académico, al conjunto de actividades como asesorías, monitorias, y clases extras, encaminada al acompañamiento, seguimientos y ayudas, a los estudiantes en el proceso de aprendizaje (2), como complemento y soportes didácticos.

Este centro de soporte académico de la básica primaria, se hace necesarios al mirar que en las aulas de clase se centra un gran número de niños estudiando, y el docente no alcanza a impartir individualmente todo el proceso de desarrollo educativo que realiza en clase, igualmente los jóvenes buscan apoyo en sus padres para llenar esos vacíos que presentan, pero hay muchos padres que no están preparados académicamente o no poseen el tiempo suficiente para orientar a sus hijos, debido al trabajo u otro oficios, también es de anotar que el comportamiento del niño e sindis pensable en este proceso, ya que, en algunos casos, se muestra que, el mal rendimiento escolar es por el desinterés por aprender, por indisciplinados, también por falta de capacidad para captar la información que el docente transmite en clase.

Cabe señalar que estas falencias generan efectos en el joven como, poco desarrollo de habilidades para aprender, perdida de materias, falta de asistencia a clase, retirada de la escuela y en caso más extremos expulsión o pérdida del año. Como se puede ver, los problemas sociales van aumentando a medida que el niño va creciendo, viéndose reflejado en niños que trabajan y son explotados, que mendigan y niños consumidores de sustancias alucinógenas, también se puede ver la prostitución a largo plazo y niños delincuentes.

Queda por aclarar que el propósito de la empresa es auxiliar a los niños que asisten a las escuelas, para que se sientan motivados por aprender, esto se logra apoyando y orientando el joven en el desarrollo de sus actividades, para forjar una actitud positiva hacia la escuela.

### **3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA**

La empresa comercialmente se denomina EL CAMINO. Dicho nombre se asignó con el fin de representar los procesos de seguimiento, en el aprendizaje de los usuarios. El vocablo CAMINO etimológicamente significa: dirección que ha de seguirse para llegar a un lugar, de acuerdo con esto la empresa es una vía para que los futuros clientes desarrollen sus habilidades y destrezas para su mejoramiento continuo tanto en lo personal como en lo social.

#### **3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

Se dedicará al mejoramiento académico de los niños de la básica primaria ofreciéndoles a sus consumidores asesorías, tareas, investigaciones y refuerzos escolares. Se diferenciará de la competencia por su diversificación, dado que el camino brindará una variación en su producto, también se realizará una campaña de publicidad para dar a conocer la empresa y se brindará una excelente atención por parte de las socias del establecimiento.

Por el tamaño de la empresa El Camino es una empresa pequeña, que es una entidad independiente y solo contara con tres (3) empleadas. Pertenece al sector educativo, por lo que la empresa se dedicará al mejoramiento del rendimiento académico de los niños de la primaria, esta empresa será manejada por las mismas socias del negocio. Su ámbito de actividad será local por el momento porque solo se brindará este servicio dentro del mismo municipio por el momento.

**VISIÓN DE LA EMPRESA** El Camino Centro de Ayudas Académicas en junio 30 de 2012 será la empresa pionera en refuerzos y ayudas didácticas a niños de la básica primaria del municipio porteño.

#### **3.3 MISION DE LA EMPRESA**

El CAMINO como centro de apoyo académico se compromete a fortalecer los conocimientos, tomados en clase, apoyando la realización de actividades escolares y garantizando el mejoramiento del proceso de aprendizaje, mediante el empleo de estrategias fundamentadas en la lúdica y la creatividad, que propicien espacios de convivencia facilitando la reducción de

conflictos y fomentando los valores al igual que aprendizaje para los ciclos complementarios.

### **3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO**

- **Objetivos a corto plazo** Orientar el manejo adecuado de herramientas, métodos, técnicas y recursos educativos, estableciendo normas que permitan un mejor desempeño en el proceso de enseñanza en el aprendizaje.
- **Objetivos a mediano plazo** certificar los procesos educativos que se ofrecen en la empresa con el fin de posicionar en el municipio de Puerto Berrio todos los servicios que apoyan los procesos académicos.
- **Objetivos a largo plazo** diversificar los servicios de la empresa atendiendo diferentes poblaciones con el ánimo de intervenir en todos aquellos factores que obstaculizan los procesos educativos.

### **3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS**

Son muchos los factores que influyen en las distenciones competitivas con que contarán los servicios académicos de la empresa EL CAMINO. La orientación al cliente al momento de brindarle el servicio; el uso de equipos de trabajo especializados y altamente capacitados para ejercer la labor con los futuros clientes; sobresaliendo en el mercado por la Singularidad superior del servicio y su Buena reputación.

### **3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR**

En la actualidad el pueblo de Puerto Berrio consta con un alto porcentaje de estudiantes, los cuales no poseen un lugar que les permita realizar con complacencia sus tareas escolares, de ahí surge la idea de crear un centro de apoyo académico, enfocado a la orientación de tareas, refuerzos escolares e investigaciones.

Identificando esta necesidad que tienen los niños de desarrollar con eficiencia sus labores académicas, y de aumentar su rendimiento académico; se ha creado un lugar que les satisfaga esas falencias y les aporte conocimientos en su vida académica. De esta manera se cree y se asegura que los estudiantes de la sección primaria, cuentan con un servicio de alta calidad, del que podrán sacarle el mejor provecho para la elaboración de sus actividades académicas.

### **3.7 RELACION DE SERVICIOS**

Los servicios académicos que prestara la empresa EL CAMINO son: refuerzos escolares, acompañamiento en el desarrollo de tareas, asesorías en el desarrollo investigaciones académicas, elaboración de material didácticos, cursos de ortografía. Todos estos servicios van encaminados a suprimir las falencias que tienen los estudiantes de realizar con eficiencia sus trabajos escolares.

### **3.8 JUSTIFICACION DEL NEGOCIO**

Examinando el contexto y realizando una investigación previa en la región, se induce, que los estudiantes del municipio porteño y en especial los de la sección primaria, presentan una falencia convertida en necesidad, en cuanto a la ejecución de sus trabajos escolares y no existe un lugar propicio que les permita extirpar esta insuficiencia.

Los servicios que se ofrecen van orientados a satisfacer esta necesidad, porque la empresa dedica, tiempo, espacio, orientación y apoyo, que los niños necesitan en sus trabajos, porque los padres no tienen tiempo o no poseen el conocimiento o herramientas necesarias para colaborarles.

Por esta razón se concluye que la empresa se convierte en una muy buena opción para los padres de familia que quieren que sus hijos se complementen y tengan mejor rendimiento académico.

### **3.9 ANALISIS DEL SECTOR**

Al hacer un análisis del entorno y del sector de la empresa se deriva que: el municipio de Puerto Berrio conserva un clima cálido, su cultura está definida como multicultural, y que los porteños tienden a ser muy cambiantes en sus decisiones de compra.

También se observó que el 90% de los niños entre las edades de 8 a 11 años, estudian, de ahí que investigamos, y analizamos que falencias tiene este nicho de mercado y pudimos concluir que no todos los estudiantes cuentan con la oportunidad de realizar sus tareas a satisfacción, por falta de un lugar propicio que les ofrezca una accesoria adecuada y eficiente, o porque los padres de familia no poseen tiempo ni herramientas que le favorezcan al momento de realizar sus tareas.

La competencia para la empresa es indirecta porque no se observa un sitio que preste los mismos servicios que la empresa oferta. Estos sitios indirectos son: Doble clic, Diapositiva.con, Entre otros. Por ultimo sea augura que perdurara en el tiempo, porque sus investigaciones de mercado harán que se mantenga a la vanguardia, siempre pendiente de actualizaciones para el mejoramiento continuo de la empresa como tal.

### **3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTAR EN EL NEGOCIO**

Con el fin de que la empresa EL CAMINO penetre en el mercado se contratara un personal idóneo, con formación pedagógica y conocimiento de las didácticas; con experiencia en el sector de la educación, con conocimiento en modelos pedagógicos especialmente en el aprendizaje significativo.

Para el funcionamiento administrativo de la empresa el personal debe estar en capacidad de manejar el servicio el cliente, al igual que el buen manejo de las herramientas suministradas por la empresa como los sistemas de información. Es de anotar que es de suma importancia que el personal establezca buena comunicación con los niños y le sea de mucho agrado laborar con la infancia.

## 4. ANALISIS DEL MERCADO

### 4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

- La empresa el camino a través de sus productos pretende lograr a corto plazo alcanzar ingresos altos por ventas de los servicios.
- A mediano plazo desea expandir los servicios de la empresa a otros puntos estratégicos en el municipio.
- A largo plazo vender sus servicios y obtener reconocimiento y notoriedad de la empresa en la región del Magdalena Medio.

### 4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE LOS SERVICIOS

- Tareas: este servicio permitirá ayudar u orientar a los estudiantes a realizar sus trabajos académicos, orientándole y enseñándole a navegar por internet, o a leer y encontrar lo que necesite.
- Refuerzos escolares: ofrecemos ayuda a niños y niñas con problemas de aprendizaje académico, creando un ambiente cómodo que le permite integrarse y demostrar sus habilidades y destrezas con espíritu emprendedor y fe en sí mismo.
- Investigaciones: este servicio se prestará de acuerdo al tipo de investigación que requiera cada cliente y sus propias necesidades.

### 4.3 MERCADO META DE LOS SERVICIOS

#### 4.3.1 El mercado meta

El mercado meta de la empresa está constituido a los estudiantes de sección primaria del municipio de Puerto Berrio, de los cuales el 70% es el público objetivo, a ellos van dirigidos los servicios que se ofertan en las instalaciones de la empresa .Analizando la investigación que se desarrolló en la zona urbana del pueblo, se puede ver que la población estudiantil de la básica primaria está ubicada en su mayoría, en los estratos 1 y 2 de los

cuales sus padres, expusieron que lo más importante es la educación de sus hijos y que aceptarían la empresa y los servicios que ofrece, dándole prioridad a la garantía que la empresa como tal le dé al cliente.

#### **4.3.2 Estudio del mercado consumidor**

**Objetivos del estudio del mercado consumidor:** analizar en que áreas tiene falencias los estudiantes en las áreas de estudio. Conociendo que materias son de sus preferencias, Deducir que tanto están dispuestos a pagar por el servicio; Saber la edad y sexo de los estudiantes de sección primaria. Saber en que grado se encuentran los posibles clientes potenciales.

**Medios a través de los cuales se realizó el estudio del consumidor:** La investigación se hizo por medio de investigación cuantitativa y descriptiva Encuestas, y la observación fueron muy importantes al momento de recopilar los datos.

**Aplicación de medios:** Se aplicó a las madres de familia con hijos estudiando en la sección primaria, en el municipio de puerto Berrio el año 2008 en noviembre.

Resultados del estudio de los consumidores: **población Consumidora** el tipo de consumidor que define la empresa, es estudiantil, tienen criterios de compra enfocados a la calidad del servicio, confiabilidad y que sea precios bajos, porque no poseen buena adquisición económica.

Su perfil encamina a la necesidad que tienen de desarrollar con eficiencia sus trabajos escolares, son clientes entre las edades de 7 años hasta los 15 años, para ellos lo más importante es que la calidad este primero y que el precio sea apropiado a su condición económica.

Se pretende vender los servicios en el centro del municipio de Puerto Berrio ubicado en la región del Magdalena Medio de Colombia. Con una temperatura de 38°C aproximadamente.

Determinación de la demanda: La demanda se estima que son 4300 posibles clientes del centro de ayudas académicas De los cuales el 50% serán nuestros clientes potenciales 2150 Y en una proyección de 6 meses en un 35% aumentando al 70% será la demanda estimada 3010 a lo cual planeamos llegar en el primer periodo.

#### **4.4 MERCADO DEL PROVEEDOR**

#### 4.4.1 Proveedores

Los entes que suministraran los bienes y servicios para el funcionamiento de la empresa EL CAMINO son: EDATEL quien suministrara los servicios de la red telefónica, mundo digital proveerá técnicos y sistemas de información; círculo de lectores proveerá libros y recursos didácticos; las instituciones de educación serán proveedores del recurso humano. Así mismo, varios profesionales del municipio podrán conformar una base de datos la que se convertirá en la basa de datos de la empresa para seleccionar el personal adecuado.

#### 4.4.2 Estudio del mercado del proveedor

**Variables estudiadas del mercado proveedor variables estudiadas del mercado proveedor investigamos:** Servicio, Calidad, Tiempo de entrega, Precios, Reputación del proveedor.

**Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor:** Se investigó por medio de: entrevistas a personas que ya conocían el suministro. Cotizaciones, por teléfono, internet, personal.

**Aplicación de los Medios** se realizó en el municipio de Puerto Berrio, en el mes de marzo de 2009 a los posibles proveedores del centro de ayudas académicas.

Resultado del estudio del proveedor

PROVEEDOR	DIRECCION	PROUCTO	VALOR	FORMA PAGO	CALIDAD	FALENCIAS
MUNDO DIGITAL	calle 53 cra 6 esq.	Computadores	\$1200000	Contado	Garantía por 1 año	Demora por el servicio
			\$2500000	Crédito 18meses	Buenas marcas Servicio técnico	Cuesta más por los intereses.
Círculo de lectores	Bogotá Colombia	Libros	Suscripción \$35000	Contado – plazo a 12 meses	Buena reputación Plazo para pagar sin	No están ubicados en la región Demora en
			Libros en			

			general \$50000- \$150.000		interés	la entrega.
EdateL	Calle 51	Internet	\$100000	contado	Navegación rápida	Interés por mora en el pago  Contrato por 1 año sin posibilidad de revocarlo

## 4.5 EL MERCADO COMPETIDOR

En la actualidad la empresa no ve competencia directa, estima que con el desarrollo del negocio lleguen en un futuro.

### 4.5.1 Estudio del mercado competidor

**Variables estudiadas del mercado Competidor** al momento de analizar a la posible competencia hicimos un estudio detallado de su tecnología, estructura, imagen corporativa y publicidad. El cual nos dará la oportunidad de saber que poseen, y cuáles son sus debilidades, de las que sacaremos provecho y nos beneficiaremos.

**Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor** hicimos un estudio minucioso el cual lo efectuamos través de Cotizaciones: pedimos cotizaciones por teléfono, también personal mente. Entrevistas: se efectuó preguntas a personas que tenían conocimiento del servicio que presta la competencia, de cómo manejan el servicio al cliente etc. Observación: se analizó el servicio, estructura, composición de los computadores, aprovechamiento del espacio etc. cliente incognito: a través del cliente incognito se analizó, la colides del servicio, manejo de precios, atención etc.

Aplicación de Medios Esta investigación se aplicó en el municipio de Puerto Berrio en los días de abril del año 2009. Donde se gastó un total de 8 días, el cual nos permitió analizar deducir minuciosamente que competencia tenemos en la empresa.

COMPETENCIA	DIRECCIÓN	PRODUCTO	PRECIOS	SERVICIO AL CLIENTE	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Doble clic	Clle 52	Trabajos en computador	Tarifa general 3000 en adelante	regular	Tecnología apropiada	No atienden bien al cliente y no manejan adecuadamente su tecnología
Positiva.com	Cra 5	Trabajos en computador	Tarifa en general 5000 en adelante	Excelente manejan buen servicio al cliente	Tecnologías y equipos necesarios	No manejan publicidad, Espacio No hay imagen corporativa

#### Resultado del estudio de la competencia

## 4.6 MERCADO DISTRIBUIDOR

### 4.6.1 Distribución:

La distribución del servicio se hace directamente, en el puesto de venta, para mejor calidad, disponibilidad e integración con la estructura de la empresa.

### 4.6.2 Distribución a través de terceros

La empresa está enfocada a prestar el servicio directamente, por la responsabilidad y la garantía que se ofrece a los clientes, por este motivo, la distribución a terceros no aplica.

### 4.6.3 Distribución Directa

La distribución está destinada, en el puesto de venta se desarrollará la venta del servicio, el cual estará equipado de personal altamente calificado, con disponibilidad y buen manejo de clientes, respondiendo todas las inquietudes que estos lleven.

#### **4.6.4 Comunicación**



##### **EI CAMINO**

**Centro de apoyos académicos**

*“Orientar y colaborar es nuestro compromiso”*

#### **4.6.5 Actividades de promoción y divulgación**

La empresa invierte en la buena imagen de la empresa, para que cada cliente se sienta amparado y confiado por los servicios que ofrecemos, para el desarrollo integral de quien hace parte de la comunidad de la empresa.

Por esta razón optamos por organizar actividades que entonen con el servicio que ofrecemos, vinculándonos con la cultura y la sociedad, para así crear un lazo fuerte de amistad y profunda sensibilidad social con nuestros clientes.

Se organizarán Eventos publicitarios cada trimestre, en escuelas diferentes, con shows infantiles, apoyando el talento porteño destacado por, la actuación, la poesía, el canto, la comedia, el baile, entre otras, donde se divulgará todos los servicios y beneficios que obtienen por visitar la empresa.

Patrocinios a eventos culturales en la región, que se desarrollan en la alcaldía, como día del niño, el día de la raza. El 20 de julio, día de la independencia y de más fechas que se conmemoran con eventos.

Se harán concurso de ortografía y lectura cada mes y se darán premios de consolación y de motivación al ganador.

Se carnetizarán a los jóvenes y obtendrán beneficios por la afiliación como, derecho a dos horas de aprendizaje gratis en el mes, descuento del 10% en las actividades que se beneficien de la empresa. Participación en actividades promocionales (días especiales) día del idioma, mes del niño, entre otras).

## 4.7 PRECIO DE LOS PRODUCTOS

### 4.7.1 Factores que intervienen en la determinación de los precios de los productos:

La fijación de precios lleva consigo el gran deseo que tenemos de obtener beneficios por parte de la empresa, cuyos ingresos vienen determinados por la cantidad de servicios académicos que se realizaran mensualmente, la aspiración que tiene la empresa es que la utilidad de la empresa sea por encima del 40% del valor total de los costos.

A continuación, se muestra una relación de los factores que influyen el precio de los servicios, tanto externos como internos, entorno empresa.

#### Factores que influyen en la determinación de los precios

Áreas internas	Áreas externas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Costos y gastos: personal, servicios generales (agua, luz, teléfono, arriendo, entre otros) equipos etc.</li><li>• Grado de diferenciación del servicio.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Factores del entorno</li><li>• Tipos de cliente</li><li>• promoción</li></ul>

### 4.7.2 Los precios de los productos tomando como base los Costos

Al analizar los costos que repercuten en la empresa mensualmente, hemos analizado que en el precio de los servicios que ofrecemos va incluido el porcentaje neto de ganancias que queremos obtener, al hacer las ventas mensuales que es del 40%.

### **Costo total mensual del servicio**

Costos x venta	567.000,00
----------------	------------

**Día 18900**

Hora: 2363 +40% = 3308 hora de refuerzos escolares

<b>Servicios</b>	<b>Valor según costo por hora de un solo tutor.</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Tareas:</u><ul style="list-style-type: none"><li>✓ <u>Matemática</u></li><li>✓ <u>Español</u></li><li>✓ <u>Ingles</u></li><li>✓ <u>Otras áreas</u></li></ul></li></ul>	<b>4000</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>refuerzos escolares:</u><ul style="list-style-type: none"><li>✓ <u>matemáticas</u></li><li>✓ <u>español</u></li><li>✓ <u>ingles</u></li><li>✓ <u>otras áreas</u></li></ul></li></ul>	<b>17.000</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <u>investigaciones:</u></li></ul>	<b>6.000</b>

### **4.7.3 Los precios de los productos propuestos.**

La meta es que las ganancias producidas serán invertidas en nuevas herramientas que permitan el mejoramiento continuo de la empresa como tal y sus colaboradores.

Precios establecidos para el público

<b>Servicio</b>	<b>Precio</b>
• <b>Tareas</b>	<b>4.000</b>
• <b>Refuerzos escolares</b>	<b>17.000</b>
• <b>Investigaciones</b>	<b>6000</b>

#### **4.7.4 Política de precios**

La empresa hace partícipes a los clientes fieles de la empresa con la oportunidad de afiliarse a la comunidad de la empresa con carnets con beneficios como descuentos del 10% en tareas 5% en refuerzos escolares, y 2 horas gratis en el mes de aprendizaje.

#### **4.7 COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN**

Para que la empresa tenga un estatus de calidad en el servicio que brindamos y se pueda obtener, un margen de utilidad del 40%, necesitamos incurrir en unos costos determinados, como el personal que va a orientar el servicio o la venta. También las herramientas necesarias para dar con eficiencia el servicio. Y los gastos de servicio general como arriendo, servicios públicos entre otros.

En estas tablas están detallados todos los costos que tenemos en la empresa.

**Muebles, equipos y enseres para el desarrollo de la comercialización**

<b>DESCRIPCION</b>		<b>CANT</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
--------------------	--	-------------	--------------------	--------------

	PROVEEDOR			
TV	Electro riente	1	420.000	\$ 420.000
Computadores portátiles	Electro riente	2	900.000	\$ 1.800.000
Juego de rimas x4	Créditos muñoz	2	120.000	\$240.000
Libros enciclopedias	Círculo de lectores	3	250.000	\$750.000
Teléfono		1	14.000	\$ 14.000
Impresora	Mundo digital	1	150000	150.000
Tableros acrílicos	Papelería el Detallazo	2	20.000	40.000
<b>TOTALES</b>				<b>\$3.414.000</b>

#### Servicios generales

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Servicios públicos	100.000
Internet, teléfono	73.000
TOTAL	173.000

## 4.8 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

### Riesgos

- Vemos como riesgo que los estudiantes no quieren estudiar, pero a su vez lo percibimos como una oportunidad de explorar este mercado y brindarles condiciones más agradables y amenas para que adquieran nuevos conocimientos.
- Que jóvenes por imperativos se aleccionen o formen una actitud de desorden que pueda afectar el desarrollo integral de otros estudiantes.
- Que los ingresos sean menores que los gastos, si sucede esto, quieres decir que la empresa no está vendiendo lo suficiente, o el precio no es indicado

### Oportunidades

- Aceptación de la empresa en el mercado.
- Que en nuestro medio no existe una empresa que preste los servicios para dificultades del aprendizaje de los niños de sección primaria.
- Que los padres de familias permitan que sus hijos tengan un desarrollo integral más dinámico.

#### 4.9 PLAN DE VENTAS

**Tipo de clientes** Los clientes potenciales para la empresa EL camino son todos los padres de familia que tengan hijos estudiando y estén en la sección primaria, de cualquier estrato, ubicados o situados en el municipio de Puerto Berrio.

**Objetivo estratégico Carnetizar** el 70% de los posibles clientes, como ventaja para las ventas, aumentando así el 25% del total de las ventas mensuales.

#### Estrategias de venta

- Crear un vínculo de confianza entre el tutor y el cliente potencial por medio de visitas puerta a puerta con entrega del portafolio de servicios.
- Hacer pequeñas reuniones en las escuelas los días que hay entrega de informes académicos
- Satisfacer con eficiencia la necesidad que el cliente tiene de que su hijo se desarrolle integralmente dinámicamente y que pueda adquirir conocimiento.
- Motivación a los vendedores del servicio con premios, integraciones, reuniones afectivas, entre otros.

**Fuerza de venta:** En EL CAMINO cada persona es un instrumento valioso para enriquecer las ventas, el asesor debe tener un perfil integrado por:

Actitudes positivas: Compromiso, Entusiasmo, Paciencia, Dinamismo, Responsabilidad, Honradez

Habilidades personales: Saber Escuchar, Buena Memoria, Creatividad, Tener Espíritu de Equipo, Ser Auto disciplinado, Tener don de Palabra y Poseer Empatía

Habilidades para la venta: generar y cultivar relaciones con los clientes, determinar la necesidades y deseos de los clientes, brindar servicios post-venta, retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado, Conocimiento de la empresa, de los servicios que la empresa ofrece al mercado y conocimiento del entorno económico.

**Condiciones de venta** El centro de dificultades académicas ofrece servicios de tareas, refuerzos escolares, investigaciones, las condiciones a seguir para los clientes son: El cliente pagará después de recibir el servicio, El pago se hará en efectivo

Reclamos se harán por medio de la secretaria, si no se está conforme, el cliente podrá mandar un comunicado al administrador, quien le recibirá y le resolverá su reclamo o problema. El cliente tiene derecho a cambiar de tutor si no se siente satisfecho.

**Volante** Se realizó este volante con el ánimo de aumentar el volumen de ventas en la empresa y atraer la atención de los nuevos clientes potenciales.

**"EL CAMINO"**  
**Centro de apoyos académicos**  
*"Orientar y colaborar es nuestro compromiso"*

Ofrece sus servicios de:

- > tareas
- > Refuerzos escolares
- > Investigaciones

horarios de atención  
Lunes a viernes :  
8:00 a.m – 12:00 p.m  
2:00 p.m – 6:00 p.m  
Sábados:  
8: 00 a.m – 4:00p.m

Todos los servicios incluyen descuento especial y crédito especial por ser parte de la comunidad del "CDA".

Dirección: C/le 52 N° 51-20 Tel.: 833-55-94  
e-mail: elcamino@hotmail.com

## Carta de presentación

Señor:  
Henry Alberto Salazar  
Director:  
Institución Educativa Antonio Nariño  
Sede:  
Arnulfo Castro  
Barrio:

Malena, Puerto Berrio Antioquia

Estimado señor:

El CAMINO, somos una empresa de la región, que tenemos como fin ayudar en las dificultades del aprendizaje académico de los estudiantes de sección primaria en el municipio.

De antemano le agradecemos su atención prestada, nos dirigimos a usted con el fin de que usted nos atienda unos minutos de su valioso tiempo.

Lo hacemos con el objetivo de que usted nos permita organizar una pequeña reunión en la escuela, con el fin de dar a conocer nuestros servicios en los padres de familia. La reunión se haría en la entrega de los informes académicos, en cada salón, claro está supervisada por usted o por un docente para más confiabilidad.

Esperamos su pronta respuesta, para confirmar fecha y hora de la reunión.

Atentamente,

Jennifer Flórez Quintero  
Gerente administrativa

**Tarjeta de presentación:**



*Jennifer flores  
Gerente administrativa*

Clle 53 No 53-20 tel. 833 55 94  
Email. Elcamino@hotmail.com

**Formato de evaluación para candidatos para aspirantes a trabajar en EL CAMINO.**

FECHA: \_\_\_\_\_ CODIGO: \_\_\_\_\_

NOMBRE: \_\_\_\_\_ SEXO: F\_\_ M\_\_

No IDENTIFICACION: \_\_\_\_\_

PRESENTACION PERSONAL DEL CANDIDATO	MB	B	R	P	I
PRIMERA IMPRESIÓN					
COMPORTAMIENTO					
SEGURIDAD					
HABILIDAD PARA COMPRENDER					
REACCION ANTE SITUACIONES INESPERADAS					
CAPACIDAD PARA EMPRENDER CONVERSACION					
VIVENCIA DE VALORES					

EXPRESION CORPORAL					
CREATIVIDAD					

OBSERVACIONES:

---

---

---

MB\_\_muy bien

B\_\_bien

R\_\_regular

P\_\_pobre

I\_\_inadecuado

## **5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**

### **5.1 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN**

En el entorno de nuestra empresa dedicada a la prestación de servicios académicos. Miramos como objetivos de producción, a todo el proceso que sigue cada integrante de la empresa para prestar con efectividad el servicio que ofrecemos a la comunidad.

- Fortalecer el flujo de comunicación
- Valorar el proceso de servicio al cliente,
- Instruir a los colaboradores, para saber responder a las fluctuaciones que el cliente posea.
- Implantar normas de respeto y colaboración entre compañeros
- Aplicar una buena imagen personal o presentación personal de los integrantes.

### **5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Primera etapa: En la empresa el proceso de producción empieza desde la buena imagen de la ayuda de los integrantes de la empresa, para los educandos,

Se alquilará un inmueble que este bien aseado, organizado, y con los materiales necesarios y oportunos para la prestación del servicio y la buena presentación personal de sus integrantes.

Segunda etapa: Al momento que un cliente llama a preguntar por dudas, precios, entre otras cosas, uno de nuestros integrantes de trabajo está en capacidad de expresar y dejar al cliente satisfecho y con la expectativa de visitar las instalaciones y le hará un seguimiento de la compra de nuestro servicio.

Tercera etapa: Cuando el cliente visita las instalaciones de la empresa encontrara buen servicio al cliente por parte de los integrantes con quien hace el primer contacto, luego un instructor le impartirá el servicio que necesita y pueda beneficiarse a satisfacción con los servicios que presta la empresa.

Contamos con computadores de último modelo, internet banda ancha libros y demás materiales que acceden a ser eficiente el servicio que suministramos. La atención al público se prestará en sus respectivos

horarios de lunes a sábadó de 9: 30 am a 1:00 pm de 2: 30 a 6: 00 pm.

Nuestros servicios están dirigidos a niños que presenten dificultades en el aprendizaje de la edad de 6 años a 13 años.

### 5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La empresa proyecta que el máximo de productividad en prestación de los servicios que se anhela alcanzar, un mínimo de 48 horas semanales, que equivale a 192 horas mensuales.

### 5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

SCIO	Ene	Feb.	Mar	Abr.	May	Jun.	Jul.	Ag ost	Sept.	Oct.	Nov	Dic.	Total
Tareas	40	45	50	55	50	60	60	50	40	50	100	50	650
Refuerzos académicos	80	90	100	100	90	120	110	100	100	90	110	110	1200
Investigaciones	30	40	50	40	50	65	55	50	50	50	65	55	600
Total	150	175	200	195	190	245	225	200	190	190	275	215	2450

Nuestras ventas aumentaran en los meses de junio, julio, noviembre y diciembre porque es donde los padres busquen ayudas para el rendimiento académico de sus hijos.

## 5.5 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN

### 5.5.1 Locaciones

El local de la empresa es alquilado, el alquiler tiene un costo de \$ 300.000 mil pesos y estará ubicado en el centro del municipio de Puerto Berrio. Este local debe de contar con un espacio de 5x4mts<sup>2</sup>, el cual se dividirá para el área de enseñanza con un espacio de 3x2mts y para el área de administración con un espacio de 2x2mts. Para el área de enseñanza se necesita 2 tomas corriente cada uno de tres patas, una lámpara, un ventilador y dos interruptores. Para el área de administración se requiere de 1 tomacorriente, un ventilador, una lámpara y dos interruptores. Es de anotar, que el local estará adecuado para el funcionamiento de la empresa sin comprar estos objetos.

### 5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

DESCRIPCION	PROVEEDOR	CANT	V. UNITARIO	TOTAL
TV	Electroriente	1	420.000	\$ 420.000
Computadores portátiles	Electroriente	2	900.000	\$ 1.800.000
Juego de rimax x4	Créditos muñoz	2	120.000	\$240.000
Libros enciclopedias	Círculo de lectores	3	250.000	\$750.000
Teléfono		1	14.000	\$ 14.000
Impresora	Mundo digital	1	150000	150.000
Tableros acrílicos	Papelería el Detallazo	2	20.000	40.000
<b>TOTALES</b>				<b>\$3.414.000</b>

### 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

#### Requerimientos de materiales mensuales

DESCRIPCION	PROVEEDORES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Lapiceros	Papelería el Detallazo	4	700	2.800
Cuadernos grandes	Papelería el Detallazo	1	3.500	3.500
Resma	Papelería el Detallazo	2	8.500	17.000
Marcadores acrílicos	Papelería el Detallazo	4	2.000	2.000
Grapadora	Papelería el	1	5.000	5.000

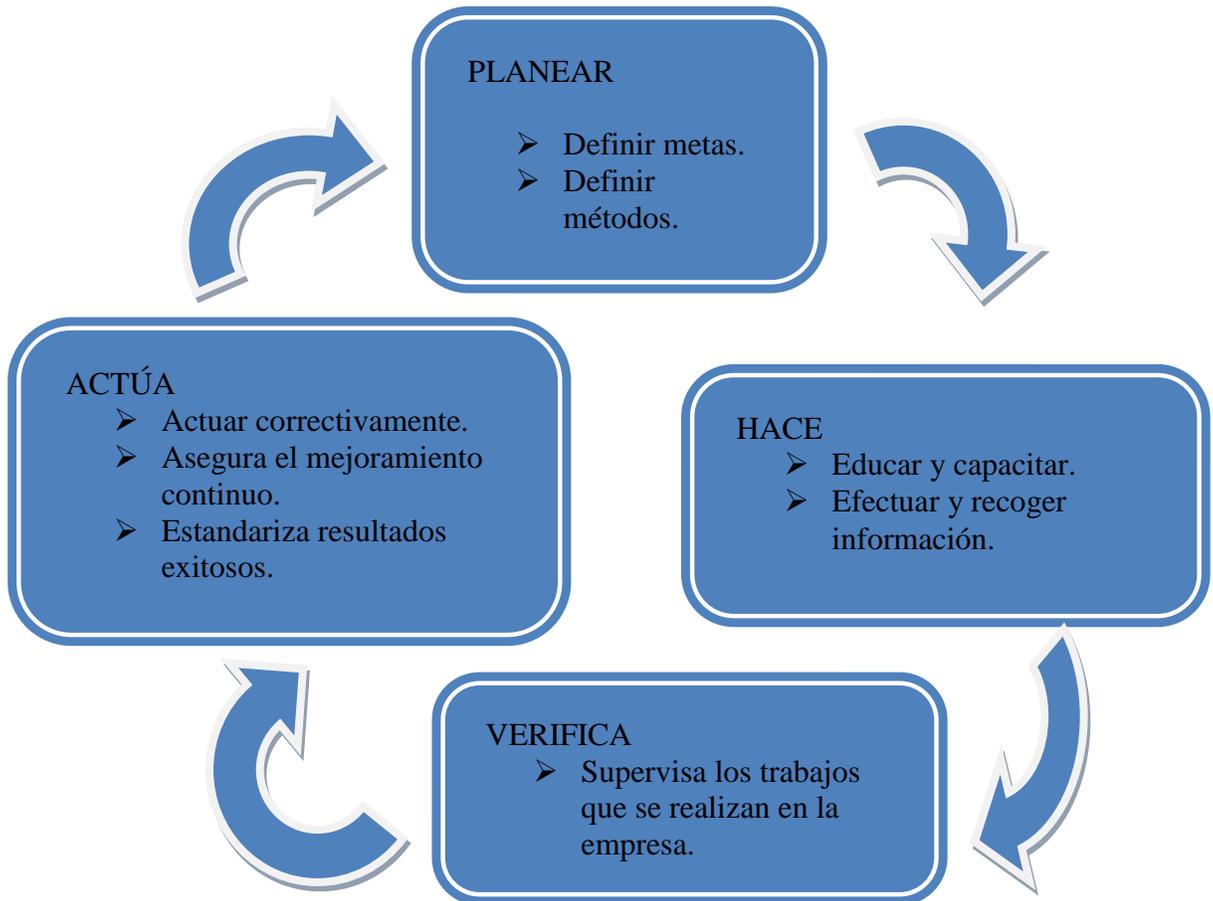


## 6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS

#### 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

El proceso administrativo está enfocado a la política de mejoramiento continuo de la empresa, para alcanzar en su desarrollo organizacional, una gerencia de valores y una eficacia que cada funcionario debe tener presente como norma administrativa.



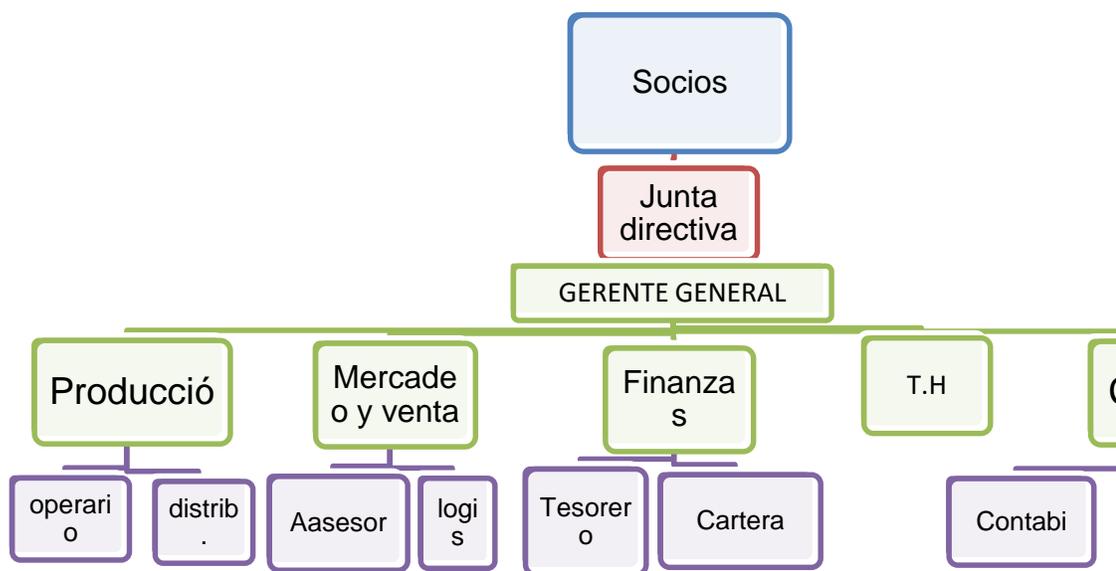
#### Procesos administrativos externalizados

La empresa llevara a cabo contratos con terceros, para dar a conocer el plan de negocio:

Tarjetas	1000	80.000
Pendón	1	40.000
<b>Total</b>		<b>120.000</b>

## 6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

### 6.2.1 Organigrama



### 6.2.3 Descripción funcional de la Organización

Las funciones de los empleados de la empresa están estimadas así:

**ADMINISTRACION** Esta persona debe de encargarse de: Liderazgo El deberá conducir la labor de la organización en pos de la consecución de los objetivos propuestos, por tal, él debe liderar la operatoria.

**Planificador** Este es un rol fundamental dentro de la organización, por consiguiente, se requiere de una visión integradora y del más alto nivel para

llevarla a cabo.

Base de Datos e Centro de Información. Su puesto es un importante centro neurálgico de donde emanarán las decisiones que le permitirán a la organización competir e intentar cumplir con sus objetivos; ergo, la información es el combustible indispensable de tal gestión. De la cantidad, oportunidad y calidad de ella dependerá en gran parte el éxito.

Distribuidor. La información que dispone en “administrador” no es para su exclusivo uso. Dicho elemento es un recurso invaluable solo cuando es utilizado convenientemente por el o los individuos asignados para tal tarea.

Administrador de conflictos. Está en capacidad de resolver, y manejar los conflictos que se presenten en la compañía, permitiendo que fluya la comunicación. Impartiendo estrategias de integración y motivación en el personal que maneje. Facilitador de recursos. Manejar servicio al cliente.

El tutor está en capacidad de prestar los servicios que la empresa maneja con eficiencia y responsabilidad. Este es el punto base para el buen funcionamiento de la empresa, de este depende si el cliente queda satisfecho o no.

## **6.3 RECURSOS DE MATERIALES FÍSICOS Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN**

### **6.3.1 Locaciones**

La oficina para el área administrativa, medirá 2x2mts<sup>2</sup>, donde su costo será el mismo valor del arrendamiento inicial del local el cual es de \$ 300.000

### **6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.**

Los materiales para el área administrativo son de un computador y una impresora donde su valor esta agregado en los equipos para la producción del servicio.

### **6.3.3 requerimientos de materiales de oficina.**

La empresa dispone un monto general para materiales de oficina y la

producción del servicio los cuales están consignados en la parte productiva del servicio.

### 6.3.4 Requerimientos de servicios.

La empresa dispone de unos servicios generales para toda la infraestructura y funcionamiento de esta, los cuales están detallados en el área de requerimientos de servicios para la producción del servicio.

### 6.3.5 Requerimientos de personal

Para la contratación del personal administrativo se tiene en cuenta Administración: conocimiento en administración. Perfil de liderazgo y experiencia en manejo de personal. Conocimiento de sistemas, contabilidad y manejo de dinero. Servicio al cliente. Asesor o tutor: profesionalismo y perfil para atender clientes al igual con conocimiento académicos y experiencia en la enseñanza o en manejo con jóvenes.

## 6.4 Programa de administración

Actividad	Agost	sept	oct	Nov	dic	Ene	feb
Convocatoria							
Selección de administración							
Selección asesor secretaria y servicio al cliente							

## 6.5 Proyección de venta

SCIO	Ene	Feb.	Mar	Abr.	May	Jun.	Jul.	Agost	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
------	-----	------	-----	------	-----	------	------	-------	-------	------	------	------	-------

<b>Tareas</b>	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	400.000	200.000	<b>2.600.000</b>
<b>Refuerzos académicos</b>	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	1.700.000	<b>20.400.000</b>
<b>investigaciones</b>	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	<b>3.600.000</b>
<b>Total</b>	<b>2.200.000</b>	<b>2.400.000</b>	<b>2.200.000</b>	<b>26.600.000</b>										

## 7 ASPECTOS LEGALES

### 7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Se generará un voto de confianza entre los socios involucrados y se le administrará un poder a una sola persona para efectos legales.

### 7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Para la ejecución de la empresa en el mercado regional se requieren los siguientes requisitos, que a continuación se anexan en una tabla y su valor también.

Monto inicial de capital

\$ 2.000.000

<b>REQUISITOS</b>	<b>PRECIO</b>
Inscripción en renta departamental	\$ 100.00
Certificado del Rut	0
Inscripción cámara y comercio	\$ 110.000
<b>Total</b>	<b>\$ 210.000</b>

## **8 ASPECTOS FINANCIEROS**

### **8.1 Estructura Financiera del proyecto**

#### **8.1.1 Recursos Propios**

Al inicio del funcionamiento de la empresa no habrá recursos propios,

El monto de capital inicial es de \$ 2.000.000

\$ 1.000.000 cada socio.

#### **8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios**

En el momento la empresa no piensa en créditos bancarios, estima que el capital que aportan los socios es suficiente para el inicio de esta misma.

En un futuro cuando este más acreditada, si se piensa en tener obligaciones financieras, con las diferentes entidades que existen en la región.

### **8.2 Ingresos y Egresos**

#### **8.2.1 Ingresos**

Se piensa que los ingresos netos de la empresa empezaran a partir de su inicio en el mercado.

#### **8.2.2 Inversiones**

La empresa para comenzar sus actividades en el mercado cuenta con un capital propio de los socios, por lo tanto, se considera que no es necesario recurrir a préstamos o inversiones.

#### **8.2.3Gastos**

##### Gastos Administrativos y legales

Cámara y comercio \$ 210.000

Impuesto industria y comercio \$ 266.000

### Gastos Distribución y Ventas

Detalle	Cantidad	Valor
Tutores	2	1.494.498

### Gastos de Amortización y depreciación

Diferido de los muebles y enseres de la empresa anualmente por cinco años

DESCRIPCION	CANT	V. UNITARIO	TOTAL	DIFERIDO AÑO
MUEBLES Y ENSERES		\$3.414.000	\$3.414.000	\$682.800
<b>TOTALES</b>			<b>\$3.414.000</b>	

#### **8.2.3.1 Gastos Financieros**

En la empresa por el momento no se manejan cuentas bancarias, los balances y demás cosas financieras se hacen en el sistema que la empresa maneja, de manera sencilla y práctica, se estima que con la evolución y expansión de la misma se lleve contratar un contador para llevar la cuentas

### **8.3 Estados Financieros Proyectados**

### 8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA					
Detalle	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Entradas de efectivo</b>					
Valor de las ventas de contado	26.400.000	27.970.800	29.635.063	31.398.349	33.266.551
Valor de los recaudos de cartera					
<b>Subtotal Entradas de efectivo en el año</b>	<b>26.400.000</b>	<b>27.970.800</b>	<b>29.635.063</b>	<b>31.398.349</b>	<b>33.266.551</b>
<b>Subtotal disponible ANTES de gastos</b>	<b>26.400.000</b>	<b>27.970.800</b>	<b>29.635.063</b>	<b>31.398.349</b>	<b>33.266.551</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>					
Pago de nómina, seguridad social y prestaciones	(17.933.976)	(19.038.709)	(20.211.810)	(21.457.531)	(22.824.331)
Depreciación	(682.800)	(682.800)	(682.800)	(682.800)	(682.800)
inversión total	(2.000.000)				
Pagos a proveedores	(448.800)	(405.577)	(429.708)	(455.276)	(482.365)
Pagos de servicios públicos	(2.076.000)	(2.199.522)	(2.330.394)	(2.469.052)	(2.615.961)
Pagos de arrendamientos de locales, maquinarias o vehículos	(3.600.000)	(3.814.200)	(4.041.145)	(4.281.593)	(4.536.348)
Pagos de impuestos y registros	(474.000)	(279.708)	(296.351)	(313.983)	(332.666)
<b>Subtotal Salidas de efectivo en el año</b>	<b>(27.215.576)</b>	<b>(26.420.516)</b>	<b>(27.992.207)</b>	<b>(29.660.236)</b>	<b>(31.474.470)</b>
<b>Total Salidas de efectivo en el año</b>	<b>(27.215.576)</b>	<b>(26.420.516)</b>	<b>(27.992.207)</b>	<b>(29.660.236)</b>	<b>(31.474.470)</b>





<b>UTILIDAD NETA</b>				769.876	1.135.736	1.067.856	1.057.774	1.164.853
				25.215.576	26.420.516	27.992.207	29.660.236	31.474.470
				24.532.776	25.737.716	27.309.407	28.977.436	30.791.670

### 8.3.3 balance general

<b>EL CAMINO CENTRO DE APOYOS ACADÉMICOS</b>					
<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>PUERTO BERRIO, ENERO 1 A DICIEMBRE 31</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>					
Caja	\$ 453.224	\$ 2.686.308	\$ 5.011.964	\$ 7.432.877	\$ 9.907.758
Banco	3000000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios					
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 3.453.224</b>	<b>\$ 2.686.308</b>	<b>\$ 5.011.964</b>	<b>\$ 7.432.877</b>	<b>\$ 9.907.758</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>					
equipo de cómputo y mobiliarios	\$ 3.414.000	\$ 3.414.000	\$ 3.414.000	\$ 3.414.000	\$ 3.414.000

Depreciación	\$ 682.800	\$ 1.365.600	\$ 2.048.400	\$ 2.731.200	\$ 3.414.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.731.200</b>	<b>\$ 2.048.400</b>	<b>\$ 1.365.600</b>	<b>\$ 682.800</b>	<b>\$ -</b>
Otros activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 3.184.424</b>	<b>\$ 4.734.708</b>	<b>\$ 6.377.564</b>	<b>\$ 8.115.677</b>	<b>\$ 9.907.758</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>					
Cuentas x pagar					
obligaciones laborales					
Obligaciones financieros					
Impuestos x pagar					
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>				
Obligaciones a largo plazo					
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>				
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital social	\$ 5.000.000	\$ 3.184.424	\$ 4.734.708	\$ 6.377.564	\$ 8.115.677
Utilidad del ejercicio	\$ 1.184.424	\$ 1.550.284	\$ 1.642.855	\$ 1.738.113	\$ 1.792.081
Utilidades retenidas o acumuladas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 6.184.424</b>	<b>\$ 4.734.708</b>	<b>\$ 6.377.564</b>	<b>\$ 8.115.677</b>	<b>\$ 9.907.758</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3.184.424</b>	<b>\$ 4.734.708</b>	<b>\$ 6.377.564</b>	<b>\$ 8.115.677</b>	<b>\$ 9.907.758</b>

### 8.3.4 Evaluación financiera del proyecto

### 8.3.5 Valor Presente Neto

INVERSION TOTAL		2.000.000
TASA DE EVALUACION		23%
VPN		2.640.411
TIR		1,93

### 8.3.6 indicadores financieros

#### Indicadores financieros del proyecto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZON CORRIENTE		NO SE EVALUA NO HAY PASIVOS			
PRUEBA ACIDA		NO SE EVALUA NO HAY PASIVOS			
RENTABILIDAD PATRIMONIO	0,37	0,33	0,26	0,21	0,18
RENTABILIDAD INVERSION	1,50	1,14	0,90	0,76	0,66
COBERTURA ACTIVO FIJO	1,17	2,31	4,67	11,89	
ENDEUDAMIENTO TOTAL		NO SE EVALUA NO HAY PASIVOS			
ENDEUDAMIENTO LARGO PLAZO		NO SE EVALUA NO HAY PASIVOS			

### 8.3.7 Tasa Interna de Retorno

La tasa de retorno es del 23%

## REFERENTES DEL CORPUS

- VARELA Rodrigo, Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas, Bogotá, D.C 2 da edición editorial Prentice Hall ISBN: 958-699-023-
- CORREA, CALLE, GEOVANNY, cadenas de abastecimiento, el verdadero valor.
- CADIÑANOS Alberto, ALVAREZ Gerardo. Manual práctico para secretarias, Santafé de Bogotá, D.C., Colombia McGraw-Hill Interamericana, S.A ISBN:958-600-902-5 vol. 3

## **CONCLUSIONES**

Con el proyecto logramos las expectativas que nos habíamos planteado durante todo este tiempo de aprendizaje, también tuvimos una orientación debido que contamos con un acompañamiento de los docentes los cuales fueron íntegros y autónomos en su materia.

En el municipio de Puerto Berrio nos dimos cuenta que tuvimos buena acogida en el municipio.