



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Facultad de Educación

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL
CENTRO DE SERVICIOS PEDAGÓGICOS “INNOVACIÓN EDUCATIVA”
ENFOCADO A LA ESTIMULACIÓN DEL DESARROLLO INTEGRAL DE LA
POBLACIÓN INFANTIL DEL MUNICIPIO DE CAUCASIA-ANTIOQUIA.**

**BEISY MARÍA VEGA MUÑOZ
JAKELIN BEDOYA HERNÁNDEZ**

UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

1 8 0 3

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA INFANTIL
CAUCASIA**

2017



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Facultad de Educación

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL
CENTRO DE SERVICIOS PEDAGÓGICOS “INNOVACIÓN EDUCATIVA”
ENFOCADO A LA ESTIMULACIÓN DEL DESARROLLO INTEGRAL DE LA
POBLACIÓN INFANTIL DEL MUNICIPIO DE CAUCASIA-ANTIOQUIA.**

**BEISY MARÍA VEGA MUÑOZ
JAKELIN BEDOYA HERNÁNDEZ**

**Trabajo de grado para optar al título de
Licenciado en Pedagogía Infantil**

Asesora:

Liliana Cortines Usquiano

Especialista en Gerencia de Servicios Sociales

**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA INFANTIL
CAUCASIA**

2017



A Dios.

Por habernos dado las fuerzas para iniciar y culminar este proyecto de emprendimiento en el cual dejamos todo nuestro empeño, pasión, voluntad, amor, lágrimas y esperanzas en busca de un futuro mejor.

A nuestras familias.

Por haber hecho parte de este proceso de crecimiento personal en el cual su voz de aliento nos llenó de fortaleza para no desfallecer y su ejemplo de vida nos guio en la lucha hacia el triunfo.

A nuestra asesora Liliana Cortines

Por ser parte esencial de este proyecto, con su dedicación, paciencia y motivación nos brindó las herramientas necesarias para plasmar un sueño que poco a poco se va convirtiendo en realidad.



CONTENIDO

GLOSARIO	11
RESUMEN.....	15
ABSTRACT	16
INTRODUCCIÓN.....	18
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.1 TEMA.....	20
1.1.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.3 JUSTIFICACIÓN	23
1.4 OBJETIVO DEL PROYECTO.....	26
1.4.1 Objetivo General:	26
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	26
1.5 ANTECEDENTES	26
1.6 MARCO DE REFERENCIA	30
1.6.1 Marco contextual	30
1.6.2 Marco conceptual.....	31
1.6.3 Marco legal.....	35
2. METODOLOGÍA DEL PROYECTO	37
2.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO.....	37
2.2 TIPO DE ESTUDIO.....	38
2.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	38
2.3.1 Fuentes primarias.....	38



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

2.3.2. Fuentes secundarias.....	38
Facultad de Educación	
2.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	39
2.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	40
2.6 RESULTADOS ESPERADOS	40
2.7 CRONOGRAMA.....	43
2.8 PRESUPUESTO	44
2.9 CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	44
3. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	46
3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	46
3.1.1 Análisis del ambiente competitivo	46
3.1.2 Identificación de los factores críticos de éxito.....	54
3.2 MODELO DE NEGOCIO	55
3.3 ESTRATEGIA DE MERCADEO.....	61
3.3.1 Concepto del servicio:	61
3.3.2 Marketing Mix	62
4. ANÁLISIS TÉCNICO - OPERATIVO	69
4.1 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	69
4.2 ESTADO DE DESARROLLO	70
4.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	71
4.4 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	74
4.4.1 Requerimientos de infraestructura	74
4.4.2 Requerimientos de instalaciones.....	74
4.4.3 Requerimientos tecnológicos	75
4.4.4 Materias primas e insumos	75
4.4.5 Requerimientos de muebles y enseres.....	76
4.4.6 Requerimientos de dotación	76
4.5 PLAN DE PRODUCCIÓN.....	77
4.5.1 Plan semanal de producción.....	77
4.5.2 Plan anual de producción	77



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

4.5.3	Proyección de producción a 5 años	78
Facultad de Educación		
4.6	ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	78
4.6.1	Plan de compras	78
5.	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	78
5.1	GRUPO EMPRENDEDOR	78
5.2	COSTOS DE NÓMINA Y GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	79
5.3	GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN.....	80
5.5	CONSTITUCIÓN DE EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES	81
6.	ANÁLISIS FINANCIERO	82
6.1	PRINCIPALES SUPUESTOS	82
6.2	SISTEMA DE FINANCIAMIENTO	84
6.2.1	Plan de inversiones.....	84
6.3	FUENTES DE FINANCIACIÓN	87
6.4	PLAN DE FINANCIACIÓN	89
6.5	FLUJO DE CAJA Y ESTADOS FINANCIEROS	89
6.5.1	Flujo de caja.....	89
6.5.2	Flujo de caja proyectado a 5 años	94
6.6	BALANCE GENERAL.....	96
6.7	ESTADOS DE RESULTADOS	97
6.8	PROYECCIÓN DE GASTOS	98
6.8.1	Gastos Fijos proyectado	98
6.8.2	Gastos Variables Proyectados	99
6.8.3	Depreciaciones	99
6.8.4	Amortizaciones.....	99
6.9	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	100
6.9.1	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	100
6.9.2	VPN (Valor Presente Neto)	100
6.9.3	Punto de equilibrio	101
6.9.4	Relación costo – beneficio y recuperación de la inversión	103



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

6.9.5	Análisis de riesgo	104
Facultad de Educación		
6.9.6	Análisis de sensibilidad y plan de contingencia	104
7.	ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	106
7.1	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	110
7.1.1	Cronograma de actividades de puesta en marcha.....	110
7.1.2	Plan de acción por objetivos.....	112
8.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	113
8.1	HORIZONTE ORGANIZACIONAL	113
8.1.1	Misión.....	113
8.1.2	Visión.....	114
8.1.3	Valores empresariales	114
8.2	OBJETIVOS DE LA EMPRESA/PROYECTO	115
8.3	ANÁLISIS DOFA (DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALECES Y AMENAZAS).....	117
8.4	ANÁLISIS MECA (MANTENER, EXPLORAR, CORREGIR, AFRONTAR)	118
8.5	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	120
8.5.1	Cargos y funciones.....	120
9.	MODELO PEDAGÓGICO Y CURRICULAR	124
9.1	COMPONENTE CONCEPTUAL	124
9.1.1	Concepción filosófica del ser humano	124
9.1.2	Concepción antropológica del ser humano	124
9.1.3	Concepción pedagógica	124
9.2	COMPONENTE METODOLÓGICO.....	126
9.2.1	Rol del sujeto que enseña	126
9.2.2	Rol de sujeto que aprende	127
9.3	PLAN DE ESTUDIO.....	127
9.4	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	130
9.5	EVALUACIÓN	133
10.	CONCLUSIONES	135



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

11. RECOMENDACIONES	138
Facultad de Educación	
12. BIBLIOGRAFÍA	141
13. ANEXOS	149
13.1 ANEXO 1: ENCUESTA	149
13.2 FORMATO DE EVALUACIÓN DE CADA SESIÓN	150
13.3 FORMATO EVALUATIVO PARA DETERMINAR APRENDIZAJES.....	151
13.4 FORMATO EVALUATIVO DEL SERVICIO.....	151



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

1 8 0 3



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma. Elaboración propia	43
Tabla 2. Presupuesto. Elaboración propia	44
Tabla 3. Factores Críticos de Éxito. Elaboración propia	55
Tabla 4. Modelo CANVAS. Elaboración propia	60
Tabla 5. Proyección de ventas año 1. Elaboración propia	68
Tabla 6. Proyección de ventas año 2. Elaboración propia	68
Tabla 7. Proyección de ventas a 5 años. Elaboración propia	68
Tabla 8. Ficha técnica del servicio. Elaboración propia	70
Tabla 9. Requerimientos de infraestructura. Elaboración propia	74
Tabla 10. Requerimientos de instalaciones. Elaboración propia	75
Tabla 11. Requerimientos tecnológicos. Elaboración propia	75
Tabla 12. Material didáctico. Elaboración propia	75
Tabla 13. Material de consumo. Elaboración propia	76
Tabla 14. Requerimientos muebles y enseres. Elaboración propia	76
Tabla 15. Requerimientos de dotación. Elaboración propia	77
Tabla 16. Plan semanal de producción. Elaboración propia	77
Tabla 17. Plan anual de producción. Elaboración propia	77
Tabla 18. Proyección de producción a 5 años. Elaboración propia	78
Tabla 19. Plan de compras. Elaboración propia	78
Tabla 20. Costos de nómina 2017. Elaboración propia	79



Tabla 21. Costos de personal. Elaboración propia	80
Tabla 22. Gastos anuales de administración. Elaboración propia.....	81
Tabla 24. Activos fijos. Elaboración propia	84
Tabla 25. Gastos variables. Elaboración propia.....	85
Tabla 26. Gastos indirectos. Elaboración propia	86
Tabla 27. Costos de puesta en marcha. Elaboración propia.....	86
Tabla 28. Presupuesto de inversión. Elaboración propia	87
Tabla 29. Fuentes de financiación. Elaboración propia	89
Tabla 30. Flujo de caja año 1. Elaboración propia.....	94
Tabla 31. Flujo de caja proyectado a 5 años. Elaboración propia.....	95
Tabla 32. Balance general. Elaboración propia	96
Tabla 33. Estado de ganancias y pérdidas. Elaboración propia.....	97
Tabla 34. Gastos fijos proyectados. Elaboración propia.....	98
Tabla 35. Gastos variables proyectado. Elaboración propia	99
Tabla 36. Depreciaciones. Elaboración propia.....	99
Tabla 37. Amortizaciones. Elaboración propia.....	100
Tabla 38. Punto de equilibrio año 1. Elaboración propia	102
Tabla 39. Punto de equilibrio año 2. Elaboración propia	102
Tabla 40. Punto de equilibrio año 3. Elaboración propia	102
Tabla 41. Punto de equilibrio año 4. Elaboración propia	102
Tabla 42. Punto de equilibrio año 5. Elaboración propia	102



Tabla 43. Relación costo - beneficio. Elaboración propia.....	103
Tabla 44. Recuperación de la inversión. Elaboración propia.....	103
Tabla 45. Cambios de la demanda. Elaboración propia.....	104
Tabla 46. Cambios en los costos. Elaboración propia.....	105
Tabla 47. Matriz de impacto ambiental. Elaboración propia.....	109
Tabla 48. Cronograma de actividades de puesta en marcha. Elaboración propia.....	111
Tabla 49. Plan de acción por objetivos. Elaboración propia.....	113
Tabla 50. DOFA. Elaboración propia.....	118
Tabla 51. MECA. Elaboración propia.....	119
Tabla 52. Director general. Elaboración propia.....	121
Tabla 53. Agente educativo. Elaboración propia.....	123
Tabla 54. Auxiliar administrativo. Elaboración propia.....	123
Tabla 55. Plan de contenido. Elaboración propia.....	130



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Flujograma del servicio de estimulación prenatal y temprana. Elaboración propia	72
Figura 2. Flujograma del servicio página web. Elaboración propia	73
Figura 3. Cálculo de VAN y la TIR. Elaboración propia	101
Figura 4. Organigrama. Elaboración propia	120

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Encuesta aplicada a la población Caucásiana	51
--	----

LISTA DE ANEXOS

Anexo # 1: Formato de encuesta	150
Anexo # 2: Formato de evaluación de cada sesión.	151
Anexo # 3: Formato de evaluación para determinar aprendizajes.	151
Anexo # 4: Formato de evaluación del servicio	152



GLOSARIO

- **DESARROLLO INFANTIL:** es una parte fundamental del desarrollo humano, se considerando que en los primeros años se forma la arquitectura del cerebro, a partir de la interacción entre la herencia genética y las influencias del entorno en el que vive el niño¹, a su vez, este desarrollo es un proceso dinámico por el cual los niños progresan desde un estado de dependencia de todos sus cuidadores en todas sus áreas de funcionamiento, durante la lactancia, hacia una creciente independencia en la segunda infancia (edad escolar), la adolescencia y la adultez. De igual forma, en ese proceso adquieren habilidades en varios ámbitos relacionados: sensorial-motor, cognitivo, comunicacional y socio - emocional².
- **EMPREDIMIENTO:** el emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. Ahora bien, el emprendimiento en el ámbito educativo es visto como el proceso de expansión de las capacidades de las personas que amplían sus opciones y oportunidades, es decir, el emprendimiento, desde un enfoque de desarrollo humano integral es una forma de pensar, sentir y actuar para la creación de valor, lo cual permite a la comunidad educativa proponer espacios y escenarios de formación para construir conocimientos y

¹ MARTINS, Juliana y DE LA Ó, María. Desarrollo infantil: análisis de un nuevo concepto. Latino-Am, 2015.

² UNICEF. El desarrollo del niño en la primera infancia y la discapacidad: Un documento de debate, 2013.



desarrollar hábitos, actitudes y valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y a la transformación del entorno y de la sociedad, dar soluciones a las necesidades humanas presentes en la comunidad, con un sentido de ética y responsabilidad social y una perspectiva de desarrollo sostenible y promover la cooperación y el trabajo en equipo en todos los miembros de la comunidad³.

- **ESTIMULACIÓN PRENATAL:** la estimulación prenatal se puede definir como el conjunto de acciones que proporcionarán al niño las experiencias que éste necesita para potenciar las capacidades y habilidades infantiles, desde la fecundación, para desarrollar al máximo su potencial bio-psico-social. Además, la estimulación prenatal tiene por finalidad facilitar la comunicación y el aprendizaje del bebé por nacer mediante la realización de actividades y la aplicación de las diferentes técnicas organizadas (auditivas, visuales, motoras y táctiles), potencializando así el desarrollo físico, mental y sensorial del niño, de igual forma, dicha estimulación ayuda a formar un niño capaz de afrontar la vida en el futuro, con sentido común, coherencia, inteligencia y buen humor, por ello, es fundamental el rol que día a día desempeñan los padres, estableciendo un vínculo sólido y duradero en un ambiente agradable y tranquilo⁴.
- **ESTIMULACIÓN TEMPRANA:** la estimulación temprana es el conjunto de medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma

³ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos Orientaciones. Panamericana Formas e Impresos S.A. diciembre de 2012.

⁴ PARICIO, Diana. ESTIMULACIÓN PRENATAL.



sistémica y secuencial que se emplea en niños desde su nacimiento hasta los seis años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas y psíquicas, permite también, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres, con eficacia y autonomía, en el cuidado y desarrollo del infante⁵.

- **GESTIÓN:** abarca todas las acciones (que suelen estar enmarcadas dentro de reglas y procedimientos operativos previamente establecidos) que están destinadas a lograr objetivos concretos de la empresa en un tiempo determinado. Asimismo, la gestión consiste en asumir la responsabilidad de conducir la empresa (dentro de un marco de reglas, procedimientos, aspectos legales y éticos) hacia objetivos concretos y en tiempos específicos, planificando las actividades que se consideren necesarias, organizando los recursos disponibles, dirigiendo a las personas y controlando que lo planificado se vaya cumpliendo o adaptando a las realidades del mercado o contexto⁶.
- **MERCADO:** el concepto de mercado se refiere a las transacciones comerciales, es decir, se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios, así pues, la concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o

⁵ FEDERACIÓN DE ENSEÑANZA DE CC.OO. (Andalucía). Estimulación temprana en los niños-as, 2012.

⁶ THOMPSON, Ivan. ¿Qué es Gestión de Empresa?, 2012



lugar, de esta forma, aparece la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial⁷.

- **PEDAGÓGICA ITINERANTE:** es entendida como aquella propuesta educativa cuyas acciones e intervenciones implican que el profesional se desplace de un lugar a otro. Esta técnica es implementada en proyectos educativos con la comunidad porque permite intervenir pedagógicamente (desde espacios físicos y de tiempo distintos a los tradicionales) en poblaciones urbanas, dispersas y/o rurales lo que responde a necesidades de inclusión y equidad educativa⁸.
- **PRIMERA INFANCIA:** 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 y comprende la franja poblacional que va de los cero (0) a los seis (6) años. Así pues, son derechos impostergables de la primera infancia: la atención en salud y nutrición, el esquema completo de vacunación, la protección contra los peligros físicos y la educación inicial⁹.

⁷ YTOKAZU, María y ROJAS, Wilde. Concepto de mercado.

⁸ Creación propia.

⁹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. ¿Qué es la atención integral?



RESUMEN

El presente documento constituye la tesis de grado de dos estudiantes de la Universidad de Antioquia del programa Licenciatura en Pedagogía Infantil, en él se describe el plan de negocios y el modelo pedagógico y curricular propuesto para la creación y puesta en marcha de un centro de servicios pedagógicos, “Innovación Educativa”. Idea que surge de la lectura de contexto llevada a cabo por las creadoras de este proyecto, en espacios de conceptualización y acercamiento al campo denominados “prácticas integrativas” desarrollados en los escenarios comunitario, institucional, familiar y hospitalario donde se realiza trabajo directo con niños, niñas y sus familiares o cuidadores; en los cuales se identificó insuficiencia en la oferta de servicios privados de estimulación prenatal y temprana dirigidos a madres gestantes, lactantes y niños y niñas entre los 0 y 6 años, de los estratos socioeconómicos tres en adelante del municipio de Caucasia. Es por ello, que esta organización le apuesta a la creación de un servicio de estimulación que se traduzca en prácticas profesionales dotadas de sentido formativo que aporten significativamente al desarrollo integral de la primera infancia.

La propuesta metodológica pensada para la operación de este modelo de negocio está basada en la pedagogía itinerante, ofertando servicios de estimulación a través de sesiones personalizadas desarrolladas en el domicilio del usuario y encuentros grupales en un aula de estimulación. Esto, desde la convicción de que un trabajo paralelo entre lo individual y lo social enriquece el proceso de formación del sujeto, potenciando habilidades como la autonomía y las habilidades comunicativas.

En cuanto a la propuesta de valor agregado, se destaca el empleo de las TIC en el desarrollo de las sesiones de estimulación, las cuales constituyen herramientas innovadoras para la mediación del proceso de enseñanza aprendizaje.



Palabras clave: Desarrollo integral, emprendimiento, estimulación prenatal, estimulación temprana, modelo de negocio, primera infancia y pedagogía.

ABSTRACT

The present document constitutes the thesis of degree of two students of the University of Antioch of the program Degree in Infantil Pedagogy, in him describes to the plan of businesses and the pedagogical and curricular model proposed for the creation and beginning of a center of pedagogical services, "Educative Innovation". Idea that arises from the reading of context carried out by the creators of this project, in spaces from conceptualización and approach to the field denominated "practical integrativas" developed in the scenes communitarian, institutional, familiar and hospitable where direct work with children, children and their relatives or caretakers is made; in which insufficiency in the supply of deprived services of prenatal and early stimulation was identified directed to mothers gestantes, nursing and young and young between the 0 and 6 years, of socioeconomic layers three in in front of the municipality of Caucaasia. It is for that reason, that this organization him bet to the creation of a service of stimulation that is translated in professional practices equipped with formativo sense that they contribute to the integral development of the first childhood significantly.

The thought methodologic proposal for the operation of this model of business is based on pedagogía traveling, supplying services of stimulation through customized sessions developed in the address of the user and group encounter in an stimulation classroom. This, from the conviction that a parallel work between individual and the social thing enriches the process of formation of the subject, harnessing the comunicativas abilities like the autonomy and abilities.



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Facultad de Educación

As far as the proposal of added value, the use of the TIC in the development of the stimulation sessions stands out, which constitute innovating tools for the mediation of the education process learning.

Key words: Integral development, emprendimiento, prenatal stimulation, early stimulation, model of business, first childhood and pedagogía.



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

1 8 0 3



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado es fruto del esfuerzo realizado en las prácticas pedagógicas que se llevaron a cabo durante los tres últimos semestres de la carrera. Es por ello, que este documento está dividido en trece capítulos, en los cuales se manifiestan paso a paso aspectos relevantes para la elaboración de este plan de negocio, de esta forma, en el primer capítulo se enmarca el diseño de la investigación en el cual, se plantean las generalidades de la propuesta como el por qué, para qué, el tema, la línea y problema de investigación, la justificación, objetivos generales y específicos, antecedentes, marco contextual, conceptual y legal. En el capítulo dos, se plasma la metodología del proyecto, en el cual se describe el enfoque investigativo, el tipo de investigación, las fuentes y técnicas de recolección de la información, resultados esperados, cronograma, el presupuesto requerido y las consideraciones éticas en las que se plantea la propuesta.

En el capítulo tres se especifica el desarrollo del plan de negocio, enunciando la investigación de mercados, el modelo de negocio y la estrategia de mercado. Por su parte, el capítulo cuatro se refleja el análisis técnico operativo, en donde se plasma la ficha técnica del servicio, el estado de desarrollo, la descripción del proceso, las necesidades y requerimientos, el plan de producción y el análisis de costos. Ya para el capítulo cinco se dan a conocer el análisis organizacional y legal, el cual comprende el concepto del negocio, el grupo emprendedor, costos de nómina y gastos de administración, gastos anuales de administración, la constitución de empresa y aspectos legales. En cuanto al capítulo seis se esboza el análisis financiero que plantea los principales supuestos, el sistema de financiamiento, las fuentes de financiación, plan de financiación, flujo de caja y estados financieros, balance general, estados de resultados, proyección de gastos y evaluación del



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Facultad de Educación

proyecto. Además, en el capítulo siete se vislumbra el impacto que pretendemos generar con el proyecto.

Ahora, en el capítulo ocho se percibe la planeación estratégica del centro, en donde enunciaremos el horizonte organizacional, objetivos de la empresa, análisis DOFA y MECA y la estructura organizacional. También, en el capítulo nueve se enuncia el modelo pedagógico y curricular de Innovación Educativa. Y para finalizar, en los capítulos restantes se plantean conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos que apoyan la propuesta.



UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

1 8 0 3



1.1 TEMA

Emprendimiento para la primera infancia.

1.1.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Cambios y tendencias en la política pública para la educación de los niños y las niñas: gestión educativa y emprendimiento.

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN¹⁰

Actualmente a raíz de los cambios generados por los contextos de globalización, el avance exponencial de las tecnologías de la información y las comunicaciones y el asentamiento de una sociedad que reconoce en el conocimiento un valor preciado; se están generando escenarios de transformación sociales que por supuesto afectan las relaciones laborales y económicas de los ciudadanos.

Con este cambio en el panorama económico del país, el Estado pierde fuerza como generador de oportunidades de empleo lo que ha conducido a un desempleo estructural que para marzo de 2016 se encuentra en el 10.1% (DANE) y que por supuesto afecta también a los educadores infantiles, que en múltiples ocasiones deben aceptar condiciones laborales poco satisfactorias, como son los contratos por prestación de servicios con honorarios ponderados en el mínimo legal vigente lo que no corresponde con su formación profesional, así como a la competencia

¹⁰ CORTINES, Marlen Liliana. Propuesta de práctica pedagógica en emprendimiento, administración y gestión educativa. Facultad de Educación. Licenciatura en Pedagogía Infantil. Medellín, 2016.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

directa en el mercado laboral con normalistas y técnicas en primera infancia; entre otras situaciones que vulneran el derecho al desarrollo tanto laboral como personal.

Facultad de Educación

Observamos entonces, que nos encontramos inmersos en una economía cambiante con un alto desempleo, lo que conlleva a la necesidad de generar propuestas de autoempleo para que la población económicamente activa pueda acceder a oportunidades de progreso y prosperidad en el marco de la legalidad y la legitimidad; tal como lo ha reconocido el Estado colombiano en La Política Nacional de Emprendimiento, que pretende promover un cambio en la tendencia ciudadana a la búsqueda de empleo por una disposición a la generación de iniciativas empresariales, como alternativa para el trabajo digno y el mejoramiento de la calidad de vida de los jóvenes.

Además, de la necesidad de generar iniciativas empresariales que proporcionen empleo a los pedagogos infantiles que egresan y que deben sortear las dificultades de un panorama laboral en el que cada vez es más escasa la estabilidad, los salarios idóneos y las garantías, se requiere también la generación de emprendimientos que impulsen el desarrollo de la primera infancia, lo que constituye un desafío tanto para este grupo de profesionales como para los gobiernos locales.

Atendiendo a esta necesidad el país se ha dado a la tarea de elaborar una Política Pública de Primera Infancia, que entre otras cosas genera la necesidad de construir instituciones que velen por el desarrollo integral de las familias gestantes, lactantes y con niñas y niños de 0 a 6 años. En esta tarea el departamento de Antioquia ha llevado la delantera y con su programa Buen Comienzo Antioquia ha buscado desde el 2013 garantizar el acceso a educación inicial a la primera infancia en todo el territorio. Dicha atención es operada por oferentes que en su mayoría han surgido y se han consolidado en Medellín y desde allí se han expandido a los diferentes municipios del departamento. Lo anterior, ha conllevado entre otras situaciones a la



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

generación de propuestas que carecen de enfoque diferencial y por lo tanto que no responden con pertinencia a las necesidades étnicas, culturales, geográficas, económicas, entre otras de la primera infancia de las subregiones.

Otro aspecto, que se desprende de la expansión de los oferentes de Medellín hacia las subregiones, ha sido el traslado de la ciudad a los municipios por parte de personal docente que lleva a cabo labores de liderazgo y que ocupan cargos de coordinación pedagógica; lo anterior fundamentado en el hecho de no contar con personal calificado en las subregiones para desempeñar roles directivos. Lo anterior, indica la necesidad de formar pedagogos infantiles con capacidad de liderar, administrar y gestionar soluciones a problemáticas propias de su realidad con relación a la primera infancia.

Es de resaltar también, que además de las ofertas orientadas a atender a la primera infancia que se encuentra en situación de vulnerabilidad, se hace necesario en las subregiones, brindar otras ofertas de atención a la población que sin presentar condiciones de pobreza y marginación quieren garantizarle a las gestantes, lactantes, niñas y niños de 0 a 6 años, la posibilidad de acceder a espacios de formación para la crianza, la estimulación adecuada y en general de educación inicial que redunden en su bienestar y adecuado desarrollo infantil, sin que esto dependa de su cercanía a Medellín o su área Metropolitana, sino por el contrario que haga parte de sus recursos locales.

En consecuencia, es imperativo trabajar en el mejoramiento de la atención integral a la primera infancia desde el liderazgo de soluciones por parte de los pedagogos infantiles que se forman en las subregiones, lo que implica la generación de competencias para la creación de alternativas para la atención a esta población, así como la cualificación para responder a la transformación productiva que vive el país, de modo que puedan satisfacer las demandas sociales y de mercado de este rango



Lo anterior implica, para la Universidad y para la Licenciatura en Pedagogía Infantil la generación de espacios de práctica que les permitan a los estudiantes adquirir competencias para el emprendimiento, así como desarrollar y fortalecer habilidades para el liderazgo y la gestión, orientadas a la acción en el contexto de las subregiones.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo infantil es un proceso que experimenta el ser humano durante sus primeros ocho años de vida, en el cual se desarrolla a nivel físico, cognitivo, lingüístico y socio - emocional. Si bien este es un proceso de desarrollo natural, su adecuado transcurso depende de asuntos como la salud, la educación, las relaciones afectivas, la asistencia, los cuidados básicos y la protección. Uno de los medios más pertinentes para el logro de la atención integral requerida para el acompañamiento y favorecimiento de un adecuado desarrollo infantil es la estimulación temprana, la cual es definida como una “teoría basada en las neurociencias, en la pedagogía y en la psicología cognitiva y evolutiva, que se implementa mediante programas fundados con la finalidad de ayudar al desarrollo integral del niño”¹¹.

Desde esta línea se percibe la importancia de realizar actividades de estimulación que le permitan al niño potenciar las capacidades y habilidades necesarias para construir su personalidad e integrarse a su entorno social.

¹¹ ORDÓÑEZ, M y TINAJERO, L. Citado por BARRENO, Zoila y MACIAS, Jessica. Estimulación temprana para potenciar la inteligencia psicomotriz. Revista Ciencia UNEMI, 2015. pp 110-118



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

En el municipio de Caucaasia, la atención a la primera infancia se brinda de manera fragmentada, asunto que se evidencia en que los centros médicos se encarguen de los aspectos de salud (desde prácticas de tamizaje y valoraciones médicas por lo general) y los centros educativos de la formación pedagógica y no haya una relación dialógica entre estas instituciones y sus profesionales. Además, en las dinámicas de prestación de estos servicios no se integran de manera pertinente a las familias ni se lideran procesos de formación e información a éstas sobre temáticas como la estimulación y su importancia en el desarrollo infantil, lo que causa por ejemplo la inasistencia a programas como el control prenatal, control de crecimiento y desarrollo, entre otros. Es oportuno resaltar, que existen programas que apuntan a la satisfacción de dicha necesidad, sin embargo, éstas sólo atienden a las poblaciones vulnerables, limitándose para las personas de estratos socioeconómicos superiores las posibilidades de acceso a este servicio.

Reconociendo la importancia e incidencia de la atención integral a los niños y las niñas y la formación a la comunidad en el desarrollo social, logramos percibir en el contexto descrito, una situación problemática o necesidad a la cual el Centro de Servicios Pedagógicos *Innovación educativa* pretende responder desde la oferta de un servicio de estimulación pensada para la población infantil de los 0 a los 6 años, es decir, incluye a madres gestantes, lactantes y niños y niñas.

Este servicio de estimulación será ofrecido por profesionales en educación y desarrollo infantil desde una metodología pedagógica itinerante que permite a esta propuesta de emprendimiento, operar desde bajos costos y generar medianos ingresos, y posibilita a los usuarios tener acceso a este acompañamiento desde la comodidad de sus hogares. Esta propuesta está enriquecida con un recurso digital -página web- desde el cual se difunde información de calidad acerca de la estimulación temprana y prenatal y otras temáticas del desarrollo infantil a la cual



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

tendrá acceso la comunidad en general de manera gratuita. Este componente virtual hace innovadora e interesante esta propuesta de atención y formación a la población infantil, a la vez que se convierte en la manera de responder como empresa al compromiso social con el municipio de Caucasia desde una formación a la comunidad que contribuye al desarrollo educativo y social.

En relación con nuestras proyecciones y perspectivas como empresa, cabe señalar que a corto y mediano plazo pretendemos informar y formar a la comunidad en general sobre la estimulación y su importancia, mientras ofrecemos el servicio. A un plazo más extenso, buscamos generar en el municipio una cultura de conocimiento acerca de la importancia de esta temática, lo que moviliza a su vez la reconfiguración de las prácticas de crianza, es decir, las familias del municipio contarán con una formación que les permita acompañar adecuadamente el desarrollo de los niños y las niñas.

Cabe resaltar, que otro de los fundamentos más importantes de esta propuesta es la oportunidad de seguir apostándole a la idea del educador que no sólo se piensa ingresando a una institución y acogiéndose a las prácticas que en ella se desarrollan, sino que también es capaz de asumir la creación, gestión, coordinación y administración de dichas organizaciones, programas y acciones educativas dirigidas a potenciar el desarrollo de los niños y niñas. A su vez, se posiciona este el profesional en pedagogía como un emprendedor, es decir, como aquel tipo de persona “que estando atentas a las necesidades y oportunidades del medio, aprovecha(n) las potencialidades de su contexto, logrando desarrollar iniciativas que contribuyen al desarrollo económico, social y cultural del país, haciendo uso



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

adecuado de sus competencias¹² En este caso el grupo emprendedor tendrá la oportunidad de abrir espacios laborales para sí mismos y para la comunidad.

Facultad de Educación

1.4 OBJETIVO DEL PROYECTO

1.4.1 Objetivo General:

Elaborar un plan de negocio que garantice la factibilidad técnica, económica, administrativa, legal, comercial y pedagógica para la creación y puesta en marcha de un centro de servicios pedagógicos: Innovación Educativa en Caucaasia Antioquia.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de un centro de servicios pedagógicos: *Innovación Educativa*.
- Diseñar el modelo de gestión directiva y administrativa para un centro de servicios pedagógicos: *Innovación Educativa*.
- Construir el modelo pedagógico y curricular para un centro de servicios pedagógicos: *Innovación Educativa*.

1.5 ANTECEDENTES

Al analizar posibles antecedentes a nivel nacional podemos vislumbrar que existen dos planes de negocio, uno enfocado a la creación de una empresa de estimulación

¹² PROGRAMA CIUDAD E. citado por ARIAS, Claudia y CASTILLO, Eduardo. La educación para el emprendimiento y empresarismo virtual: potencialidades. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 2011. P 32



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

motriz en la ciudad de Pereira¹³, este busca brindar servicios de estimulación motriz adecuados y oportunos a los niños y niñas sin alteraciones o que puedan presentar alteraciones a nivel motor, de lenguaje, osteomuscular o sensitivo de 0 a 9 años. Este proyecto se planteó para ser dirigido por fisioterapeutas con experiencia en el trabajo con niños, el movimiento y el desarrollo psicomotor, enfocándose al logro máximo del desarrollo del niño mediante un seguimiento personalizado de habilidades y destrezas motrices y el tratamiento más adecuado en cada caso particular. Si bien, esta propuesta se enfoca en la estimulación (componente esencial de nuestro plan) está un poco alejada de lo que queremos proyectar con este trabajo.

Ahora, el segundo plan de negocio plantea algunas características que son más afines a nuestra propuesta de emprendimiento, pues plantea un servicio a domicilio, enfocado en la infancia y con un componente virtual. La propuesta lleva por nombre NIÑERAS 24/7¹⁴ y busca ofrecer servicios a domicilio de cuidados especializados de niños entre 5 y 10 años. Esta población está ubicada en la ciudad de Bogotá y pertenece a la clase social media, media-alta y alta ubicada en estrato socio-económico 4, 5 y 6.

Para adquirir este servicio, el padre de familia puede reservarlo por medio de una página web en donde lo pagará por el tiempo que este desee. A su vez, este servicio está disponible las 24 horas, se adapta a las necesidades del cliente (tutor de estudio, niñera, fonoaudiología) y se lleva a cabo en el domicilio del consumidor.

Por otra parte, a nivel regional podemos decir que realizamos un rastreo minucioso pretendiendo identificar aquellas instituciones u organizaciones que podrían ser

¹³ VÉLEZ, Yeimy y GRANADA, Hadis. Elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa de estimulación motriz en Pereira. 2011

¹⁴ CAÑÓN, Diana y JACOBO, María. Estudio de factibilidad para una empresa virtual que ofrece servicios especializados de cuidado de niños, a domicilio. 2013.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

~~posibles competidores para nuestra~~ propuesta de emprendimiento, *Centro de servicios pedagógicos Innovación Educativa*, hallamos que no existe en el municipio de Caucasia ninguna empresa de carácter público o privado que ofrezca a la comunidad servicios de estimulación en casa. Sin embargo, existen organizaciones como la Corporación ESPARRO¹⁵ que ejecutan políticas públicas como la estrategia nacional de atención a la primera infancia “Cero a siempre” desde programas como Buen Comienzo Antioquia, las cuales operan desde las modalidades institucional, comunitaria y familiar.

Al igual que nuestra propuesta, ESPARRO busca en esencia promover el desarrollo integral de los niños y las niñas desde su concepción hasta los 6 años a través de acciones pedagógicas, formación y acompañamiento a familias y cuidadores, mujeres gestantes y madres lactantes del municipio de Caucasia (atienden además a las poblaciones de Cáceres y Zaragoza del departamento de Antioquia). Esta organización de carácter privado reconoce las limitaciones de acceso a servicios de atención y educación de las poblaciones rurales y/o dispersas, por ello trabaja desde la modalidad familiar la cual implementa una metodología itinerante, entendida como aquella que requiere desplazamiento hacia la comunidad para la prestación de servicios; lo cual aumenta las posibilidades de que la población infantil de estas zonas reciba atención integral. Esta corporación atiende a poblaciones de estratos socioeconómicos 1-2, en situación de desplazamiento o que presenten alguna otra condición de vulnerabilidad. La intervención pedagógica que realizan consiste en el diseño y desarrollo de encuentros educativos con los niños, las niñas y sus familias desde los escenarios familiar y comunitario, donde se lideran procesos de formación en temáticas fundamentales para el acompañamiento y promoción del adecuado desarrollo infantil, tales como la crianza y los hábitos de vida saludable.

¹⁵ CORPORACIÓN EDUCATIVA ESPARRO
<http://esparrocomunicacion.wixsite.com/corpoesparro/nosotros>

~~El Centro de Servicios Pedagógicos~~ Innovación Educativa, plantea una propuesta pedagógica innovadora y diferente a nivel metodológico y conceptual, pues ofrece un servicio de estimulación presencial, entendiendo esta como aquellas prácticas que buscan promover en el niño el adecuado desarrollo de sus habilidades y capacidades desde la gestación hasta los seis años de edad, este servicio se ofrece a familias de estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 las cuales desde el contexto de ideas descrito anteriormente, están siendo desatendidas, lo que constituye una valiosa oportunidad para nuestra empresa.

Este acompañamiento se brinda de manera presencial por un profesional en educación y desarrollo infantil quien promueve la formación desde experiencias prácticas fundamentadas en argumentos teóricos sólidos, éste implementa una metodología itinerante que hace posible llevar el servicio hasta el entorno familiar, el cual es un escenario primario y fundamental de desarrollo y socialización, y promover una asistencia personalizada pensada desde las necesidades, los intereses, los estilos y los ritmos de aprendizaje de los niños, las niñas, las madres gestantes y lactantes participantes.

Además, propiciamos desde la virtualidad un escenario educativo no convencional desde el cual ofrecemos de manera gratuita formación a la comunidad mediante la difusión de información de calidad. Este recurso didáctico digital -página web- sumado a la metodología itinerante que implementamos para la intervención pedagógica, permite llegar a zonas dispersas y ampliar en estas poblaciones las posibilidades a acceder a servicios educativos, lo que se puede traducir en la garantía del derecho universal a la educación y la respuesta a la necesidad de equidad e inclusión. Este componente virtual, hace de nuestra idea de negocio una propuesta educativa innovadora y contextualizada en la medida en que responde a las características y necesidades emergentes en la sociedad de la información y el



1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Marco contextual

El Centro de servicios pedagógicos Innovación Educativa es una propuesta que está pensada para desarrollarse en el municipio de Caucasia Antioquia, el cual es considerado como la capital de la subregión del Bajo Cauca, pues, es una zona privilegiada por su ubicación geográfica en la que se encuentran importantes afluentes colombianos como el río Cauca y el río Nechí. El área rural de Caucasia hace parte de la sabana de Córdoba y Sucre, en el lugar de confluencia de las subculturas paisa y sabanera (costeño)¹⁶.

Caucasia, cuenta con una extensión total de 1411 Km², divididos en 2 Km² de área urbana y 1409 Km² de zona rural. Limita por el Norte con Montelíbano, municipio perteneciente al departamento de Córdoba, por el Este con los municipios de Nechí y El Bagre, por el Sur con el municipio de Zaragoza, y por el Oeste con el municipio de Cáceres.

A su vez, este lugar cuenta con una población de 100.000 (censo del 2009) habitantes, de los cuales el 16.418 son niños y niñas de 0 a 5 años de edad (censo del 2009), razón por la cual, el municipio de Caucasia al estar comprometido con la población infantil y en virtud de que los niños y niñas son el futuro de la sociedad, la Administración viene trabajando en favor de esta población, por eso construyó el

¹⁶ sitio web de municipio de Caucasia Antioquia



Facultad de Educación
año pasado El Centro de Desarrollo Infantil La Normal, una edificación con especificaciones ideales para la atención integral a la primera infancia, aumentando el desarrollo de capacidades, habilidades y potencialidades. El Centro cuenta con dos salas para la infancia temprana, baterías sanitarias para niños y niñas, comedor, cocina con áreas para almacenar y preparar alimentos, zona de lavado y armado de platos, además zona infantil con de juegos y albergará a 50 niños de la población menos favorecida de la zona¹⁷.

De igual forma, la alcaldía municipal viene implementando programas para la infancia como el Cumpleaños de Caucasia, en donde se desarrollan actividades culturales y deportivas para celebrar esta fecha memorable, el Festival de la Cometa realizado para el mes de agosto con la intención de las familias compartan un espacio con sus hijos y el Concierto Pro Aguinaldo para los niños del municipio. Cabe resaltar que todas estas propuestas son lideradas por la primera dama del municipio y han tenido gran acogida por la comunidad.

1.6.2 Marco conceptual

Incidencia de la estimulación en el desarrollo infantil

El ser humano experimenta durante toda su vida un proceso de desarrollo (crecimiento y evolución) en el cual se desarrolla a nivel físico, cognitivo, lingüístico y socio - emocional, en este proceso influyen diversos factores de orden biológico, social y cultural como la salud, la nutrición, la educación, las relaciones afectivas, la asistencia, los cuidados básicos y la protección.

¹⁷ EL MUNDO. ¡Caucasia Avanza Hacia El Desarrollo! 2016



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Facultad de Educación

El desarrollo humano está constituido por diversas etapas (cada una con características propias), de las cuales el desarrollo infantil es la más importante en tanto “está demostrado que el mayor desarrollo del cerebro ocurre durante los [...] primeros años”¹⁸. Es en este momento donde se fundan y potencian habilidades y capacidades tan fundamentales como el desplazamiento (motricidad), el lenguaje, la inteligencia, etc... Si bien el desarrollo infantil es un proceso natural, su adecuada evolución depende tanto de la satisfacción de las necesidades básicas como de las interacciones que experimente el niño. Entre otras de las prácticas más pertinentes para este acompañamiento se encuentra la estimulación, (que se imparte desde el momento de la gestación hasta los primeros siete u ocho de vida) oportuna y enfocada en las necesidades particulares de cada niño, esta constituye una de las maneras más efectivas de prevenir el desarrollo de discapacidades (y demás dificultades del desarrollo), especialmente, aquellas cuyo origen no es de tipo biológico. En cambio, la falta de ésta “puede tener efectos permanentes e irreversibles en el desarrollo del cerebro, pues altera su organización, y las posibilidades de configurar las estructuras funcionales que van a constituir la base fisiológica para el aprendizaje”¹⁹.

La estimulación prenatal “se refiere a las técnicas físicas y de relajación aplicadas por padres o cuidadores durante la gestación, con el objetivo de favorecer el desarrollo del sistema nervioso, la comunicación y los vínculos afectivos con la madre, el padre o ambos.”²⁰ Desde esta perspectiva, se percibe al niño como un ser capaz de comunicarse y responder a estímulos desde el interior del vientre materno. La estimulación temprana también alude a un conjunto de acciones o prácticas “que proporcionan al niño [...] las experiencias que necesita para el desarrollo máximo

¹⁸ MINEDUCACION. LEY 1295 DE 2009.

¹⁹ ROSELLÓ LEYVA, Annelise, *et al.* Estimulación temprana en niños con baja visión [en línea]. Revista Habanera de Ciencias Médicas: 2013.

²⁰ CONAFE. Guía para el asesor pedagógico itinerante.2007



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

de sus potencialidades físicas, mentales, emocionales y sociales.”²¹ , sin embargo, a diferencia de la estimulación temprana esta se lleva a cabo en los primeros años de vida, hasta los siete u ocho años aproximadamente. Desde esta línea, se entiende que las prácticas de estimulación se fundan, piensan y ejecutan desde la idea de que las experiencias del niño durante la primera infancia serán el pilar de su constitución como sujeto social, político, cultural.

Desde este orden de ideas, se comprende la importancia de promover prácticas de estimulación en la comunidad, por ello, nuestra propuesta de emprendimiento apunta a la creación y oferta de servicios de estimulación temprana y prenatal en el municipio de Cauca, el cual cuenta con una extensa población infantil específicamente 12.808 niños y niñas entre 0 y 5 años²²

Promover el desarrollo infantil desde una propuesta itinerante enriquecida por las TIC

Este servicio se presta desde una metodología pedagógica itinerante, entendida como aquella propuesta educativa cuyas acciones e intervenciones implican que el profesional se desplace hasta la población con la que desarrollará dichos procesos formativos.

Así pues, se destaca de la pedagogía itinerante, su sentido social que abre la posibilidad de intervenir pedagógicamente (desde espacios físicos y de tiempo distintos a los tradicionales) en poblaciones urbanas, dispersas y/o rurales respondiendo a las necesidades de inclusión y equidad educativa. De esta forma, este fenómeno de la itinerancia brinda una valiosa posibilidad para que el proceso

²¹ ADRA PERÚ. Guía de estimulación temprana para el facilitador.2009

²² Estadística dada por el SISBEN del municipio de Cauca en el año 2010.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

de construcción de saberes este atravesado por las particularidades de la territorialidad²³.
Facultad de Educación

Al operar desde una metodología itinerante, nuestra empresa ofrece al cliente la posibilidad de acceder a nuestros servicios desde la comunidad de sus hogares, lo que hoy puede identificarse como una necesidad emergente pues las dinámicas laborales, familiares y académicas reducen la oportunidad de contar con espacios de tiempo libre en los cuales el individuo pueda desplazarse y acceder a servicios o actividades de ocio, entretenimiento o educación en este caso. En función de integrar el componente formativo a la asistencia que se brinda con este servicio de estimulación, se enriquece la propuesta empleando las TIC las cuales según Cabero “son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”²⁴

Los recursos y herramientas tecnológicas presentan nuevas y diversas alternativas de búsqueda, acceso, producción, procesamiento, almacenamiento y difusión de información. Estos instrumentos se constituyen además en innovadores y pertinentes mediadores de procesos de enseñanza-aprendizaje, por ello, pensamos complementar el proceso de formación presencial creando un espacio educativo virtual donde las personas del municipio de Caucasia puedan acceder de manera gratuita a información de calidad sobre temáticas del desarrollo infantil como la estimulación. Este recurso didáctico digital será específicamente una página web, en la cual se expondrá información de forma multimedia, es decir, en distintos

²³ ALESSO, Sonia y DUHALDE, Miguel. Pedagogía de la itinerancia. CTERA: junio de 2017.

²⁴ BELLOCH, Consuelo. Las tecnologías de la información y comunicación en el aprendizaje. 2012



formatos (imágenes, videos, sonidos, texto escrito) esto para posibilitar su comprensión.
Facultad de Educación

Este sitio web será dinámico en tanto la información que a través de ella se difunde, será constantemente revisada, enriquecida y actualizada. Consideramos oportuno liderar procesos de formación desde la virtualidad porque no se requiere de un espacio físico (infraestructura) ni de encuentros presenciales de los participantes, hace posible la participación de poblaciones dispersas, propicia la realización de ejercicios de autoformación y autonomía y permite al sujeto acercarse y comprender la información desde sus propios ritmos y estilos de aprendizaje.

En términos generales, nuestra propuesta de emprendimiento pretende ofrecer un servicio de estimulación por parte de profesionales en educación y desarrollo infantil, y promover la formación de la comunidad en la temática, posibilitándose así la reconfiguración de prácticas hacia el adecuado acompañamiento del desarrollo de los niños y las niñas. El servicio que ofertamos contribuye a la construcción de una atención realmente “integral” para la población infantil y en esta medida al desarrollo social del municipio de Caucasia, esto desde una metodología itinerante enriquecida por las tecnologías de la información y la comunicación, las cuales hoy atraviesan cada una de las esferas de la vida social y han permitido vislumbrar nuevas formas de relación, comunicación y aprendizaje.

1.6.3 Marco legal

El Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa, ofrecerá servicios de estimulación al desarrollo infantil a través de prácticas educativas, enmarcadas en lo que se denominaría en la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) como “Educación no formal” y que más adelante, sería nombrada en el Decreto 2888 del 31 Julio de 2007 como “Educación para el trabajo y el desarrollo humano”



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

~~definiéndola como aquella que~~ “Comprende la formación permanente, personal, social y cultural, que se fundamenta en una concepción integral de la persona, que una institución organiza en un proyecto educativo institucional, y que estructura en currículos flexibles sin sujeción al sistema de niveles y grados propios de la educación formal.”²⁵

Se lo otorga al servicio de estimulación prenatal y temprano diseñado, producido y ofertado por nuestra organización, el carácter de educativo, en tanto supone un conjunto de prácticas pedagógicas enfocadas a enriquecer el ambiente en que se desenvuelve la primera infancia y favorecer las interacciones y experiencias que allí éstos gestan, potenciando de este modo su desarrollo integral, lo que desde el Ministerio de Educación Nacional se define como Educación Inicial o educación ofrecida a la primera infancia, haciendo alusión al "proceso continuo y permanente de interacciones y relaciones sociales oportunas y pertinentes, que posibilitan a los niños potenciar sus capacidades y adquirir las competencias para la vida, en función de un desarrollo pleno que propicie su constitución como sujetos"²⁶.

El desarrollo integral señalado entonces como el fin último de la Educación Inicial, se constituye además como derecho de la primera infancia en el Código de infancia y adolescencia creado en el año 2006 (específicamente en el artículo 29), asegurando que este grupo poblacional además de ser la etapa del ciclo vital comprendida entre los 0 y los 6 años, se constituye en el momento esencial en el cual “se establecen las bases para el desarrollo cognitivo, emocional y social del ser humano”²⁷ de ahí la importancia de que se promueva su educación y atención. Frente a esta demanda, nuestra iniciativa empresarial ofrece un servicio privado,

²⁵ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Decreto 2888 de 2007

²⁶ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Educación para la Primera Infancia ¿Qué es la educación inicial?

²⁷ PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN. Ley 1098 de 2006. Código de la infancia y la adolescencia. 2010



personalizado y profesional de estimulación prenatal y temprano dirigido a la población de los estratos tres en adelante, pues ya el Gobierno Nacional en su interés y esfuerzo por la garantía de dicho derecho, ha creado importantes políticas públicas como la Estrategia Nacional “De cero a siempre” enfocadas en la población infantil clasificada como vulnerable.

Desde lo anterior, se comprende que nuestra iniciativa empresarial busca prestar servicios pedagógicos que respondan a las necesidades de la comunidad y se acojan a los lineamientos educativos y todo al marco legal que regula la prestación de servicios educativos en Colombia, sin desistir de nuestra autonomía en la innovación de las propuestas pedagógicas.

2. METODOLOGÍA DEL PROYECTO²⁸

2.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

Para el diseño y planteamiento de esta propuesta, se realizará una investigación de enfoque **cualitativo** entendida como aquella que “trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.”²⁹ En este tipo de investigaciones orientadas al proceso, todos los escenarios y sujetos pueden ser estudiados y todas las perspectivas son valiosas, por lo tanto, hay lugar para una comunicación horizontal entre el investigador y los investigados. Este carácter flexible de la investigación cualitativa permite en nuestro caso, estudiar los

²⁸ CORTINES, Marlen Liliana. Propuesta de práctica pedagógica en emprendimiento, administración y gestión educativa. Facultad de Educación. Licenciatura en Pedagogía Infantil. Medellín, 2016.

²⁹ PITA, S y PÉRTEGAS, S. Investigación cuantitativa y cualitativa. España: Cad Aten Primaria, 2002.



factores sociales (contexto y población) del municipio de Caucasia y finalmente dar cuenta de la factibilidad de la nuestra idea de negocio.

2.2 TIPO DE ESTUDIO

El estudio que se pretende llevar a cabo es **exploratorio**, porque se pretende ampliar el conocimiento sobre las necesidades en torno a la educación inicial en el municipio de Caucasia, así mismo se busca conocer las alternativas de solución existentes y las variables que se deben considerar para la proyección de un plan de negocios en este contexto.

También es **descriptivo**, porque se busca analizar el ambiente de mercado a través del análisis de datos respecto a las características demográficas y socioeconómicas de los clientes potenciales, sus intereses, comportamientos y necesidades con la finalidad de obtener información para definir un modelo de negocio rentable en Caucasia; así como para conocer la evaluación de los consumidores respecto al servicio que se ofrece frente a la competencia en aras de la toma de decisiones.

2.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

2.3.1 Fuentes primarias

La información que permitirá determinar los intereses, gustos y expectativas de los clientes potenciales, así como conocer la competencia y su nivel de posicionamiento, será recogida a través de encuestas.

2.3.2. Fuentes secundarias

Las principales fuentes de información secundarias serán:



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

- Biblioteca y Hemeroteca de la Universidad de Antioquia.
- **Facultad de Educación**
- Alcaldía de Caucaasia.
- Secretaría de Educación de Caucaasia.
- Página web del Ministerio de Educación Nacional.
- Página web de la Secretaría de Educación de Antioquia.
- Publicaciones y página web del DANE.
- Página web de la DIAN.
- Publicaciones y páginas web de las cámaras de comercio de Antioquia y Medellín.
- Revistas y periódicos económicos del país.
- Páginas web de empresas del sector.
- Páginas amarillas de Caucaasia para obtener datos de competidores y proveedores.
- Publicaciones del Banco de la República y otros bancos colombianos.
- Página web de FONDO EMPRENDER.

2.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la búsqueda y obtención de la información necesaria para el desarrollo de nuestra propuesta emprendedora, se utilizarán las siguientes técnicas:

- Análisis documental: que consiste en la selección, análisis, síntesis e interpretación de datos, así como de contenidos relevantes disponibles en documentos físicos y virtuales, sobre los asuntos específicos.
- Observación directa: para aproximarse de manera selectiva e intencionada al contexto, a las personas y a las instituciones que resultan de interés para el desarrollo de la investigación.



• Encuestas³⁰ orientadas a conocer el interés, gustos y necesidades de los clientes potenciales, la competencia más significativa y el monto que destinarían a la adquisición del servicio.

2.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información obtenida a través de las encuestas realizadas para la investigación de mercado será depurada, revisada y procesada en hojas de cálculo Excel para realizar el análisis y la categorización correspondiente al estudio.

En cuanto a la información recabada de fuentes documentales, ésta será sintetizada de acuerdo con criterios temáticos según las categorías establecidas por el plan de negocio, que para el caso corresponden al análisis de mercado, el análisis técnico-operativo, organizacional y legal, financiero y de impacto; dicha información será registrada en soportes físicos como notas y matrices descriptivas y explicativas, para luego ser analizadas a la luz del emprendimiento.

2.6 RESULTADOS ESPERADOS

Al finalizar la investigación se contará con un plan de negocio elaborado de acuerdo con la metodología establecida por Fondo Emprender, el cual debe incluir:

- **Resumen.**
- **Módulo I: Mercado:** Se refiere a un análisis que debe realizarse previo a la ejecución de un proyecto, este permite analizar sistemáticamente la factibilidad de la propuesta emprendedora en el contexto para el que está pensado. Esta indagación implica consultar sobre la situación

³⁰ La encuesta aplicada estará en anexos.



macroeconómica del país, el comportamiento o estado del sector económico al que pertenece la propuesta, identificar competidores y proveedores, **Facultad de Educación**

conocer el nivel de oferta y demanda del bien o servicio y de este modo percibir clientes potenciales. Dicha lectura de contexto permite evidenciar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, para aprovechar el potencial del mercado y finalmente direccionar la idea de negocio hacia las necesidades, tendencias e intereses de la población³¹.

- **Módulo II: Análisis técnico y operativo:** Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita³². En este estudio se definen además la macro y microlocalización.
- **Módulo III: Análisis organizacional y legal:** Permite definir la estrategia y estructura administrativa de la empresa y conocer el proceso de constitución legal de la misma y sus costos. Es decir, identificar cada una de las diligencias que según establece la legislación nacional, deben realizarse para poder desarrollar cualquier actividad económica; entre éstas se encuentran los trámites ante la DIAN y la inscripción al registro público mercantil. Con este estudio se logra establecer, además, el tipo de personería de la empresa, la dimensión de ésta y su forma jurídica, lo que se refiere al tipo de sociedad y la gestión legal para constituirla.

³¹ ROMERO, P. La importancia de realizar un estudio de mercado. 2014

³² ROSALES, F. citado por CORDERO, Luis y ORTEGA, Ángel. "Estudio de prefactibilidad para la instalación de una tienda por departamentos de la Cadena de Tiendas Stampa". 2008.



Facultad de Educación

- **Módulo IV: Análisis financiero:** Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, además, es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.³³
- **Módulo V: Análisis de impacto:** Describe los impactos que puede tener el proyecto a nivel ambiental, social y económico. Además, dado el enfoque administrativo y de gestión educativa del proceso de práctica, una vez concluida la misma se espera contar con:
- **Módulo VI: Modelo de planeación estratégica:** Consiste en diseñar el proceso administrativo del modelo de negocio, en el cual se deciden los resultados que se proyectan, las estrategias, las políticas, los programas, las rutas para lograr los objetivos, se prospecta el ámbito de la competencia, se define el modo de alcanzar ventajas competitivas sostenibles, se organizan las tareas directivas y se generan patrones para la toma de decisiones.
- **Módulo VII: Modelo pedagógico y curricular:** Se refiere al establecimiento del modelo educativo definido por la institución para llevar a cabo el proceso formativo, lo que implica el enfoque pedagógico, las metodologías, planes de estudio y proceso evaluativo.

³³ ANZIL, Federico. Estudio financiero. 2012



2.7 CRONOGRAMA

#	ACTIVIDAD	MES																
		1	2	3	4	5	6	7	8									
	Análisis de mercado	█	█	█	█													
	Análisis técnico-operativo		█	█														
	Análisis organizacional y legal		█	█														
	Análisis financiero			█	█													
	Elaboración del plan operativo			█	█													
	Análisis de impacto del proyecto				█	█												
	Diseño de la planeación estratégica						█	█										
	Diseño del modelo pedagógico y curricular								█	█	█	█	█	█				
	Construcción de conclusiones y recomendaciones														█	█	█	
	Socialización																	█

Tabla 1. Cronograma. Elaboración propia



Rubro	Unidades requeridas	Costo por unidad	Costo total
Bienes			
Fotocopias de encuestas	100	\$50	\$5.000
Impresión del trabajo	200 (páginas)	\$200	\$40.000
Empastado	1	\$3.000	\$3.000
Subtotal			\$48.000
Servicios			
Transporte para personas	8	\$2.500	\$20.000
Subtotal			\$20.000
Otros			
Imprevistos			\$50.000
TOTAL			\$118.000

Tabla 2. Presupuesto. Elaboración propia

2.9 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Para el desarrollo de nuestra propuesta emprendedora, se hizo necesario realizar una investigación cualitativa que, mediante el estudio del contexto, permitió examinar su factibilidad. Este ejercicio de indagación inevitablemente tuvo incidencia en el medio social, por ello nos comprometimos a actuar desde la transparencia y legalidad para que dicho impacto fuera positivo. A continuación, se enuncian los compromisos rectores de este proceso de investigación:

- **En lo social:** Las profesionales que desarrollaremos esta investigación solicitamos respetuosamente la participación de las personas que nos proporcionaron la información requerida para el desarrollo de nuestra propuesta de emprendimiento, es decir, su cooperación en este proceso fue totalmente



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

~~voluntaria. Se les dio a conocer de~~ manera honesta y transparente el objetivo de este estudio, así como las estrategias que adoptamos para el manejo y análisis de datos, garantizando confidencialidad y asegurando que dicha información fue empleada únicamente con fines académicos. Además, se les solicitó mediante un consentimiento informado su autorización para el registro de la experiencia mediante fotografías, videos o grabaciones de audio. En resumen, la relación entre los investigadores y la población objeto de estudio estuvo enmarcada entre lo ético y legal. Es decir, este vínculo se caracterizó por su carácter humanizado, sensible, transparente, legítimo y por el respeto e importancia otorgado a todos los participantes y sus perspectivas individuales.

En cuanto a la recolección de información sobre empresas, instituciones u organizaciones que podrían representar competencia o convertirse en posibles aliados, proveedores o clientes de nuestra idea de negocio, nos comprometimos a valernos de medios éticos y utilizar información asequible y de dominio público expuesta en fuentes abiertas tales como la página web de la empresa. En caso de necesitar información privada, se solicitó mediante un consentimiento informado o permiso al encargado, pero en ninguna circunstancia se realizó espionaje a la compañía. Cabe señalar, que nunca nos referiremos de manera despectiva a sus propuestas.

- **En lo ambiental:** Se propone que la empresa opere desde prácticas responsables con la preservación y protección del medio ambiente, por ello se establecieron estrategias adecuadas para el manejo de residuos sólidos y la utilización de los recursos naturales de manera responsable.
- **En lo académico:** Toda la información obtenida de fuentes bibliográficas fue debidamente referenciada siguiendo las normas ICONTEC. Garantizamos que



— no proporcionamos información falsa sobre la factibilidad de nuestra propuesta para que esta sea avalada, siempre expusimos las ventajas y desventajas de nuestro modelo de negocio.

3. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO

En este apartado, se describen los estudios realizados con el fin de orientar la construcción del plan de negocios (presentado al final de este mismo capítulo) para la creación y puesta en marcha de un Centro de Servicios Pedagógicos “Innovación Educativa” enfocados a la estimulación del desarrollo integral de la población infantil del municipio de Caucasia-Antioquia.

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing, a su vez, ésta analiza la información, diseña las técnicas para recolectarla, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones³⁴. Por lo anterior, presentamos la investigación de mercados de Innovación Educativa segmentado de la siguiente forma:

3.1.1 Análisis del ambiente competitivo

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno, también, ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa,

³⁴ MALHOTRA, Naresh. Investigación de mercados. México: Quinta edición PEARSON EDUCACIÓN, 2008



así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo³⁵.

- **Análisis del Sector:**

El sector terciario o servicios, es aquel que no produce bienes materiales, sino que provee a la población los servicios requeridos para la satisfacción de sus necesidades. Este sector engloba entre otras, actividades como el comercio, las comunicaciones, el transporte y los servicios sociales entre los que se encuentra la educación. Es oportuno resaltar que los servicios se conciben como bienes que generalmente se consumen en el momento mismo de su producción, es decir, implica una interacción simultánea entre la producción y el consumo; por tanto, no son almacenables, transportables ni tangibles.

En la actualidad, el sector terciario a nivel nacional ha tenido un comportamiento similar al observado en el 2016, con tasas de crecimiento del 2%. No obstante, Fedesarrollo dice que este comportamiento podría verse afectado durante los primeros meses del año 2017 por los registros negativos en la confianza del consumidor, el incremento del IVA, la caída de la demanda y el aumento de las tasas de interés de los créditos de consumo.

En cuanto a la educación se manifiesta que, en el 2017 se incrementaran los programas con un componente Bilingüe para preescolar, básica y media, con la intención de contribuir al mejoramiento de los niveles de inglés dentro de las instituciones educativas gracias a la capacitación a docentes y la creación de

³⁵ MUÑIZ, Rafael. Análisis competitivo. Principal: Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición: CAPÍTULO 2. Marketing estratégico



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

material educativo. Asimismo, el MEN busca aumentar la oferta de programas de educación inicial, en las zonas urbana y rural a través de acciones articuladas con otros sectores corresponsables, para ello, ha decidido ampliar y garantizar los recursos para brindar educación inicial en sus diferentes modalidades a los niños menores de 7 años, convirtiendo la primera infancia en la prioridad de la inversión económica nacional regional y local. Lo anterior, se convierte en una oportunidad para gestionar programas en pro de la primera infancia, pues esto se ha convertido en lo primordial para el país.

Ahora bien, a nivel regional podemos decir que durante el 2016 la economía de Antioquia creció en un 2,5%, un resultado por debajo del 3% de lo esperado y pese al panorama, este 2017 se espera que Antioquia logre alcanzar un crecimiento del 3,3% en la economía por la inversión del sector privado y los proyectos de infraestructura.

En cuanto a la educación, se puede decir que Antioquia le ha apostado a programas como El Bachillerato Digital (Brindando la posibilidad de que los adultos puedan terminar su bachillerato de forma virtual dadas las dificultades regionales, de distancia y de tiempo), Antioquia libre de Analfabetismo (es una plataforma que va a permitir de manera online que los alfabetizadores, madres cabezas de familia de las diferentes subregiones, y el equipo de la Secretaría podamos ir a “cazar” esos analfabetas del departamento), El diseño de la Universidad Digital, entre otros. Por otra parte, en cuanto a la educación en primera infancia, se puede decir que el departamento de Antioquia está centrado su atención a programas de Alimentación para la niñez.

Es por esto, que podemos decir que Antioquia está centrando en mayor medida sus recursos a la educación lo cual se convierte en una posible oportunidad para nuestra



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

~~propuesta de emprendimiento en dos sentidos:~~ Si las voluntades políticas se están inclinando hacia la educación, creyendo en esta como motor de desarrollo social, es predecible que se continúen creando leyes que promuevan el acceso a este servicio y que reglamenten su calidad, de este mismo modo puede masificarse la realización de programas dirigidos por ejemplo a la formación de la población infantil, para éstos podríamos diseñar proyectos o establecer alianzas.

Por otra parte, en la medida en que el Estado se ha encargado de promocionar los derechos de la primera infancia y la importancia de estimular el desarrollo adecuado de ésta, por medio de medios masivos de comunicación y programas de formación en los contextos familiar, comunitario, escolar y de salud; se crea en la comunidad una cultura de “reconocimiento” que promueve la reconfiguración de concepciones y prácticas en relación a los niños y las niñas, lo que se ve reflejado en el interés por inscribirlos a servicios de salud, por realizar con ellos actividades de recreación como ir al parque o practicar algún deporte o formarse en un arte y en el compromiso por vincularlos a programas o centros de formación desde edades tempranas, este contexto es el que percibimos como fortaleza, como oportunidad para nuestra propuesta cuya viabilidad depende de la recepción positiva que tengan por parte de los clientes potenciales de los servicios que ofrecemos.

Para finalizar, en Antioquia existen clúster encaminados a la construcción, ingeniería eléctrica, medicina y odontología, confección, diseño y moda, información y comunicación y turismo de negocios, ferias y convenciones, los cuales son liderados por la alcaldía de Medellín y la región Antioqueña, sin embargo, estos clústeres no están encaminados hacia la línea de acción que pretendemos con esta propuesta y tampoco logramos evidenciar registros bibliográficos sobre la creación de este.



En el municipio de Caucasia la población objeto de esta investigación de mercados estará ubicada en los estratos 3, 4 y 5 es decir, son 3.551 familias las que pertenecen a este nivel económico. Asimismo, nuestros servicios van dirigidos a padres con niños y niñas de edades entre los 0 y 6 años, madres gestantes y lactantes los cuales reconocen la importancia de la estimulación en el desarrollo de sus hijos y ven en la educación privada un medio para recibir un servicio de calidad y acorde a sus necesidades.

Por otra parte, al realizar una estimación del mercado potencial podemos decir que en el municipio de Caucasia se identificaron algunas instituciones como el Jardín Infantil Mundo Feliz, Jardín Infantil Amiguitos, Guardería gólicas de amor y Centro infantil Casita de cuentos quienes podrían ser competencia directa para nuestro modelo de negocio –los cuales fueron operadores de programas de formación y atención a la primera infancia- cabe resaltar que por ser oferta estatal pensada para población vulnerable son gratuitos, por tanto no podríamos identificar el gasto promedio que la población está realizando en servicios como los que queremos ofrecer, analizando dichas instituciones; No obstante, al hacer un análisis de los precios ofertados por las instituciones mencionadas anteriormente podemos decir que oscila entre \$84.583 y \$147.083, de esta forma, podemos concluir que el gasto promedio que está realizando la población de Caucasia actualmente en servicios privados de formación a la primera infancia es de \$107.833 mensuales.

Ahora bien, para poder realizar una estimación del segmento de mercado realizamos una encuesta semiestructurada a 300 personas del municipio de Caucasia de los cuales podemos decir que el 97% es decir, 291 del total (300) de los encuestados, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 están



~~interesados y pagarían por acceder~~ a un servicio privado de estimulación al desarrollo infantil desde la comodidad de sus hogares tal y como se expresa en el gráfico, por lo cual, podemos decir que contamos con una amplia población que podría responder a nuestra proyección inicial de alcanzar a prestar veinte servicios el primer año de operaciones y en la medida de lo posible aumentar nuestra proyección de ventas en los siguientes cinco años.

¿Estaría interesado en adquirir un servicio de estimulación del desarrollo infantil en su domicilio?

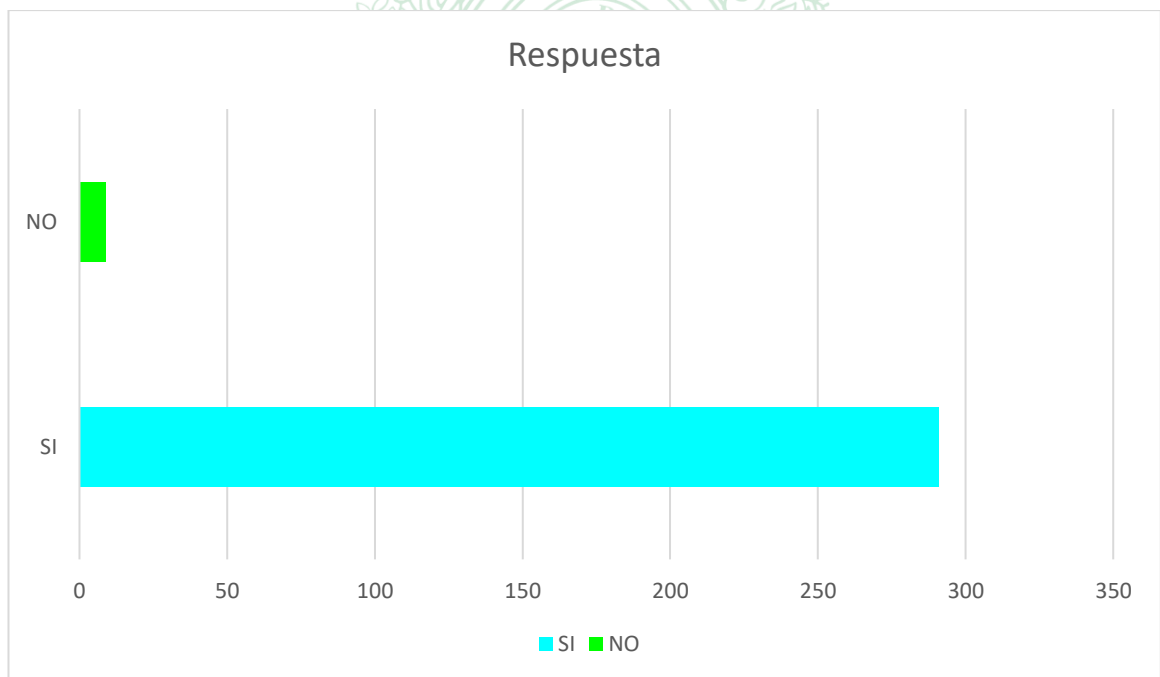


Gráfico # 1: Encuesta aplicada a la población Caucasiana.

- **Análisis del Consumidor / Cliente:**

Nuestros clientes, serán familias con niños y niñas de 0 a 6 años, madres gestantes y lactantes ubicados en un rango de edad entre los 20 a 40 años, son trabajadores



~~y/o estudiantes activos que están interesados en conocer la importancia de la~~
Facultad de Educación
estimulación en el desarrollo de los niños y las niñas y reconocen que desde sus dinámicas diarias de empleo y demás labores no cuentan con el tiempo suficiente para desplazarse continuamente a centros de atención y educación inicial para acceder a servicios de este tipo. De igual forma, nuestros clientes al estar inmersos en las nuevas tecnologías les resultan más llamativo y cómodo el acceder a información sobre nuestros servicios en cualquier momento del día. Además, los clientes cuentan con ingresos superiores a 3 SMLV puesto que pertenecen a estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 lo cual les permite acceder al servicio y de este modo potenciar el desarrollo de sus hijos.

- **Análisis de la competencia:**

Al realizar un análisis de los posibles competidores para nuestra propuesta de emprendimiento, podríamos decir que la competencia directa que tendríamos en cuanto a la estrategia de formación por medio de la página web, son los canales virtuales de acceso gratuito, reconocidos y constantemente actualizados como “youtube” y “Tú y tu bebé” en los cuales también se puede hallar información de interés para la familia y la población infantil en formatos multimediales. Asimismo, en cuanto al servicio de estimulación prenatal y temprana que se ofrecerá de manera presencial en los domicilios de las personas no se identifican competidores directos, sin embargo, existen instituciones como la corporación “Esparro” que operan estrategias o programas nacionales o departamentales implementando al igual que en nuestra propuesta, una metodología pedagógica itinerante, realizando actividades de estimulación con los niños y de formación con las familias. A pesar de que estos programas actualmente solo tienen cobertura para población que se clasifica como vulnerable en tanto pertenecen a los estratos socioeconómicos 1 y 2, las instituciones que hoy funcionan como operadores podrían percibir en un futuro



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

tras nuestra aparición y acción en el mercado, que las personas de los estratos superiores tienen interés en la compra de un servicio privado de este tipo y podrían plantearlo como idea de negocio y ejecutarlo.

Asimismo, los competidores indirectos que tendría nuestra propuesta son las guardería, jardines y CDI desde esta mirada nos referimos a una competencia "indirecta" en la medida en que en estos centros infantiles los servicios de formación se prestan al interior de las institucionales, además no se ofrece el servicio de estimulación prenatal o temprana, aunque actividades de este tipo se desarrollen durante la jornada de trabajo con los niños y niñas cuando leen, por ejemplo, que sería estimulación del lenguaje.

Por otro lado, los precios ofertados por las instituciones mencionadas anteriormente oscilan entre \$84.583 y \$147.083, ahora bien, el valor ofertado por el centro es de \$340.952 lo cual incluye la matrícula y la manutención al igual que nuestros competidores. No obstante, aunque la competencia tiene gran acogida por la población caucásiana, se puede decir que la infraestructura de estos lugares en ocasiones no está acorde a las necesidades de los niños, pues son lugares con poca iluminación, ventilación, zonas verdes, algunas docentes no cuentan con la preparación necesaria, están ubicados en lugares muy transitados, entre otras. Por su parte, el servicio que ofrecemos, aunque implica un valor más alto cumple con las características de un servicio personalizado, con excelentes profesionales en el área de estimulación, es brindado desde la comodidad de los hogares de los clientes evitando posibles desplazamientos para estos, es acorde a las necesidades de cada familia y cuenta con un recurso tecnológico -página web- para que las familias puedan aprender acerca del desarrollo de sus hijos.



3.1.2 Identificación de los factores críticos de éxito
Facultad de Educación

Los factores críticos de éxito son aquellos componentes de la estrategia en los que la empresa debe tener éxito para superar a los competidores y el objetivo de estos es ayudar a la planificación de las actividades y recursos de cualquier organización, facilitando la asignación de prioridades dentro de ella³⁶. De esta forma, los elementos en los que debemos sobresalir como empresa para poder superar a nuestra competencia son los siguientes:

PERSPECTIVA	FCE
Gerencial	<ul style="list-style-type: none">- Contar con asesoría legal y financiera.- Las decisiones de la empresa serán resultado del consenso entre todos los miembros de ésta.
Financiera	<ul style="list-style-type: none">- La vinculación de personal a la empresa se dará por medio de contratos por prestación de servicios y contratos a término fijo.
Producción	<ul style="list-style-type: none">- Durante el primer año de operación de la empresa se producirán máximo 20 servicios.- Cada agente educativo prestará 16 servicios semanales, es decir, 4 sesiones personalizadas cada día. Cabe señalar, que habrá también una sesión grupal un día a la semana.
Logística	<ul style="list-style-type: none">- Un día por semana (lunes) los agentes educativos diseñarán las sesiones de intervención de la semana.- De martes a sábado se realizarán las sesiones de intervención en los domicilios de los usuarios.- Se establecerá el presupuesto del transporte.- Se establecerán rutas según los barrios.
Relación con el cliente	<ul style="list-style-type: none">- Tendremos una estrategia de Marketing enfocada en promover conocimientos en la población del municipio de Caucasia sobre la estimulación infantil.- La estrategia de comunicación empresa-clientes se basará en la implementación de medios virtuales que se tornan espacios donde el cliente es respetado, escuchado, estudiado.

³⁶ MURILLO, Arturo. ¿Qué son los Factores Críticos de Éxito y cómo se vinculan con el BSC?



Talento humano	- La propuesta pedagógica siempre será dirigida por el Licenciado en Pedagogía Infantil, aunque agentes educativos con otro nivel de formación puedan participar del diseño de ésta y puedan ejecutarla. - Se podrán vincular a la empresa agentes educativos con formación técnica, tecnológica o normalista.
Investigación + Desarrollo +Innovación	- La empresa mantendrá constantemente una labor de investigación que le permita estar al tanto de cuáles son las nuevas necesidades e intereses de los clientes y de este modo reconfigurar sus tecnologías (técnicas, modos de hacer). - La empresa reconoce a las TIC como herramientas didácticas pertinentes y a través de éstas, crea propuestas pedagógicas diversas, formativas y que incluso, le generen menos costos a la empresa.

Tabla 3. Factores Críticos de Éxito. Elaboración propia

3.2 MODELO DE NEGOCIO

Innovación Educativa está basada en un modelo de negocio llamado CANVAS el cual busca "... con un modelo integral analizar la empresa como un todo y sirva como base para desarrollar diferentes modelos de negocios, se ha convertido en una herramienta de Innovación Estratégica"³⁷. Nuestro modelo de negocio es el siguiente:

UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

1 8 0 3

³⁷ QUIJANO, Guiovanni. Modelo CANVAS, una herramienta para generar modelos de negocios. 2013

Modelo CANVAS

Nombre de la iniciativa: Centro de servicios pedagógicos Innovación Educativa. **Fecha:** 13/11/2016

Socios Clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<p>Grupo emprendedor (inversionistas).</p> <p>Proveedores de material fungible y de consumo indispensables para la prestación de los servicios, entre ellos, Jorcar y De todito papelería.</p>	<p>• Servicio de estimulación prenatal y temprana:</p> <p>- Proceso de producción: diseño de la propuesta pedagógica, caracterización de los usuarios, asignación de usuarios (grupos) a profesionales, establecimiento de cronograma de encuentros educativos personalizados y grupales, planeación de las actividades educativas y compra de materias primas.</p> <p>- Atención al usuario: desarrollo de sesiones de formación y estimulación individuales y colectivas; evaluación de satisfacción de clientes.</p>	<p>Acompañamiento profesional personalizado para la primera infancia, de carácter privado, enfocado en la estimulación del desarrollo infantil en el entorno familiar del usuario a través de encuentros familiares, grupales y formación apoyada en el uso del internet.</p>	<p>Atención personalizada: Se establecerá una relación diferenciada con los clientes de estimulación prenatal y temprana.</p> <p>Servicios automáticos: La atención brindada a los usuarios de la página web será de este tipo, en tanto la interacción se da a distancia, desde la virtualidad.</p> <p>Comunidades: La relación con la comunidad en</p>	<p>Familias gestantes, lactantes y con niños y niñas con edades entre 0 y 6 años de estrato socioeconómico 3, 4 y 5.</p> <p>Familias interesadas en estimular el desarrollo infantil con el apoyo de profesionales, desde la comodidad de sus hogares.</p> <p>Familias interesadas en los escenarios educativos virtuales.</p>



-Solución de problemas:
respuesta a las sugerencias,
quejas o reclamos recibidos.

• **Servicio de formación
mediante página web:**

- Proceso de producción:
diseño y creación de página
web, consulta bibliográfica
sobre temáticas del desarrollo
infantil, selección,
organización y edición de
contenidos (texto, imagen,
video) y apertura de espacio
para comentarios de los
usuarios.

- Proceso de ejecución:
promoción del sitio web,
publicación de los contenidos.

-Solución de problemas:
realización de reuniones para
analizar y construir respuestas a
los comentarios recibidos de
parte de los usuarios.

general, se dará en
los espacios de
encuentro grupal, así
como en un grupo
conformado en la red
social Facebook y
mediante la
plataforma de nuestra
organización.

Comunidad
interesada en
acceder a
formación virtual en
temas de la primera
infancia que
permitan
enriquecer sus
prácticas de
crianza y potenciar
el adecuado
desarrollo de los
niños y las niñas.



-Recursos físicos:

infraestructura (local con recepción, oficina, bodega, salón (sala de estimulación) y unidades sanitarias), equipos audiovisuales (computador, cámara de video, cámara fotográfica, teléfonos fijos y móviles).

-Materias primas: Papelería, mobiliario de oficina y material didáctico,

-Recursos intelectuales: programación y diseño de página web y asesoría jurídica y contable.

-Recursos humanos: director, coordinador pedagógico, auxiliar administrativo, diseñador gráfico (solo se contratará para la creación y diseño de sitio web) y agentes educativos.

-Medios de

comunicación: Línea telefónica móvil y fija, correo electrónico, página web, red social (Facebook).

-Publicidad impresa: Volantes y pendones.

-Publicidad virtual: Contenido multimedia expuesto en redes sociales, página web y radio.

Canales de venta:

La atención e inscripción del usuario al servicio, se brindará en las instalaciones de la empresa. El pago por nuestros servicios se efectuará directamente a



Facultad de Recursos financieros: Costo total de la inversión
\$78.695.268

nuestra cuenta bancaria.

Estructura de costos

Fuente de ingresos

-Costos más importantes:

Mano de obra: director, coordinador pedagógico, auxiliar administrativo, diseñador gráfico (solo se contratará para la creación y diseño de sitio web) y agentes educativos.

Infraestructura: Arriendo de local, adecuación de instalaciones, instalación eléctrica, botiquín de primeros auxilios y extintores.

Muebles y enseres: Escritorio, silla de escritorio, sofá, archivador, estantería, papelería.

Maquinaria y equipos: Computadores, teléfono fijo, cámara de video, cámara fotográfica e impresora.

Gastos administrativos: Internet y telefonía, agua, útiles de oficina, mantenimiento del local, asesoría jurídica, asesoría contable y salario de la secretaria.

Materias primas: Material de papelería y material didáctico.

-Ingresos: Usuarios de los servicios de estimulación (pago por matrícula, pago de mensualidad y pago por semestralidad).

-Precios de los servicios: Estimulación prenatal o temprana (Matrícula: \$59.500 y Pensión: \$281.452 234544)

-Medios de pago: A través de transferencias electrónicas o directamente en el banco.

-Formas de facturación: Se certificará el pago de los servicios mediante la facturación manual.

¿Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

El 100% de los ingresos proviene de la matrícula y mensualidad del servicio de estimulación prenatal y temprana.

¿Qué márgenes obtenemos?



~~**Gastos de constitución legal:**~~ Trámites ante la DIAN: Se proyecta un margen de ganancia aproximadamente del 20%, es decir, \$46.908 sobre el costo de producción de los servicios.
Inscripción al RUT y Asignación del NIT, autenticación de acuerdo de socios (S.A.S), registro mercantil, matrícula mercantil, formulario para el registro mercantil, certificados de existencia y representación legal, certificados especiales, apertura de la cuenta en un banco e inscripción de libros.

Gastos de ventas: Publicidad \$1.200.000

-Recursos claves más costosos: Talento humano, muebles y enseres, el arriendo, la maquinaria y equipo.

-Actividad clave más costosa: La actividad más costosa es la compra del material no fungible requerido para la dotación del aula de estimulación.

Elaborado por Nombres y apellidos: Jakelin Bedoya Hernández y Beisy María Vega Muñoz
Correo electrónico: jابه45@gmail.com - beisy.vega@udea.edu.co

Tabla 4. Modelo CANVAS. Elaboración propia



3.3 ESTRATEGIA DE MERCADEO

Una estrategia de mercadeo es la creación de acciones o tácticas que lleven al objetivo fundamental de incrementar las ventas y lograr una ventaja competitiva sostenible.³⁸ Por lo anterior, presentamos las estrategias de mercado implementadas por Innovación Educativa.

3.3.1 Concepto del servicio:

El servicio de estimulación prenatal y/o temprana ofrecido a niños y niñas con edades entre los 0 y 6 años por el Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa, son un conjunto de acciones o prácticas “que proporcionan al niño [...] las experiencias que necesita para el desarrollo máximo de sus potencialidades físicas, mentales, emocionales y sociales.”³⁹

Este servicio *profesional* producido por pedagogos expertos en desarrollo infantil, se prestará a los usuarios desde dos metodologías: Una consiste en sesiones de estimulación que el usuario recibirá por parte de un profesional en su propio hogar, lo que permite una atención personalizada que responde a las necesidades (cognitivas, visuales, auditivas, motrices, a nivel de lenguaje...), los intereses, los estilos y los ritmos de aprendizaje particulares de los niños, niñas, madres gestantes o lactantes.

La otra estrategia de prestación del servicio consiste en encuentros grupales en una sala de estimulación pensada para posibilitar la interacción y socialización entre los

³⁸ VELÁZQUEZ, Karina. ¿Qué es una estrategia de mercadeo? DICIEMBRE, 2015

³⁹ ADRA PERÚ. Guía de estimulación temprana para el facilitador. 2009



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

usuarios y las familias, quienes podrán asistir, participar de las actividades propuestas y experimentar con todos los materiales dispuestos en este escenario.

Además, este servicio estará enriquecido con un recurso digital -un portal web- donde se expondrá información importante, confiable y diversa sobre temáticas del desarrollo infantil, de interés de las familias.

3.3.2 Marketing Mix

Según Kotler y Armstrong (2012)⁴⁰, actualmente el marketing “se refiere a la creación de valor para el cliente y al establecimiento de relaciones provechosas con los consumidores.” Esto, a partir de la identificación y comprensión de las necesidades y deseos del consumidor. Estos mismos autores, aseguran que cuando la organización es capaz de desarrollar esta tarea, “obtendrá recompensas en términos de participación de mercado, utilidades y valor para el cliente.”

En cuanto al concepto de marketing *mix* se entiende como un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas. Se analizan cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción⁴¹. A continuación, se dan a conocer las estrategias enfocadas a promover la compra de los servicios.

- Estrategia de Servicio:

⁴⁰ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Marketing. México: Pearson Educación, 2012

⁴¹ DEBITOOR. ¿Qué es el marketing mix?



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Promocionales: ~~Semestralmente~~, la empresa realizará el sorteo de un mes gratis de servicio en el cual solo podrán participar los clientes que hayan estado activos en el servicio durante este periodo (6 meses).

Psicológicos:

- Las familias recibirán periódicamente llamadas personalizadas, donde la empresa demostrará su interés por conocer los avances en el desarrollo de sus niños y niñas, indagar por cómo ha sido su experiencia con el servicio y cómo lo evalúan, dándoles a conocer que el diseño y reconfiguración del servicio se realizan siempre en función de sus necesidades e intereses.
- Para las fechas de cumpleaños se les enviará a los usuarios del servicio una tarjeta virtual para felicitarlos y agradecerles por mantener una relación con nuestra empresa.

De seguridad:

- Para la prestación del servicio de estimulación prenatal y/o temprana en casa y la realización de los encuentros grupales en el aula de estimulación, se desarrollará previa y rigurosamente un proceso de planeación semanal que será verificado y controlado por la coordinación pedagógica. Es por ello, que la empresa se compromete a presentar la planeación de cada encuentro al cliente si éste lo desea, si esta solicitud es denegada por el funcionario al usuario del servicio, este podrá comunicarse directamente con la empresa, presentar su reclamo y estará en el derecho de exigir una respuesta oportuna. En caso de comprobarse su señalamiento podría recibir incluso la devolución del dinero.
- Al inscribirse en el servicio, la empresa en un máximo de 3 días hábiles dará a conocer al usuario el cronograma donde se establecerán las fechas



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

(previamente consensuadas con el cliente) de encuentro en el domicilio y las sesiones grupales en el aula de estimulación de la empresa. Dicho cronograma deberá ser cumplido a cabalidad por ambas partes y cualquier modificación deberá realizarse con anticipación y reprogramarse la fecha de la sesión de manera inmediata.

De mantenimiento:

- Las familias que lo soliciten podrán recibir de manera gratuita una sesión de orientación de dos horas sobre el manejo de la plataforma virtual de la empresa que les ofrece información de calidad sobre temas del desarrollo infantil y además le da acceso a información privilegiada sobre estos mismos contenidos, con soportes teóricos sólidos y desde el discurso de profesionales de distintas disciplinas.
- Las familias recibirán periódicamente memorias (de manera escrita, verbal, multimedial) que den cuenta de la experiencia de sus niños y niñas en el servicio y la evaluación de este proceso, incluyendo logros y aspectos a mejorar.

De atención al cliente:

- La empresa tendrá a disposición de los clientes una página web, líneas telefónicas, correos electrónicos y un buzón, para la recepción de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias. Cada uno de estos mecanismos de comunicación con el cliente, serán revisados constantemente por un funcionario de la empresa quién de manera respetuosa y oportuna dará respuestas y alternativas de solución (para ello se establecerá un plazo de máximo 5 días hábiles) coherentes con las necesidades del cliente y el compromiso de la empresa. Otros de los medios de comunicación empleados



~~para mantener una relación~~ sólida cliente-empresa y para indagar constantemente por su percepción frente al servicio prestado como oportunidad de mejora para la empresa, serán las llamadas telefónicas periódicas de la empresa al cliente, las conversaciones cara a cara y las encuestas de satisfacción.

- Innovación Educativa, construirá además un manual de cultura empresarial en el cual se definen los principios y valores que caracterizan la atención al cliente, entre estos la escucha, la responsabilidad, el respeto, la confidencialidad y la comunicación, y se compromete a capacitar en éste a todos sus funcionarios.

- **Estrategia de Distribución:**

El Centro de Servicios Pedagógicos: Innovación educativa, implementará como estrategia de distribución, el canal directo, el cual consiste en la entrega directa de bienes o servicios del fabricante al consumidor final. En nuestro caso específico, si bien contaremos con varios medios de comunicación por medio de los cuales la comunidad podrá conocer los servicios ofrecidos por la empresa y será en nuestra oficina que se llevará a cabo la adquisición (compra) formal de los mismos, no habrá otros protocolos ni intermediarios, es decir, una vez contratado el servicio de estimulación prenatal y temprana, el pedagogo infantil que es su productor, lo entregará directamente a las familias consumidoras en su domicilio, a través de un encuentro o sesión de intervención presencial.

- **Estrategia de asignación de precios:**



La estrategia que nos proponemos implementar en la fijación de precios en nuestra iniciativa de emprendimiento, pensando en que éstos sean competitivos y justificables con el valor de los servicios ofrecidos es la siguiente:

El precio de venta que se fijará inicialmente (o sea al momento de debutar en el mercado) a los servicios ofrecidos, dependerá de dos asuntos; por un lado será un precio que cubra todos los costos de la producción de dicho servicio incluyendo materia prima y mano de obra por ejemplo y que a su vez, permita obtener un margen de ganancias para la empresa que no será elevado, pues en dicho momento nuestro interés se centra más en la penetración en el mercado, el reconocimiento y la acreditación que en altos ingresos. Además, será un precio que se muestre en coherencia (que pueda competir) con la cantidad de dinero promedio que actualmente la población de Cauca está invirtiendo en la adquisición de servicios de este tipo. Frente a esto, contamos con una cifra aproximada que obtuvimos mediante la realización de una investigación de mercados.

Posteriormente, gracias a las estrategias de promoción, comunicación, atención al cliente y a la prestación de un servicio de calidad, pretendemos haber logrado sensibilizar a la población frente a la importancia de servicios como la estimulación prenatal y temprana y haber despertado el interés por la adquisición de servicios privados, personalizados y a domicilio; si existe la necesidad de aumentar los precios (por aumento de costos por ejemplo) podremos hacerlo con un mínimo porcentaje de probabilidad de perder clientes, pues el valor del servicio justificará su precio, es decir, esperamos para este momento tener clientes que se clasifiquen como “amigos verdaderos”.

- **Estrategia de Promoción:**



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

El centro de servicios pedagógicos implementará como estrategia para acelerar sus ventas las siguientes acciones:

- Durante el primer mes de ejecución del servicio, las madres que estén interesadas y tengan varios hijos en las edades entre 0 a 6 años, pagarán sólo el valor de una matrícula y podrán acceder al servicio dos niños y/o niñas durante el primer mes.
- Las madres gestantes y lactantes tendrán el 10% de descuento en el valor de la mensualidad durante los primeros 2 meses en el servicio.
- Las madres gestantes que acceden al servicio durante el primer trimestre de embarazo tendrán un descuento especial del 10% para que se motiven a continuar en él durante toda su etapa de embarazo.
- En los encuentros que se realizarán en la sala de estimulación, el consumidor del servicio tendrá la posibilidad de llevar de manera gratuita a un familiar o amigo que esté interesado en participar de estas sesiones y al final de cada encuentro se realizarán rifas de mini kits de estimulación (muestras de aceites, masajeadores, sonajeros, entre otros).
- Aquellos clientes que refieran nuevos clientes obtendrán un estímulo del 10% en la mensualidad del mes inmediatamente siguiente a la inscripción formal del referido al servicio.

- Estrategia de Comunicación:

Para mantener nuestro servicio de estimulación en la mente del consumidor, nos valdremos de la publicidad mediante pautas radiales (cada 3 horas), para las cuales solo utilizaremos las emisoras que tienen más rating (Caucasia Stereo 89.4 FM - Rumba Caucasia 91.3 FM) en el municipio de Caucasia. También, el perifoneo en los barrios de estratos 3, 4 y 5; se pegarán afiches en puntos de



—encuentro muy concurridos como Instituciones Educativas, papelerías, tiendas y demás lugares que estén ubicados en el sector del segmento de clientes definido.

De igual forma, utilizaremos las redes sociales y nuestro portal web como apoyo para abrir las posibilidades de llegar a un mayor número de la población Caucasiana.

- **Proyección de ventas (a 5 años)**

Año 1		Año 2	
Periodo	Estimulación prenatal y/o temprana	Periodo	Estimulación prenatal y/o temprana
Mes 1	-	Mes 1	32
Mes 2	0	Mes 2	32
Mes 3	0	Mes 3	32
Mes 4	10	Mes 4	32
Mes 5	10	Mes 5	32
Mes 6	12	Mes 6	32
Mes 7	12	Mes 7	32
Mes 8	16	Mes 8	32
Mes 9	16	Mes 9	32
Mes 10	20	Mes 10	32
Mes 11	20	Mes 11	32
Mes 12	20	Mes 12	-
TOTAL	136	TOTAL	352

Tabla 5. Proyección de ventas año 1. Elaboración propia

Tabla 6. Proyección de ventas año 2. Elaboración propia

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estimulación prenatal y/o temprana	\$46.369.4 72 (136 U)	\$128.415.9 36 (352 U)	\$206.107.4 40 (528 U)	\$294.046.0 16 (704 U)	\$393.286.9 60 (880 U)
Precio de venta	\$340.952	\$364.818	\$390.355	\$417.679	\$446.917
TOTAL Ventas esperadas	\$46.369.4 72	\$128.415.9 36	\$206.107.4 40	\$294.046.0 16	\$393.286.9 60

Tabla 7. Proyección de ventas a 5 años. Elaboración propia



4.1 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	Servicio de estimulación prenatal y temprana personalizado y en casa que puede estar enfocada en: cognición, visión, audición, lenguaje, motricidad fina y gruesa entre otras dimensiones del desarrollo infantil. Este servicio está enriquecido con un recurso virtual (página web) y un aula de estimulación.
PERSONAL	<p>Pedagogo infantil: Lidera el proceso de planeación de los encuentros educativos y también puede desarrollarlos.</p> <p>Técnico o tecnólogo en formación y/o atención a la primera infancia: Participa en el diseño de planeaciones y realiza sesiones de intervención, es decir, desarrolla las planeaciones.</p>
CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none">- Se presta desde una metodología itinerante que permite llevar el servicio hasta el entorno familiar del usuario, el cual es un escenario primario y fundamental de desarrollo y socialización del niño.- Es un servicio personalizado pensado desde las necesidades, los intereses, los estilos y los ritmos de aprendizaje de los niños, las niñas, las madres gestantes y lactantes participantes.- Se desarrollará una sesión semanal, cada una con una duración de 1 hora.- Los encuentros pedagógicos se desarrollan desde la propuesta metodológica constructivista.- Servicio profesional: Las personas encargadas de brindar este servicio cuentan con formación en pedagogía y desarrollo infantil.
EQUIPO REQUERIDO	<p>Material didáctico, Juguetes, Material de papelería, Computador, Sistema de audio y video, Objetos y productos para la realización de masajes.</p> <p>Nota: Estos son algunos de los materiales a emplear, todo depende de las actividades propuestas en la planeación de la sesión.</p>



DOCUMENTOS QUE DEFINEN EL ACUERDO CON EL USUARIO

- Ficha de caracterización: Incluye descripción y documentos de datos personales del usuario
- Matrícula.
- Registro de asistencia.
- Cronograma de encuentros (incluye fechas y horarios).
- Reglamento del Centro

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

- Encuesta de satisfacción del usuario: Incluye evaluación del servicio (temáticas, material empleado, metodología, intensidad horaria) y evaluación de los profesionales que lo prestan.
- Servicio de atención oportuna sugerencias, peticiones, quejas y reclamos del usuario.
- Autoevaluación del servicio: Se realiza al interior del Centro de Servicios Pedagógicos, partiendo de la evaluación realizada por los usuarios.

Tabla 8. Ficha técnica del servicio. Elaboración propia

4.2 ESTADO DE DESARROLLO

La estimulación prenatal y temprana, aunque no con esta misma denominación ni conservando todo el sentido que abarcan estas prácticas, ha ganado en los últimos años reconocimiento en la comunidad de Cauca y el Bajo Cauca en tanto existe una cultura o un interés común por brindar a los niños y niñas espacios y experiencias enriquecedoras de su desarrollo integral. Esto, impulsa a las familias o cuidadores a acudir a controles prenatales y a preocuparse por inscribir a los infantes desde edades tempranas a CDI, hogares comunitarios o jardines infantiles públicos y privados que ofrecen servicios de atención y formación a la primera infancia a través de la promoción de espacios para el juego y la realización de actividades de lectura, dibujo y escritura que potencian el despliegue de habilidades artísticas, cognitivas y comunicativas.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Frente a este tema, el sector público manifiesta interés en ofertar servicios de atención integral a los niños y las niñas, asunto que ya constituye un derecho de esta población; y desde el ámbito privado, existe un interés cada vez mayor en invertir en la creación de centros pedagógicos infantiles o en la constitución de entidades privadas que puedan ser contratadas por el gobierno nacional para operar estrategias o programas estatales.

4.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

A continuación, se presentan los flujogramas de los servicios de estimulación prenatal y temprana y de formación web prestados por el Centro de Servicios Pedagógicos: Innovación Educativa; siendo este último un servicio complementario (del primero), en tanto brinda información que sustenta la importancia de acceder al servicio de estimulación presencial, es decir, lo enriquece y promueve su compra.

Ahora bien, dichos flujogramas los podemos entender como la forma más sencilla de representar procesos, sistemas e información apoyándose en estrategias visuales para asegurar la comprensión de los usuarios, con este, se detallan los procesos y etapas de las estrategias de venta para clientes o planes de contingencia y acciones a llevar a cabo en caso de presentar problemas puntuales dentro de una empresa⁴².

⁴² POLO, David. Diagrama de flujo: Organiza información tu empresa

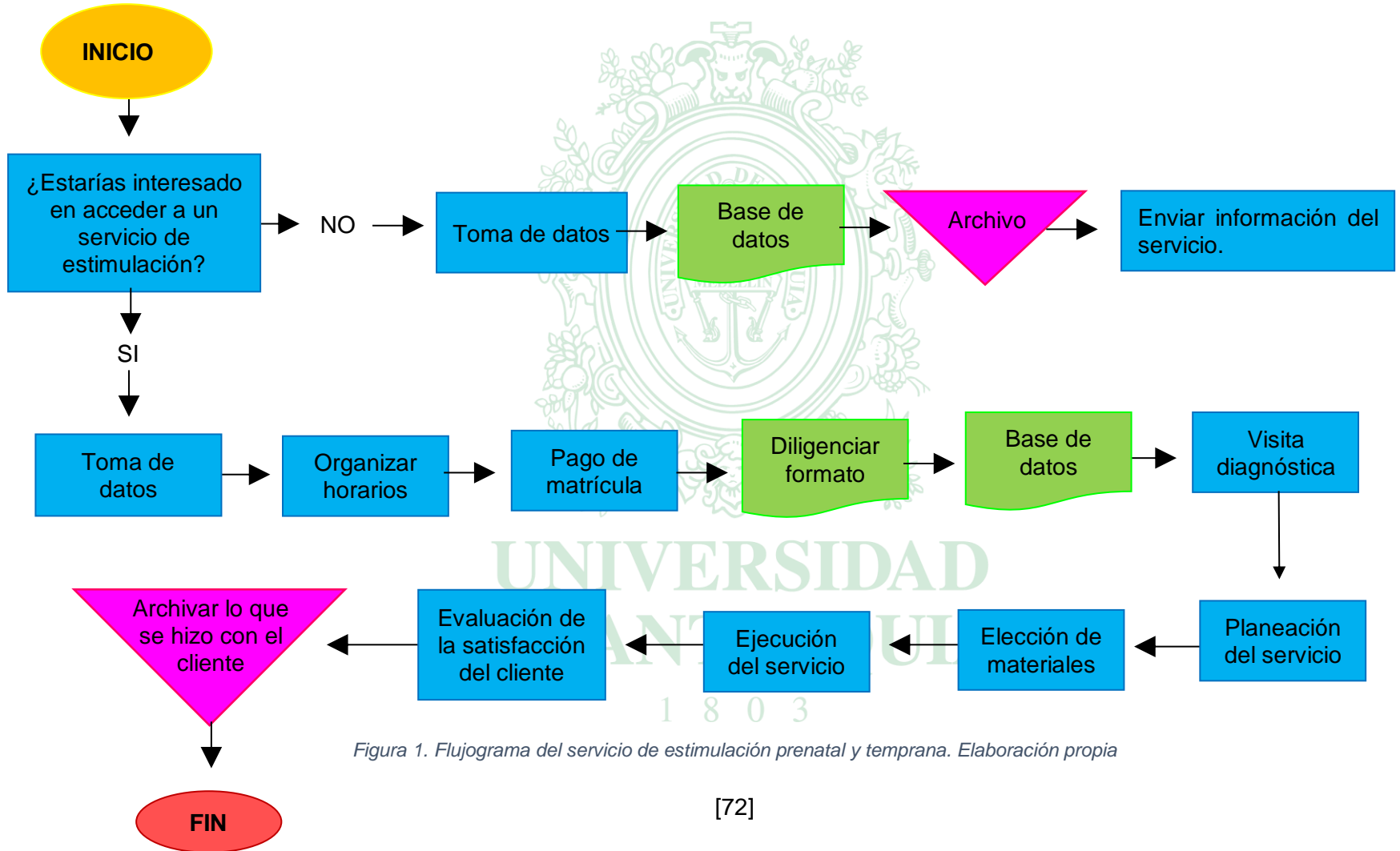


Figura 1. Flujograma del servicio de estimulación prenatal y temprana. Elaboración propia

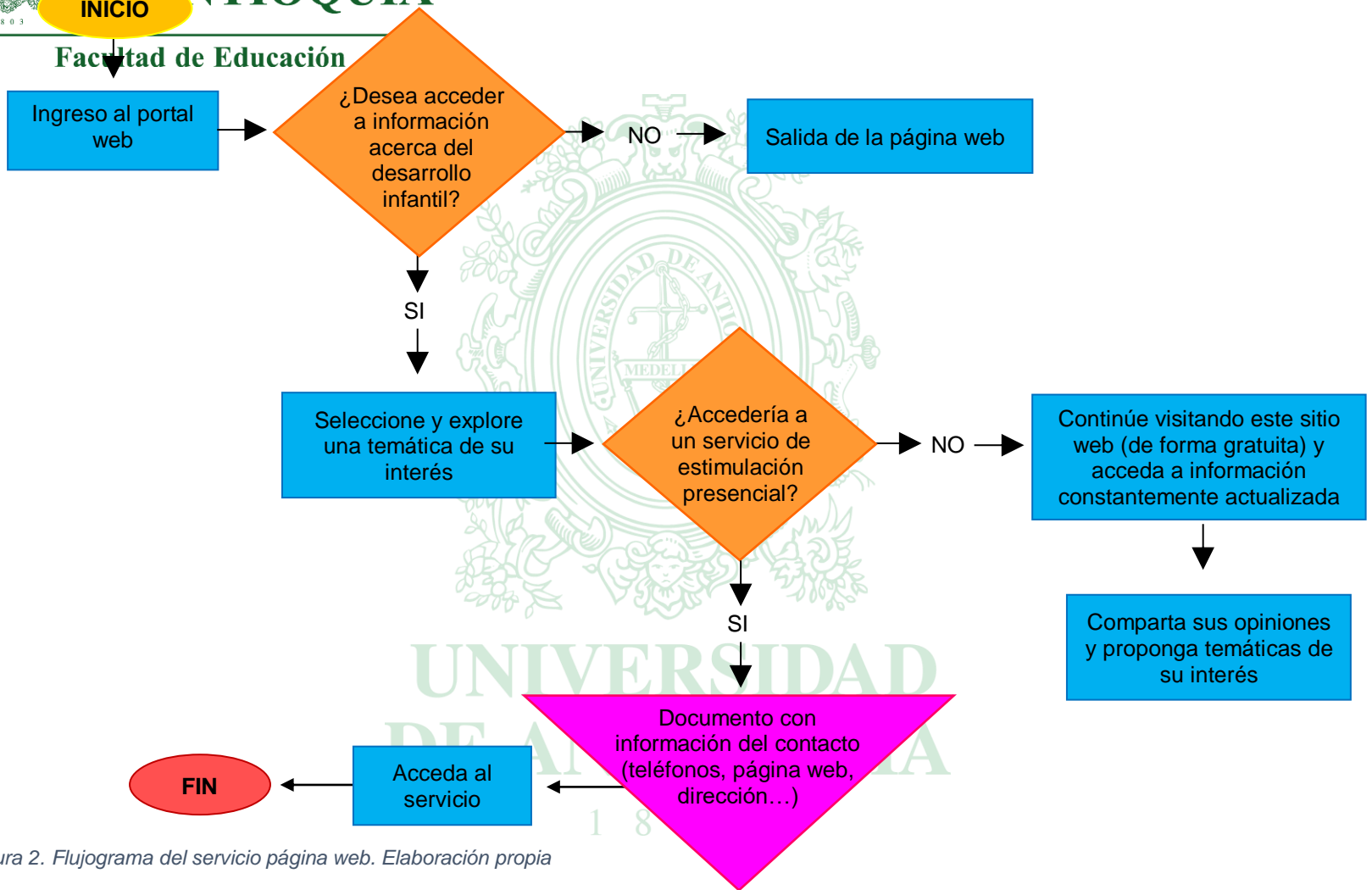


Figura 2. Flujograma del servicio página web. Elaboración propia



4.4 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

4.4.1 Requerimientos de infraestructura

TIPO DE ÁREA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Alquiler de local con un área superior a 12m ²	1	\$500.000 (este valor se pagará mensualmente exceptuando los 3 primeros meses del primer año de operaciones)	\$4.500.000
Adecuaciones de espacios	Protectores de ventanas.	\$58.800	\$58.000
	Cojines	\$22.000	\$22.000
	Colchonetas	\$60.000	\$60.000
Adecuaciones de instalaciones eléctricas	Tapón para toma corrientes con el fin de prevenir accidentes.	\$10.000	\$10.000
Adecuaciones de iluminación	El local alquilado será escogido precisamente por contar con buena iluminación y ventilación.	\$0	\$0
Pintura	Colores claros.	\$340.000	\$340.000
Decoración	Cuadros, figuras en porcelana, entre otros.	\$10.000	\$10.000
Costo total infraestructura			\$5.000.000

Tabla 9. Requerimientos de infraestructura. Elaboración propia

4.4.2 Requerimientos de instalaciones

ESPACIO	CANTIDAD	MEDIDAS APROXIMADAS EN METROS
Recepción	1	4m x 4m
Área administrativa (Oficina de dirección)	1	4m x 4m



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Sala grupal para estimulación y área de trabajo.	1	4m x 4m
Servicio de baño para niños y niñas.	1	2m x 3.5m
Servicio de baño para adultos.	1	2m x 3.5m

Tabla 10. Requerimientos de instalaciones. Elaboración propia

4.4.3 Requerimientos tecnológicos

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador portátil	1	\$1.400.000	\$1.270.000
Video beam	1	\$1.499.000	\$1.490.000
Impresora multifuncional	1	\$544.900	\$450.000
Licencia de software Microsoft office	1	\$340.000	\$340.000
Antivirus	1	\$516.951 (por 5 años)	\$516.851 (por 5 años)
Página web	1	\$0	\$0
Teléfono inalámbrico	1	\$60.000	\$60.000
Equipo de audio	1	\$529.900	\$529.900
Ventiladores	4	\$180.000	\$720.000
Costo total material didáctico			\$5.375.851

Tabla 11. Requerimientos tecnológicos. Elaboración propia

4.4.4 Materias primas e insumos

- Material didáctico

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juguetería	12 paquetes	\$100.000	1.200.000
Material de papelería	20 paquetes	\$5.000	100.000
Kit de masajes	30 paquetes	\$50.000	1.500.000
Kit musical	30 paquetes	\$50.000	1.500.000
Kit de texturas	30 paquetes	\$50.000	1.500.000
Cuentos infantiles	40	\$30.000	\$1.200.000
Costo total material didáctico			\$7.000.000

Tabla 12. Material didáctico. Elaboración propia



ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel bond	12	\$400	\$4.800
Papel iris	3 block	\$1.800	\$5.400
Hojas de block	1 resma	\$10.500	\$10.500
Colores	10 cajas	\$15.000	\$150.000
Lápices	12	\$700	\$8.400
Anilina	12	\$2.000	\$24.000
Plastilina	10 cajas	\$1.800	\$18.000
Colbón	1 grande	\$10.000	\$10.000
Vinilos	12	\$1.500	\$18.000
Marcadores	6	\$1.500	\$9.000
Tripa de pollo	6	\$3.000	\$18.000
Crayolas	10 cajas	\$5.000	\$50.000
Retazos de tela	6	\$10.000	\$60.000
Cartulinas	12	\$800	\$9.600
Lapiceros	9	\$700	\$6.300
Tijeras punta roma	6	\$1000	\$6.000
Costo total material de consumo			\$408.000

Tabla 13. Material de consumo. Elaboración propia

4.4.5 Requerimientos de muebles y enseres

ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	3	\$160.000	\$480.000
Silla escritorio	3	\$80.000	\$240.000
Sillas para usuarios	10	\$77.975	\$779.750
Archivador	3	\$150.000	\$300.000
Papelera	3	\$15.000	\$45.000
Mesa	2	\$180.000	\$360.000
Estantería	2	\$147.625	\$295.250
Costo total material didáctico			\$2.500.000

Tabla 14. Requerimientos muebles y enseres. Elaboración propia

4.4.6 Requerimientos de dotación



Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Uniforme (Camisa)	7	\$50.000	\$350.000
Carné	7	\$40.000	\$280.000
Costo total material didáctico			\$630.000

Tabla 15. Requerimientos de dotación. Elaboración propia

4.5 PLAN DE PRODUCCIÓN

4.5.1 Plan semanal de producción

Servicio	Mes (noviembre)			
	Semana			
	1	2	3	4
Estimulación prenatal y temprana.	20	-	-	-
Total semanal	20	-	-	-
Total mensual	20			

Tabla 16. Plan semanal de producción. Elaboración propia

Nota: Se toma el mes de noviembre para ejemplificar el plan de producción semanal, indicando en la semana 1 un total de 20 servicios prestados, es decir, 20 usuarios atendidos. En las semanas restantes, no se agrega ninguna cifra para que no se genere adición, sin embargo, es oportuno resaltar que en cada una de éstas se atenderán nuevamente los 20 usuarios atendidos en semana 1.

4.5.2 Plan anual de producción

Servicio	Mes											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Estimulación prenatal y temprana	0	0	0	10	10	12	12	16	16	20	20	20
Total mensual	0	0	0	10	10	12	12	16	16	20	20	20
Total anual												136

Tabla 17. Plan anual de producción. Elaboración propia



4.5.3 Proyección de producción a 5 años

Servicio	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Estimulación prenatal y temprana.	136	352	528	704	880
Total anual	136	352	528	704	880
Total	2.600				

Tabla 18. Proyección de producción a 5 años. Elaboración propia

4.6 ANÁLISIS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.6.1 Plan de compras

Servicio	Insumos requeridos para producir el servicio	Origen (proveedor)	Cantidad	Costo total por sesión	Costo total mensual (8 sesiones)
Estimulación prenatal y temprana.	Material de consumo	Papelería "De todito"	No especificable	\$3.000	\$24.000
	Horas mano de obra directa	Pedagogo infantil	1 hora	\$9.293	\$74.344
Costo total consumo por unidad				\$12.293	\$98.344

Tabla 19. Plan de compras. Elaboración propia

5. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.1 GRUPO EMPRENDEDOR



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

~~Esta empresa está conformada por~~ Beisy María Vega Muñoz quien es estudiante de licenciatura en pedagogía infantil y gracias a la apertura al aprendizaje y el esfuerzo que ha demostrado durante su proceso de formación ha logrado desarrollar excelentes habilidades comunicativas, destacarse como líder y constituirse en una profesional crítica, innovadora, emprendedora y capaz de trabajar en equipo y Jakelin Bedoya Hernández pedagoga infantil en formación con ideas innovadoras, disciplinada, responsable, capaz de trabajar en equipo, entregada a la labores que desempeña y con la capacidad de adaptación a las diversas situaciones presentadas por el contexto. Domina algunas herramientas multimediales y tiene una buena gestión del tiempo.

5.2 COSTOS DE NÓMINA Y GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

COSTOS	%	VALOR
Salario mínimo		\$737.717,00
Auxilio de transporte	11,27%	\$83.140,00
Salud	8,50%	\$62.705,95
Pensión	12,00%	\$88.526,04
ARL (Nivel I)	0,52%	\$3.836,13
Parafiscales	9,00%	\$66.394,53
Prima	8,33%	\$61.451,83
Cesantías	8,33%	\$61.451,83
Intereses de cesantías	12,00%	\$7.374,22
Vacaciones	4,17%	\$30.762,80
Dotación aproximada	5,00%	\$36.885,85
Costo mensual estimado		\$1.240.246,16

Tabla 20. Costos de nómina 2017. Elaboración propia

ROL	NIVEL EDUCATIVO	SALARIO PROMEDIO	COSTO SALARIO EN PESOS	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO TOTAL EN PESOS
-----	-----------------	------------------	------------------------	------------------	----------------	----------------------



			(COSTO A LA EMPRESA)			
Director	licenciado pedagógico	1 smlv (½ tiempo)	\$737.717	\$1.240.247	12 smlv	\$14.882.964
Agente educativo (2)	Lic. en pedagogía infantil.	1.5 smlv	\$1.106.575 x 2 = \$2.213.150	\$1860370,5 x 2 = \$3720741	11 meses cada agente. 22 smlv	\$40.928.140
Auxiliar administrativo	Bachiller	0.5 smlv	\$368.858	\$620.123	5 smlv	\$3.100.615
Asesor legal	Abogado	1 smlv	\$737.717	\$1.240.247	10 smlv	\$12.402.470
Asesor contable	contador público	1 smlv	\$737.717	\$1.240.247	10 smlv	\$12.402.470
costo total de personal					#smlv	\$97.359.376

Tabla 21. Costos de personal. Elaboración propia

5.3 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

RUBRO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Internet	\$40.000	\$480.000
Telefonía	\$40.000	\$480.000
Gas	\$10.000	\$120.000
Agua	\$40.000	\$480.000
Energía	\$120.000	\$1.440.000
Arriendo	\$500.000	\$4.500.000
Salarios administrativos	\$1.240.247	\$12.402.470
Requerimientos de dotación	\$180.000	\$630.000
Honorarios asesores	\$1.126.222	\$11.262.223
Suministros de oficina	\$30.000	\$270.000
Útiles y suministros de aseo	\$20.000	\$200.000
Mantenimiento del local	\$50.000	\$950.000
Servicios bancarios	\$19.000	\$190.000

Publicidad	\$100.000	\$1.200.000
Dominio página web	\$150.000	\$150.000
Total gastos indirectos		\$34.754.693

Tabla 22. Gastos anuales de administración. Elaboración propia

5.5 CONSTITUCIÓN DE EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

- Tipo de sociedad

Innovación Educativa está constituida por dos personas las cuales mediante un documento privado se comprometen a formar una sociedad por acciones simplificadas. Para llevar a cabo este documento, se hace requiere del accionista su información personal (su nombre, documento de identidad y domicilio), después, se enuncia la razón social seguida de las palabras sociedad por acciones simplificadas o S.A.S., también, se especifica la duración (puede ser indefinida), la enunciación de actividades principales (cualquier actividad comercial o civil lícita), el capital autorizado, suscrito y pagado, la forma de administración, el nombre de la sociedad e identificación de los administradores. De esta forma, queda plasmado el acuerdo que nos identificará como socias.

- **Legislación vigente que regula la actividad económica y la comercialización de los P/S (urbana, ambiental, laboral y protección social), registros, tributaria, protección intelectual y ambiental.**

La legislación vigente que regula nuestras actividades como empresa son el Decreto 2355 del 2009, donde se establecen las modalidades de contratación, la concesión del servicio educativo con aporte de infraestructura física y dotación y la contratación de la prestación del servicio; la ley 115 de febrero 8 de 1994, en donde se plantean las normas generales para regular el Servicio de la Educación que cumple una



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad; El código sustantivo del trabajo, el cual comprende las normas que regulan las relaciones entre los trabajadores y empleadores, se plantean los derechos de los trabajadores en el sentido de que la relación laboral se preste de una manera digna y humana, en lo que tiene que ver con la prevención de los accidentes de trabajos, las prestaciones sociales, tipo de contratación, enfermedad profesional y en relación con la salud ocupacional; y la ley 488 de 1998 (diciembre 24) por la cual se expiden normas en materia Tributaria y se dictan otras disposiciones fiscales de las Entidades Territoriales, en ella se dictan los impuestos de renta, venta, entre otros.

- **Normas/políticas de distribución de utilidades**

La empresa ha establecido una política de distribución de utilidades en la cual queda plasmado que del 100% de las utilidades obtenidas por la empresa, el 25% se destinará al pago de impuestos correspondientes, el 35% de las ganancias anuales se conservará como capital de la empresa, logrando así que tenga recursos propios (libres) que la valoricen y se traduzcan en respaldo o ahorro en caso de una crisis financiera y el otro 30% de las utilidades se divide cada año entre los socios, esto será en cantidades iguales.

6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 PRINCIPALES SUPUESTOS

Como se indicó en la descripción del Marketing mix, la empresa implementará la estrategia de promociones y descuentos en los precios de pensión y matrícula para



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

~~promover la compra de servicios, sin embargo,~~ en el presente análisis financiero no se tuvieron en cuenta para el cálculo de los ingresos, es decir, se realizó sobre el supuesto de que en su totalidad fueron ventas al precio estándar. Por ello, se supone lo siguiente:

- El precio que se cobrará por la matrícula al servicio de estimulación prenatal o temprana será de \$59.500 durante el primer año de operaciones.
- La pensión o mensualidad del servicio de estimulación prenatal o temprana tendrá un precio de \$281.452 durante el primer año de operación.
- El aumento en los precios de venta será del 7%, lo cual tiene en cuenta el costo máximo que se puede incrementar en la educación privada en Colombia, que no puede superar el 10% y el índice de inflación actual del 4.69%, para establecer un valor intermedio del 7%.
- El horizonte de análisis será de 5 años, atendiendo a los requerimientos de diferentes fondos de financiación de emprendedores.
- En el año #2 de operación se alcanzará la capacidad instalada, aludiendo a la cantidad máxima de servicios que podríamos prestar las emprendedoras como agentes educativos. Sin embargo, en la proyección a cinco años se proyecta la apertura de más grupos de trabajo según la población lo demande, esto implicaría la contratación de un agente educativo por cada grupo de 16 usuarios que se conforme.
- Los gastos de administración y ventas se asumen constantes durante los dos primeros años de operación, en adelante, se estima un incremento del 7% anual.
- La proyección de ventas se realiza durante 11 meses, dado que los servicios educativos formales en Colombia se prestan desde la segunda mitad de enero, hasta la primera mitad de diciembre, como máximo.
- El aumento del salario será de un 7% cada año, respondiendo al rango de



6.2 SISTEMA DE FINANCIAMIENTO

6.2.1 Plan de inversiones

Las inversiones que se requieren para la creación y puesta en marcha durante el primer año de operación, del Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa, son las siguientes:

- **Activos fijos**

Según Acuña (2010)⁴³, los activos fijos “(...) incluyen todos aquellos bienes que la empresa ha adquirido para poder efectuar sus actividades productivas o para la prestación de servicios”, en estos se encuentran los terrenos, la maquinaria, los muebles y equipos, entre otros. Los activos fijos de nuestra propuesta son los siguiente:

RUBRO	COSTO TOTAL
Adecuaciones de infraestructura	\$500.000
Equipos, software y herramientas	\$5.375.851
Muebles y enseres	\$2.500.000
Material didáctico no fungible	\$7.000.000
Total activos fijos	\$15.375.851

Tabla 23. Activos fijos. Elaboración propia

- **Gastos variables**

⁴³ ACUÑA, S. “Activos fijos”. 2010



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

La ~~Fundación Sarmiento Palau (s.f)~~⁴⁴ define los gastos variables como aquellos a los que su valor varía (aumentan o disminuyen) ante los diferentes niveles de producción y ventas, entre estos gastos se pueden mencionar las materias primas, mano de obra, ventas, entre otros. Ahora, los gastos variables del centro son:

RUBRO	COSTO TOTAL
Material didáctico de consumo	\$408.000
Mano de obra	\$17.842.704
Total Gastos variables	\$18.250.704

Tabla 24. Gastos variables. Elaboración propia

- **Gastos indirectos**

“Los gastos indirectos son aquellos (por ejemplo, informática, mantenimiento general, seguridad, supervisión) en que incurre una organización pero que son difíciles de asignar o identificar a parte de la actividad productiva de la organización (ventas, producción, servicio técnico...)”⁴⁵ A continuación, se describen los gastos indirectos de innovación educativa:

RUBRO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Internet	\$40.000	\$480.000
Telefonía	\$40.000	\$480.000
Gas	\$10.000	\$120.000
Agua	\$40.000	\$480.000
Energía	\$120.000	\$1.440.000
Arriendo	\$500.000	\$4.500.000
Salarios administrativos	\$1.240.247	\$12.402.470
Requerimientos de dotación	\$630.000	\$630.000
Honorarios asesores	\$1.126.222	\$11.262.223
Suministros de oficina	\$30.000	\$270.000
Útiles y suministros de aseo	\$20.000	\$200.000
Mantenimiento del local	\$50.000	\$450.000
Servicios bancarios	\$19.000	\$190.000
Publicidad	\$100.000	\$1.200.000

⁴⁴ FUNDACION SARMIENTO PALAU. Costos y gastos.

⁴⁵ ENCICLOPEDIA FINANCIERA. Gastos indirectos.



Dominio página web	\$150.000	\$150.000
Diseño Página web	\$850.000	\$850.000
Impuestos (IVA)	Corresponde al 19% del total de ventas	\$7.498.820
Amortizaciones	\$65.470	\$589.230
Depresiones	\$139.597	\$1.675.170
Total gastos indirectos		\$44.867.913

Tabla 25. Gastos indirectos. Elaboración propia

- **Costos de puesta en marcha**

La puesta en marcha de una empresa o negocio requiere de una serie de trámites previos que implican ciertos gastos que debemos tener en cuenta desde antes de comenzar una empresa⁴⁶. Para nuestra iniciativa emprendedora requerimos de los siguientes trámites:

Rubro	Unidades requeridas	Costo por unidad	Costo total
Trámites ante la DIAN: Inscripción al RUT y Asignación del NIT.	2	\$0	\$0
Autenticación de acuerdo de socios (S.A.S)	2	\$10.800	\$21.600
Registro mercantil	1	\$39.00	\$39.000
Matrícula mercantil	1	\$2.600	\$2.600
Formulario para el registro mercantil	1	\$5.200	\$5.200
Certificados de existencia y representación legal.	2	\$5.200	\$10.400
Certificados especiales	3	\$5200	\$15.600
Apertura de la cuenta en un banco	1	\$100.000	\$100.000
Inscripción de libros	1	\$12.800	\$12.800
Total costos de puesta en marcha			\$200.800

Tabla 26. Costos de puesta en marcha. Elaboración propia

- **Presupuesto de inversión**

⁴⁶ COUTO, Cristina. Análisis de los gastos de puesta en marcha de un negocio.



RUBRO	TOTAL
Activos fijos	\$15.375.851
Gastos variables	\$18.250.704
Gastos indirectos	\$44.867.913
Costos de puesta en marcha	\$200.800
Total presupuesto de inversión	\$78.695.268

Tabla 27. Presupuesto de inversión. Elaboración propia

6.3 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Las fuentes de financiación de la empresa son las vías que utiliza la empresa para obtener los recursos financieros necesarios que sufraguen su actividad⁴⁷. A continuación, se describen las posibles fuentes de financiación para la empresa.

- **Financiación propia**

Son los recursos financieros que son propiedad de la empresa, como sucede con el capital social y las reservas. De este modo, algunos de los recursos propios que Innovación Educativa posee son un computador portátil, una impresora multifuncional y un teléfono inalámbrico.

- **Financiación con préstamos bancarios**

El Centro de Servicios Pedagógicos, no accederá a la financiación por medio de préstamos bancarios, debido a que las condiciones para acceder a éstos son complejas; entre ellas contar con un codeudor, tener comprobantes de los últimos pagos en la empresa donde se labora y en el caso de un monto tan elevado como el que solicitamos para materializar nuestra propuesta de emprendimiento, se exigiría poseer bienes raíces o propiedades de otra índole que respalden la deuda; requisitos que no podríamos cumplir actualmente.

⁴⁷ LÓPEZ, David. Fuente de financiación.



Los creadores de Innovación Educativa no contarán con préstamos familiares, pues total del capital necesario para la puesta en marcha de esta propuesta se solicitará a FONDO EMPRENDER.

- **Financiación con FONDO EMPRENDER**

Fondo Emprender el cual es un fondo de capital semilla que fue creado por el Gobierno Nacional para apoyar iniciativas empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional, facilitándoles los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas. El objetivo último de este fondo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas⁴⁸.

Con la intención de obtener financiación, Innovación Educativa presentará su propuesta de emprendimiento a Fondo Emprender. En caso de obtenerla, el pago de dicho préstamo se realizará por medio de cuotas mensuales durante tres años. Es oportuno resaltar que esta entidad concede al emprendedor dos ventajas para la retribución del dinero prestado: por un lado, le permite operar el primer año sin empezar a realizar el pago del préstamo, el cual tendrá un cobro por intereses del 4.0 % anual, además, le da la posibilidad de condonar el préstamo, es decir, no tener que devolver el capital si la propuesta de emprendimiento cumple con todos los requisitos y objetivos que el fondo establece.

⁴⁸ SENA. Fondo Emprender por un país de propietarios.



El Centro de Servicios Pedagógicos no accederá a concursos de capital semilla, pues ya tiene proyectado presentar su propuesta a Fondo Emprender.

6.4 PLAN DE FINANCIACIÓN

El plan de financiación sirve para definir el origen del dinero necesario para la inversión, es decir, las fuentes de financiación: si lo aportan los socios, los bancos o terceras personas. El objetivo es saber si se deben buscar inversores o si se deben evaluar distintas alternativas de financiación ajena, en función del destino del dinero⁴⁹. Para el Centro de Servicios Pedagógicos, el plan de financiación es:

FUENTE DE FINANCIACIÓN	IMPORTE EN \$
Recursos propios	\$0
Préstamos bancarios	\$0
Fondo Emprender	\$59.017.360
Otros fondos de emprendimiento	\$0
Préstamos de familiares	\$0
Total	\$59.017.360

Tabla 28. Fuentes de financiación. Elaboración propia

6.5 FLUJO DE CAJA Y ESTADOS FINANCIEROS

6.5.1 Flujo de caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja⁵⁰. El flujo de caja del primer año de operaciones es el siguiente:

⁴⁹ EMPRENDEDOR XXI. Financiación.

⁵⁰ EL MUNDO. Flujo de caja.



FLUJO DE CAJA PRIMER AÑO

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Saldo inicial		\$58.71 6.560	\$51.36 6.560	\$39.94 2.462	\$36.89 1.720	\$33.98 9.028	\$31.63 8.679	\$31.63 8.679	\$30.29 6.624	\$28.76 1.789	\$26.84 4.746	\$24.73 4.923	\$59.01 7.360
Ingresos													
Aportes de capital	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Préstamo	\$59.01 7.360	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Matrícula	\$-	\$-	\$-	\$595.00	\$-	\$119.00	\$-	\$238.00	\$-	\$238.00	\$-	\$-	\$1.190.00
Pensión	\$-	\$-	\$-	\$2.814.520	\$2.814.520	\$3.377.424	\$3.377.424	\$4.503.232	\$4.503.232	\$5.629.040	\$5.629.040	\$5.629.040	\$38.277.472
Total ingresos	\$59.01 7.360	\$-	\$-	\$3.409.520	\$2.814.520	\$3.496.424	\$3.377.424	\$4.741.232	\$4.503.232	\$5.867.040	\$5.629.040	\$5.629.040	\$39.467.472
Egresos													
Gastos variables													
Material de consumo	\$-	\$-	\$408.00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$408.00
Mano de obra	\$-	\$-	\$-	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$2.973.784	\$2.973.784	\$2.973.784	\$17.842.704



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Subtotal	\$-	\$-	\$408.00	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$1.486.892	\$2.973.784	\$2.973.784	\$2.973.784	\$18.250.704
Pagos proveedores													
Muebles y enseres	\$-	\$-	\$2.500.000	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$2.500.000
Equipos y herramientas			\$5.375.851	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$5.375.851
Material didáctico no fungible	\$-	\$7.000.000	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$7.000.000
Subtotal	\$-	\$7.000.000	\$7.875.851	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$14.875.851
Gastos fijos													
Servicios públicos	\$-	\$-	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000	\$3.000.000
Arriendo	\$-	\$-	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$4.500.000
Gastos de puesta en marcha	\$200.800	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$200.800



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Salarios administrativos	\$-	\$-	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$12.402.470
Requerimientos de dotación	\$-	\$-	\$-	\$630.00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$630.00
Honorarios de asesores	\$-	\$-	\$100.00	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$1.240.247	\$11.262.223
Suministros de oficina	\$-	\$-	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$270.00
Útiles y suministros de aseo	\$-	\$-	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$200.00
Servicios bancarios	\$-	\$-	\$100.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$190.00
Mantenimiento del local	\$-	\$250.00	\$250.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$950.00
Publicidad	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1.200.000
Diseño página web	\$-	\$-	\$850.00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$850.00



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Dominio de la página web	\$-	\$150.00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$150.00
Administración de aplicación web	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Impuestos (IVA)	\$-	\$-	\$-	\$647.809	\$534.759	\$664.321	\$641.711	\$900.834	\$855.614	\$1.114.738	\$1.069.518	\$1.069.518	\$7.498.820
Amortizaciones				\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$65.470	\$589.230
Depreciaciones	\$-	\$-	\$-	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$139.597	\$1.675.170
Subtotal	\$300.800	\$350.000	\$3.140.247	\$4.973.370	\$4.230.320	\$4.359.882	\$4.337.272	\$4.596.395	\$4.551.175	\$4.810.299	\$4.765.079	\$4.735.079	\$45.568.713
Total egresos	\$300.800	\$7.350.000	\$11.424.098	\$6.460.262	\$5.717.212	\$5.846.774	\$5.824.164	\$6.083.287	\$6.038.067	\$7.784.083	\$7.738.863	\$7.708.863	\$78.695.268
Financiamiento													
Amortización del préstamo con interés													

**Total
financia
miento**
**Flujo de
caja**

\$58.71	\$51.36	\$39.94	\$36.89	\$33.98	\$31.63	\$29.19	\$30.29	\$28.76	\$26.84	\$24.73	\$22.65	\$19.78
6.560	6.560	2.462	1.720	9.028	8.679	1.939	6.624	1.789	4.746	4.923	5.101	9.564

Tabla 29. Flujo de caja año 1. Elaboración propia

6.5.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS						
Concepto		2018	2019	2020	2021	2022
Saldo inicial	\$	-	\$ 19.789.564	\$ 19.433.183	\$ 44.769.223	\$ 100.413.198
Ingresos						
Aportes de capital	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamo	\$	59.017.360	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas	\$	39.467.472	\$ 108.043.136	\$ 173.409.360	\$ 247.397.056	\$ 330.894.160
Total ingresos	\$	98.484.832	\$ 108.043.136	\$ 173.409.360	\$ 247.397.056	\$ 330.894.160
Egresos						
Proveedores	\$	14.875.851	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos variables						
Nómina agente educativo	\$	17.842.704	\$ 38.183.376	\$ 61.284.312	\$ 87.432.288	\$ 116.940.720
Material de consumo	\$	408.000	\$ 1.129.920	\$ 1.813.152	\$ 2.587.200	\$ 3.460.160
Costos fijos						
Salarios administrativos	\$	12.402.470	\$ 15.924.768	\$ 17.039.496	\$ 18.232.260	\$ 19.508.520



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Honorarios asesores	\$	11.262.223	\$	15.924.768	\$	17.039.496	\$	18.232.260	\$	19.508.520
Varios	\$	21.904.020	\$	37.236.685	\$	50.896.864	\$	65.269.073	\$	81.382.897
Total egresos	\$	78.695.268	\$	108.399.517	\$	148.073.320	\$	191.753.081	\$	240.800.817
Financiamiento										
Amortización del préstamo	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Pago de intereses	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Total financiamiento	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Flujo de caja	\$	19.789.564	\$	19.433.183	\$	44.769.223	\$	100.413.198	\$	190.506.541

Tabla 30. Flujo de caja proyectado a 5 años. Elaboración propia

UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

1 8 0 3



6.6 BALANCE GENERAL
Facultad de Educación

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Es el estado financiero más importante para revisar la situación financiera de una empresa. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto)⁵¹. El balance general de Innovación Educativa es:

BALANCE GENERAL			
Al 31 de diciembre de 2018			
Activos		Pasivos	
Circulante		Circulante	
Flujo de caja	\$19.789.564	Proveedores	\$-
		Documentos por pagar	\$-
		Acreedores diversos	\$-
		Impuestos por pagar	\$2.358.123
Total activos circulantes	\$19.789.564	Total pasivos circulante	\$2.358.123
Activo fijo		Pasivo fijo	
Inversiones en infraestructura	\$500.000	Deudas a largo plazo	\$-
Equipos, software y herramientas	\$6.375.851	Total pasivo fijo	\$-
Muebles y enseres	\$2.500.000	Total Pasivos	\$2.358.123
Material didáctico no fungible	\$7.000.000	Patrimonio	
Total activos fijos	\$16.375.851	Capital social	
		Utilidades retenidas	
Total activos	\$36.165.415	Total patrimonio	\$33.807.293

Tabla 31. Balance general. Elaboración propia

⁵¹ EL MUNDO. Balance general



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

6.7 ESTADOS DE RESULTADOS — Facultad de Educación

A continuación, se muestra la utilidad generada por la empresa en un período de 5 años:

Componente	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS				
	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	\$ 39.467.472	\$ 108.043.136	\$ 173.409.360	\$ 247.397.056	\$ 330.894.160
(-) Gastos de ventas (publicidad)	\$ 1.200.000	\$ 1.284.000	\$ 1.373.880	\$ 1.470.048	\$ 1.572.948
Utilidad bruta	\$ 38.267.472	\$ 106.759.136	\$ 172.035.480	\$ 245.927.008	\$ 329.321.212
(-) Gastos					
Gastos variables	\$ 18.250.704	\$ 39.313.296	\$ 63.097.404	\$ 90.019.488	\$ 120.400.880
Gastos fijos	\$ 45.568.713	\$ 69.086.221	\$ 84.975.856	\$ 101.733.593	\$ 120.399.937
Utilidad operativa	-\$ 25.551.945	-\$ 1.640.381	\$ 23.962.220	\$ 54.173.927	\$ 88.520.395
(-) Gastos financieros					
Amortización del préstamo	0	0	0	0	0
Pago de intereses	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-\$ 25.551.945	-\$ 1.640.381	\$ 23.962.220	\$ 54.173.927	\$ 88.520.395
(-) Impuestos					
Industria y comercio	\$ 197.337	\$ 540.216	\$ 867.047	\$ 1.236.985	\$ 1.654.471
Utilidad neta	-\$ 25.749.282	-\$ 2.180.597	\$ 23.095.173	\$ 52.936.942	\$ 86.865.924
(-) Dividendos					
Socio 1 (20%)	\$ -				
Socio 2 (20%)	\$ -				
Utilidades retenidas	\$ 25.749.282	\$ 2.180.597	\$ 23.095.173	\$ 52.936.942	\$ 86.865.924

Tabla 32. Estado de ganancias y pérdidas. Elaboración propia



6.8.1 Gastos Fijos proyectado

GASTOS FIJOS PROYECTADOS					
Concepto	Años				
	2018	2019	2020	2021	2022
Porcentaje de aumento proyectado	7%				
Servicios públicos	\$3.000.000	\$3.852.000	\$4.121.640	\$4.410.144	\$4.718.856
Salarios administrativos	\$12.402.470	\$15.924.768	\$17.039.496	\$18.232.260	\$19.508.520
Requerimientos de dotación	\$630.000	\$-	\$-	\$-	\$-
Honorario de asesores	\$11.262.223	\$15.924.768	\$17.039.502	\$18.232.267	\$19.508.526
Suministros de oficina	\$270.000	\$321.000	\$343.470	\$367.510	\$393.230
Útiles y suministros de aseo	\$200.000	\$235.400	\$251.878	\$269.500	\$288.365
Mantenimiento del local	\$950.000	\$588.500	\$629.695	\$673.772	\$720.929
Servicios bancarios	\$190.000	\$128.400	\$137.388	\$147.000	\$157.284
Amortización (Software y adecuaciones)	\$166.667	\$167.667	\$168.667	\$169.667	\$170.667
Depreciaciones (Equipos, herramientas, muebles y material no fungible)	\$1.675.170	\$3.350.340	\$5.025.511	\$6.700.681	\$8.375.851
Software	\$618.984	\$619.984	\$620.984	\$621.984	\$622.984
Publicidad	\$1.200.000	\$1.284.000	\$1.373.880	\$1.470.048	\$1.572.948
Total gastos fijos	\$32.565.514	\$42.396.827	\$46.752.110	\$51.294.832	\$56.038.159

Tabla 33. Gastos fijos proyectados. Elaboración propia



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

6.8.2 Gastos Variables Proyectados Facultad de Educación

GASTOS VARIABLES PROYECTADOS					
Concepto	Años				
	2018	2019	2020	2021	2022
Porcentaje de aumento proyectado para material didáctico					7%
Porcentaje de aumento proyectado para mano de obra					7%
Material didáctico de consumo	\$408.000	\$1.129.920	\$1.813.152	\$2.587.200	\$3.460.160
Mano de obra	\$17.842.704	\$38.183.376	\$61.284.312	\$87.432.288	\$116.940.720
Total gastos variables proyectados	\$18.250.704	\$39.313.296	\$63.097.464	\$90.019.488	\$120.400.880

Tabla 34. Gastos variables proyectado. Elaboración propia

6.8.3 Depreciaciones

DEPRECIACIONES					
Concepto	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Equipo y herramientas	\$1.075.170	\$2.150.340	\$3.225.510	\$4.300.680	\$5.375.851
Muebles	\$250.000	\$500.000	\$750.000	\$1.000.000	\$1.250.000
Material didáctico no fungible	\$350.000	\$700.000	\$1.050.000	\$1.400.000	\$1.750.000
Total depreciaciones	\$1.675.170	\$3.350.340	\$5.025.511	\$6.700.681	\$8.375.851

Tabla 35. Depreciaciones. Elaboración propia

6.8.4 Amortizaciones

AMORTIZACIONES					
Concepto	Año				
	2018	2019	2020	2021	2022
Adecuación de instalaciones	\$166.667	\$167.667	\$168.667	\$169.667	\$170.667



Software	\$618.984	\$619.984	\$620.984	\$621.984	\$622.984
Total amortizaciones	\$785.650	\$787.650	\$789.650	\$791.650	\$793.650

Tabla 36. Amortizaciones. Elaboración propia

6.9 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.9.1 TIR (Tasa Interna de Retorno)

TIR se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial, es decir la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero o a su vez que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada⁵².

El TIR correspondiente a esta propuesta es de 64,31%, porcentaje superior al propuesto inicialmente (10%) lo que califica a esta proyección como factible, inicialmente.

6.9.2 VPN (Valor Presente Neto)

El valor presente neto (VPN) es una herramienta que sirve como indicador para medir y determinar la viabilidad de una inversión o un proyecto en términos de rentabilidad y ganancia, el cual proporciona a partir de su análisis un marco de referencia para la toma de decisiones⁵³. El VPN correspondiente a este proyecto de emprendimiento es de \$195.542.553 lo que indica que esta inversión en principio es factible.

⁵² BADILLO, C. Capitulo IV estudio financiero.2009

⁵³ DUQUE, Jannier. Valor presente neto VPN. 2017



CÁLCULO del VAN y la TIR

Esta hoja te permite calcular fácilmente el Valor Actual Neto (V.A.N.) y la Tasa Interna de Retorno (T.I.R.) de un negocio o proyecto de inversión. Pon tus datos en las celdas con fondo blanco. Tienes todas las explicaciones a la derecha.

1	Datos para el análisis						3
Inversión	importe	59.017.360					información ¿Qué poner aquí? La tasa de descuento ¿Qué es el VAN? ¿Cómo se calcula? Análisis resultado ¿Qué es la TIR? ¿Cómo se calcula? Análisis resultado producto recomendado
Flujo de caja (neto anual)	inversión	1	2	3	4	5	
		-59.017.360	19.789.564	19.433.183	44.769.223	100.413.198	130.506.541
2	Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.						
Tasa de descuento	%	10,00%					
V.A.N a cinco años		195.542.553,58					Valor positivo, inversión (en principio) factible
T.I.R a cinco años		64,31%					Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible

Figura 3. Cálculo de VAN y la TIR. Elaboración propia

6.9.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen de ventas que debe realizar una empresa para sostener el negocio sin ganar ni perder, esto se puede evidenciar cuando la utilidad de la empresa es cero y cuando los costos y gastos fijos son iguales al margen de contribución.⁵⁴

Ahora bien, para calcular el punto de equilibrio en ventas, se hizo uso de la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{PE: (Costos Fijos)}}{1- (\text{Gastos Variables} / \text{Ventas Totales})} = \frac{\text{PE: } (\$62.308.766)}{1- (\$29.184.812 / \$14.520.000)}$$

⁵⁴ RAMÍREZ, David. Análisis de equilibrio.



Punto de equilibrio año 1

Costos fijos	\$45.568.713
Costos variables	\$14.875.851
Ventas totales	\$39.467.472
PE	\$ 65.098.161

Tabla 37. Punto de equilibrio año 1. Elaboración propia

Punto de equilibrio año 2

Costos fijos	\$69.086.221
Costos variables	\$39.313.296
Ventas totales	\$108.043.136
PE	\$98.694.601

Tabla 38. Punto de equilibrio año 2. Elaboración propia

Punto de equilibrio año 3

Costos fijos	\$84.975.856
Costos variables	\$63.097.464
Ventas totales	\$173.409.360
PE	\$121.394.080

Tabla 39. Punto de equilibrio año 3. Elaboración propia

Punto de equilibrio año 4

Costos fijos	\$90.019.488
Costos variables	\$101.733.593
Ventas totales	\$247.397.056
PE	\$150.032.480

Tabla 40. Punto de equilibrio año 4. Elaboración propia

Punto de equilibrio año 5

Costos fijos	\$120.399.937
Costos variables	\$120.400.880
Ventas totales	\$330.894.160
PE	\$171.999.910

Tabla 41. Punto de equilibrio año 5. Elaboración propia



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

6.9.4 Relación costo – beneficio y recuperación de la inversión Facultad de Educación

Inversión	\$59.017.360	Suma de ingresos	\$629.891.144,40
TIR o TD	10,00%	Suma de egresos	\$554.683.685,48
		Costo - Inversión	\$613.701.045,48
		B/C	1,026381084

Flujos de caja

Años	Inversión	Ingresos	Egresos	Flujo de caja
1	\$59.017.360	\$39.467.472	\$80.695.268	\$19.789.564
2		\$108.043.136	\$108.399.517	\$19.433.183
3		\$173.409.360	\$148.073.320	\$44.769.223
4		\$247.397.056	\$191.753.081	\$100.413.198
5		\$330.894.160	\$240.800.817	\$190.506.541

Tabla 42. Relación costo - beneficio. Elaboración propia

Según la información expuesta en los cuadros anteriores, podemos decir que con una tasa del 10% y una inversión de \$59.017.360 la relación costo-beneficio es de 1,026941175, es decir, que es una inversión rentable, en tanto que por cada peso invertido en la empresa se tendría una ganancia de 0,26 centavos.

Ahora bien, al hablar de la recuperación de la inversión podemos decir que lo siguiente:

AÑO	DEUDA
Año 1	\$84.766.642.
Año 2	\$86.947.239.
Año 3	\$63.852.066.
Año 4	\$10.915.124.
Año 5	-

Tabla 43. Recuperación de la inversión. Elaboración propia

Lo anterior, nos muestra que en el año 1 iniciamos con una deuda de \$84.766.642, la cual se incrementa en el año 2 en \$86.947.239, pero, entre los años 3 y 4 la deuda



disminuyó a \$10.915.124. Ahora bien, en el año 5 logramos recuperar la inversión y generaríamos un total de utilidad de \$75.950.800 en este plazo.

6.9.5 Análisis de riesgo

Revisando el VAN podemos decir, que nos arroja como resultado una inversión positiva de \$195.542.553 lo cual significa que la inversión es factible. Ahora, con una tasa del 10% el TIR nos dice que a un plazo de 5 años alcanzamos un valor superior a la tasa en 64,31% lo cual significa que la inversión en principio es factible.

6.9.6 Análisis de sensibilidad y plan de contingencia

VALORES ACTUALES	AÑO 1 ESCENARIO	
	OPTIMISTA (+20%)	PESIMISTA (-20%)
Unidades de Matrícula	20	-16
Precio matrícula	\$59.500	\$59.500
Total ingresos por matrícula	\$1.190.000	\$952.000
Unidades de pensión	136	-109
Precio pensión	\$281.452	\$281.452
Total ingresos por pensión	\$38.277.472	\$30.678.268
Total ingresos (matrícula + pensión)	\$39.467.472	\$31.630.268

Tabla 44. Cambios de la demanda. Elaboración propia

En la tabla anterior, podemos evidenciar que al hacer el análisis en los cambios de la demanda tenemos que, si llegamos a tener un 20% menos de ventas proyectadas en el primer año, igualmente tendríamos ingresos de \$31.630.268, lo que es un



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

excelente pronóstico que indica además que nuestras proyecciones son equilibradas (no excesivas) y se enmarcarían en las posibilidades reales.

Facultad de Educación

Sin embargo, de llegar a presentarse dicha situación pensaríamos en un plan de contingencia que involucraría replanteamiento de las estrategias de mercado (promociones, por ejemplo), mayor y más estratégica inversión en publicidad e incluso la implementación de la modalidad de venta uno a uno.

CAMBIOS EN LOS COSTOS	Valores actuales	AÑO 1	
		Escenario	
		Optimista (-10%)	Pesimista (+10%)
Gastos variables	\$18.250.704	-\$16.425.634	\$20.075.774
Gastos fijos	\$45.568.713	-\$41.011.842	\$50.125.584
Total gastos	\$63.369.417	-\$57.437.475	\$70.201.359

Tabla 45. Cambios en los costos. Elaboración propia

En el gráfico anterior se plantean dos situaciones hipotéticas: La reducción y el aumento de los gastos variables y fijos del plan de negocios, ambos en un porcentaje de 10% anual. Ante la elevación de dichos costos, lo cual es poco probable al menos en esta proporción del 10%, el plan de contingencia incluiría continuar estimando un 7% de posible aumento anual en los flujos de caja proyectados, esto reduciría el impacto de este incremento. Además, se pensaría en una reestructuración de las estrategias de aprovisionamiento que contempla la realización de compras periódicas y al por mayor y el diligenciamiento constante de inventarios, esto podría reflejar disminución en costos. Otra estrategia de este plan sería utilizar en mayor proporción material didáctico no fungible, pues este brinda la posibilidad de reutilización a largo plazo.



Frente a la posibilidad de que disminuyan los costos, la empresa aprovecharía para generar utilidades mediante la oferta de un servicio con menos costos de producción, conservando la calidad del mismo.

7. ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

Este proyecto plantea generar impactos directos, indirectos, económicos, sociales y ambientales, los cuales describiremos a continuación:

- **Impacto directo:**

La creación y puesta en marcha de la propuesta de emprendimiento “Innovación Educativa” contribuiría al desarrollo de la región en la medida en que generaremos 7 empleos para la comunidad en un periodo de cinco años y aporta a la dinámica económica del municipio pues los recursos financieros requeridos para materializar esta empresa empezarían a moverse en esta esfera a través de la compra y venta de bienes y servicios y en especial en pago de impuestos.

Por otra parte, contribuiremos de manera significativa al crecimiento del sector económico (el terciario o de servicios) el cual ha tenido un comportamiento similar al observado en el 2016, con tasas de crecimiento del 2%. Este aporte se evidenciaría en la medida en que este emprendimiento fomentara en el contexto el interés por invertir en la producción de servicios, especialmente de educación a la primera infancia, lo que a su vez podría generar en los proveedores de insumos requeridos para este tipo de empresas, la necesidad de competir por ejemplo a través de la reducción de precios o aumento de oferta; lo que nos podría beneficiar en la medida en que abriría la posibilidad de desarrollar las labores de producción



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

con bajos costos conservando la calidad y manteniendo así satisfecho al segmento de clientes, el cual se puede incrementar también a la vez que se genera en el municipio “la cultura” de interés por el acompañamiento al desarrollo infantil mediante el acceso a servicios de atención y formación para los niños y las niñas.

- **Impacto indirecto:**

Las afectaciones de este tipo son aquellas que se generan con la creación de esta empresa de manera no planificada o indeliberada, es decir, que no se establecieron como objetivos primarios al momento de formulación del proyecto emprendedor. En este orden de ideas, el impacto indirecto producido por nuestra propuesta se evidencia por la generación de ventas (y por tanto utilidades) a empresas proveedoras de material requerido en la empresa y a la inmobiliaria encargada del arriendo del local, y a su vez empleo a los funcionarios de las mismas; el fomento de oportunidades a los practicantes de programas de formación en la línea de la atención y/o formación a la primera infancia, en la medida en que se ofrece el Centro como escenario para el desarrollo de prácticas; y la promoción de oportunidades de empleo informal a personas que ofrecen por ejemplo servicios de transporte público, acarreos, albañilería, etc.

- **Impacto Social:**

El centro de servicios pedagógicos Innovación Educativa, centra su atención en contribuir al desarrollo de los niños y las niñas mediante una propuesta que promueve la estimulación temprana y prenatal. De esta forma, la empresa, promueve la ampliación de la oferta de educación inicial en el municipio brindando así, una atención integral a los niños y niñas, esto, ayuda a fortalecer las prácticas de crianza que son implementadas por los padres para el cuidado de sus hijos.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Facultad de Educación

A su vez, el centro se convertirá en promotor del desarrollo económico de la región en la medida en la que brinda la posibilidad de generar empleo a la población. También, abre sus puertas para que los estudiantes que estén en su etapa de prácticas puedan realizarlas en dicho centro, claro está, sólo serán practicantes cuyas carreras sean afines a los perfiles que la empresa necesita.

- **Impacto ambiental:**

El centro de servicios pedagógicos Innovación Educativa, contribuirá al cuidado del medio ambiente en la medida en la que en dicho centro se implementarán recipientes en donde se podrán separar los residuos (plásticos, cartón, vidrio...) y estos, serán utilizados para elaborar material didáctico que posteriormente será usado en las sesiones de estimulación. De igual forma, una vez al mes se realizarán sesiones grupales que estén encaminadas a que las familias desde sus hogares puedan contribuir al cuidado de su entorno.

UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

1 8 0 3



MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

Actividad	Áreas implicadas:	Descripción	Impacto ambiental:	Control operacional	Costos de implementación
Reutilización de materiales sólidos.	Centro de servicios pedagógicos.	Durante las sesiones de estimulación se optará por trabajar (en el mayor de los casos) con material reciclable.	Contaminación del suelo, aire y agua.	Reutilizar los residuos sólidos para la elaboración de material educativo.	\$50.000
	Aspecto ambiental: Generación de residuos aprovechables.		Recurso afectado: Suelo, Aire y Agua		Costos de mantenimiento \$600.000
Tipos de residuos.	Áreas implicadas: Sala de estimulación del centro.	Descripción En algunas sesiones de estimulación grupal se implementarán actividades para que los usuarios aprendan a separar los residuos de sus hogares.	Contaminación del suelo, aire y agua.	Cuidado del medio ambiente, por medio de la separación de residuos.	\$160.000
	Aspecto ambiental: Separación de los residuos.		Recurso afectado: Suelo, Aire y Agua.		Costos de mantenimiento \$120.000

Tabla 46. Matriz de impacto ambiental. Elaboración propia



En este apartado se describe el Plan de Implementación de la propuesta de emprendimiento “Centro de Servicios Pedagógicos: Innovación Educativa”, este, contiene el cronograma de actividades a desarrollar en el marco de la constitución y puesta en marcha ésta. Además, expone objetivos de la empresa y las acciones que permitirían su consecución, asignándose plazos y responsables.

7.1.1 Cronograma de actividades de puesta en marcha

Tarea	Actividad	MES					Responsables
		1	2	3	4	5	
1	Realizar trámites de constitución y formalización de la empresa						Director
2	Identificar asesor contable y jurídico						Director
3	Gestionar arrendamiento de inmueble						Director
4	Gestionar licencias de funcionamiento						Director
5	Iniciar adecuaciones de infraestructura						Director
6	Comprar equipos, muebles y enseres						Director Coordinadora pedagógica
7	Iniciar ejecución del plan de comunicaciones y mercadeo						Director Coordinadora pedagógica Agentes educativos



Facultad de Educación
7.1.2 Plan de acción por objetivos

OBJETIVO	RESULTADOS ESPERADOS	ACTIVIDADES
<p>Lograr que la empresa sea reconocida a nivel local y regional por la prestación de servicios profesionales.</p> <p>LÍNEAS DE ACCIÓN Capacitaciones</p>	<p>Actualización y cualificación de los conocimientos, metodologías y estrategias, de los profesionales que conforman el equipo de trabajo de la empresa.</p>	<p>Se realizarán tres capacitaciones anuales.</p> <p>PLAZO Cada 4 meses</p> <p>RESPONSABLE Coordinadora pedagógica.</p>
<p>OBJETIVO Sensibilizar a la población Caucasiana sobre la importancia de la estimulación en el desarrollo infantil, resaltando las ventajas de realizar dicha práctica en el entorno familiar.</p> <p>LÍNEAS DE ACCIÓN Publicidad</p>	<p>RESULTADOS ESPERADOS Incremento de la preferencia y la intención de compra de la población de los estratos 3, 4 y 5 por servicios de estimulación a domicilio.</p> <p>ACTIVIDADES -Notas radiales -Videos divulgados por redes sociales y el portal web de la empresa -Afiches. -Volantes</p>	<p>PLAZO Meses de Noviembre, diciembre y enero.</p> <p>RESPONSABLE Director Coordinadora pedagógica Agentes educativos</p>
<p>OBJETIVO Prestar servicios pedagógicos y de estimulación en el marco de la legalidad.</p> <p>LÍNEAS DE ACCIÓN Revisión documental</p>	<p>RESULTADOS ESPERADOS Recibir legitimación por parte del Estado y reconocimiento en la comunidad, como empresa confiable.</p> <p>ACTIVIDADES</p>	<p>PLAZO A. Meses de Enero, febrero y marzo del primer año de operación. B. Actividad constante.</p>



<p>Diligencias de formalización empresarial.</p>	<p>A. Realizar la inscripción a las entidades que se requiera para legalizar la empresa y diligenciar en éstas, los documentos legítimos que requiera</p> <p>B. Consultar constantemente sobre las modificaciones que se realicen a nivel legislativo en la atención y formación a la primera infancia.</p>	<p>RESPONSABLES</p> <p>Emprendedoras. Director</p>
<p>OBJETIVO</p> <p>Obtener del servicio de estimulación una rentabilidad anual del 20%.</p>	<p>RESULTADOS ESPERADOS</p> <p>Lograr una disminución en los costos de producción que permita incrementar utilidades, sin afectar la calidad del servicio.</p>	<p>PLAZO</p> <p>Actividad constante.</p>
<p>LÍNEA DE ACCIÓN</p> <p>Estrategia de aprovisionamiento.</p>	<p>ACTIVIDADES</p> <p>-Realizar compras al por mayor y periódicamente, esto nos permite acceder a descuentos e incluso crédito por parte de los proveedores, con los cuales se establecería una relación estratégica de negocios.</p>	<p>RESPONSABLE</p> <p>Director.</p>

Tabla 48. Plan de acción por objetivos. Elaboración propia

8. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

8.1 HORIZONTE ORGANIZACIONAL

8.1.1 Misión



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Innovación Educativa es una organización comprometida con el desarrollo de la primera infancia del municipio de Cauca, que a través de la prestación de servicios de estimulación y formación profesional, personalizados y enriquecidos con herramientas virtuales, contribuye al desarrollo social de la región.

8.1.2 Visión

Innovación Educativa se posicionará en el municipio de Cauca y otros sectores de la subregión del Bajo Cauca como referente en prestación de servicios profesionales de estimulación y formación que promueven el desarrollo integral de la primera infancia.

8.1.3 Valores empresariales

El centro de servicios pedagógicos Innovación Educativa tendrá como valores empresariales los siguientes:

- **Profesionalismo:** Los servicios ofrecidos por Innovación Educativa serán prestados por profesionales con una excelente formación a nivel conceptual y metodológico en educación y desarrollo infantil.
- **Respeto:** Este valor será el cimiento de las relaciones de negocio, atención y comunicación que Innovación Educativa sostendrá con sus clientes, proveedores, empleados y socios.



• **Confidencialidad:** En consonancia con la ética empresarial y profesional de la organización y los lineamientos legales, Innovación Educativa garantiza confidencialidad en el manejo de la información de sus clientes.

- **Comunicación y diligencia:** Innovación Educativa mantendrá una comunicación constante y asertiva cliente-empresa y responderá de manera responsable, oportuna y amable a cualquier inquietud, queja o sugerencia manifestada por los usuarios.

8.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA/PROYECTO

Esta propuesta emprendedora se plantea alcanzar los siguientes objetivos, encaminados a aspectos financieros, investigativos, de aprendizaje y enfocados hacia los clientes y los procesos internos de la empresa:

- El primer año de operación, vender como mínimo el 50% de los servicios de estimulación prenatal y temprana que podemos producir de acuerdo con nuestra capacidad instalada, lo cual serían 16 usuarios activos.
- Obtener del servicio de estimulación una rentabilidad anual del 20%.
- Lograr una disminución en los costos de producción que nos permita incrementar utilidades, sin afectar la calidad del servicio.
- Conseguir financiamiento en fondos de emprendimiento del Estado.
- Establecer relaciones de comunicación constante entre la empresa y los clientes para la prestación de servicios y la atención oportuna de sus observaciones, sugerencias, quejas y reclamos.



● ~~Administrar rigurosamente la contabilidad de la empresa de modo que no solo sostenga y crezca, sino que se genere rentabilidad para los accionistas de la misma.~~

Facultad de Educación

- Vincular a cada miembro de la empresa por medio de un contrato (por prestación de servicios o a término fijo) que les garantice el acceso a todas las prestaciones sociales reglamentarias.
- Los profesionales que laboran en el Centro cualificarán constantemente sus conocimientos, metodologías, estrategias, planeaciones y demás, para responder a las diversas necesidades de los usuarios de los servicios.
- Los profesionales, respetarán los cronogramas que se han establecidos para la prestación de cada servicio, logrando que la empresa sea reconocida por el compromiso y la entrega “a tiempo”.
- Conservar siempre un stock promedio de los materiales requeridos para la prestación de servicios, de modo que pueda responderse si se presenta una demanda inesperada.
- Establecer una relación y comunicación cortés, cercana y respetuosa con los clientes, proveedores y empleados.
- Realizar al menos tres capacitaciones anuales con profesionales expertos en las temáticas del desarrollo infantil con el fin de que los profesionales del centro logren actualizar sus saberes y adquirir nuevos aprendizajes.
- Realizar búsquedas periódicas por medio de internet con el fin de que los profesionales del centro mejoren sus metodologías y mejoren las estrategias de atención a las necesidades de los clientes.
- Realizar entrevistas a diversos profesionales con la intención de generar aprendizajes para los trabajadores, los usuarios del centro y llevar a cabo la actualización constante de la página web.
- Desarrollar propuesta de formación a la comunidad con la intención de que sean apoyadas económicamente por la alcaldía municipal.



- ~~Generar experiencias de aprendizaje por medio de proyectos educativos encaminado a la comunidad y la población infantil del municipio de Caucasia.~~
Facultad de Educación
- Desarrollar un proyecto de investigación acerca de la incidencia e importancia de la estimulación temprana y prenatal en casa.

8.3 ANÁLISIS DOFA (DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALECES Y AMENAZAS)

Análisis externo	
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Actualmente, en el municipio de Caucasia no existen empresas que ofrezcan el servicio de estimulación prenatal y temprana de manera profesional, privada, personalizada y a domicilio, enfocado en la población de los estratos tres en adelante. - Existen instituciones y organizaciones como Fondo Emprender que apoyan con recursos financieros o capacitación, las propuestas de emprendimiento de estudiantes.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> - En el municipio de Caucasia se ha construido socialmente una tendencia o preferencia de las familias por acceder a servicios de atención y formación a la primera infancia, ofrecidos en establecimientos (físicos) como jardines, instituciones educativas y CDI. - Los lineamientos legales (leyes, políticas públicas, decretos) que reglamentan las instituciones prestadoras de servicios de atención y formación a la primera infancia, actualmente se están reconfigurando, lo que genera incertidumbre en el planteamiento de ideas de negocio enfocadas a la prestación de servicios de este tipo.
Análisis interno	
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - No contar con el capital financiero para la creación de la empresa y el inicio de su operación. - Ser una empresa nueva en el mercado de la región y



estar conformada por profesionales que, por su poca experiencia laboral no cuentan con reconocimiento ante la comunidad.

Fortalezas

- Los creadores de la propuesta de emprendimiento son profesionales en pedagogía infantil, expertos en educación, didáctica y desarrollo infantil, además del trabajo con infancia, familia y comunidad en distintos contextos: comunitario, familiar, institucional... Este equipo de trabajo cuenta además con capacidades en el manejo de recursos y herramientas tecnológicas, y se caracteriza por la práctica de valores como la disciplina, el respeto la ética profesional, la responsabilidad social y el compromiso con el cuidado del medio ambiente.
- Los creadores de la idea de negocio son profesionales formados en la Universidad de Antioquia, institución pública de educación superior reconocida por la calidad educativa y aceptada con éxito en el campo laboral.

Tabla 49. DOFA. Elaboración propia

8.4 ANÁLISIS MECA (MANTENER, EXPLORAR, CORREGIR, AFRONTAR)

ASPECTO	ANÁLISIS ESPECÍFICO
Mantener las Fortalezas	<p>Para conservar la profesionalidad con la que se identifica la empresa, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar tres capacitaciones anuales para la actualización y cualificación de los profesionales que conforman el equipo de trabajo. - Desarrollar encuentros mensuales para la evaluación y cualificación de las estrategias metodológicas implementadas para la prestación del servicio, partiendo de las necesidades e intereses de los usuarios y del seguimiento y resultados del proceso. - Todas las actividades -selección de metodología, temáticas, enfoque, objetivos- realizadas para la



	<p>construcción de la propuesta educativa del servicio, serán lideradas por un licenciado en pedagogía infantil.</p> <ul style="list-style-type: none">- Se indagará constantemente sobre nuevas herramientas tecnológicas (hardware o software) que incrementen el valor de los servicios y se cualificará el equipo de trabajo en éstas.
Explotar las Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">- Gestionar con entidades bancarias o cooperativas financieras, los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de la propuesta de emprendimiento.- Gestionar recursos con Fondo Emprender para la financiación y sostenimiento de la propuesta de emprendimiento.- Establecer alianzas con la alcaldía municipal para llevar a cabo programas educativos a la comunidad.
Corregir las debilidades	<ul style="list-style-type: none">- La publicidad se convierte en el medio más eficaz para el logro de reconocimiento de una empresa nueva, por ello proponemos promocionar a través de diversos medios (afiches, volantes, plegables, perifoneo, voz a voz, notas radiales...) los servicios ofrecidos por la empresa.- Buscar financiamiento a través de diferentes entidades públicas y privadas.
Afrontar las amenazas	<ul style="list-style-type: none">- Consultar constantemente sobre las modificaciones que se realicen a nivel legislativo en la atención y formación a la primera infancia.- Sensibilizar a la población Caucasiana sobre la importancia de la estimulación en el desarrollo infantil, resaltando las ventajas de realizar dicha práctica en el entorno familiar y de este modo generar interés por la adquisición de este servicio a domicilio.- Promocionar la sala de estimulación temprana y prenatal del centro como un espacio adicional donde las familias puedan participar de encuentros grupales que apuntan al desarrollo integral de sus hijos.

Tabla 50. MECA. Elaboración propia

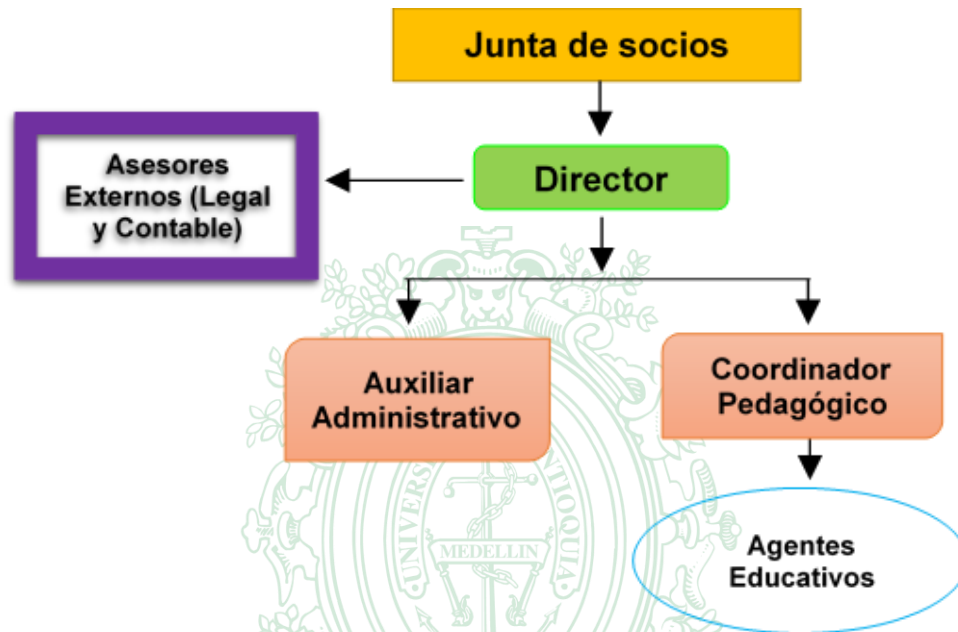


Figura 4. Organigrama. Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior, la junta de socios está compuesta por aquellas entidades que se convierten en proveedoras o financiadoras de la empresa. Ahora, en este organigrama no se encuentra el diseñador gráfico, pues este no estará vinculado directamente con la empresa, sino que se le pagará por el servicio requerido, en este caso por el diseño de la página web.

8.5.1 Cargos y funciones

A continuación, se describen los cargos y funciones de los miembros mencionados en el organigrama anterior:

Nombre del cargo	Director general
Tipo de contrato	Vinculación a término definido, por un año.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Compensación económica	\$737.717
Formación académica	Profesional
Experiencia requerida	6 meses de trabajo con primera infancia en el contexto familiar o institucional, participación en proyectos educativos.
Perfil ocupacional	<p>Conocimientos: contabilidad, administración, educación inicial.</p> <p>Habilidades: Manejo de herramientas digitales (al menos office), gestión estratégica del tiempo y el dinero, de recursos humanos y de alianzas estratégicas.</p> <p>Actitudes: Responsable, honesto, capacidad para comunicarse y trabajar en equipo, comprometido con la primera infancia, honesta, con sentido de pertenencia.</p>
Dedicación	Medio tiempo dedicado exclusivamente a desempeñar funciones administrativas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> -Velar por los procesos de contratación de la empresa. -Contrato de ventas y proveedores. -Cobranzas. - Establecer contacto con la asesoría contable y legal (prestaran sus servicios cuando sean requeridos mediante la revisión de documentos y realización de trámites propios de su disciplina). -Velar por el cumplimiento tributario de la empresa. -Velar por el mantenimiento de la infraestructura de la empresa. - Gestionar alianzas estratégicas. - Liderar procesos de comunicación y publicidad.

Tabla 51. Director general. Elaboración propia

1 8 0 3

Nombre del cargo	Agente educativo
Tipo de contrato	Vinculación a término definido, contratos por un año
Compensación económica	\$1.106.575
Formación académica	Lic. Pedagogía infantil
Experiencia requerida	Mínimo 6 meses



- Diseño e implementación de proyectos pedagógicos que se ajuste a las características, necesidades e intereses de la población objeto.
- Realiza la observación y caracterización del desarrollo de los niños y niñas que conforman el grupo con el fin de enriquecer la planeación de las actividades pedagógicas.
- Planea semanalmente las actividades pedagógicas que se realizarán con los niños y niñas (Entorno Institucional) y sus familias (Entorno Familiar) teniendo en cuenta que esta planeación se desarrolle de manera articulada al Proyecto Pedagógico y a las necesidades e intereses de los niños y niñas.
- Sostiene una comunicación permanente con los padres, madres o adultos responsables de los niños y niñas con el fin de identificar las situaciones favorables al desarrollo y promover el restablecimiento de derechos cuando estos sean afectados por amenaza o vulneración.
- Participa en el diseño e implementación de las estrategias de planeación, seguimiento y evaluación del proceso que lleva con los niños y niñas.

Habilidades:

- Comprender necesidades y diferencias individuales y culturales de los niños.
- Capacidad para organizar un ambiente enriquecido y planificar experiencias pedagógicas significativas para los niños y niñas.
- Expresarse claramente.
- Potenciar el trabajo con los niños, niñas y las familias.
- Capacidad de observación de los niños, de acompañar e intervenir para enriquecer las acciones de las niñas y de los niños.

Actitudes:



Facultad de Educación

Licenciado en pedagogía infantil competente para trabajar en el área de la educación infantil, la gestión de proyectos sociales, la investigación y el desarrollo de proyectos orientados al trabajo con, por y para la infancia. Dicho profesional, cuenta con el manejo de herramientas informáticas, con capacidad para gestionar el tiempo, trabajar en equipo y la responsabilidad para llevar a cabo sus funciones.

Dedicación	Este profesional laborará tiempo completo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar planeaciones en torno a la estimulación temprana y prenatal. - Mantener un contacto de respeto con los clientes. - Mantener al día sus conocimientos. - Desarrollar sesiones en casa y grupales de estimulación temprana y prenatal.

Tabla 52. Agente educativo. Elaboración propia

Nombre del cargo	Auxiliar Administrativo
Tipo de contrato	Contrato por prestación de servicios.
Compensación económica	\$737.717
Formación académica	Bachiller académico
Experiencia requerida	Mínimo 6 meses en atención y servicio al cliente.
Perfil ocupacional	<p>Conocimientos: Formación y experiencia en atención de calidad a clientes y manejo de herramientas digitales.</p> <p>Habilidades: Gestión del tiempo.</p> <p>Actitudes: Responsable, excelente presentación personal y buenas habilidades comunicativas.</p>
Dedicación	Jornada laboral normal, 8 horas.
Funciones	Este miembro de la empresa se encargará de la atención a los usuarios, presentar los servicios, manejar la documentación física y digital de la empresa y los clientes, de los procesos de matrícula y de manejar la línea telefónica y correo electrónico de la empresa.

Tabla 53. Auxiliar administrativo. Elaboración propia



9.1 COMPONENTE CONCEPTUAL

9.1.1 Concepción filosófica del ser humano

Innovación Educativa asume a sus clientes desde una perspectiva humanista pues concibe al hombre como un ser capaz, no sólo de conocer y representar el mundo de manera verdadera, racional y objetiva, sino sobre todo de recrearlo y transformarlo demostrando así la libertad, la creatividad y el poder de este⁵⁵. Asimismo, reconocemos al sujeto como un ser social pues nace y vive en una sociedad sin la cual no podría existir⁵⁶, por ello, buscamos desarrollar su potencial partiendo de sus necesidades, experiencias e intereses particulares.

9.1.2 Concepción antropológica del ser humano

El centro de servicios pedagógicos asume a los seres humanos como individuos biopsicosociales, pues al ser sujetos integrales que se desenvuelven dentro de un ambiente influyen en él un sinnúmero de características biológicas, psicológicas, sociales y espirituales⁵⁷, de esta forma, es un individuo dotado de conciencia, inteligencia, voluntad, intencionalidad, afectividad y creatividad.

9.1.3 Concepción pedagógica

⁵⁵ VELASCO, Ambrosio. Humanismo. UNAM, 2009. P. 12

⁵⁶ PERALTA, Aliaga y PORFIRIO, Didier. CAPITULO I “Naturaleza social del ser humano”

⁵⁷ PALACIO, Marina y ESCORCIA de Vásquez, Isabel. El ser humano como una totalidad. En Salud Uninorte, 2003 núm. 17, pp. 3-8



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

En nuestra institución los procesos de enseñanza y aprendizaje se asumen desde las corrientes pedagógicas constructivista y sociocultural, siendo el psicólogo ruso Lev Semionovitch Vygotsky el máximo exponente de ésta última.

Compartimos la tesis del constructivismo que afirma que “el aprendizaje es una construcción del sujeto a medida que organiza la información que proviene del medio cuando interacciona con él, que tiene su origen en la acción conducida con base en una organización mental previa,”⁵⁸ pues le apostamos a la idea de un aprendizaje centrado en el estudiante, donde si bien se requiere de la existencia de un mediador y un medio, se concibe al estudiante (y él se autoreconoce) como el protagonista en su propio proceso de formación. Desde el constructivismo no se pretende reemplazar arbitrariamente los saberes previos del sujeto que aprende por nueva información, sino poner en diálogo ambos conocimientos permitiendo así “reestructuraciones cognitivas que [...] permitan atribuirle significado a las situaciones que se le presentan”.⁵⁹ Este conocimiento que es comprendido, analizado, interiorizado e implementado por el sujeto en situaciones concretas para la resolución de problemas es el que desde nuestra organización de servicios pedagógicos pretendemos fomentar.

Convencidos de la aptitud del ser humano para el aprendizaje, pero reconociendo a su vez su innegable carácter social, comprendemos que la interacción social desempeña un relevante papel en el desarrollo, entre otras, de las capacidades cognitivas. Es por ello, que apoyados en la teoría sociocultural para afirma que “el aprendizaje se desarrolla en un contexto social y cultural determinado y como tal es un sistema abierto y regulable, donde a través de la mediación adecuada de los

⁵⁸ SARMIENTO, Mariela. La enseñanza de las matemáticas y las ntic. una estrategia de formación permanente. UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI, 2007. P.32

⁵⁹ Ibid. p. 45



adultos se desarrolla el aprendizaje potencial de los niños.”⁶⁰ Desde esta línea de ideas, es errado pensar al maestro como un instructor o único portador de la cultura cuya función es transmitir conocimiento, por el contrario es un agente de cambio que debe comprometerse con la promoción de interacciones constantes y enriquecedoras entre el sujeto que aprende, su entorno (social, cultural e histórico) y los demás, constituyéndose de este modo la enseñanza como una actividad sociocomunicativa y cognitiva.

9.2 COMPONENTE METODOLÓGICO

9.2.1 Rol del sujeto que enseña

Desde la propuesta pedagógica del Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa, el maestro se concibe como un **agente de cambio social** y (al igual que los estudiantes) protagonista en el acto educativo, en la medida en que participa activamente del diseño, desarrollo, implementación y evaluación curricular; y reconociendo “el carácter variable, situacional e incierto de la enseñanza”⁶¹ se muestra abierto y comprometido con la necesidad de innovar, siempre, a partir de una lectura crítica y reflexiva del contexto que le permita identificar las características, necesidades e intereses del sujeto que aprende y de este modo tomar decisiones pertinentes frente a la selección de temáticas, metodologías y recursos que favorezcan la construcción de un ambiente educativo propicio para su aprendizaje. La formación didáctica y pedagógica del maestro, le permitirá, además, desempeñar su encargo social de hacer comprensibles los conocimientos de las distintas áreas del saber para el sujeto en formación, motivándolo a pensar,

⁶⁰ SARMIENTO. Op. Cit., p.48.

⁶¹ SARMIENTO. Op. Cit., p.45.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

descubrir, analizar, reflexionar y tomar postura frente a su propio proceso de formación.
Facultad de Educación

El profesional en educación del equipo de trabajo de esta organización se interesa y es capaz de generar transformación en el entorno desde la formación integral a la comunidad, se destaca por sus excelentes habilidades comunicativas y capacidad de trabajo grupal y cooperativo.

9.2.2 Rol de sujeto que aprende

El sujeto que aprende es reconocido en esta empresa como un ser integral que al estar inmerso en un contexto social donde interactúa con otros y con el entorno mismo, ha logrado tejer representaciones, concepciones y saberes que deben ser tenidos en cuenta como punto de partida por el profesional que dirija su proceso educativo. Este educando, se reconoce además como un sujeto capaz de acercarse, comprender e implementar en situaciones reales (resolución de problemas) los distintos conocimientos que construye, mostrándose sensible y reflexivo frente a éstos.

El servicio de estimulación ofrecido en el Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa pretende lograr en el sujeto que aprende el potenciamiento de cada una de las dimensiones del desarrollo -comunicativa, socioafectiva espiritual, ética, estética y cognitiva- a la vez que promueve su constitución como ser autónomo, responsable, inteligente y capaz de trabajar en equipo.

9.3 PLAN DE ESTUDIO

Los contenidos que se proponen en el plan de estudios del Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa son de tipo procedimental entendidos estos como un conjunto de acciones ordenadas y orientadas a la consecución de una



meta, y de tipo actitudinal referidos a actitudes, valores, tendencias o disposiciones.

Facultad de Educación

Se seleccionan este tipo de contenidos, desde el objetivo de trascender la transmisión de información maestro-aprendiz y propiciar espacios educativos que más que la memorización de contenidos, fomenten a través de la experimentación, la interiorización de dichos temas y la transformación de prácticas y actitudes que fortalezcan el desarrollo infantil en todas sus dimensiones. De igual manera, es importante resaltar que se clasifica a la población usuaria del servicio en grupos, debido a las diversas características y necesidades que se presentan entre un rango de edad y otro.

A continuación, se enuncian las temáticas planteadas para desarrollar en los encuentros educativos, sin embargo, el equipo encargado del área pedagógica estará abierto a incluir temáticas que la población objeto solicite u otras que se demanden a partir de las demandas o tendencias sociales, incluyendo las que desde la ley se establezca que deben incorporarse.

MADRES GESTANTES

MADRES LACTANTES

Psicoprofilaxis:

- Sentimientos frente al embarazo.
- Cambios físicos durante el embarazo.
- Desarrollo del bebé.
- Importancia de los controles prenatales.
- Autocuidado e higiene durante el embarazo.
- Ambientes saludables.
- Alimentación durante el embarazo.
- Vínculo afectivo.

Lactancia materna:

- Mitos sobre la lactancia.
- El calostro.
- Importancia de lactar al bebé.
- Técnicas y posturas para amantar.
- Alimentación de la madre durante la lactancia.
- Higiene al momento de lactar.
- Vínculo afectivo.
- Ambientes saludables.

NIÑOS DE 0 A 6 MESES



Estimulación prenatal:

Facultad de Educación

- Importancia de la estimulación prenatal.
- Técnicas auditivas.
- Técnicas visuales.
- Técnicas táctiles.
- Técnicas motoras.
- Vínculo afectivo.
- Vinculación del grupo familiar.

Puericultura (puerperio, parto y post parto):

- Conocimientos previos frente al parto.
- Sentimientos frente al parto.
- Ejercicios de relajación para la madre.
- Cuidado e higiene.
- Parto sin temor = parto sin dolor.

- Cuidados e higiene del recién nacido.
- Crecimiento y desarrollo.
- Controles del recién nacido.
- Importancia de la vacunación.
- Ambientes saludables.

Estimulación infantil:

- Reflejos del bebé.
- Masajes.
- Técnicas auditivas.
- Técnicas visuales.
- Técnicas motoras.
- Técnicas del lenguaje.

- Vínculo afectivo.
- El baño como experiencia enriquecedora.

NIÑOS DE 6 A 12 MESES

- Crecimiento y desarrollo del niño.
- Esquema de vacunación.
- Lactancia materna.
- Alimentación complementaria.
- Cuidados e higiene.
- Ambientes saludables.
- Inquietudes y miedos de los cuidadores.
- Vínculo afectivo.

Estimulación infantil:

- Técnicas auditivas.
- Técnicas visuales.
- Técnicas del lenguaje
- Técnicas táctiles.
- Motricidad fina y gruesa.
- Juegos y juguetes.

NIÑOS DE 1 A 2 AÑOS

- Crecimiento y desarrollo del niño.
- Esquema de vacunación.
- Alimentación complementaria.
- Cuidados e higiene.
- Ambientes saludables.
- Inquietudes y miedos de los cuidadores.
- Vínculo afectivo.
- Aprendiendo a ir al baño.
- Hábitos saludables.

Estimulación infantil:

- Técnicas auditivas.
- Técnicas visuales.
- Técnicas del lenguaje
- Técnicas táctiles.
- Motricidad fina y gruesa.
- Juegos y actividades.



- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Higiene y ambientes saludables. - Alimentación. - Sentimientos e inquietudes de los padres de familia. - Vínculo Afectivo. - Aproximación con el medio que lo rodea. - Autoestima. - Las rabietas. - ¿Cómo lidiar con los miedos? - Límites y normas. - Obligaciones y tareas | <ul style="list-style-type: none"> - Higiene y ambientes saludables. - Alimentación. - Vínculo Afectivo. - Autoestima. - Las rabietas. - ¿Cómo lidiar con los miedos? - Límites y normas. - Obligaciones y tareas - Cuidado del medio ambiente. - Valores. - Preparación para la escuela. - Loncheras saludables. - Límites y normas. |
|--|--|

Estimulación temprana:

- Técnicas auditivas.
- Técnicas visuales.
- Técnicas del lenguaje
- Técnicas táctiles.
- Motricidad fina y gruesa.
- Juegos y actividades.
- Experimentación.
- Imaginación.

Estimulación temprana:

- Técnicas auditivas.
- Técnicas visuales.
- Técnicas del lenguaje
- Técnicas táctiles.
- Motricidad fina y gruesa.
- Juegos y actividades.
- Experimentación.
- Imaginación.

Tabla 54. Plan de contenido. Elaboración propia

9.4 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1 8 0 3

En este apartado se exponen las estrategias metodológicas que serán implementadas para orientar el acto educativo en Innovación Educativa, cabe señalar que se entiende por estrategia a “un procedimiento heurístico que permite tomar decisiones en condiciones específicas. Una estrategia de aprendizaje es una



forma inteligente y organizada de resolver un problema de aprendizaje.”⁶² En el contexto particular de la educación, estas acciones siempre deben ser planeadas, intencionadas y dotadas de sentido formativo.

La práctica pedagógica del Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa se desarrollará a través de la implementación de la estrategia de enseñanza-aprendizaje centrada en el proceso, taller educativo. Definido como “tiempo-espacio para la vivencia, la reflexión y la conceptualización; como síntesis del pensar, el sentir y el hacer [...] El taller, en síntesis, puede convertirse en el lugar del vínculo, la participación, la comunicación y por ende, en lugar de producción social de objetos, hechos y conocimientos.”⁶³ Este tipo de estrategias, están centradas en guiar a los estudiantes en la progresiva comprensión de elementos de conocimiento y en la aplicación de los mismos a circunstancias concretas.

La implementación de esta estrategia tanto en las sesiones personalizadas en casa como los encuentros grupales en el aula de estimulación implica que “el educador no enseñe, sino que guíe el aprendizaje, que no dé conocimientos, sino que señale hábilmente el camino para conquistarlos, que no transmita una verdad prefabricada, sino que conduzca a su descubrimiento.”⁶⁴ Para ello, el maestro debe tener conocimientos conceptuales sobre las temáticas a abordar en cada encuentro y empleando su saber pedagógico, estar capacitado para hacer comprensible dicho contenido estableciendo relaciones entre éste y el bagaje conceptual y cultural que posee todo sujeto en tanto social, en tanto ha aprendido en la relación con los demás y con su contexto. Siendo reiterativos, resaltamos la importancia de reconocer los saberes previos del sujeto que aprende, de hecho, varios autores⁶⁵ coinciden en

⁶² LATORRE, Marino y SECO DEL POZO, Carlos. Estrategias y técnicas metodológicas. UNIVERSIDAD “MARCELINO CHAMPAGNAT”, 2013. P.19

⁶³ PARRA, Doris. Manual de estrategias de enseñanza/aprendizaje. SENA, 2003. P.99

⁶⁴ Ibid. p.101

⁶⁵ PARRA. Op. Cit., p. 63.



~~afirmar que “Si se tuviese que reducir toda la psicología educativa a un solo principio, enunciaría éste: el factor más importante influye en el aprendizaje es lo que el alumno ya sabe.”~~
Facultad de Educación

Una vez planteado el sentido del taller educativo, cabe mencionar que si bien tendrá una estructura flexible y abierta contemplará básicamente los siguientes momentos: Saludo, establecimiento de acuerdos formativos y de convivencia, indagación por el estado del niño, la madre gestante o lactante y su grupo familiar, presentación del tema a abordar, exploración de conocimientos previos, desarrollo de actividades, momento de explicación de nociones conceptuales e importancia del tema y evaluación del encuentro.

En el desarrollo de los talleres, se incorporarán prácticas propias de las estrategias centradas en el sujeto que aprende, también conocidas como estrategias activas, las cuales se fundamentan en el autoaprendizaje, otorgan el rol de mediador al docente y promoviendo el desarrollo del pensamiento y el razonamiento crítico. Entre estas, el método de indagación en la cual el principal mediador didáctico lo constituye la pregunta, que según Dewey⁶⁶ “el papel del interrogante—la curiosidad, en cuánto actitud exploratoria, es la que da origen al pensamiento.” Esta estrategia es de suma importancia para un servicio de estimulación que pretende promover el despliegue y potenciamiento de todas las dimensiones del desarrollo infantil, pues si bien en un primer momento el niño pregunta solo por curiosidad, esas preguntas luego se traducen en problemas y en la búsqueda de una solución a éste se posibilita la generación de conocimientos, las preguntas son en últimas “las manos con las que el pensamiento explora el mundo.”⁶⁷

⁶⁶ PARRA. Op. Cit., p. 30.

⁶⁷ PARRA. Op. Cit., p. 30.



~~El juego se ha planteado desde el momento mismo de diseño del servicio de~~
Facultad de Educación
estimulación como herramienta didáctica idónea para el trabajo de formación y estimulación con los niños y niñas gracias a sus aportes al desarrollo de la creatividad, la comunicación y el aprendizaje. El método de juego de roles (también centrado en el proceso) se suma entonces a la propuesta pedagógica de esta organización, refiriéndonos aquí al juego no estructurado (si dirigido) a través del cual “las personas adquieren, modifican y desarrollan determinadas actitudes y habilidades con mayor facilidad, debido a que disminuye la natural resistencia al campo y la implicación emocional que se experimente”.⁶⁸ El juego caracterizará entonces la forma de aprender de los niños, madres y familias usuarias del servicio quienes mediante experiencias vivenciales, relacionarán los conocimientos nuevos con los previos, logrando construir nuevos significados.

Por último, cabe destacar que para la implementación de las estrategias propuestas el maestro debe realizar un diagnóstico que le permita entre otras cosas identificar la etapa del desarrollo del niño o de la madre gestante, reconociendo que en cada una de dichas etapas varían sus estrategias y operaciones cognoscitivas y por tanto debe reajustar si es necesario los ejercicios planteados de manera que puedan adecuarse al usuario y se logre la participación activa de éstos, mientras es reconocido como un sujeto de afectos, características, necesidades, intereses y vivencias particulares.

9.5 EVALUACIÓN

Innovación educativa concibe la evaluación como un proceso de investigación integral donde se acentúa la importancia de observar e interpretar situaciones y

⁶⁸ PARRA. Op. Cit., p. 19-20.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

experiencias, más que resultados numéricos⁶⁹. De esta forma, utilizaremos formatos evaluativos en donde se evaluará lo siguiente⁷⁰:

- Evaluación para valorar el proceso del niño al inicio y al final del programa estipulado para él, teniendo presente que cada niño debe ser comparado únicamente consigo mismo.
- Evaluación de los encuentros educativos por medio del dialogo y la retroalimentación.
- Evaluación de verificación de los aprendizajes de la familia al transitar de un nivel a otro.
- Evaluación del servicio.

Cabe señalar, la evaluación que se propone es de tipo Cualitativo, es decir, de carácter descriptivo y permite analizar los procedimientos, los recursos y las acciones de la práctica pedagógica interpretando los resultados obtenidos e indagando sobre las causas de éstos. Nuestro objetivo último con el proceso evaluativo es retroalimentar y reorientar los procesos educativos para que estos sean enriquecedores en la medida en que fomenten la construcción de aprendizajes y pertinentes, en tanto se muestren acordes a las necesidades e intereses de nuestros clientes.

⁶⁹ CUBERO, Karol y SVETLANA, Lucía. La evaluación cualitativa en el proceso enseñanza - aprendizaje como principio fundamental de una formación más humanista.

⁷⁰ Los formatos evaluativos se encuentran en los anexos.



10. CONCLUSIONES

- Si bien el saber del profesional en pedagogía infantil es la educación y el desarrollo de los niños y las niñas, participar de un proceso de formación en emprendimiento, administración y gestión educativa explorando de manera teórico-práctica los conceptos y procesos que ésta abarca, le da las herramientas necesarias para realizar estudios en el contexto que le permitan verificar la factibilidad de una idea emprendedora y diseñar modelos de negocios estratégicos y pertinentes para la creación y ejecución de organizaciones legales prestadoras de servicios educativos capaces de promover el desarrollo integral de los niños y las niñas y contribuir al desarrollo social de la región.
- A través de la investigación de mercados realizada pudimos comprobar que la propuesta de emprendimiento (Centro de Servicios Pedagógicos Innovación Educativa) es viable para implementarla en Cauca, en tanto ésta nos permitió acercarnos al contexto local, regional y nacional, observándose un interés notorio en la población por acceder a servicios con estas características y en las empresas, se visualizó una tendencia (reflejado en el análisis de la competencia y comportamiento del sector económico) a invertir y crear empresas dirigidas a la primera infancia, todo esto, en el marco del reconocimiento generalizado en el país por atender de manera prioritaria, oportuna y con calidad a todos los niños y niñas desde edades tempranas.



- El análisis técnico operativo ejecutado, nos permitió pensar y diseñar la forma más estratégica “hacer” en la empresa, siendo la metodología itinerante la seleccionada, por mostrarse como una alternativa metodológica idónea para el desarrollo de procesos educativos que permite una práctica pedagógica desde espacios físicos y de tiempo distintos a los tradicionales y, además, favorece el acceso a servicios educativos a poblaciones urbanas, dispersas y/o rurales lo que responde a necesidades de inclusión y equidad. La implementación de esta modalidad de intervención en empresas prestadoras de servicios educativos le permite reducir costos de producción, sin afectar la calidad del servicio. Este estudio, nos permitió además construir un inventario de todos los requerimientos materiales, con el cual en el estudio financiero pudieron calcularse el total de gastos (fijos y variables) que supone operación de la empresa; de este último estudio nombrado se confirma la viabilidad económica de la empresa, concluyendo que sería una empresa que se auto sostendría y además generaría utilidades para la junta de socios que la crearon.
- Los resultados obtenidos del análisis organizacional y legal permitieron dar cuenta de la posibilidad que existe en nuestro país de prestar servicios educativos de manera privada, siendo una actividad legítima regulada por el gobierno nacional, quien además estipula una serie de lineamientos y normas a las cuales nos acercamos con el fin de estudiarlas y conocerlas para actuar en el marco de la legalidad una vez sea puesta en marcha esta propuesta.
- Del análisis de impacto, se concluye que el pedagogo infantil es un profesional capaz de contribuir a la resolución de problemáticas que le afectan, como es el caso de la insuficiente oferta laboral de calidad en su



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

área, a través de la creación de empresas que le otorguen autonomía y oportunidad de conquistar una excelente calidad de vida. Desde esta línea puede también aportar al sistema económico de su contexto generando ofertas laborales, movimiento y crecimiento del sector de la economía en que se enmarca, etc.

- El reto de pensar y diseñar de manera organizada y estratégica un modelo pedagógico y curricular para población de distintas edades (por tanto con diversas características y necesidades) nos brindó los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para posicionarnos como líderes en lo que compete a la elaboración de programas, proyectos o empresas que estén orientadas a la formación de la primera infancia, no solo desde el ámbito pedagógico, sino también, desde el administrativo pues logramos evidenciar que podemos visionarnos en ambientes externos al contexto educativo y desde ahí, aportar con nuestro saber al desarrollo de la infancia.

UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA

1 8 0 3



11. RECOMENDACIONES

Una vez terminada esta propuesta de emprendimiento la cual es el fruto de un trabajo arduo en el que se produjo el intercambio de conocimientos y la generación de aprendizajes significativos, nos permitimos proponer algunas recomendaciones que consideramos pueden enriquecer la adecuada construcción de futuros proyectos de emprendimiento. Los profesionales que se aventuren a proponer y plasmar sus ideas de emprendedoras deberán reconocer que es un trabajo complejo y exigente que con persistencia será desarrollado y generará finalmente, crecimiento personal, académico y profesional. Entre otros, algunos de los elementos más importantes que han de ser tenidos en cuenta para la realización de un plan de negocios son los siguientes:

- Sin excepción, todos los componentes de un plan de negocio (análisis financiero, estudio de mercado, análisis técnico y operativo, entre otros) deben desarrollarse, pues cada uno tiene un objetivo particular que contribuye a la verificación de la factibilidad de la propuesta y al diseño de asuntos con los que debe contar la futura empresa tales como una estructura organizacional y legal, por ejemplo.
- Dada la complejidad, la variedad y la cantidad de componentes que abarca un plan de negocio, se hace indispensable establecer un cronograma de actividades en el cual se estipulen los tiempos establecidos y los responsables asignados para la realización de cada tarea.



Facultad de Educación

- En la investigación de mercados siempre será necesaria la implementación de instrumentos de recolección de datos para indagar con la población objeto sobre su percepción frente al proyecto emprendedor que se adelanta. En este momento, es fundamental posicionarse como profesionales objetivos frente al estudio que se desarrolla, es decir, se debe evitar la formulación de preguntas confusas o cuya estructura pueda inducir al entrevistado hacia aquella respuesta que espera el investigador; pues además de ser una práctica poco ética y deshonesto, en el caso del emprendimiento nos lleva a tener una visión irreal de la viabilidad de la idea de negocio, lo que casi que inevitablemente se podría traducir en futuros fracasos.
- El desarrollo de la gran mayoría de fases de la realización del plan de negocio implica la consulta de datos en diferentes fuentes e instancias, es de gran importancia conservar soportes físicos o digitales de dicha información, pues estos documentos corroborarán en el momento que sean requeridos, la legitimidad de las cifras, cotizaciones y demás datos presentados en el proyecto.

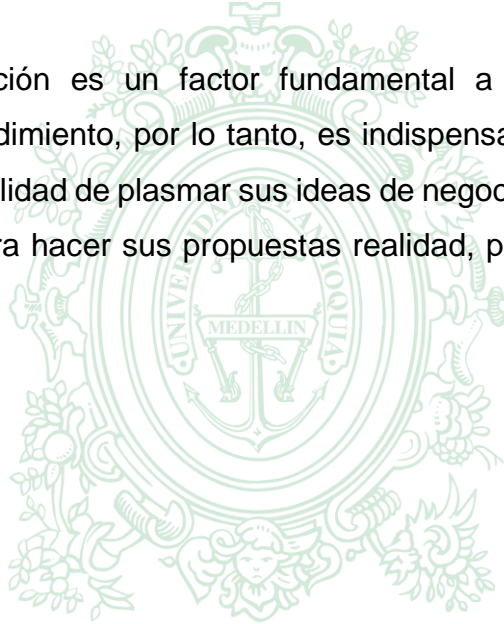
Ahora bien, consideramos que la Universidad de Antioquia debe establecer un canal de comunicación con las regiones en el cual se den a conocer programas o proyectos de emprendimientos a los cuales los estudiantes puedan tener fácil acceso, no obstante, se deben vincular a estos procesos de emprendimiento carreras que en ocasiones se considera que no son afines con la administración, por ejemplo, vincular a las licenciaturas cursos que vayan enfocados a la creación de propuestas de emprendimiento, pues se evidencia interés en los estudiantes por acceder a este tipo de proyectos.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Asimismo, el programa de licenciatura en pedagogía infantil debe incrementar el tiempo de las prácticas pedagógicas, pues de esta forma se tornará en un proceso de enriquecimiento que permitirá un mayor acercamiento a la comunidad. Por ello, le recomendamos al programa que intensifique el número de encuentros con los asesores de las prácticas, pues es necesario su acompañamiento en este tipo de procesos que se tornan en nuevas experiencias y que exigen un mayor aprendizaje.

Por último, la motivación es un factor fundamental a la hora de desarrollar propuestas de emprendimiento, por lo tanto, es indispensable que los estudiantes no renuncien a la posibilidad de plasmar sus ideas de negocio y se vinculen a cursos de emprendimiento para hacer sus propuestas realidad, pues, la experiencia será gratificante.



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

1 8 0 3



12. BIBLIOGRAFÍA

ACUÑA, S. "Activos fijos" [en línea]. 2010. Disponible en <http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/03/20102BT030203413030108011/20102BT03020341303010801117409.pdf>

ADRA PERÚ. Guía de estimulación temprana para el facilitador [en línea]. WordPress, 2009. Disponible en <https://rarchivoszona33.files.wordpress.com/2012/08/libro-blanco.pdf>.

ALCALDÍA DE BOGOTÁ. Código sustantivo del trabajo [en línea]. Bogotá. Enero 1951. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

ALCALDÍA DE BOGOTÁ. Ley 488 de 1998 [en línea]. Diario Oficial: diciembre 1998. Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=187>

ALESSO, Sonia y DUHALDE, Miguel. Pedagogía de la itinerancia [en línea]. CTERA: junio de 2017. Disponible en <http://www.ctera.org.ar/index.php/general/notas-de-opinion/item/2754-pedagogia-de-la-itinerancia>

ANZIL, Federico. Estudio financiero [en línea]. Zona económica: Agosto. 2016. Disponible en <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>. 2012

ARIAS, Claudia y CASTILLO, Eduardo. La educación para el emprendimiento y empresarismo virtual: potencialidades. Revista Virtual Universidad Católica del Norte [en línea] 2011, 8 (febrero-mayo) Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194218638001>

BADILLO, C. Capitulo iv estudio financiero. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf> 2009

BARRENO, Zoila y MACIAS, Jessica. Estimulación temprana para potenciar la inteligencia psicomotriz. Revista Ciencia UNEMI, 2015. pp 110-118 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5269474>



BELLOCH, Consuelo. Las tecnologías de la información y comunicación en el aprendizaje. material docente [en línea]. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Universidad de Valencia, 2012. Disponible en <http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>.

CALIDAD & CLASE. Presupuesto de inversiones [en línea]. Clasec: julio de 2013. Disponible en <http://www.clasec.net/como-hacer-presupuestos-parte-3-presupuesto-de-inversiones/>

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. Comunidad cluster [en línea]. Disponible en <http://www.camaramedellin.com.co/site/Cluster-y-Competitividad/Comunidad-Cluster.aspx>

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA. Crecer como región, claves para el desarrollo de Antioquia en la próxima década [en línea]. 2016. Disponible en <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/presentacion%20desarrollo%20antioquia%20decada.pdf>.

CANO, Georgina. Estimulación temprana en el desarrollo infantil [en línea]. Biblio: mayo 2014. Disponible en <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/84/Gomez-Georgina.pdf>.

CENSO. DANE. (2015)

CONAFE. Guía para el asesor pedagógico itinerante [en línea]. 2009. Disponible en <http://www.conafe.gob.mx/apis/materiales/guia-api.pdf>.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACIÓN. “Las tecnologías de la de cero a siempre. estrategia nacional de atención integral a la primera infancia “de cero a siempre” [en línea]. 2010. Disponible en <http://www.deceroasiempre.gov.co/QuienesSomos/Paginas/QuienesSomos.aspx>.

CAÑÓN, Diana y JACOBO, María. Estudio de factibilidad para una empresa virtual que ofrece servicios especializados de cuidado de niños, a domicilio. 2013. Disponible en https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2472/Ca%C3%B1%C3%B3nS%C3%A1nchez_DianaCatalina_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CORDERO, Luis Y ORTEGA, Ángel. “Estudio de prefactibilidad para la instalación



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

de una tienda por departamentos de la cadena de tiendas stampa” [en línea].
UNIVERSIDAD ESTADAL A DISTANCIA: diciembre 2008. Disponible en
<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/861/1/Estudiodeprefactibilidaparaalainstalaciondeunatiendapordepartamentos.pdf>.

CORPORACIÓN EDUCATIVA ESPARRO [en línea] Disponible en
<http://esparrocomunicacion.wixsite.com/corpoesparro/nosotros>

CORTINES, LILIANA. Propuesta de práctica pedagógica en emprendimiento, administración y gestión educativa. Facultad de Educación. Licenciatura en Pedagogía Infantil. Medellín, 2016.

COUTO, Cristina. Análisis de los gastos de puesta en marcha de un negocio [en línea]. Iberfinancia Consultores. Disponible en <http://www.iberfinancia.es/analisis-gastos-puesta-en-marcha-negocio/#respond>

CUBERO, Karol Y SVETLANA, Lucía. La evaluación cualitativa en el proceso enseñanza - aprendizaje como principio fundamental de una formación más humanista [en línea]. Revista Nuevo Humanismo: 2014. Disponible en <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/nuevohumanismo/article/view/6391>

DEBITOOR. ¿Qué es el marketing mix? [en línea]. Disponible en <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>

DUQUE, Jannier. Valor presente neto vpn [en línea]. Abcfinanzas: 2017. Disponible en <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/valor-presente-neto>.

EL MUNDO. Balance general. Disponible en <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/balance-general.aspx>

EL MUNDO. ¡Caucasia avanza hacia el desarrollo! Octubre 2016. Disponible en http://www.elmundo.com/portal/noticias/territorio/caucasia_avanza_hacia_el_desarrollo.php#.WbBfZ8gjHIU

EL MUNDO. Flujo de caja. Disponible en <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

EMPRENDEDOR XXI. Financiación. Disponible en http://www.emprendedorxxi.coop/html/financiacion/new_finanzas.asp

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. Depreciación. Disponible en



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

<http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-depreciacion.html>
Facultad de Educación

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. Gastos indirectos. Disponible en <http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-indirectos.html>

FEDERACIÓN DE ENSEÑANZA DE CC.OO. estimulación temprana en los niños-as [en línea]. Andalucía: 2012. Disponible en <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd9223.pdf>

FÓRMULA PARA CALCULAR EL NÚMERO DE ENCUESTAS A REALIZAR. Disponible en <http://med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

FUNDACION SARMIENTO PALAU. Costos y gastos. Disponible en <https://ienuevagrana.wiki spaces.com/file/view/Costos+y+Gastos.pdf>

FLÓREZ, Cindy. SECRETARIO DE EDUCACIÓN DE ANTIOQUIA EXPONE SUS PLANES PARA EL 2017. Disponible en <http://www.elmundo.com/noticia/Secretario-de-Educacion-de-Antioquia-expone-sus-planes-para-el-2017/45029>.

GONZÁLEZ, José. Estudio de las necesidades de información en las pymes de tundama y sugamuxi. [en línea]. Scielo: diciembre 2015. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932016000200005

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. (2000A). Citas y notas de pie de página NTC 147. Bogotá: ICONTEC.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486 quinta actualización. Bogotá, ICONTEC, 2000.

IAFRANCESCO, Giovanni. La investigación es educación y pedagogía. Bogotá: Magisterio. 2003

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. Marketing. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012. ISBN: 978-607-32-1420-9

LATORRE, M y SECO DEL POZO, C. Estrategias y técnicas metodológicas [en línea]. UNIVERSIDAD "MARCELINO CHAMPAGNAT" Perú, 2013. Disponible en <http://www.umch.edu.pe/arch/hnomarino/metodo.pdf>



LÓPEZ, David. Fuente de financiación. Disponible en <http://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>

MALHOTRA, Naresh. Investigación de mercados [en línea]. PEARSON EDUCACIÓN, México: 2008. Disponible en <http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>

MARTINS, J & DE LA Ó, M. DESARROLLO INFANTIL: ANÁLISIS DE UN NUEVO CONCEPTO. Rev. Latino-Am. Enfermagem nov.-dic. 2015. Disponible en www.eerp.usp.br/rlae

MINEDUCACIÓN. Desarrollo infantil y educación inicial. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-192419.html>

MINEDUCACIÓN. "En 2017 seguiremos fortaleciendo el programa Colombia bilingüe": ministra de educación. 2016. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-358565.html>.

MINEDUCACION. Ley 1295 de 2009. congreso de la república. Disponible en http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-177829_archivo_pdf_ley1295.pdf

MINEDUCACIÓN. Primera infancia. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/primerainfancia/1739/article-177829.html>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Contratación del servicio educativo. 2016. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-248079.html>.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. DECRETO 2888 DE 2007. Disponible en http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-130244_archivo_pdf.pdf

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Desarrollo infantil y competencias en la primera infancia. 2009. Disponible en http://www.mineducacion.gov.co/primerainfancia/1739/articles-178053_archivo_PDF_libro_desarrolloinfantil.pdf.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. ¿Qué es la atención integral? Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/primerainfancia/1739/article-177827.html>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos orientaciones generales. Panamericana Formas e



Impresos S.A. diciembre de 2012. Disponible en
https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. LEY 115 DE FEBRERO 8 DE 1994.
Disponible en http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Plan educativo municipal Caucaasia 2010 - 2016. Disponible en http://www.caucasia-antioquia.gov.co/apc-aa-files/31643134376439323034646137643561/pem-caucasia-2010-2016_1.pdf.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. "Padres de familia y agentes educativos se reúnen en los foros de 'cuidarte'. 2014. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-339978.html>.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Educación para la primera infancia ¿qué es la educación inicial? Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/primerainfancia/1739/article-177857.html>

MUÑIZ, Rafael. Análisis competitivo. [en línea]. Marketing en el Siglo XXI. Disponible en <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>

MURILLO, Arturo. ¿Qué son los factores críticos de éxito y cómo se vinculan con el bsc? [en línea]. Deinsa. Disponible en http://www.deinsa.com/cmi/documentos/Los_factores_criticos_del_exito.pdf

ORTIZ, David. La economía antioqueña crecería 3,3% durante 2016. Disponible en <http://www.elcolombiano.com/negocios/la-economia-antioquena-creceria-3-3-durante-2016-DD3647005>.

PÁGINA DEL MUNICIPIO DE CAUCASIA ANTIOQUIA. http://www.caucasia-antioquia.gov.co/informacion_general.shtml

PALACIO, A; MARINA, L Y ESCORCIA DE VÁSQUEZ, I. El ser humano como una totalidad [en línea]. Universidad del Norte Uninorte: Colombia, 2003. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81701701>

PARICIO, Diana. Estimulación prenatal [en línea]. Universidad de Valencia. Disponible en <http://mural.uv.es/diapan/>

PARRA, D. Manual de estrategias de enseñanza/aprendizaje. SENA. Disponible en



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

<http://epo86neza.com/comunicados/comunicado11.pdf> 2003

Facultad de Educación

PERALTA, Aliaga y PORFIRIO, Didier. Capitulo I “naturaleza social del ser humano”. Disponible en http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/aliaga_pd/Cap1.pdf

PITA, S & PÉRTEGAS, S. Investigación cuantitativa y cualitativa. España. 2002. Disponible en http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_2/4/2.Pit a_Fernandez_y_Pertegas_Diaz.pdf.

POLO, David. Diagrama de flujo: organiza información tu empresa. Disponible en <http://www.emprender-facil.com/es/diagrama-de-flujo-organiza-informacion/>

PORTAFOLIO. Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/inflacion-en-colombia-en-2017-503144>. 2017

PLAN EDUCATIVO MUNICIPAL CAUCASIA 2010 – 2016. PÁG. 56.

PLANEACIÓN MUNICIPAL DE CAUCASIA. (2017).

PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN. Ley 1098 de 2006. código de la infancia y la adolescencia [en línea]. 2010. Disponible en https://www.oas.org/dil/esp/Codigo_de_la_Infancia_y_la_Adolescencia_Colombia.pdf

QUIJANO, Guiovanni. Modelo canvas, una herramienta para generar modelos de negocios [en línea]. Marketing y Finanzas: marzo 2013. Disponible en <https://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>.

RAMÍREZ, D. Análisis de equilibrio. Disponible en <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%201%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/9%20 analisis%20de%20equilibrio.pdf>

REVISTA EL DINERO. Los sectores económicos que más crecerán en Colombia en 2017. Disponible en <http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-de-los-sectores-economicos-en-colombia/241928>.

ROMERO, P. La importancia de realizar un estudio de mercado. Disponible en



ROSELLÓ LEYVA, Annelise, et al. Estimulación temprana en niños con baja visión [en línea]. Revista Habanera de Ciencias Médicas: 2013. Disponible en <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/135/182>

SARMIENTO, Mariela. La enseñanza de las matemáticas y las ntic. una estrategia de formación permanente [en línea]. UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI: 2007. Disponible en http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/DTESIS_CAPITULO_2.pdf;sequence=4

SENA. Fondo emprender por un país de propietarios. Disponible en <http://www.uao.edu.co/emprendimiento/wp-content/uploads/2011/03/FONDO-EMPRENDER.pdf>

THOMPSON, Ivan. ¿Qué es gestión de empresa? [en línea]. Gestión de empresas: 2012. Disponible en <http://www.gestiondeempresas.com/notas/que-es-gestion-de-empresas.html>

UNICEF. El desarrollo del niño en la primera infancia y la discapacidad: un documento de debate. 2013. Disponible en [https://www.unicef.org/earlychildhood/files/ECDD_SPANISH-FINAL_\(low_res\).pdf](https://www.unicef.org/earlychildhood/files/ECDD_SPANISH-FINAL_(low_res).pdf)

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. ¿Cómo cito la información que encontré en internet? [En línea] [Citado el: 4 de febrero de 2008.] http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/refer_internet.pdf.

UCIPFG. El estudio técnico. Disponible en http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

VELASCO, Ambrosio. Humanismo. Disponible en http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/437trabajo.pdf. UNAM, 2009. P. 12

VELÁZQUEZ, K. ¿Qué es una estrategia de mercadeo? diciembre, 2015. Disponible en <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo/> 9

VÉLEZ, Yeimy y GRANADA, Hadis. Elaboración de un plan de negocio para la



13. ANEXOS

13.1 ANEXO 1: ENCUESTA

**Práctica Pedagógica
Lic. Pedagogía Infantil
Universidad de Antioquia**

Objetivo: Conocer el interés de la población del municipio de Caucasia por la adquisición de servicios de estimulación del desarrollo infantil.

Sexo: F

M

Edad: _____

Fecha: _____

Diligencia las preguntas:

1 ¿Estaría interesado en estimular el desarrollo de un hijo desde la gestación hasta los 5 años de edad?

SI NO

2 ¿Estaría interesado en adquirir un servicio de estimulación del desarrollo infantil en su domicilio?

SI NO

3 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio de estimulación del desarrollo infantil en casa?

- a) Entre \$50.000 y \$100.000.
- b) Entre \$100.000 y \$150.000.
- c) Más de \$150.000.



- 4 **¿Que institución conoces en el municipio de Caucasia que brinde el servicio de estimulación del desarrollo infantil?**

¿CUÁL?

- 5 **¿Buscarías contenidos en internet que te ayuden a la educación y cuidado de un hijo?**

SI NO



Encuesta realizada por:
Jakelin Bedoya Hernández - Beisy María Vega Muñoz

Anexo # 1: Formato de encuesta.

13.2 FORMATO DE EVALUACIÓN DE CADA SESIÓN

CENTRO DE SERVICIOS PEDAGÓGICOS INNOVACIÓN EDUCATIVA
Formato evaluativo de cada sesión

Objetivo: Conocer la perspectiva de las familias sobre las actividades y recursos utilizados en la sesión.

1. **¿Cómo te sentiste el día de hoy?**

2. **¿Qué lograste evidenciar en tu hijo o hija?**

3. **¿Qué aprendizajes obtuviste hoy?**

4. **¿Qué te pareció el material utilizado en esta sesión?**

5. **¿Qué aspectos consideras que se deben mejorar?**

Firma del cliente: _____

Firma del profesional: _____

Fecha: _____



13.3 FORMATO EVALUATIVO PARA DETERMINAR APRENDIZAJES

**CENTRO DE SERVICIOS PEDAGÓGICOS INNOVACIÓN EDUCATIVA
Formato evaluativo para determinar aprendizajes**

Objetivo: Evidenciar los aprendizajes que la familia ha obtenido durante el transcurso en este nivel.

1. **¿Qué sabes sobre el desarrollo de tu hija o hijo en esta etapa de su vida?**

2. **¿Qué actividades de estimulación puedes desarrollar con él?**

3. **¿Cómo debe ser la alimentación en esta etapa de su vida?**

4. **¿Qué entiendes por ambientes saludables?**

Firma del cliente: _____

Firma del profesional: _____

Fecha: _____

Anexo # 3: Formato de evaluación para determinar aprendizajes.

Nota: este formato se llevará a cabo por medio de una conversación con el cuidador primario del niño. También, las preguntas que se expongan en el formato irán acordes con la etapa de vida del niño y con el plan de estudios que se preparó para él y su familia.

13.4 FORMATO EVALUATIVO DEL SERVICIO

**CENTRO DE SERVICIOS PEDAGÓGICOS INNOVACIÓN EDUCATIVA
Formato evaluativo del servicio**

Objetivo: Percibir el nivel de satisfacción que las familias tienen de los servicios ofrecidos.

Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos, siendo 1 deficiente, 2 malo, 3 regular, 4 bueno y 5 excelente:



UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

ÍTEMS	1	2	3	4	5
Las temáticas abordadas en las sesiones cumplieron con sus expectativas.					
La metodología utilizada en las sesiones estaba acorde a las necesidades de su familia.					
El material empleado en las sesiones fue de satisfacción para usted.					
El tiempo destinado para las sesiones fue suficiente para usted.					
El facilitador cumplió con el plan de estudios planteado para su familia.					
Se evidenció la preparación y conocimiento del facilitador.					
El facilitador le compartió el plan de estudios y las razones por las cuales se plantearon las actividades allí propuestas para su familia.					
Cómo calificaría la relación que se estableció entre el facilitador y su familia.					
Que le parecieron las sesiones grupales en el centro.					
Hubo organización a la hora de desarrollar las sesiones grupales.					
Califique los contenidos expuestos en la página web del centro.					
La página web es de fácil acceso para usted.					
La página web cumple con sus expectativas.					
El centro de servicios estuvo presto a responder sus inquietudes.					
Cómo fue la comunicación que el centro mantuvo con su familia.					
Recomendaría al centro de servicios pedagógicos a sus conocidos.	SI		NO		
¿Qué sugerencias tiene para mejorar el servicio?					

Firma del cliente: _____

Firma del profesional: _____

Fecha: _____

Anexo # 4: Formato de evaluación del servicio.