

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE LA FRANQUICIA DEL
CENTRO DE EDUCACIÓN SUPERIOR EDUPOL S.A.S, EN MUNICIPIO DE
JAMUNDI, DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA, (2016- 2019)



JESSICA JOHANNA VIVEROS MUÑOZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE NORTE DEL CAUCA
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTANDER DE QUILICHAO - CAUCA
2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA APERTURA DE LA FRANQUICIA DEL
CENTRO DE EDUCACIÓN SUPERIOR EDUPOL S.A.S, EN MUNICIPIO DE
JAMUNDÍ, DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA,(2016- 2019)

JESSICA JOHANNA VIVEROS MUÑOZ

Trabajo de grado para obtener el título de:
Administradora de Empresas

Director:
EDWARD ENRIQUE ESCOBAR QUIÑONEZ
Economista, MSC

UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE NORTE DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTANDER DE QUILICHAO - CAUCA
2016

DEDICATORIA

A DIOS por permitirme terminar esta etapa brindándome la fuerza y sabiduría para alcanzar mis metas

A NORALBA MUÑOZ RODRÍGUEZ Y JORGE ENRIQUE VIVEROS mis padres que siempre ha estado en todo momento

A LIZETH ELIANA VIVEROS MUÑOZ mi hermana

JESSICA JOHANNA VIVEROS MUÑOZ

AGRADECIMIENTOS

A **DIOS** principalmente, por brindarme tiempo y bienestar para lograr mis objetivos

A mi familia por su apoyo incondicional en todas las decisiones tomadas para mi vida personal y profesional

Al profesor **EDWARD ESCOBAR QUIÑONEZ** quien me dirigió en mi trabajo de grado, me apoyó y dirigió este proyecto.

A todas las personas que me brindaron su apoyo y aportaron su acompañamiento para lograr culminar esta etapa de mi vida de forma exitosa.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
I. CAPITULO	16
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.1.1 Antecedentes del Problema.	16
1.1.2 Planteamiento del Problema.	18
1.1.3 Pregunta Problema.	20
1.1.4 Sistematización del Problema	20
1.2 OBJETIVO.....	20
1.2.1 Objetivo General.	20
1.2.2 Objetivos Específicos.....	21
1.3 JUSTIFICACIÓN	21
1.4 MARCO REFERENCIAL	23
1.4.1 Marco Teórico.	23
1.4.1.1 Robert Ronstand.	24
1.4.1.2 Alexander Osterwalder Y Yves Pigneur.	24
1.4.1.3 Baca Urbina Gabriel.	25
1.4.1.5 David Mcclellan	26
1.4.1.6 Albert Shapero.....	26
1.4.1.7 Rafael Méndez Lozano.....	26
1.4.1.8 Rodrigo Varela.....	27
1.4.2 Mercadeo	28
1.4.2.1 Kotler Y Keller.....	28
1.4.2.2 Mercadeo y Organizaciones.....	30
1.5 FACTIBILIDAD FINANCIERA	32
1.5.1 Componentes básicos de un proyecto en el nivel de pre factibilidad o factibilidad financiera	32

1.5.2	Origen del Marketing – Mercadeo.	36
1.6	LA ESCUELA CONSTRUCTIVISTA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE	38
1.6.1	La Pedagogía Y La Educación Virtual.....	38
1.6.2	Diseño Pedagógico e Instruccional.	40
1.6.2	Formación por Competencias	46
1.6.3	Concepto de Competencia.....	48
1.7	ESTADO DEL ARTE	49
1.7.1	Avances Realizados Sobre La Formación Virtual	52
1.8	METODOLOGÍA.....	55
1.8.1	Métodos y fuentes de información.	55
1.8.2	Fuentes de información.....	55
	CAPITULO II	57
2.	ESTUDIO DE MERCADO	57
2.1	HERRAMIENTA ESTADÍSTICAS PSS 21	58
2.2	ANÁLISIS DE ENCUESTA.....	59
2.3	ANÁLISIS COMPETITIVO, MODELO DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER. ...	66
2.4	MATRIZ ANÁLISIS DE PERFIL COMPARATIVO	70
2.5	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	74
	CAPITULO III	75
3.	ANÁLISIS DE ENTORNOS	75
3.1	ENTORNO ECONÓMICO	75
3.1.3	ENTORNO TECNOLÓGICO.....	81
3.1.4	Entorno Demográfico	87
3.1.5	entorno sociocultural	93
3.1.6	Entorno Político.....	101
3.1.5	Análisis De La Demanda.....	105
3.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA	108
	CAPITULO IV.....	113
4.	ESTUDIO TÉCNICO	113

4.1	TAMAÑO	113
4.1.1	Inversión Requerida.	115
4.1.2	Muebles y Enseres.....	117
4.1.3	Nomina.....	118
	CAPITULO V.....	120
5.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	120
5.1	ESTUDIO LEGAL	120
5.1.1	Tipo de sociedad.....	120
5.1.2	Razón social.....	124
5.1.3	Actividad principal de la empresa.....	124
5.1.4	Domicilio.....	124
5.1.5	Perfil corporativo.	124
5.2	ALIANZAS Y CONVENIOS	127
5.2.1	Manuales de funciones.	131
5.2.5	Impacto Social, Económico.....	141
5.2.6	Plan Nacional De Desarrollo Para Educación 2014 – 2018	142
5.2.8	Empleo.....	145
	CAPITULO VI.....	146
6.	ESTUDIO FINANCIERO	146
6.1	ESTUDIO FINANCIERO	146
6.1.1	Análisis de costos.....	146
6.1.2	Costos fijos centro de educación.	146
6.1.3	Costos Fijos Anuales.....	147
6.1.4	Precio De Venta Dados Por La Franquicia EDUPOL S.A.S.....	148
6.1.5	Análisis De Los Ingresos Para Centro Educativo EDUPOL.	148
6.1.6	Flujo Neto De Operaciones.	152
6.1.7	Valor Presente Neto (VPN).	153
6.1.8	Tasa Interna De Retorno (TIR).....	154
6.2	RELACIÓN COSTO BENEFICIO	155
7.	CONCLUSIONES.....	158

8. RECOMENDACIONES	160
9. BIBLIOGRAFÍA.....	161
ANEXOS.....	166

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Análisis de la encuesta programas de formación virtual	60
Tabla 2 Análisis de la encuesta educación virtual.....	60
Tabla 3 Análisis de la encuesta horas disponibles.....	61
Tabla 4 Análisis de la encuesta formación titulada	62
Tabla 5 análisis de la encuesta creara una empresa de carreras técnicas tecnológicas y profesionales	64
Tabla 6 Matriz del perfil comparativo	70
Tabla 7 números de estudiantes por formación	98
Tabla 8 cobertura educación superior.....	99
Tabla 9 IES en el departamento del Valle.....	110
Tabla 10 Muebles y enseres	117
Tabla 11 Nómina del personal	119
Tabla 12 costos fijos	147
Tabla 13 costos Anuales.....	147
Tabla 14 Precios de venta	148
Tabla 15 rangos % de estudiantes.....	148
Tabla 16 Número de Estudiantes.....	149
Tabla 17 Ingresos anuales.....	149
Tabla 18 Valor presente neto.....	154
Tabla 19 tasa interna de retorno	155
Tabla 20 Relación costo beneficio B/C	156

LISTA DE ILUSTRACIONES

Pág.

Ilustración 1 Análisis competitivo, modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	66
Ilustración 2 Departamento del Valle del Cauca	114
Ilustración 3 municipio de Jamundí valle	115
Ilustración 4 Logotipo	125
Ilustración 5 universidades aliadas con EDUPOL.....	128
Ilustración 6 Organigrama.....	131

LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1 Costo dispuesto a pagar.....	63
Gráfica 2Estaría dispuesto a recibir formación virtual.....	64
Gráfica 3 Matriz del perfil competitivo Universidad De Nacional A Distancia.....	71
Gráfica 4Matriz del perfil competitivo U, del TOLIMA	71
Gráfica 5Matriz del perfil competitivo U, SANTO TOMAS	72
Gráfica 6Matriz del perfil competitivo	73
Gráfica 7 Asistencia escolar	89

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 entorno económico.....	81
Cuadro 2 entorno tecnológico.....	86
Cuadro 3 entorno demográfico.....	93
Cuadro 4 entorno sociocultural.....	101
Cuadro 5 entorno político.....	105
Cuadro 6 Manual de Funciones Administrador General.....	132
Cuadro 7 Manual de funciones vendedor.....	135
Cuadro 8 Manual de funciones secretaria.....	137
Cuadro 9 Manual de Funciones Monitores.....	139
Cuadro 10 análisis de riesgos	156

RESUMEN

El presente trabajo es fruto de la elaboración de un estudio de factibilidad para una empresa de servicios educativos apoyada en las herramientas virtuales. Desde hace unos años hasta la actualidad, es innegable que existe un gran interés por las administraciones en fomentar tanto el uso de las TIC como la enseñanza virtual, de manera que la oferta de estos ha experimentado un crecimiento significativo. De hecho, la proliferación de actividades académicas de este tipo, sobre todo en las etapas más altas del sistema educativo y fundamentalmente en titulaciones universitarias en pregrado y posgrados es tal, que se prevé que supere a la formación presencial en pocos años. El objetivo de este trabajo es analizar en profundidad mediante un estudio de factibilidad si es viable o no la creación de una franquicia de la empresa EDUPOL en el municipio de Jamundí.

El trabajo comprende la revisión de una serie de antecedentes que dan pie a diversos estudios que permiten corroborar la viabilidad desde el punto de vista de mercado, técnico, legal, administrativo y financiero con el fin de tomar una decisión acerca de la factibilidad de la creación del centro de estudio para la educación superior pero con instrumentos virtuales.

PALABRAS CLAVES

Formación, virtual, Edupol, educación, capacitación, TIC, servicios, teleclases, competencias, instruccional, tiempo, espacio, red, satelital, tecnología, metodología, enseñanza ,pedagogía ,comunicación ,escuelas, sociedad , cultura ,universidades ,entornos ,análisis ,demanda ,oferta ,estudiantes, sistema, plataformas, población, historia.

INTRODUCCIÓN

La educación superior en Colombia enfrenta retos importantes dentro de los que se destacan la ampliación de los niveles de cobertura y el mejoramiento de la calidad de las instituciones que ofrecen servicios educativos en este nivel de enseñanza. Si bien, durante las dos últimas décadas el número de estudiantes matriculados ha crecido de manera significativa, especialmente en la formación técnica y tecnológica, en un contexto internacional las tasas de cobertura continúan siendo bajas y no superan el 50%. De otro lado, la calidad del sistema de educación superior es heterogénea, ya que coexisten instituciones bien organizadas y reconocidas por su excelencia, con instituciones caracterizadas por bajos niveles de calidad. Adicionalmente, no existe una conexión clara entre las necesidades del sector productivo y la formación profesional, lo cual constituye una limitación para el desarrollo económico del país, pero es pertinente dar un paso adelante, pero, si la evolución de Internet ya va en la cuarta era y todo lo que está se ha venido imprimiendo en múltiples campos de nuestras sociedades, el campo económico, el tecnológico y el social, entre otros ¿Por qué en algunos países como el nuestro, aspectos como la formación presencial complementada con lo virtual no han desarrollado a un ritmo tan acelerado?. El logro académico en la educación superior depende de una gama amplia de factores asociados a la institución y a los estudiantes. Dentro de los factores relacionados con las instituciones se destacan el manejo administrativo de los recursos físicos, humanos y financieros, los incentivos a la investigación y la calidad del personal docente. Por otra parte, los factores asociados a los estudiantes incluyen, entre otros, las condiciones socioeconómicas del hogar al cual pertenece el alumno, la región y condiciones macro y microeconómicas del a misma. Por tanto, el objetivo de este trabajo, además, de dar relevancia a los aspectos, pedagógicos, didácticos y de competencias relacionadas con la formación virtual como soporte a la esencia que es la creación de empresa, por tanto, también realiza el análisis

pertinente, que conlleva a los estudios de mercado, en el cual se abarcan los entornos macroeconómicos y microeconómicos, los competidores y además dentro de la recolección de la información primaria, el software SPSS se utilizó para dar robustez al análisis de la investigación de mercados ya que mejora el cruce de variables de estudio, también se analizan los aspectos técnicos y organizacional y aunque se trata de una franquicia de EDUPOL S.A.S este cuenta con esa estructura aunque se da la adaptación al contexto pero sin fracturar o cambiar los aspectos esenciales, también se realiza el análisis financiero, con el apoyo de los indicadores de factibilidad principales, tales como, el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) de acuerdo con los argumentos que se proyectaron tales como tasa de interés de oportunidad y un tiempo razonable de permanencia de la empresa en el mercado.

I. CAPITULO

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes del Problema.¹En las últimas décadas, se ha comenzado a desarrollar a escala global un nuevo modelo económico asociado al cambio y generalización de nuevas tecnologías de producción (Pérez, 1983, 2004; Toffler, 1980, 2006). Este cambio del paradigma técnico-económico desde los años ochenta y noventa expresado en la microelectrónica y la programación informática creó nuevas formas de producción y nuevas configuraciones sociales, entre las cuales también se está produciendo la gestación de una nueva educación (Rama, 2009; Casas, 2005). El impacto de esos cambios en las herramientas de producción y servicio se ha ido generalizando en todos los ámbitos y ha conformado muy rápidamente nuevas configuraciones sociales que se expanden en términos económicos y organizaciones a través de la digitalización y la introducción permanente de innovaciones que derivan de conocimientos aplicables a los bienes y servicios. Es una revolución tecnológica que está permitiendo un aumento en la dinámica histórica del mundo. Expandiéndose gracias a los medios cibernéticos que día a día se desarrollan más rápidamente dando pasos gigantes en comunicaciones integrales incrementando la utilidad de la tecnología.

BREZENSKY, 1984, CEPAL 2007).En la actual revolución tecnológica, y en particular Internet, han venido a renovar en profundidad el actual panorama de la educación a distancia, añadiendo la interactividad y rapidez que las nuevas

¹Asociación Colombiana de instituciones de educación superior con programas a distancia y virtuales ACESAD, Este texto es una adaptación del documento "Indicadores para la autoevaluación con fines de acreditación dprogramas de pregrado en las modalidades a distancia y virtual", que corresponde a la serie de documento No. 3 delCNA en el año 2005. De igual manera se ha mención en algunos apartes del texto Entornos Virtuales en la EducaciónSuperior publicado por el CNA en el año 2006

tecnologías de la información que aportan el nuevo tipo de enseñanza que así surge; educación virtual, enseñanza virtual, tele formación, pero al final todos vienen a referirse a lo mismo, la posibilidad de acceder a una amplia oferta formativa, sin que el tiempo o el espacio sean ya una barrera.

Por educación a distancia entendemos aquella en la que no es preciso el contacto físico entre profesor y alumno para que tenga lugar el proceso de aprendizaje. Este tipo de enseñanza, surgida en Inglaterra en el siglo XIX y que llegó a nuestro país a principios del siglo XX, nació para atender las necesidades de los obreros industriales que así podían adquirir la necesaria especialización, sin dejar por ello su puesto de trabajo. Esto explica que generalmente la enseñanza a distancia haya estado dirigida a sectores eminentemente profesionales.

Ante estos nuevos desarrollos tecnológicos, el mundo del trabajo se articula con ambientes digitales y se incorpora la informática como herramienta del trabajo que incorpora valor agregado de conocimientos en forma digital. En el ámbito profesional, ello es más significativo al producirse una transformación de las tareas y trabajos de todos los profesionales, que están crecientemente mediados por el uso de aplicaciones y equipos informáticos.

Estas transformaciones, al mismo tiempo, facilitan el aumento y una diversidad de materiales instruccionales y de objetos de aprendizajes y un cambio en las tradicionales industrias culturales que se digitalizan y permiten interacciones asociadas al aprendizaje, la individualización de los procesos de enseñanza y aprendizaje, la presión hacia un cambio del rol de los docentes, como facilitadores de los autoaprendizajes en el marco de plataformas virtuales y aplicaciones digitales cada vez más complejas. En este camino, las pedagogías informáticas organizadas alrededor de la educación virtual se constituyen como ámbitos relevantes para la apropiación de conocimientos y la formación de capacidades y habilidades.

La educación a distancia es el producto de una transformación que se viene dando desde épocas atrás, en esta forma de educación el estudiante es el protagonista, es quien decide hasta donde llega su conocimiento y hasta donde establece sus límites a la hora de aprender, es por eso que la educación a distancia se basa en pasión y disciplina, en querer aprender y hacer los méritos para lograrlo.

La necesidad de afianzar el conocimiento, logrando a través de los métodos de aprendizaje mejorar la calidad de vida de la sociedad desde esta perspectiva en el desarrollo de las comunidades surgen herramientas que han hecho posible determinados avances; la innovación tecnológica para la educación, como es la modalidad virtual es una formación completamente a distancia, que integra todas las herramientas necesarias para el aprendizaje en un entorno virtual de enseñanza y aprendizaje.

1.1.2 Planteamiento del Problema.La presente investigación nace de la necesidad de expansión y desarrollo de EDUPOL S.A.S de servicios y educación para el municipio de Jamundí (Valle).

La educación por definición es un factor primordial, estratégico, prioritario y de condición esencial para el desarrollo social y económico de cualquier nación. Por lo cual es un derecho universal para todas las personas, es un deber del estado y de la sociedad como instrumento esencial en la construcción de sociedades libres, equitativas y democráticas.

²(2006-2016) PLAN NACIONAL DECENAL DE EDUCACIÓN “Existe cierto conceso a nivel mundial sobre la educación como pilar del desarrollo social y

²www.mineduacion.gov.com,DOC.PLAN NACIONAL DECENAL DE EDUCACIÓN (2006- 2016)

económico de un país, se puede decir entonces que la educación es un medio por el cual una nación aumenta sus posibilidades de éxito, La educación está ligada a una política de desarrollo cuyo énfasis radica en la cobertura, la calidad y la pertinencia”.

³GUZMÁN RUIZ, DURÁN MURIEL, FRANCO GALLEGO(2009), “Según el misterio de educación uno de los instrumentos más importantes con los que puede contar un país para asegurar su desarrollo humano y social es la educación, durante los últimos años, no existe un compromiso con el impulso de una revolución educativa que transforme, organice y articule el sistema en todos sus niveles básica ,secundaria y superior con miras a garantizar una educación de calidad, a responder las expectativas de los colombianos y a enfrentar los desafíos del mundo contemporáneo, sin embargo la magnitud de la deserción estudiantil en Colombia constituye un reto para el sistema de educación superior en los próximos años. El país ya ha registrado avances importantes, entre 2004 y 2008, la deserción estudiantil, medida como un promedio de la tasa registrada por cohorte de ingreso, disminuyó en 48.4% en 2004 a 44.9% en 2008, y registra una tasa inferior al promedio latinoamericano –55% en 2006–, según metodología establecida por el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe”.

EDUPOL S.A.S es una empresa que brinda servicios educativos , utilizarlo como medio para abrir una nueva sede en el al municipio de Jamundí (Valle), que aportaría al desarrollo social y económico de la región al brindar carreras técnicas tecnológicas y profesionales, implementando nuevas formas de enseñanza, innovando tecnologías en procesos pedagógicos que imparten universidades reconocidas a nivel nacional.

³[www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-254702 libro desercion.pdf](http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-254702 libro%20desercion.pdf).

1.1.3 Pregunta Problema.¿Cuál es la viabilidad para la creación de una sucursal de la franquicia EDUPOL S.A.S en el municipio de Jamundí – valle?

1.1.4 Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la demanda potencial del mercado para la apertura de la franquicia EDUPOL S.A.S?
- ¿Qué variables se deben tener en cuenta para el estudio macroambiental y sectorial para la implementación de la franquicia EDUPOL S.A.S para el municipio de Jamundí-valle?
- ¿Qué variables de orden técnico y administrativo deben tenerse en cuenta para el montaje y funcionamiento para la apertura de la franquicia de EDUPOL S.A.S?
- ¿Cuáles son las variables contables y financieras para determinar la viabilidad del proyecto?
- ¿Cuáles son las variables de tipo legal a tener en cuenta para el funcionamiento adecuado de la franquicia de EDUPOL S.A.S?

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Objetivo General. Determinar la viabilidad de la creación de una sucursal de la franquicia EDUPOL S.A.S en el municipio de JAMUNDÍ - VALLE DEL CAUCA.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- las variables relevantes del mercado para el desarrollo de una empresa de EDUPOL S.A.S en el municipio de Jamundí - Valle del Cauca, Colombia 2016
- Desarrollar el estudio macro-ambiental para la sucursal de la franquicia de EDUPOL S.A.S
- Analizar los aspectos técnicos y administrativos para el desarrollo de una empresa de EDUPOL S.A.S en el municipio de Jamundí - Valle del Cauca, Colombia 2016.
- Determinar la viabilidad financiera y contable para el desarrollo de una empresa de EDUPOL S.A.S en el municipio de Jamundí - Valle del Cauca, Colombia 2016.
- Analizar los aspectos de tipo legal a tener en cuenta para el funcionamiento adecuado de la franquicia de EDUPOL S.A.S S en el municipio de Jamundí - Valle del Cauca, Colombia 2016

1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este proyecto contribuirá a la generación de oportunidades, capacidades de formación y generación de empleo la ampliación de esta empresa traerá consigo grandes beneficios a sus socios, y oportunidades a toda la población del municipio y de sus alrededores para ingresar a la educación superior.

La técnica en educación polimodal es una gran herramienta para el aprendizaje, el uso de las tecnologías de información, el internet, mejoraran el proceso de aprendizaje optimizando los tiempos de estudio, de igual forma se definirán y delimitaran los procedimientos asegurando la calidad en los mismos.

Como estudiantes de administración de empresas la realización de este proyecto permitirá la aplicación teórico - práctica de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera, de igual forma la consolidación de la idea de negocio contribuye directamente al crecimiento personal y profesional de los integrantes de este plan de negocios. Además, da cuenta que el administrador de empresa puede incursionar profesionalmente en cualquier entorno, como lo es realizar el estudio de factibilidad a una empresa de servicios educativos, cuya complejidad la da el formar personas con las competencias laborales necesarias y suficientes. También para seguir desenvolviéndose en el campo académico y profesional.

Con la investigación propuesta se busca ampliar la cobertura de educación superior y dar solución al problema de la oferta educativa en ciudades pequeñas como el municipio de Jamundí- valle; a través de la ampliación de EDUPOL con su sistema de educación polimodal que satisfaga las necesidades de la población brindándole la transformación con nueva noción e integral para el ser humano de ahora, y, creando conocimiento para mejorar el nivel académico, económico y social haciendo un ser humano integral y capacitado en cuanto formación y generación de nuevas oportunidades y empleo.

Esta investigación pretende aplicar en teorías desarrolladas en la carrera como: la teoría de emprendimiento, organizacional, del marketing, de los entornos. Los autores clásicos y contemporáneos, estas teorías son importante para el entendimiento como son del desarrollo de la expansión de franquicia de EDUPOL S.A.S.

Las autores presentan una apuesta académica llamada “Formulación del estudio de factibilidad para la Creación de una Empresa de educación en Jamundí Valle departamento del Cauca, Colombia, Con esta estudio se pretende utilizar la metodología que plantea; Rafael Méndez Lozano, Rodrigo Varela, Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, Tiffin, y Rajasingham, entre otros, buscando llegar a una dinámica de generación de valor y optimización de los recursos utilizados en los proyectos y a la vez contribuir en la economía de la región, generando empleo de una manera directa e indirecta para la creación de la empresa.

Las metodológicas empleadas en este proyecto han sido desarrollos teóricos expuestos en la carrera como: análisis de mercado, análisis de riesgo ,este tipo de investigación implica realizar encuestas, entrevistas y trabajo de campo para el desarrollo de este proyecto

1.4 MARCO REFERENCIAL

1.4.1 Marco Teórico. Para la realización del estudio de factibilidad para la empresa EDUPOL S.A.S se debe tomar como fuente de referencia teorías fundamentales como, la teoría de emprendimiento, teoría de mercadeo y teorías pedagógicas, didácticas y competencias para ambientes virtuales de formación.

Podemos decir como introducción que en la actualidad está en apogeo, siendo tema obligado de los planes de gobierno de economías emergentes como la nuestra, su importancia radica en mostrar enfoques, necesarias para comprender la dinámica del ser emprendedor y metodologías para mejorar las posibilidades de éxito en sus proyectos empresariales.

Principales autores de la escuela empresarial:

1.4.1.1 Robert Ronstand. Recoge las ideas de diversos pensadores, y estructura el concepto de perspectiva empresarial; y plantea lo siguiente:

- Se entiende el proceso empresarial como un proceso dinámico que ocurre sobre diversos periodos, que envuelve el pensamiento y acciones que se ven influenciados y definidos por varios eventos y no solo por un golpe de suerte que implica más que el inicio de una empresa; es más que un solo proyecto, es más que un empresario; es, pues, un proceso en el cual el papel del empresario está permanentemente modificándose”
- Una perspectiva empresarial implica ser capaz de apreciar y reconocer los elementos únicos y comunes de cada proyecto, identificar lo relevante de las experiencias empresariales propias y ajenas, evaluar los efectos a corto y a largo del proyecto sobre nuestras vidas y carreras
- La realidad es otra, lo es empresarios exitosos en el largo plazo, son por un lado, excelentes en su labor, y por el otro, éticos. sin estos dos atributos no hay posibilidades de sobrevivir en el largo plazo
- La unidad de análisis, entonces, no es solo la empresa en sí, ni el empresario propiamente dicho, ni el ambiente en el que se desenvuelve la empresa; la verdadera unidad del análisis es el complejo denominado carrera empresarial, en la que la interviene muchas empresas, varios empresarios y diversos ambientes”
- La perspectiva empresarial está constituida por la capacidad para evaluar varias básicas en diferentes dimensiones con el propósito de relacionar esas evaluaciones con los objetivos de su carrera empresarial sobre el corto y el largo plazo”

1.4.1.2 Alexander Osterwalder Y Yves Pigneur. Proponen una teoría en su libro *Generación de Modelos de Negocios* ⁴direccionada a los visionarios que

⁴OSTERWALDER, Alexander. PIGNEUR, Yves. *Generación de Modelos de Negocios*. Editor: John Wiley&Sons Ltd. 2010.

desean vender más que productos o servicios. Esta teoría consiste en el desarrollo de un modelo de negocio a través de nuevas técnicas de innovación dentro de un panorama altamente competitivo.

Es importante el planteamiento de estos autores puesto que la creación de empresas debe visualizarse como una dinámica donde se reinvente el modelo de negocio y se maximice la generación de valor de los productos y servicios que se le ofrecen a los clientes y a la sociedad.

1.4.1.3 Baca Urbina Gabriel. Propone en su libro Evaluación de Proyectos⁵, herramientas para la supervivencia de una empresa a través del manejo adecuado de la información y de los sistemas informáticos, que soporten la toma de decisiones y la ejecución de funciones. La metodología que este autor utiliza permite la medición y el análisis de los beneficios económicos y de la rentabilidad.

1.4.1.4 José María Veciana. Expone en su libro La Creación de Empresas, Un Enfoque Gerencial, su deseo de contribuir a conocer mejor el proceso de la creación de empresas, pensando tanto en los futuros nuevos empresarios como en aquellas personas que les dan apoyo desde diversas instituciones públicas y privadas.

Este autor define un modelo donde la creación de empresas es un proceso riguroso donde se identifican la oportunidad empresarial, los factores de producción, el mercado, entre otras variables, que se tratan de elementos controlables por el empresario y que evidentemente están condicionados por el

⁵BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill. 2010.

contexto institucional permitiéndole al emprendedor desarrollar estrategias con las cuales obtenga un posicionamiento en el mercado.

1.4.1.5 David McClellan⁶. “El hombre de empresa no realiza su actividad económica simplemente por el afán de lograr mejores resultados monetarios, hay un componente motivacional mucho más fuerte que el deseo de logro, de hacer un buen trabajo. La utilidad es simplemente una medida de lo bien que el trabajo se está haciendo y no el fin en el mismo”

1.4.1.6 Albert Shapero⁷“El proceso de formación de empresas es el resultado final de una acción humana muy especial y el comienzo de otra acción.”

Según este autor “el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios, es el resultante de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos culturales y económicos, y que cada evento empresarial (nacimiento de una empresario) ocurre en un momento dado, como resultado de un proceso dinámico que provee situaciones que impactan sobre los individuos cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales”.

1.4.1.7 Rafael Méndez Lozano.En su libro Formulación y Evaluación de Proyectos, Enfoque para emprendedores⁸, plantea una metodología que permite de una manera sencilla, entender y aplicar los conceptos básicos en el proceso de

⁶VARELA V. Rodrigo; Innovación Empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas tercera edición; pagina 178,

⁷Ibíd.

⁸ MENDEZ LOZANO, Rafael. Tercera Edición. Editorial QuebecorWorld. 2004

preparación, formulación y evaluación de un proyecto en el nivel de pre factibilidad o de factibilidad en cualquier sector de la economía.

1.4.1.8 Rodrigo Varela.En el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad ICESI, se ha desarrollado un modelo basado, en lo fundamental, en las ideas de Shapero, El modelo reconoce, igual que los de Timmons, Ronstadt, Shapero, McClelland y Gibb, el papel central que debe desempeñar el empresario líder del proceso, y los factores de entorno y de cultura que afectan al empresario y a la empresa. De acuerdo a la experiencia y conocimiento del autor, el propone un modelo definido en etapas:

- ✓ **Etapla Motivacional-Gusto;**tiene que ver con el conjunto de elementos que, de una forma u otra, afectan la decisión que la persona debe tomar sobre si su plan de carrera incluye o no la estrategia de crear una empresa
- ✓ **Etapla Situacional –Oportunidad;**Se relaciona con todos los procesos de observación, percepción, investigación y estudio del entorno que lo rodea para iniciar el proceso de detección, configuración, evaluación y estructuración de la oportunidad de empresa
- ✓ **Etapla de Decisión-Decisión;** Tiene que ver con la decisión final personal de acometer el proceso de transformación de la idea de empresa en la oportunidad de empresa. términos de referencia de la elaboración de un plan de empresa, asignar recursos para la elaboración del mismo y conformar el primer grupo empresarial
- ✓ **Etapla Analítica-Plan de Empresa;** Es el proceso de investigación y de conocimiento que permite la elaboración de un plan de empresa integral, con metas, objetivos y estrategias apropiadas para lograrlo. Este plan debe proveer una idea de los recursos necesarios, del procedimiento que se va a seguir, de los obstáculos a vencer, de las metas que se deben alcanzar, de las estrategias y tácticas para poder llevarlo a cabo y, sobre todo, debe aportar una evaluación

integral de la factibilidad global de la empresa. De este modo, el empresario podrá tener la confianza para pensar, evaluar y decidir si la empresa brinda posibilidad de éxito

- ✓ **Etapas recursos** ;Tiene que ver con el proceso de conseguir, en efecto, los recursos para el desarrollo de la empresa, sean éstos financieros, tecnológicos, humanos, informáticos, físicos o de cualquier otra índole
- ✓ **Etapas de gestión u operativa**; Se refiere al nacimiento, al inicio de la operación de la empresa, a la implementación de todas las estrategias, a la revisión permanente de metas y estrategias, al ajuste del plan de empresa para poder garantizar los procesos de supervivencia y crecimiento, a la identificación de nuevas oportunidades, a la aplicación del espíritu empresarial para sembrar el clima y la cultura de la organización

PLAN DE EMPRESA

Es el proceso de investigación y de conocimiento que permite la preparación de un plan integral, con metas objetivos y estrategias apropiadas para alcanzar el éxito; además debe proveer un idea de los recursos necesarios, y del procedimiento que se va a seguir, obstáculos, metas, estrategias y aportar una evaluación integral de la factibilidad global de la empresa

1.4.2 Mercadeo

1.4.2.1 Kotler Y Keller.En su libro La Gestión del Marketing⁹, definen el marketing como un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e

⁹KOTLER, Philip. KELLER Kevin "Marketing management" 12th edition

intercambiar productos de valor con sus semejantes, a su vez estos autores realizan un análisis a la gestión del marketing y como ésta ha evolucionado con los años cambiando la connotación del ofertante y el demandante.

El libro enfatiza en que al momento de la realización de un estudio de creación de empresa y donde uno de los objetivos es abarcar un mercado e identificar cuáles son los clientes potenciales se requiere un análisis de las características del producto y de la comercialización señalando lo siguiente:

Paso 1: Selección del Precio.

Paso 2: determinar la Demanda.

Paso 3: Estimación de los Costes.

Paso 4: Análisis de los costos, precios y ofertas de los competidores.

Paso 5: Selección del Precio final.

Es el Para la creación de una estructura de marketing kottler y Armstrong, Establece la existencia de un procesos el cual empieza con 4 pasos principales

1. Entender el mercado, y las necesidades y los deseos del cliente, la empresa centra sus fuerzas en entender el mercado e investigar las necesidades de los clientes y administrar la información de marketing junto con las datos de los clientes
2. Diseñar una estrategia de marketing orientado a las necesidades y los deseos del cliente, con base a lo anterior se diseña una estrategia de marketing con las respuestas de dos interrogantes

¿A qué clientes debemos servir? Segmentación de mercado, cobertura de mercado

¿La compañía selecciona clientes que es capaz de atender bien y de manera redituable? Diferenciación y funcionamiento; se trata del valor agredo

3. Elaborar un programa de marketing que entregue valor superior. Este programa de marketing está definido por la estrategia del mix o las cuatro P (4P); la cual brinda valor real para el cliente

- **Producto:** son las estrategias enfocada en el desarrollo del producto para ofertarlo y crear valor de marca que le de distinción frente a los clientes.
- **Promoción:** son los programas de ofertas que comunican la propuesta de valor a los consumidores meta y los convence de probar los productos o servicio ofrecido.
- **Precio:** fijar precios con el propósito de crear valor real para el cliente.
- **Plaza o distribución:** la distribución en las cadenas de suministros y la balanza de la demanda.

4. Establecer relaciones redituables y lograr la satisfacción del cliente. Considerando el paso más importante ya que este implica establecer las relaciones con el consumidor meta, pero creando relaciones sólidas entre los mercadólogos y los socios de marketing

1.4.2.2 Mercadeo y Organizaciones¹⁰.OSPINA Y SANABRIA 2010, presentan la importancia de mercadeo en las organizaciones donde establecen factores sociales económicos que garantizan un adecuado usos de las estrategias de mercadeo donde toman autores como FERNÁNDEZ ,DRUKER Y LAMB quienes presentan una mirada completa de la gestión del mercadeo empresarial.

¹⁰ Tomado del documento un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia

“El mercadeo ¹¹no es una ciencia, porque es una actividad económica que no es comprobable a través de una metodología científica, pues cada empresa, cada país y cada mercado se comportan de diferente manera y de acuerdo a diversas variables; el mercadeo es una actividad que se origina en la economía, pero no es la aplicación práctica de ninguna ciencia, por lo cual tampoco se trata de una técnica; por otra parte el mercadeo tiene actividades creativas, pero la mayor parte de su quehacer se centra en la estadística y la economía por lo que podemos afirmar que tampoco es un arte; por lo tanto el mercadeo es una actividad o conjunto de actividades humanas que tiene como finalidad facilitar el proceso de intercambio entre productores y consumidores para que aquellos puedan obtener utilidad y estos satisfacer sus necesidades” (Fernández, 2002, 11-12) Por su parte, también en términos netamente empresariales, David Jobber y John Fahy definen el mercadeo moderno como: “La consecución de los objetivos empresariales mediante la satisfacción y la superación de las necesidades de los consumidores de forma superior a la competencia” (Jobber, 2007, 3). Así mismo, Peter Druker afirma: “Que el objetivo del mercadeo consiste en hacer superflua la venta, la finalidad es conocer y comprender al consumidor tan bien que el producto o servicio satisfaga sus necesidades y se venda fácilmente” (Kotler& Armstrong, 1998). No obstante, instituciones como la Asociación Americana de Mercadeo “AMA”, han ampliado estas nociones, a ámbitos que superan la dimensión empresarial, al definir el mercadeo como: “El proceso de planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y organizacionales” (Lamb, 2006, 6).

¹¹ibíd.

1.5 FACTIBILIDAD FINANCIERA¹²

1.5.1 Componentes básicos de un proyecto en el nivel de pre factibilidad o factibilidad financiera. Con la intención de tomar decisiones eficientes, el “estudio de factibilidad” permite conocer aspectos relevantes del proyecto en aspectos de oferta, demanda, tecnología, el tipo de organización, la inversión necesaria, las alternativas de financiación con que se cuenta, los ingresos, costos y rendimientos que se genere y el impacto a nivel social, económico y ambiental.

El autor sustenta la importancia del estudio con base en el hecho de que todos los proyectos no son exitosos, y es posible que en la marcha sean modificados o rechazados de plano. Se sugiere realizar el estudio por capítulos, los cuales obviamente deben estar relacionados y permitan conocer en cada caso la situación real del proyecto.

Por otra parte, se menciona que a nivel mundial las organizaciones financieras emplean metodologías propias para la presentación de los proyectos, de esta manera es importante conocer los términos requeridos para cada caso. Sin embargo el autor menciona que la metodología no cambia mucho, pues a menudo son solo modificaciones básicas en el orden de presentación.

De esta forma, se presentan a continuación los componentes básicos de un proyecto:

- Consideraciones básicas: en este componente se *vende la idea*, es decir, básicamente es donde se plantean los objetivos, se presenta la justificación, los antecedentes, las características generales del área del proyecto, las políticas y

¹²MENDEZ, Rafael. “Formulación y evaluación de proyectos. Enfoques para emprendedores: Componentes de un estudio de factibilidad financiera. 3 Edición. Bogotá, QuebecorWorld, 2004. Pág. 28

normas gubernamentales y demás factores en general que condicionan el desarrollo del proyecto.

- Análisis de oferta y demanda (estudio de mercado): este capítulo es catalogado por el autor como “el eje del proyecto”, por lo que es muy importante obtener la mayor y mejor información posible, es decir, actualizada y confiable. En este capítulo se debe identificar la demanda actual y potencial, conocer las características de los consumidores o usuarios, el perfil de la caracterización de la competencia, los canales de comercialización, el programa de ventas o de ofertas, los precios, mecanismos de publicidad y el análisis de proveedores.

Generalmente, los proyectos se basan en proyecciones matemáticas, sin embargo el autor señala la importancia de varios aspectos que no se pueden expresar matemáticamente. Por lo que se plantea que la metodología de la planeación estratégica aporta importantes elementos para una aproximación más real de variables clave del estudio de mercado. De esta forma, el análisis del entorno constituye parte importante del presente capítulo, pues hay factores no controlables para el proyecto que lo afectan y por tanto es importante tenerlos en cuenta.

- Aspectos técnicos (tamaño, localización, ingeniería): en primer lugar, se presenta entre los aspectos técnicos el tamaño, el cual hace referencia a la magnitud del proyecto y puede expresar de diversas formas, por ejemplo; en función de la producción en un periodo determinado (5 Toneladas/mes), según el monto de la inversión, según el número de empleados, según la cobertura geográfica del mercado (local, departamental, nacional, internacional).

Los factores que determinaran el tamaño serán el mercado, la tecnología. La localización y el financiamiento.

Posteriormente se hace referencia a la localización; la cual hace referencia al lugar en que se ubicará el proyecto. Obviamente este aspecto depende la situación y

tipología del proyecto, es decir, puede estar localizado hacia el mercado, lo cual facilitara el acceso a los clientes; localizado hacia las fuentes de materia primas, para aprovechar la cercanía de la producción de la materia prima; o puede estar ubicado en un sitio intermedio entre los dos anteriores. Sin embargo, también es importante tener en cuenta otros factores que puedan incidir en la localización del proyecto, como por ejemplo la disponibilidad de terrenos, la facilidad de construcción, los incentivos fiscales y financieros, el nivel de interés de la comunidad, el acceso a servicios públicos, a servicios complementarios, el impacto a nivel ambiental, entre otras.

En tercer lugar, se encuentra la ingeniería del proyecto. Básicamente determina las condiciones del producto o servicio a producir y comercializar, es decir, se establecen las bases técnicas sobre las cuales se llevara a cabo el proyecto. En este aspecto es importante contar con la asesoría de personas con experiencia en el ámbito de acción del proyecto. Por ejemplo, para la ampliación de una red de energía se debe contar con la asesoría de un ingeniero eléctrico.

Este capítulo busca responder a interrogantes como ¿Cómo se elaboran los productos? ¿Con que tecnología se va a prestar algún servicio? Entre otras.

- Aspectos legales y administrativos: en esta etapa inicialmente se determina el tipo de organización que se pretende crear, por lo que es importante tener en cuenta las ventajas y desventajas que trae consigo cada tipo de empresa.

Posteriormente, el capítulo debe contener aspectos propios de la estructura organizacional, es decir, deben incluirse temas como el organigrama, los niveles de decisión, las relaciones internacionales, las funciones de los cargos, el perfil de estos últimos, los costos de la nómina, entre otras.

- Inversiones y financiamiento: el análisis de inversiones se hace con la necesidad de cuantificar en términos económicos las necesidades del proyecto. Básicamente se pueden clasificar en tres categorías: inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo. El autor menciona que todo proyecto debe verse desde dos perspectivas, la primera ¿qué sucede si los recursos fueran 100% propios? Y la segunda ¿qué sucede si parte de los recursos son externos?

Es importante plantear diferentes alternativas de financiación, su selección dependerá de variables como por ejemplo los términos de amortización, el interés y los requisitos exigidos.

- Presupuesto de ingresos y gastos: según el resultado de los componentes anteriores, se establece un programa de producción o prestación de servicios para el periodo operativo. Se proyectan los ingresos y los costos (variables y fijos) en que se incurre en la puesta en marcha del proyecto.

Con esta información es posible proyectar el estado de resultados y hacer estimativos del punto de equilibrio para cada periodo de la fase operativa. Esto será importante para calcular el periodo de recuperación de la inversión y elaborar otros estados financieros.

- Evaluación del proyecto: esta última etapa permite dar el visto bueno al proyecto o por el contrario tomar decisiones de modificación, de aplazo o cancelación.

Esta evaluación se puede clasificar en dos grupos: privada, financiera y comercial y económica y social.

Para el primer caso, se trata de la evaluación que permitirá conocer el rendimiento que el proyecto generará con base en el capital a invertir. Debe hacerse teniendo

en cuenta ambos escenarios (con recursos 100% propios y con recursos externos).

El segundo caso se trata de la evaluación económica y de impacto social. En este aspecto se tiene en cuenta el impacto a la economía local, regional y nacional. Es decir, los empleos generados, la distribución del ingreso, el valor agregado, los efectos ambientales, entre otros.

El tipo de evaluación dependerá del tipo de proyecto y de los objetivos planteados.

1.5.2 Origen del Marketing – Mercadeo.¹³El término marketing de origen anglosajón empezó a utilizarse en EE UU a principios del siglo pasado, concretamente fue en 1910 cuando en la Universidad de Wisconsin apareció un curso denominado «Métodos de marketing» impartido por Butler.

La actividad del marketing más que ninguna otra se ocupa de los clientes, de esta forma, lo más importante en este aspecto es la creación de valor y la satisfacción de los mismos. Así, es común definirla como la entrega de satisfacción al cliente obteniendo a cambio una utilidad. La meta del marketing es la atracción de nuevos clientes y la conservación de los antiguos.

En este sentido, el marketing va más allá de lograr una simple venta, consiste entonces en entender las necesidades del cliente para poder desarrollar un producto que se ajuste a la satisfacción de estas. Peor el proceso no termina ahí, pues se debe establecer el precio adecuado y buscar mecanismos de promoción y

¹³MUÑOZ, Rafael. Marketing del siglo XXI. Cuarta Edición. España. Centro de Estudios Financieros, 2012

distribución acordes a cada situación. La naturaleza limitante de los recursos, obliga a que las personas busquen el mayor beneficio a cambio de su dinero.

Por tanto, tal vez una de las definiciones más aceptada a nivel mundial sea la formulada por Kotler y Armstrong¹⁴, donde se define como el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

Para el marketing es de suma importancia tener en cuenta los deseos, necesidades y las demandas de la población. Siendo las primeras estados de carencia, las segundas necesidades moldeadas por la cultura y la personalidad y las terceras, los deseos humanos respaldados por el poder de compra. Estas son satisfechas por productos y servicios. Estos no son solamente las propiedades tangibles de un bien o un servicio, si no las experiencias intangibles de valor para el cliente. Entendiendo el valor como la diferencia entre lo que el cliente obtiene al poseer y usar un producto y el costo de obtener dicho producto.

El estudio de las necesidades, los deseos y las demandas proporciona información importante para el desarrollo de las estrategias de marketing. Este estudio es presentado por en 2010 por Javier Alonso Rivas e Ildefonso Grande Esteban¹⁵, como el estudio del comportamiento del consumidor, donde básicamente se pretende conocer el por qué las personas actúan de determinada manera. No es tarea fácil, pues el comportamiento del consumidor es impredecible, dinámico, variable...

Es arriesgado plantear estrategias de marketing sin tener un conocimiento aproximado de los criterios de selección de los consumidores, por la naturaleza

¹⁴ KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. FUNDAMENTOS DE MARKETING. Sexta Edición. Ciudad de México. Pearson Educación. 2003. Pág. 5.

¹⁵ ALONSO, Javier; GRANDE, Ildefonso. "Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing". Sexta Edición. Madrid. ESIC Editorial, 2010

interdisciplinar del marketing, el estudio del comportamiento del consumidor debe hacerse desde varios enfoques; económico, psicológico, antropológico y sociológico.

En este estudio se pretende determinar las conductas en la obtención y consumo de los bienes y servicios, pero también el por qué, donde y con qué frecuencia se producen esos consumos.

1.5.3 Mix de marketing. A mediados del siglo XX fue Jerome McCarthy quien propone una teoría que sostiene que las variables que determinan el éxito empresarial son cuatro, producto (product), plaza (place), promoción (promotion) y precio (price). Esta teoría conocida también como las “cuatro pes” enmarcada dentro del marketing de masas, da origen a la teoría de las “cuatro ces”, esta última se enfoca más en el futuro comprador, siendo este el centro de atención de todas las actividades del marketing. Así, se habla entonces de conceptos como cliente, comercialización, comunicación y características. De esta manera se pasa de un marketing de masas a un marketing relacional.

1.6 LA ESCUELA CONSTRUCTIVISTA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

1.6.1 La Pedagogía Y La Educación Virtual En este apartado se muestra los elementos pedagógicos relevantes en la estructura que compone la educación virtual autores como ROZO ANA¹⁶ plantea En la comprensión de una *educación virtual* atravesada por dinámicas distintas a las de la *educación presencial* —y no

¹⁶ Dimensión pedagógica de la Educación Virtual: Una reflexión pendiente (2010). Pedagogía y Saberes No.32. Universidad Pedagógica Nacional. Facultad de Educación. 2010, pp. 33 - 44

como simulación o reproducción de las aulas de clase, de sus contenidos y de sus actores— y construida desde el entendido de lo virtual como “habitar la red” —con sus implicaciones directas en la configuración de identidades y subjetividades, de lenguajes y formas de comunicación, de otras relaciones con la información y con el conocimiento lo pedagógico— supone, en esencia, una conexión con la cultura, el poder y los sujetos en una constante tensión que obliga a despojar las certezas, a reestructurar (de construir y construir) las cadenas de conceptos y a transitar por senderos de posibilidad, a modo de Lévy¹⁷.

En la literatura revisada, propone una tendencia socializadora de lo pedagógico al considerar las posibilidades de aprendizaje de los estudiantes desde distintos referentes. Sin embargo, en la práctica se evidencia el diseño e implementación de procesos instruccionales, soportados en el diseño y en la puesta en plataformas de materiales y recursos, que trasladan las prácticas de aula y las concepciones de lo educativo, lo comunicativo del escenario real al entorno de la red.

La apuesta de esta dimensión encuentra que “la pedagogía debe entenderse no solo como productora de conocimiento, sino también de sujetos políticos, en ese sentido la comprensión del “otro”, del distinto, del diferente exige aproximaciones al diseño de propuestas formativas en la distancia que reconozcan esta individualidad” (Ortega, 2008. p. 65).

Desde tal comprensión, se hace indispensable atender diversos asuntos que trascienden la idea generalizada de “modelos pedagógicos” estáticos y rígidos, valorados con criterios de eficacia y eficiencia: las modificaciones que se dan en la relación información-conocimiento en estos escenarios, los fenómenos espacio-temporales que quiebran la noción de presencialidad, las consideraciones de las

¹⁷ El autor reflexiona sobre los cambios que se presentan a raíz de la llamada virtualización y de cómo debemos asimilarla sin caer en extremos de juzgarla como buena o mala sino de aprovechar los elementos transformadores que la acompañan.

identidades individuales y colectivas, los procesos de construcción de conocimiento individual y colectivo, la elaboración de currículos flexibles y los criterios de evaluación como procesos que den cuenta tanto de los aprendizajes disciplinares como de la formación de hombres y mujeres en su dimensión humanista en la perspectiva de los nuevos ordenamientos de creación y construcción de los procesos comunicativos-educativos desde donde se cuestionan los esquemas horizontales y unidireccionales. Esta perspectiva demanda la deconstrucción y la construcción como constante de los aspectos que tensionan permanentemente la Educación virtual

1.6.2 Diseño Pedagógico e Instruccional. A través de nuestra experiencia, hemos constatado que definir el modelo pedagógico es esencial en el diseño de aquellas asignaturas que han sido impartidas a través de Internet, en donde se ha atendido a: - Explicitar «a priori» los objetivos de aprendizaje que van a constituir las metas formativas a alcanzar por los estudiantes. - Desarrollar los contenidos de forma contextualizada y coherentemente estructurados.

2. Enunciar las actividades a través de las cuales se podrá valorar el progreso de los estudiantes.
3. Clarificar el sistema de evaluación para que los estudiantes conozcan las fórmulas de valoración que se van a emplear.
4. Aplicar la metodología didáctica oportuna para facilitar el proceso de Enseñanza-Aprendizaje.

Nuestra preocupación se ha centrado en intentar diseñar unos entornos adaptados a los estilos cognitivos de los estudiantes, por entender que esto se halla en relación directa con los resultados académicos, y por ende con la calidad de la docencia virtual (Del Moral; Villalustre; Suárez; Paz y Barrio, 2003).

Los sistemas de tele formación ofrecen numerosas posibilidades en relación al diseño pedagógico, puesto que permiten en mayor medida, adaptar el proceso formativo a los estilos cognitivos de los estudiantes, facilitando, de esta manera, los mecanismos de adquisición, almacenamiento y reutilización de la información.

Al mismo tiempo, entendemos que mediante el diseño instruccional debemos proporcionar a los estudiantes experiencias y ambientes de aprendizaje contextualizados a través de los cuales se lleve a cabo una adquisición de conocimientos y habilidades que suscite la aplicación de los mismos en situaciones semejantes.¹⁸

De ahí que, tanto con las actividades propuestas, como con los objetivos, los estudios de casos, los problemas enumerados, etc., se ha pretendido generar un espacio para potenciar los aprendizajes significativos, de modo que su realización implicará una extrapolación de dichos aprendizajes a experiencias similares.

Una de las estrategias que se ha venido impulsado en los diferentes niveles de formación académica es la inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación superior, como herramienta para la ampliación de cobertura y la reducción de costos, dado que -según se deduce- permite llegar a un número mayor de estudiantes sin límites de espacio o tiempo. Pero la solución del aprendizaje y formación virtual es más que la dotación de una infraestructura tecnológica de última generación, o que la simple transformación de la clase presencial en curso virtual; o la utilización del computador para motivar la participación de los estudiantes en un curso.

¹⁸BRIJALDO RODRÍGUEZ, Mónica Ilanda (2013), Unidad temática: Área I. E-learning en los métodos docentes. Entornos tecnológicos como complementos de actividades presenciales. Universidad de Salamanca – España / Universidad Nacional de Colombia

De otra parte, surge la formulación de la “formación por competencias” en los diferentes niveles educativos y con especial atención en los niveles superiores. Existen las corrientes que apuntan a una formación para lo laboral, y otras corrientes de la formación hacia un carácter más integral que fomente el aspecto investigativo en los estudiantes.

En la presente propuesta se tiene como objetivo diseñar, orientar y desarrollar herramientas y actividades, mediante la utilización de cursos en espacios virtuales, que fomenten las competencias generales y específicas (que guardan relación con las competencias señaladas en los documentos del ICFES y que forman la base para el desarrollo de los ECAES) de los estudiantes de las carreras que tienen como base las ciencias básicas.

En el desarrollo de los programas curriculares basados en competencias, el centro es el estudiante y su capacidad de aprender. Por esto la relación pedagógica fundamental es la que fortalece el aprendizaje autónomo y cooperativo, para lo cual el estudiante debe fijarse metas de aprendizaje y ser capaz de observar y evaluar su propio progreso. El estudiante se enfrenta a problemas y aprende de la experiencia y de la crítica del docente; la crítica y la autocrítica del trabajo del estudiante es una condición fundamental en el proceso de asimilación de la cultura académica y de madurez intelectual. Este enfoque requiere instrumentos de apoyo metodológico al estudiante, así como medios y espacios educativos adecuados.

La formación básica ha demostrado, a lo largo de mucho tiempo, una insistente preocupación por lo calidad de la docencia impartida, por las metodologías, las herramientas y medios utilizadas en el proceso de enseñanza- aprendizaje. Sin embargo, todos los esfuerzos emprendidos se formulan y desarrollan en el lapso de una administración determinada, sin que los proyectos o propuestas lleguen a determinar un derrotero en el transcurso de la vida académica tanto de docentes, como de estudiantes.

Pero es importante mencionar que estas experiencias previas, permiten tener una idea de los temas y actividades que se han desarrollado y de alguna manera poder incentivar nuevamente estos trabajos y rescatar los resultados obtenidos por los mismos. Igualmente, permite establecer las estrategias pedagógicas más convenientes para obtener un proceso educativo de calidad¹⁹.

En el documento, Evaluación de competencias en entornos virtuales de aprendizaje y docencia universitaria. Por Miguel Zapata, El autor expone que, Los estudios de referencia son los de máster universitario precisamente en informática, con especialización en enseñanza y aprendizaje en entornos virtuales.

Señalamos en todo caso y desde el comienzo la relevancia de contar con experiencias significativas que ayuden a estudiar, comprender, investigar y desarrollar nuevas experiencias ayudándose de lo ya realizado. Ello permitirá posiblemente revisar conceptos y procedimientos en relación con la práctica de evaluación. A la par que describimos la experiencia extraemos elementos de referencia y conclusiones para otros casos.

Existe una relación múltiple y recíproca entre la necesidad de establecer métodos y procedimientos de evaluación de aprendizajes formulados en términos de competencias, y las demandas del mundo laboral y profesional. Esto implica un cambio metodológico en la docencia universitaria y en su organización. Por otra parte ya hay un cambio en marcha en las metodologías docentes derivado en buena medida de la irrupción de las Tics y de los entornos virtuales de aprendizaje y de enseñanza. Por demás estos cambios implican nuevas necesidades evaluadoras y nuevos perfiles competenciales de alumnos y de profesores.

¹⁹ Igualmente, este trabajo hace parte del proyecto de tesis doctoral de la autora, propuesta para obtener el grado de Doctor en Procesos de Formación en Espacios Virtuales de la Universidad de Salamanca – España y cuya directora de tesis es la Doctora Begoña Gross Salvat de la Universidad de Barcelona.

Sobre las necesidades de tener en cuenta las competencias, como referencia necesaria de la evaluación de aprendizajes y hablando del cambio que en la metodología docente en la Universidad comporta, es inevitable seguir el planteamiento que hace De Miguel(2005): Tradicionalmente la polarización que han tenido los contenidos de la enseñanza universitaria (conceptos y procedimientos) orientados hacia aspectos, eminente o exclusivamente, teóricos, conceptuales o sencillamente centrados en conocimientos, ha tenido como consecuencia situaciones de capacitación que dificultan la inserción de los egresados en el mundo profesional y en el mercado de trabajo. Aunque esto no es tan simple, porque conocimientos y competencias no son dominios contrarios o excluyentes, habría que hablar de transferencias, y de conocimientos que amplían las competencias, en su naturaleza y en cómo se organizan para la práctica profesional.

Existe pues una clara razón y una fuerte demanda para adoptar estrategias docentes que tengan en cuenta el desarrollo y la evaluación de las competencias necesarias para el ejercicio profesional y para diseñar desde esta perspectiva las competencias adquiridas.

Tampoco se entienden estos cambios de orientación docente y del eje del sentido del aprendizaje sin radicales cambios metodológicos, en cómo los profesores realizan su trabajo. Es al tiempo una consecuencia y una necesidad.

Además como cuestión previa presupone precisar qué entendemos por competencias en este contexto contribuyendo a eliminar posibles confusiones terminológicas o conceptuales: Aceptaremos que se entiende por competencias profesionales (De Miguel, 2005) "un conjunto de elementos (conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes) que se integran en cada sujeto según sus características personales (capacidades, rasgos, motivos, valores...) y sus experiencias profesionales, y que se ponen de manifiesto a la hora de abordar o

resolver situaciones que se plantean en contextos laborales". O bien como precisa Bunk (1994): "Posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos, destrezas y aptitudes necesarios para ejercer una profesión, puede resolver los problemas profesionales de forma autónoma y flexible, está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo". De forma más simplificada se podría decir que una competencia profesional es la "capacidad que tiene un sujeto para adaptarse y a hacer frente a las situaciones y exigencias que requiere desempeñar eficazmente un trabajo profesional"

Si nos remontamos al socorridamente citado Informe a la Comisión Europea, Delors (1966), en él se detalla que el concepto de competencia integra las ideas de saber, saber hacer, saber estar y saber ser. De manera que el individuo, ante la tarea de resolver un problema, lo hace de forma global transfiriendo, con un saber hacer que es singular, lo que conoce en términos generales o teóricos a situaciones concretas, distintas y cambiantes. Lo cual constituye en sí un complejo de competencias que proceden por igual de su capacitación, de su experiencia y de sus aptitudes personales.

Recientes investigaciones en el ámbito de la psicología del aprendizaje (Esteban y Zapata, 2008) ponen de manifiesto que existen estrategias de aprendizaje que se aprenden, y entre ellas hay otras estrategias de administración de los propios recursos del individuo (meta cognición) que son centrales para la adquisición de competencias, particularmente en ámbitos profesionales de la sociedad de la información y trabajando con Tics.

Por su propia naturaleza las competencias deben ser observables y evaluables y lo son básicamente por medio de las conductas que los sujetos generan ante diversos problemas, de naturaleza variable, en contextos de condiciones cambiantes, de distinta naturaleza y en distintos contextos sociales.

²⁰TIFFIN, Y RAJASINGHAM, (1997) en su obra, en busca de la clase virtual, hacen *mención de que vivimos* en un período de transición entre una sociedad industrial y una sociedad de la información. Las escuelas tal como las conocemos están diseñadas para preparar a las personas para vivir en una sociedad industrial. Pero actualmente estamos inmersos en un periodo histórico de cambio acelerado similar al que se produjo en la Revolución Industrial. La nueva sociedad estará basada, más que en la información en el conocimiento. El conocimiento, el saber, es la información acumulada por las personas. Los incrementos de productividad de las organizaciones se basarán en la mejora del saber, en la innovación permanente del conocimiento aplicado a las organizaciones utilizando tecnologías cada vez más potentes.

²¹Diversos autores como **Duart y Sangra**: mencionan que implementar la tecnología en la educación es un reto muy grande, pero también es una oportunidad para lograr un cambio significativo en los procesos de enseñanza-aprendizaje dirigida hacia un aumento de la calidad educativa y una diversificación en el desarrollo de las competencia que los estudiantes necesitan para insertarse de manera funcional en su entorno.

1.6.2 Formación por Competencias²². Por competencias se entiende la concatenación de saberes, no sólo pragmáticos y orientados a la producción, sino aquellos que articulan una concepción del ser, del saber, saber hacer, del saber convivir.

²⁰TIFFIN, Y RAJASINGHAM, (1997)

²¹DUART Y SANGRA, Aprender en la virtualidad. Ciencia, Docencia y Tecnología. Mayo vol. XV, número 028. Universidad Nacional de entre Ríos, Concepción del Uruguay, Argentina. 2004

²²Larraín U., Ana María González F., Luis Eduardo: tomado de:
http://www.benv.edu.mx/reforma_curricular/MATERIALES_INDUCCION/LARRAIN_U_ANA_MARIA.pdf

En la sociedad del conocimiento es prioritario el saber hacer, como una aplicación de la información disponible. Pero no con cualquier propósito sino con la perspectiva de mejorar la calidad de vida de toda la población. De esta manera, aplicar un conocimiento de punta para la construcción de misiles sería antagónico con la lógica de la sociedad del conocimiento, no así, la aplicación de la misma tecnología al mejoramiento del diseño de incubadoras que disminuyen los índices de mortalidad infantil.

En la formación de profesionales es necesario realizar cambios metodológicos, didácticos y actitudinales que promuevan la participación, cooperación y estimulen el pensar del alumno, en la medida que se construyen los conocimientos junto al docente, apostando por un estudiante que aprenda a aprender, con una actitud crítica y capacidad de responder y actuar ante el cambio. No puede entenderse al proceso educativo como una relación lineal unidireccional de maestro–alumnos, ambos actores pueden y deben implicarse activamente en la organización y desarrollo de los contenidos educativos aportando experiencias, debate de opiniones, iniciativas, etc. El objetivo es estimular en el educando un sentido crítico, sobre la base de un conocimiento sólido, le motive y le capacite para implicarse activamente como ciudadano en los asuntos públicos.

El concepto de competencia otorga un significado de unidad e implica que los elementos del conocimiento tienen sentido sólo en función del conjunto. En efecto, aunque se pueden fragmentar sus componentes, éstos por separado no constituyen la competencia: ser competente implica el dominio de la totalidad de elementos y no sólo de alguna(s) de las partes. Desde esta visión holística e integral se plantea que la formación promovida por la institución educativa, en este caso, la universidad, no sólo debe diseñarse en función de la incorporación del sujeto a la vida productiva a través del empleo, sino más bien, partir de una formación profesional que además de promover el desarrollo de ciertos atributos.

(habilidades, conocimientos, actitudes, aptitudes y valores), considere la ocurrencia de varias tareas (acciones intencionales) que suceden simultáneamente dentro del contexto (y la cultura del lugar de trabajo) en el cual tiene lugar la acción; y a la vez permita que algunos de estos actos intencionales sean generalizables.

De este modo, un currículo por competencias profesionales que articula conocimientos globales, conocimientos profesionales y experiencias laborales, se propone reconocer las necesidades y problemas de la realidad. Tales necesidades y problemas se definen mediante el diagnóstico de las experiencias de la realidad social, de la práctica de las profesiones, del desarrollo de la disciplina y del mercado laboral y de la propia misión de la Institución.

Esta combinación de elementos permiten identificar las necesidades hacia las cuales se orientará la formación profesional, de donde se desprenderá también la identificación de las competencias profesionales integrales o genéricas, indispensables para el establecimiento del perfil de egreso del futuro profesional

1.6.3 Concepto de Competencia. La competencia es un saber hacer con conciencia. Es un saber en acción Un saber cuyo sentido inmediato no es “describir” la realidad, sino “modificarla”; no definir problemas sino solucionarlos; un saber el qué, pero también un saber cómo. Las competencias son, por tanto, propiedades de las personas en permanente modificación que deben resolver problemas concretos en situaciones de trabajo con importantes márgenes de incertidumbre y complejidad técnica.

Un tipo especial de competencias laborales son las *competencias profesionales*. Las competencias profesionales son consideradas como capacidades asociadas a la realización eficaz de tareas determinadas, de tipo profesional. Elaborar

correctamente un proyecto, dirigir la realización de un proyecto, realizar un diseño de Ingeniería y diagnosticar fallas en sistemas productivos son ejemplos de competencias profesionales. Una característica común a las competencias profesionales, aceptadas por muchos autores, es que ellas son efectivas cuando aúnan varias habilidades, quizá algunas destrezas físicas, actitudes y valores. Esos conjuntos de capacidades y atributos personales cobran sentido cuando se los aprecia en la óptica de una tarea profesional determinada, para la cual existen criterios de logro, calidad o efectividad bien establecidos.²³

1.7 ESTADO DEL ARTE

SOBRE LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EDUCATIVAS

Comenzamos esta revisión de documentos relacionados con el tema con el estudio de factibilidad para la creación de un centro educativo ²⁴que se realizó en 2009 donde un municipio como Floridablanca que está en crecimiento genera la necesidad de crear establecimiento educativo que responda de manera directa al proceso de desarrollo pero tratando desde la primera infancia que cumplan con las expectativas de los padres. Se realizan los análisis respectivos, del mercado, financiero, legal, administrativo, técnico y ambiental. Concluyeron que el estudio de mercado fue determinante debido a que pudieron detectar la carencia de las instituciones educativas de la zona y recomiendan que la fortaleza en publicidad es fundamental para la adquisición de clientes, obtuvieron un resultado factible en todos los aspectos analizados.

²³ González, L. E. & López, L., La Sociedad del Conocimiento y la Formación de Profesionales

²⁴NORIEGA BAEZ, Diana; SERRANO ORDOÑEZ, maría. Estudio de factibilidad para la creación de un centro educativo de preescolar en el municipio de Floridablanca 2009.
<http://repositorio.uis.edu.co/jspui/bitstream/123456789/11291/2/131429.pdf>

Para un colegio privado ²⁵en Bogotá en 20012, también se hace un estudio de factibilidad realizan los análisis pertinentes, de mercado, técnico, administrativo, organizacional, financiero y legal, con los cuales podrán identificar las demanda y oferta de colegios privados, el comportamiento de las tarifas de pensiones y matriculas en miras de ofrecer un servicio educativo, hacen un importante descripción de la educación en el siglo XX, y abarcando los tipos de educación, la formal, no formal, la informal, para adultos y para personas con capacidades excepcionales.

Utilizan en su metodología un estudio te corte cualitativo y cuantitativo, para evitar la mayor cantidad de distorsiones posibles. Partiendo en primera instancia de las fuentes secundarias que se tenían al alcance; luego se decidió aplicar una encuesta a los actores más importantes que participan en el mercado de la educación de donde logran concluir después de dicho análisis que la educación privada tiene acogida en algunos sectores de la población ya que garantiza la permanencia en las aulas las 40 semanas reglamentarias en el calendario escolar y recomiendan que el manejo publicitario debe ser bastante fuerte y durante el inicio lograr fidelización mediante el buen manejo administrativo y académico sobretodo.

Para realizar estudio de factibilidad existen unos criterios para tomar la decisión y son los relacionados con el mercado, técnico, legal, administrativo, ambiental, financiero y social en algunos casos. Una trabajo la factibilidad para la creación de una empresa²⁶ quienes en 2013, realizaron un estudio cuantitativo descriptivo,

²⁵SALCEDO PANQUEVA, Giovanni. Estudio de factibilidad para la creación de un colegio privado de básica primaria en el barrio Tabora de Bogotá. 2011
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3191/11981321.pdf?sequence=1>

²⁶FERNÁNDEZ LÓPEZ, Gloria Isabel, et al. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de estimulación y desarrollo infantil en la Comuna 3 de la ciudad de Popayán en el año 2013. 2012

aplicando una encuesta con el fin de reunir criterios para la implementación de algunas estrategias de enseñanza este proyecto cuenta con característica similares debido a que explora elementos pedagógicos y revisa la oferta educativa del sector y con ello logra establecer las necesidades, aunque lo hacen para el contexto preescolar se considera pertinente a documento en construcción debido a que también añade dentro de su análisis de factibilidad el contexto académico en el cual se está analizando elementos pedagógicos. El estudio de los autores resultó viable porque los padres consideraron que se necesita una institución de estas características lo cual contrastando con el presente trabajo puede proceder de manera similar para realizar dicho estudio, apegándose más al mercado potencial y llenar de argumentos académicos que van de la mano del tipo de empresa que se quiere formar.

Un estudio de factibilidad para la creación de un centro de regionalización de la UPB²⁷ en Barrancabermeja ²⁸ el propósito del estudio fue identificar las necesidades de la población, conocer la referencia de los habitantes en cuanto a la oferta educativa y principalmente determinar si es factible o no la realización del proyecto, nuevamente la fortaleza se centra en el estudio del mercado. Utilizan una investigación de tipo exploratoria empleando el método inductivo, tomando datos reales. Analizan las perspectivas en cuanto a la posibilidad de implementar dicha empresa analizando las características educativas, las posibles ofertas académicas basadas en el entorno geográfico, laboral y económico; lograron concluir que la población tiene un alto grado de aceptación a esta iniciativa ya que logran identificar las necesidades educativas de los futuros profesionales de la región. Este trabajo se acerca mucho más al objeto de estudio que se está

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2303/FernandezGloria2012.pdf?sequence=5>

²⁷ Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia

²⁸ PERALTA URREGO, MariaJose; AMAYA DOMINGUEZ, Alidys. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de regionalización de la Universidad Pontificia Bolivariana en la Ciudad de Barrancabermeja. 2013.

http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/942/1/digital_19645.pdf

realizando pero aquí se avanza con relación a este de que se está involucrando la formación virtual, mostrando todas las ventajas desde el punto de vista de la formación a través de las competencias laborales, y pedagógicas.

Otros autores más recientes realizan un estudio de factibilidad para la creación de un centro educativo²⁹ en el 2014, justificando inicialmente ser emprendedores alcanzar la independencia y generar empleo. Además, dan una mirada somera en su marco conceptual de los elementos de aprendizaje, la comunidad educativa y el currículo, temas pertinentes que a pesar de formar empresa nose puede desconocer los tópicos pedagógicos que toda institución debe contener anexando elementos legales, administrativos, técnicos, del mercado y financieros que van de la mano en el estudio de factibilidad. Metodológicamente realizaron una investigación de tipo descriptivo, con la consulta bibliográfica, trabajo de campo, codificación y formulación de la información los que llevo a concluir que es factible la creación de dicha empresa donde mencionan a manera de recomendación las ventajas de la educación y como se logra potenciar talentos en los educandos. Manifestando su creatividad, sus posibilidades y sus talentos, situarse a sí mismo frente a los demás y a la Sociedad para establecer relaciones más equilibradas con su mundo familiar y su entorno.

1.7.1 Avances Realizados Sobre La Formación Virtual. La universidad ³⁰está empezando plantearse el cambio, no sólo de su formato y estructura clásicos sino de su propio enfoque de la educación. En realidad, es una necesidad subyacente a los cambios actuales de la sociedad (Drucker, 1997)[1], mayormente mediatizados por el impacto y la emergencia del uso de las tecnologías de la

²⁹ROSETO RAMÍREZ, Yuli Liliana; RUEDA PÁEZ, Luis Miguel. Estudio de factibilidad para la creación del centro educativo privado liceo" MAR" de sabiduría en la comuna 5 del municipio de Santiago de Cali. 2014 http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/2062/1/Estudio_Creacion%20Centro%20Educativo_%20M%20A%20R_%20Rosero_2013.pdf

³⁰<http://mc142.uib.es:8080/rid=1JXCH278X-2CNMN7K-21Y/ARTICULO%20CAMPUS%20VIRTUAL.pdf>

información y la comunicación en los distintos ámbitos de la vida cotidiana. Igualmente, respecto al Estado español se avecinan cambios que deberían ser substanciales (Michavila, 2001).

En³¹ el libro "En busca de la clase virtual", John Tiffin y Lalita Rajasingham proponen lo siguiente:

"Vivimos en un período de transición entre una sociedad industrial y una sociedad de la información. Las escuelas tal como las conocemos están diseñadas para preparar a las personas para vivir en una sociedad industrial. Los sistemas de educación preparan a las personas para ocupar un lugar en la sociedad imitando a las fábricas y oficinas de una sociedad industrial.

Diariamente, en todo el mundo, los jóvenes utilizan bicicletas, colectivos, automóviles o trenes para ir a la escuela, exactamente lo mismo que harán más adelante para ir a trabajar. Se supone que tendrán que fichar a una hora concreta y aprenden a trabajar en los pupitres de las aulas que son exactamente iguales a las oficinas de la industria y el comercio. El modo en que se administra el tiempo, en que se dividen las asignaturas para su estudio y en que se organizan las escuelas como burocracias son anticipaciones de la vida después de la escuela. Cuando suena el timbre al finalizar el día escolar, los alumnos salen corriendo para trasladarse a casa, exactamente igual a lo que hacen los trabajadores de las fábricas y oficinas aproximadamente una hora más tarde.

Una sociedad industrial depende del movimiento físico de las personas y los bienes, de manera que la infraestructura tecnológica fundamental es el ferrocarril, las rutas, el mar y el transporte aéreo. La infraestructura tecnológica fundamental de una sociedad de la información es sin embargo, la red de telecomunicaciones.

³¹ Adaptación para Eduforum de la participación de Alejandra Candia en el Coloquio Universidad Torcuato Di Tella - Atlas Economic Research Foundation - Fundación República: "Reforma Educativa para el Siglo XXI: Promoviendo la Libertad de Elección para una Vida Mejor", realizado en la UTDT en Noviembre de 2000.

Para preparar a las personas para vivir en una sociedad de la información, se necesita un sistema educativo que se base en las telecomunicaciones y no en el transporte.

Hoy en día, si se quiere hablar con alguien que no se encuentra presente, tenemos dos elecciones que representan las diferentes formas de hacer las cosas en una sociedad industrial y en una sociedad de la información: ir a verlo o llamarlo por teléfono. Utilizar una red de transporte o una red telefónica.

Es raro tener una elección similar en educación. Si se tiene que asistir a una clase hay que viajar hasta el aula. La educación precisa una alternativa. Alumnos y maestros deberían poder tener la opción de reunirse para la instrucción por medio de las telecomunicaciones o del transporte".

En Estados ³²Unidos: Campus Virtual de Illinois en septiembre de 1998 comenzó en el estado norteamericano de Illinois una experiencia pionera en su género, el IVC (Illinois Virtual Campus, el Campus Virtual de Illinois). Y decimos pionera porque, dentro del modelo de las universidades virtuales, ésta no se organiza en Facultades, sino que es ante todo un lugar de información, pues a través de su Online Catalog (Catálogo en Línea) ofrece datos de más de 1700 cursos de educación a distancia que se pueden cursar en centros educativos de ese estado. De estos cursos, más de la mitad se imparten a través de la Red y el resto por Televisión Interactiva y otros sistemas multimedia.

Escuela ³³Virtual de Ciencias Empresariales nació como un proyecto dentro de la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales (EUCE), dependiente de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). En dicho proyecto colaboran catedráticos y profesores de ambos Centros y de otras universidades, así como

³²<http://www.oocities.org/es/astridpernia/hwct/T4/infografia15.htm>

³³ibíd.

consultores de las más diversas áreas empresariales. Su objetivo fundamental es que cualquier empresario o empleado adquiera en poco tiempo la capacitación suficiente para afrontar los problemas profesionales habituales en el entorno empresarial, y por supuesto todo ello desde casa o desde la propia empresa, independientemente del país de residencia.

1.8 METODOLOGÍA

1.8.1 Métodos y fuentes de información. La presente investigación es de tipo descriptivo, ya que pretende comprender y analizar los hábitos, las costumbres y los modos de actuar de una población. Este tipo de investigación permite formular un problema, recolectar datos referentes al mismo, plantear hipótesis o tendencias e identificar las relaciones existentes entre las variables de investigación.

1.8.2 Fuentes de información. Para Bacca³⁴ las fuentes de investigación primarias constituyen aquellas en las que interfiere directamente el usuario o consumidor final, por tanto, la utilización de fuentes primarias implicará siempre el contacto directo con este.

Baca propone entonces la utilización de encuestas o cuestionarios para conocer la medida de las posibilidades los modos de actuar de un grupo en determinadas situaciones.

³⁴ Bacca Urbina "Evaluación de proyectos "edición 4. Mc Graw Hill

Por otra parte, también plantea la observación directa del objeto de estudio, es decir, acudir hasta donde se encuentra el usuario y formularse hipótesis de su comportamiento, sin tenerse certeza del motivo real de su conducta.

En este sentido, la presente investigación pretende emplear información obtenida de fuentes primarias y secundarias con el fin de contar con datos exactos que permitan obtener información clara y precisa para la toma eficiente de decisiones.

La investigación emplea principalmente la encuesta como método de recolección de información, esta con el fin de obtener datos cuantificables relevantes para la misma. La recolección de datos de tipo cualitativos se basa en diversas fuentes primarias y secundarias, empleando principalmente herramientas como la encuesta y la observación.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

Para la investigación en curso se realizó un muestreo aleatorio simple, que se utiliza cuando la población es aproximadamente homogénea.

Para dar una idea de la cantidad de personas a las que se dirige el proyecto, se pensó edades (Según datos del DANE, A continuación se presenta la fórmula que permitió estimar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{NK^2PQ}{(N-1)e^2 + (K^2PQ)}$$

Donde

N = tamaño de la población

K= coeficiente de confianza (para el caso será del 95%)

e= error máximo permitido por el investigador (para el caso será del 10%)

47

P= probabilidad de que suceda

Q= probabilidad de que no suceda

Entonces para el caso de estudio:

N= 25.075³⁵ hogares según el censo 2005 que formen parte de una familia de 4 o más personas, pero de acuerdo a la proyección realizada por el Departamento Administrativa Nacional de Estadística DANE la población de este municipio ha crecido en un 20,07% aproximadamente. Por tanto, los hogares proyectados a 2014 serían 25.075(1+20,07%)= 30.107 hogares para esa fecha.

K= 95% cuyo Z= 1.96

³⁵http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados_am_municipios.pdf

e= 10%

P= 0,5

Q= 0,5

$$n = \frac{(30.107 * 1.96^2) * (0,5 * 0,5)}{(30.107 - 1) * 0,10^2 + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

n= 95,73

n= 96 aproximadamente.

Sin embargo para la presente investigación se realizó un total de 100 encuestas.

2.1 HERRAMIENTA ESTADÍSTICA SPSS 21

IBM® SPSS® Statistics es un sistema global para el análisis de datos. SPSS Statistics puede adquirir datos de casi cualquier tipo de archivo y utilizarlos para generar informes tabulares, gráficos y diagramas de distribuciones y tendencias, estadísticos descriptivos y análisis estadísticos complejos.

Proporciona una amplia gama de procedimientos estadísticos para análisis e informes básicos, incluyendo recuentos, tablas de contingencia y estadísticas descriptivas.

Para utilizar el software estadístico SPSS se organizaron las encuestas previamente enumeradas de 1 a 100 en una tabla de EXCEL ya que este programa permite exportar los datos entre sí, para ellos se establecieron las variables involucradas resultados de la encuesta.

- a. CONOCE_PROGRAMAS_FORMACION_VIRTUAL: “conoce programas de formación virtual”
- b. USO_EDUCACION_VIRTUAL: “a utilizado educación virtual como elemento de formación”
- c. TIENE_COMPUTADOR_INTERNET “tiene computador con internet “

- d. DISPOSICION_FORMACION_VIRTUAL “ estaría dispuesto a recibir formación virtual “
- e. TIPO_FORMACION_TITULADA_DE_INTERES “que tipo de formación titulada estaría interesado en recibir”
- f. HORAS_SEMANALES_DISPONIBLES_FORMACION “cuantas horas semanales estaría disponible para recibir”
- g. MOMENTO_DIA_FORMACION “ durante qué momento del día puede dedicar a la formación”
- h. CONOCE_FORMACION_VIRTUAL_JAMUNDI “conoce en el municipio de Jamundí algún centro de formación virtual”
- i. DAP_SEMESTRE_FORMACION_VIRTUAL “ cuanto estaría dispuesto usted a pagar por una carrera técnica tecnológica o profesional con registro calificado “
- j. INTERESADO_EMPRESA_FORMACION_VIRTUAL “ se creara una empresa de carreras técnicas tecnológicas profesionales y posgraduales en el municipio de Jamundí estaría dispuesto a realizarlo”
- k. FACILIDAD_MANEJO_PLATAFORMA_VIRTUAL “ tiene facilidad para manejo de plataformas virtuales”

2.2 ANÁLISIS DE ENCUESTA

Tabla de contingencia ¿Usted conoce programas de formación virtual? * ¿Estaría dispuesto a recibir formación virtual?

Tabla 1 Análisis de la encuesta programas de formación virtual

Recuento

		¿Estaría dispuesto a recibir formación virtual?			Total
		Cursos básicos	Formación titulada	No responde	
¿Usted conoce programas de formación virtual?	Si	9	54	7	70
	No	10	17	2	29
	No responde	0	1	0	1
Total		19	72	9	100

Fuente: elaboración propia

Se establece la relación entre las variables ¿Usted conoce programas de formación virtual? Y se mide con la otra variable ¿Estaría dispuesto a recibir formación virtual? Los que nos arrojó el siguiente resultado de los que respondieron SI 9 están dispuestos a realizar cursos básicos 54 formación titulada y 7 no responde. De acuerdo con lo planteado se nota que hay un alto número de personas de acuerdo a la muestra que si conocen y están dispuestos a recibir formación virtual.

Tabla de contingencia ¿Usted ha utilizado educación virtual como elemento de formación? * ¿Qué tipo de formación titulada estaría dispuesto a realizar?

Tabla 2 Análisis de la encuesta educación virtual

Recuento

		¿Qué tipo de formación titulada estaría dispuesto a realizar?				Total
		Técnico	Tecnológica	Profesional	Pos gradual	
¿Usted ha utilizado educación virtual como elemento de formación?	Si	9	20	16	4	49
	No	21	12	13	1	47
	No responde	2	1	1	0	4
Total		32	33	30	5	100

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la información obtenida entre las variables, ¿se ha utilizado educación virtual como elemento de formación? Y la otra variable ¿Qué tipo de formación titulada estaría dispuesto a realizar? Arroja el siguiente resultado de los que han utilizado la educación virtual como elemento de formación hay una diferencia de 2 entre el sí y el no, pero se observa que entre el tipo de formación que estaría dispuesto a realizar hay alto número de 20 de los que han utilizado la formación virtual están dispuestos a realizar una carrera tecnológica y 16 una carrera profesional sumándole de aquellos que no han utilizado formación virtual pero están dispuestos a realizar formación titulada 12 tecnológica y 13 profesional

Tabla de contingencia ¿Durante qué momento del día puede dedicar tiempo a la formación? * ¿Cuántas horas semanales tiene disponibles para la formación?

Tabla 3 Análisis de la encuesta horas disponibles

	¿Cuántas horas semanales tiene disponibles para la formación?				Total
	Menos de dos horas	De dos a cinco horas	De seis a diez horas	Más de diez horas	
¿Durante qué momento del día puede dedicar tiempo a la formación? Mañana	16	8	2	0	26
Tarde	8	13	3	0	24
Noche	11	28	9	2	50
Total	35	49	14	2	100

Fuente: elaboración propia

Entre las variables ¿Cuántas horas semanales tiene disponibles para la formación? Y ¿Durante qué momento del día puede dedicar tiempo a la formación? Arroja que del total 26 prefieren dedicar tiempo en la mañana en la tarde se obtuvo un total de 24 y en la noche un total de 50. De aquí podemos observar que en la mañana 16 dedican menos de 2 horas, también 8 responde menos de cinco horas y 2 de seis a diez horas.

En la tarde para un total 24 de donde le dedican 8 menos de 2 horas ,13 de dos a cinco horas y 3 de seis a diez horas.

En la noche se obtuvo un total de 50 de donde 11 menos de 2 horas, 28 de dos a cinco horas y 9 de seis a diez horas.

Tabla de contingencia ¿Qué tipo de formación titulada estaría dispuesto a realizar? * ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en una carrera técnica, tecnológica o profesional con registro calificado?

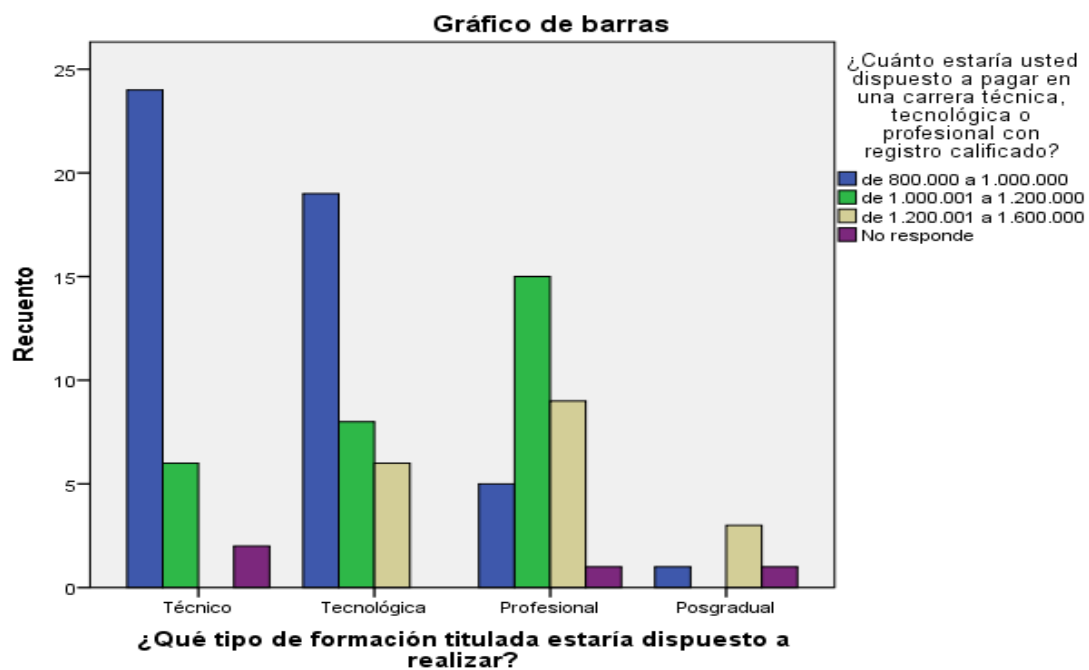
Tabla 4 Análisis de la encuesta formación titulada

		¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en una carrera técnica, tecnológica o profesional con registro calificado?				Total
		de 800.000 a 1.000.000	de 1.000.001 a 1.200.000	de 1.200.001 a 1.600.000	No responde	
¿Qué tipo de formación titulada estaría dispuesto a realizar?	Técnico	24	6	0	2	32
	Tecnológica	19	8	6	0	33
	Profesional	5	15	9	1	30
	Pos gradual	1	0	3	1	5
Total		49	29	18	4	100

Fuente: elaboración propia

Entre las variables ¿Qué tipo de formación titulada estaría dispuesto a realizar? ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar en una carrera técnica, tecnológica o profesional con registro calificado? De acuerdo a la información obtenida se identifica que hay preferencia en la formación técnica y la tecnológica está dispuesto a pagar entre 800.000 y 1.000.000 mientras que 15 de los que prefieren formación profesional están dispuestos a pagar de 1.000.001 a 1.200.000. Lo cual indica que es coherente la disponibilidad a pagar de un nivel de formación a otro. Formación profesión ya que 24 indica estarían dispuestos a pagar formación técnica y 16 formación profesional.

Gráfica 1 Costo dispuesto a pagar



Fuente: elaboración propia.

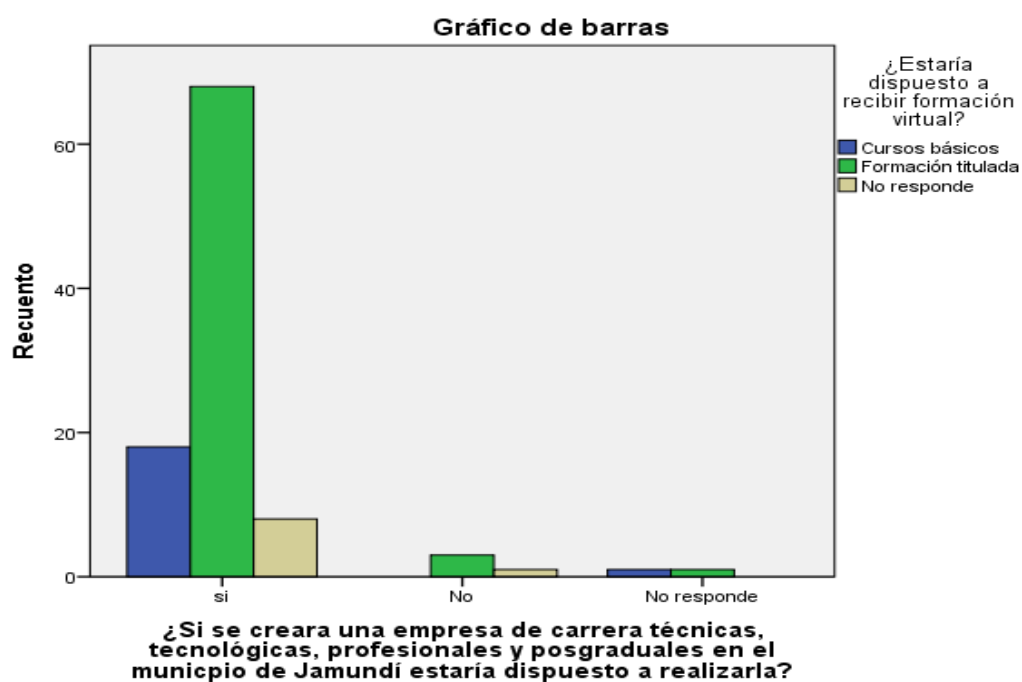
Tabla de contingencia ¿Si se creara una empresa de carreras técnicas, tecnológicas, profesionales y posgraduales en el municipio de Jamundí estaría dispuesto a realizarla? * ¿Estaría dispuesto a recibir formación virtual?

Tabla 5 análisis de la encuesta creara una empresa de carreras técnicas tecnológicas y profesionales

		¿Estaría dispuesto a recibir formación virtual?			Total
		Cursos básicos	Formación titulada	No responde	
¿Si se creara una empresa de carrera técnica, tecnológica, profesionales y posgraduales en el municipio de Jamundí estaría dispuesto a realizarla?	Si	18	68	8	94
	No	0	3	1	4
	No responde	1	1	0	2
	Total	19	72	9	100

Fuente: elaboración propia

Gráfica 2Estaría dispuesto a recibir formación virtual



Fuente: elaboración propia

En las variables, ¿si se creara una empresa de carreras técnicas, tecnológicas, profesionales y posgraduales en el municipio de Jamundí estaría dispuesto a realizar? ¿Estaría dispuesto a recibir formación virtual?

Se determina que 68 estarían dispuestos a recibir formación virtual, 18 cursos técnico lo que nos comprueba que realizar la empresa EDUPOL en el municipio de Jamundí sería factible.

2.3 ANÁLISIS COMPETITIVO, MODELO DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.

Ilustración 1 Análisis competitivo, modelo de las 5 fuerzas de Porter.



COMPRADORES

³⁶Cualquiera que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores; sin embargo, este poder suele presentar diferentes grados dependiendo del mercado.

³⁶<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/hay-65-000-estudiantes-virtuales-colombia-22356>

De los dos millones de estudiantes que hay en el país, 65.000 cursan sus carreras universitarias de forma virtual, cifra que podría parecer baja, pero que refleja un aumento del 30 % en relación con el año anterior.

El crecimiento pronunciado de este tipo de educación se viene dando en parte por el desarrollo tecnológico y económico de Colombia, pero también porque representa una alternativa para que las personas que por alguna razón desertaron de sus estudios superiores vuelvan a estudiar mientras siguen adelante con sus actividades económicas.

“Tenemos muchos estudiantes por fuera del sistema y la educación virtual de calidad puede ser una muy buena estrategia para integrar a estas personas”, afirmó Andrés Núñez, director general de Ilumino, red de instituciones educativas de América Latina, que reúne a 14 universidades y más de 300 mil estudiantes en la región en torno a la educación virtual.

- Se busca tener diferenciación, ofrecer mayores servicios de postventa., ofrecer promociones mejores garantías y de suma una importancia buena comunicación con el cliente
- El buen nombre de las universidades que hacen parte del convenio EDUPOL S.A
- Los precios de las carreras y la modalidad de financiamiento
- Acompañamiento permanente
- La flexibilidad de horarios y plataforma

Por lo general, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.

Toda persona en edad de 16 años en adelante que pertenezca a estrato 1, 2, 3,4

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

- Otros establecimientos del mismo rubro cerca de la zona
- El departamento ofrece diversas alternativas de educación, por lo que el mercado es cada vez más exigente, el buen nombre de otros establecimientos constituye una barrera de entrada para nuevos competidores.
- La naturaleza intangible del servicio permite diferenciarse por el mismo, dado que brinda flexibilidad en tiempo
- Centros de estudio ofreciendo matriculas menos costos
- Universidades extranjeras
-

SUSTITUTOS

- La educación virtual o polimodal puede resultar aburridora ; Al asistir a un curso presencial, usted puede escuchar a su profesor, quien usará lenguaje corporal, entonación, pizarras, objetos, y recursos visuales, que harán de su experiencia mucho más entretenida que simplemente recibir 2 o 3 lecciones en su email, leerlas, y opinar sobre ellas.
- Interacción o aislamiento: Otra de las grandes desventajas que la educación a distancia o virtual ha experimentado es la falta de interacción no solo con el profesor sino también con otros estudiantes.
- El departamento del Valle del Cauca en especial tiene a disposición grandes universidades e institutos, por lo que la amenaza de servicios similares es alta, por tanto será de gran importancia lograr reconocimiento y buena imagen por parte de los estudiantes en la modalidad presencial
- Los estudiantes realicen todos los estudios de educación superior de forma presencial

PROVEEDORES

- En Colombia hay 50 universidades públicas y privadas que ofrecen programas 100% virtuales. La mayoría de las personas que se vinculan a la educación virtual son estudiantes de 25 años de edad en adelante
- Los insumos requeridos para la prestación del servicio se encuentran a disposición de cualquier persona o empresa
- Los proveedores no influyen directamente en la prestación del servicio, sin embargo, es de suma importancia la calidad de los insumos empleados en los procesos.
- Desplazamiento a la ciudad de Cali por insumos
- U. Iberoamericana.
- U autónoma de Manizales
- U. Tecnológica de Bolívar
- U. Jorge Tadeo lozano

Rivalidad del Sector

En Colombia hay 288 universidades públicas y privadas y solo 50 de ellas ofrecen programas 100% virtuales.

En el departamento de Valle de Cauca existen muchas universidades e instituciones de educación superior puesto son pocas la universidades que presentan esta modalidad de estudio en el departamento del Valle del Cauca.

Por otra parte, entre los establecimientos que ofrecen servicios de la misma naturaleza se encuentra apartados o en la ciudad de Cali, Valle con precios parecidos a los ofertados por EDUPOL S.A.

Descentralización, regionalización e internacionalización de la oferta pública y privada.

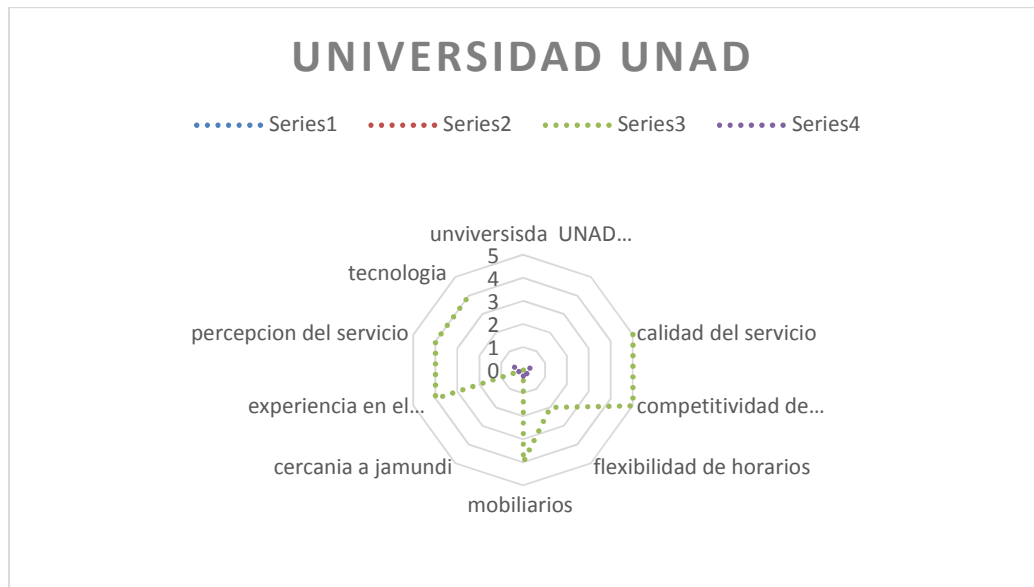
2.4 MATRIZ ANÁLISIS DE PERFIL COMPARATIVO

Con base en los datos recolectados en la encuesta sobre lo que los clientes consideran un buen, se elaboró la matriz del perfil competitivo donde se evalúan aspectos que se han considerado importantes para la prestación del servicio.

Tabla 6 Matriz del perfil comparativo

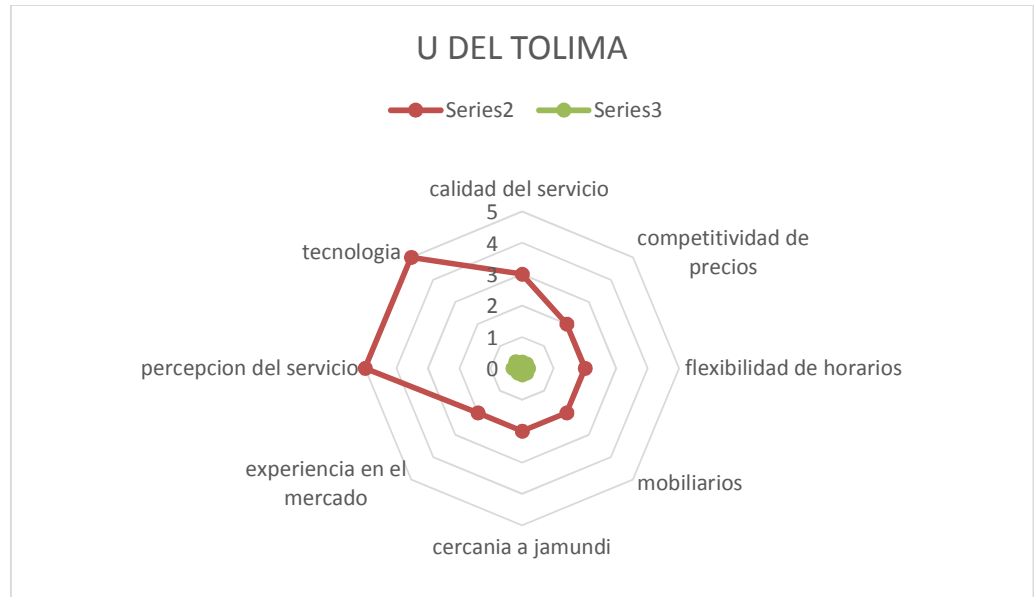
FACTOR CLAVE	Peso	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)		Universidad de Tolima		Universidad santo Tomas	resultado ponderado
		calificación	resultado ponderado	calificación	resultado ponderado	Calificación	
calidad del servicio	15	5	0,3	3	0,2	2	0,1
competitividad de precios	13	5	0,4	2	0,2	3	0,2
flexibilidad de horarios	12	2	0,2	2	0,2	1	0,1
mobiliarios	10	4	0,4	2	0,2	2	0,2
cercanía a Jamundí	10	0	0,0	2	0,2	1	0,1
experiencia en el mercado	10	4	0,4	2	0,2	2	0,2
percepción del servicio	15	4	0,3	5	0,3	3	0,2
tecnología	15	4	0,3	5	0,3	1	0,1
Total	100		2,2		1,8		1,2

Gráfica 3 Matriz del perfil competitivo Universidad De Nacional A Distancia



Fuente: elaboración propia

Gráfica 4 Matriz del perfil competitivo U, del TOLIMA



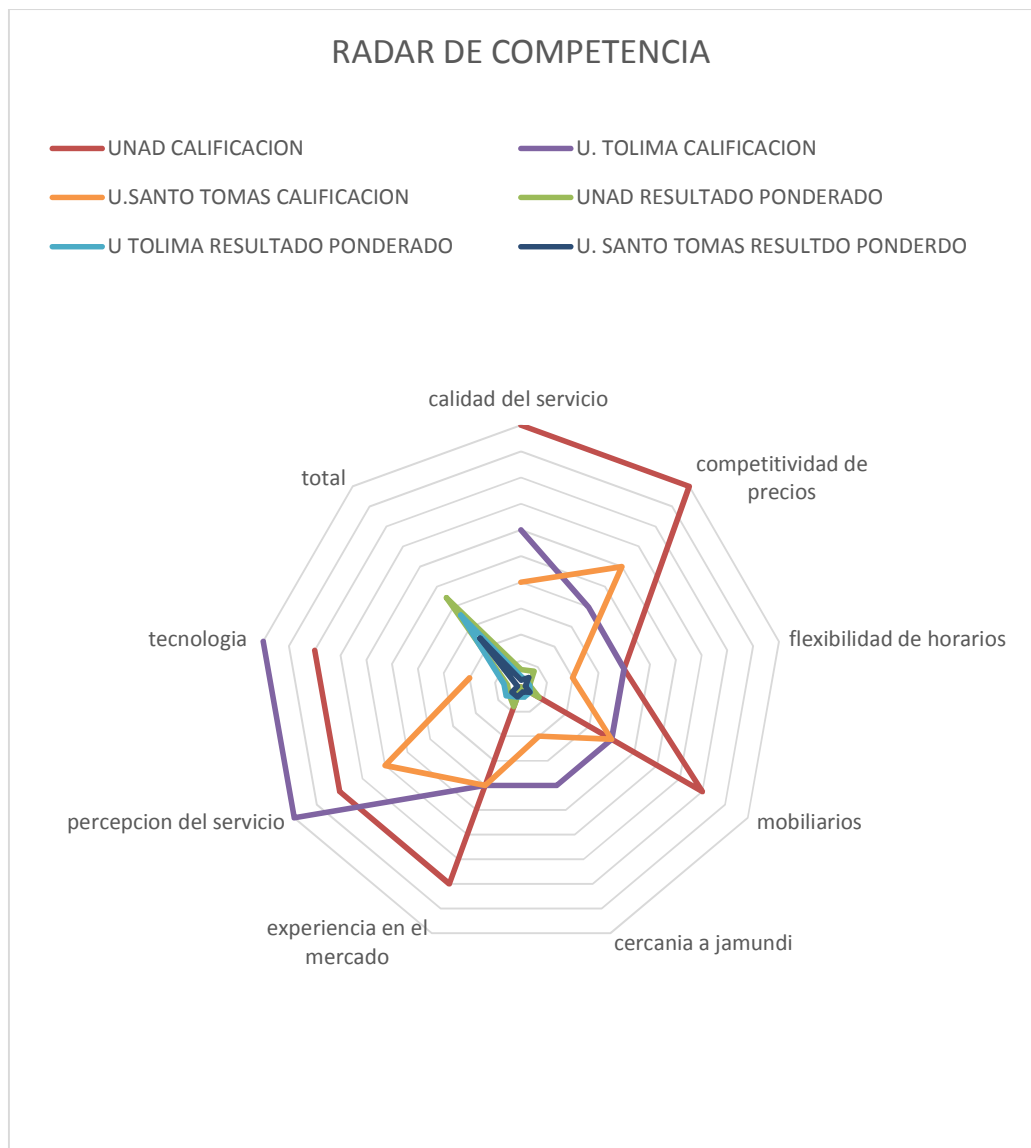
Fuente: elaboración propia

Gráfica 5 Matriz del perfil competitivo U, SANTO TOMAS



Fuente: elaboración propia

Gráfica 6 Matriz del perfil competitivo



Fuente: elaboración propia

La matriz arrojó que la competencia más fuerte hasta el momento son la UNAD y la universidad del Tolima dos universidades con más de 25 años de trayectoria en el mercado.

La primera de ellas ha logrado ser reconocido en la región por la variedad de programas y la cantidad de sedes a largo y ancho del país ,cuentan con programas de alta demanda , los precios que ofrecen se pueden catalogar entre estratos 1,2,3 la UNAD ofrece la plataforma virtual y horarios flexibles.

Por otra lado está la universidad de del Tolima cuenta con un amplia programa de carreras y cuenta con varias sedes las más cercana se encuentra en la ciudad de Cali en su modalidad a distancia.

La universidad santo tomas cuenta con gran variedad de programas a distancia pero solo tiene 5 sedes de las cuales no hay una disponible en el departamento del Valle de Cauca.

Estas universidades cuentan con amplia trayectoria en la región y han logrado ser reconocidos en la zona. Cabe resaltar que son estas las primeras universidades a que encuentras en la ciudad de Cali, son las más próximas al municipio de Jamundí

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Tomando como referencia el municipio de Jamundí es posible afirmar que la competencia en cuanto a educación se refiere no es significativa dado que el municipio no cuenta con campus universitarios presenciales o educación a distancia de alguna universidad, se debe tener en cuenta la cercanía a la ciudad de Cali donde si posible afirmar que hay instituciones públicas y privadas que brinda programas de educación superior a distancia

CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE ENTORNOS

Macroeconómico

3.1 ENTORNO ECONÓMICO

De acuerdo con arcadio guzmán, en el complicado entorno organizacional, hace referencia al entorno económico de una empresa como los aspectos económicos del medio ambiente de la organización que la afectan y no están bajo el control de la empresa es decir que son ajenos a su comportamiento; por ello destaca factores que deben tenerse en cuenta para la planeación y creación estrategias; dichos factores como los procesos de integración regionales y subregionales, acciones de grandes corporaciones, de agencias internacionales la banca internacional, organismos multilaterales, financieros, los mercados de mercancías cambiarios y monetarios.

Producto interno bruto (PIB.)

“Para este primer trimestre de 2016, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), se ubicó en 3.1 %, y ocho de las nueve ramas crecieron positivamente y cinco de éstas estuvieron por encima del crecimiento de la economía”.

Así anunció el director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), Mauricio Perfetti del Corral, los resultados del crecimiento real de la economía en el arranque de este año.

El funcionario explicó que los mayores crecimientos estuvieron en la industria manufacturera con 5,3 %; construcción con 5,2 %; servicios financieros, inmobiliarios con 3,8 %.

También manifestó que “el desempeño de la industria manufacturera se explica por el crecimiento de 16 de los 24 subsectores que conforman la actividad, donde

se destaca el de la refinación de petróleo con 20,6 % y elaboración de bebidas con 16,5 %.

Resaltó el comportamiento positivo en el sector de la construcción que, según las cifras, corresponde al crecimiento de la construcción de edificaciones con 10,9 %. En los servicios financieros, inmobiliarios se destaca el crecimiento de la intermediación financiera con 9,0 %.³⁷

Índice de precios al consumidor (IPC)

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) anualizado superior al 8 %, no se observaba en Colombia desde hacía 15 años. Y es que la cifra con que se mide la inflación y revelada ayer por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) se ubicó en 8,2 %.

Y si la inflación mide el costo de vida de los colombianos, se tiene que en los últimos doce meses han soportado alzas del 66,9 % en precios de algunas alimentos , así como del 53,3 % en la papa, presionando al alza el costo de alimentos que, en su conjunto, observaron un incremento de 13,46 % en el último año.³⁸

CRECIMIENTO ECONÓMICO

- La economía colombiana posiblemente cerrará el año 2015 con un crecimiento ligeramente superior al 3%, nivel inferior al del año anterior (4.6%) y al promedio de los últimos 15 años (4.2%). 20
- En el 2015 algunos aspectos que impactaron favorablemente el crecimiento son los siguientes: la buena posición que ha venido adquiriendo el país en la región e internacionalmente, la solidez de la economía colombiana, el mayor avance en las obras civiles, la buena dinámica del consumo de los hogares y la recuperación de la tasa de cambio, entre otros.

³⁷<http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/pib-colombia-primer-trimestre-2016-AA4299406>

³⁸<http://www.elcolombiano.com/negocios/a-8-2-subio-la-inflacion-de-los-ultimos-12-meses-BI4318517>

- De otro lado, pesaron desfavorablemente la fuerte disminución en los precios de los commodities, en particular el desplome del precio del petróleo que no solo incide sobre la balanza externa, sino que además impacta las finanzas públicas; la baja dinámica de la economía mundial y en particular el mal desempeño de las economías de la región que se reflejó en mercados internacionales deprimidos y por consiguiente en una reducción en las exportaciones; los limitantes en competitividad y los problemas de informalidad y contrabando.³⁹

Tasa de interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

Cuando la tasa de interés sube, los demandantes desean comprar menos, es decir, solicitan menos recursos en préstamo a los intermediarios financieros, mientras que los oferentes buscan colocar más recursos (en cuentas de ahorros, CDT, etc.). Lo contrario sucede cuando baja la tasa: los demandantes del mercado financiero solicitan más créditos, y los oferentes retiran sus ahorros.⁴⁰

La Junta Directiva del Banco de la República en su sesión de hoy decidió incrementar la tasa de interés de intervención en 25pb y la situó en 7,75%. En esta decisión, la Junta tomó en consideración principalmente los siguientes aspectos:

- En junio la inflación anual al consumidor y el promedio de las medidas de inflación básica aumentaron y se situaron en 8,6% y 6,5%, respectivamente. Las expectativas de inflación de los analistas a uno y dos años se sitúan en 4,6% y 3,7%, y las que se derivan de los papeles de deuda pública a 2, 3 y 5

³⁹<http://www.andi.com.co/Documents/Balance2015/ANDI%20-%20Balance%202015%20y%20Perspectivas%202016F.compressed.pdf>

⁴⁰<http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-tasa-inter-s>

años permanecieron relativamente estables y se encuentran entre 4,0% y 4,5%⁴¹.

La economía ⁴²del departamento del Valle del Cauca está sustentada en la prestación de servicios, le siguen la industria y las actividades agropecuarias. Entre los servicios, los más importantes son los comerciales, el transporte, la banca y las comunicaciones. La agricultura está bastante tecnificada, el producto más relevante para la economía departamental es la caña de azúcar dado que gracias al clima privilegiado de la región se puede sembrar y cosechar caña durante todos los meses del año, en el valle se encuentran las plantaciones más grandes e importantes del país; le siguen la caña panelera, el sorgo, yuca, algodón, soya, maíz, café palma africana y cacao.

En cuanto a la ganadería predominan las explotaciones de tamaño pequeño y dedicado al ganado vacuno, En la industria se destaca, particularmente el procesamiento de azúcar, la producción de químicos, fármacos, plásticos, la industria editorial y la explotación de minerales es un sector bastante importante ya que de acuerdo con el trabajo realizado por la Secretaría de Desarrollo Social del departamento, 12 mil familias vallecaucanas dependen su sustento de la explotación minera de oro, carbón, caliza, bauxita, agregados pétreos, material de arrastre y arcilla, en los municipios de Cali, Jamundí, Yumbo, Vijes, Buga, Tuluá, Ginebra, El Dovio, Cartago, Bugalagrande, Ansermonuevo y Caicedonia.

El Valle del Cauca se distingue por la industria azucarera, química farmacéutica, papel, calzado y confecciones. Cuenta con plantas hidroeléctricas y termoeléctricas y es un gran centro de comunicaciones. Buenaventura, a 140 km, es un puerto marítimo importante del país y está muy ligado a la prosperidad industrial de Cali.

⁴¹<http://www.banrep.gov.co/es/comunicado-29-07-2016>

⁴² <http://valledelcauca.weebly.com/economia.html>

⁴³Existe una relación directa entre la educación y el desarrollo económico, articulado a la internacionalización de las economías y al desempeño laboral. Las actuales exigencias de la globalización, el Tratado de Libre Comercio – TLC del cual participa Colombia, requieren que la población en edad de trabajar posea habilidades técnicas necesarias para ser más competitivos, productivos e innovadores, por ello una de las metas de la política educativa nacional “Prosperidad Para Todos” es incrementar la cobertura, con pertinencia y calidad de la educación superior en el alcance del objetivo de disminuir las brechas salariales, para lograr una sociedad más igualitaria, mejorar la productividad y aumentar la innovación en los procesos productivos a través de la noción de que un país educado tiene mayor acceso hacia el desarrollo científico y tecnológico.

El Sistema de Educación Superior en Colombia está compuesto por cuatro tipos de instituciones (IES): institutos técnicos, tecnológicos, instituciones universitarias/escuelas tecnológicas y universidades. En esta sección se propone hacer un análisis de las mismas en términos de cobertura, eficiencia y calidad. Adicional a esto se realiza una caracterización de las instituciones dedicadas a la formación para el empleo.

Cobertura en la IES Las cifras muestran que el departamento del Valle del Cauca evidencia una tendencia creciente en la cobertura en los niveles de formación de educación superior, durante el periodo 2005 a 2010. En el nivel de pregrado se observan los mayores incrementos con 66.000 nuevos cupos, la formación universitaria y el SENA, con el 43% cada una, son las áreas que más influyen en este crecimiento. En el 2010, el departamento alcanzó 170.341 estudiantes matriculados en la educación superior, lo que significó un incremento de 67.535 nuevos cupos, el 80% de los cuales fueron generados por el SENA, En los niveles

⁴³El Ministerio de Educación Nacional – MEN. www.valledelcauca.gov.co SECRETARIA DE EDUCACION DEPARTAMENTAL PLAN SECTORIAL DE EDUCACIÓN 2.012-2.015 PLAN_SECTORIAL_EDUCACION_2012_2015_UBEIMAR_DELGADO_FINAL%20(6).pdf

de formación de posgrado, las maestrías presentan los mayores incrementos, con un aumento de 1.499 nuevos cupos, equivalente al 11.3% del total, durante el periodo 2005 a 2010. La formación doctoral aumentó en 0.01%, lo que representó 118 nuevos cupos. Según cifras del MEN, en el 2010 el Valle del Cauca experimentó un incremento en la tasa de cobertura bruta de aproximadamente 7.5 puntos en los últimos seis años, al pasar de una tasa de 24.3% en 2005 al 31.8% en 2010. 1 MEN - SNIES: Estadísticas sectoriales - Indicadores. Resumen ejecutivo, Departamento del Valle del Cauca, mayo de 2011. Ministerio de Educación Nacional. 18 A pesar del incremento para el año 2010 el departamento está 5.6 puntos por debajo del total nacional con una tasa de 37.2%. Lo más grave es que el crecimiento de su tasa bruta de cobertura en los últimos años ha presentado un rezago respecto a la tasa nacional. Una mirada por los sectores oficial y privado muestra que el Valle del Cauca presentó un comportamiento similar al nacional, se destaca una tendencia creciente en la cobertura jalonada por el sector oficial. Los programas ofrecidos en las instituciones de educación superior en Colombia están clasificados en áreas de conocimiento y en núcleos básicos de conocimiento (NBC). La primera agrupa ocho grandes áreas que son: Agronomía, Veterinaria y afines, Bellas Artes, Ciencias de la Educación, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Humanas, Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines y Matemáticas y Ciencias Naturales, mientras que la segunda tiene alrededor de cincuenta categorías. El área de Economía, Administración, Contaduría y afines no solo revela la mayor demanda respecto a las demás sino que presenta el mayor crecimiento en los últimos años, al aportar 6.489 nuevos cupos durante el periodo 2005 – 2010.

Los datos del entorno económico, reflejan a corto y a largo plazo excelentes oportunidades para el desarrollo del sector empresarial, en todo el país, estrategias desarrollados por el gobiernos nacional permitan predecir una confianza y estabilidad económica a la hora de invertir proyectos o de creación de empresas así lo demuestran indicadores como el PIB que tuvo una participación

en este primer semestre de 2016 del 3.1% y el crecimiento económico del 4.6% y otros indicadores ya mencionados estos datos implican un apoyo y soporte a la creación de empresas y a los proyectos de creación de empresas que visualiza un mercado favorable para empezar nuevas operaciones

Cuadro 1 entorno económico

GUÍA DE ANÁLISIS DE MACRO AMBIENTE

EMPRESA: CENTRO DE ESTUDIO SUPERIOR EDUPOL S.A.S ENTORNO ECONOMICO

ENTORNO ECONOMICO						impacto	impacto	Impacto
VARIABLE	A/O	AM	Am	OM	om	alto	medio	bajo
Producto interno bruto (3.1%) escenario probable Colombia	O				x			x
Índice de precios al consumidor (IPC8.2%) primer semestre	O		X					x
Crecimiento económico proyectado (4.6%)	O				x		x	
Tasa de interés(21.34%ea)	O			x				x

Fuente: Jessica j. viveros. Matriz adaptada 2014

3.1.3 ENTORNO TECNOLÓGICO. El contexto de un mundo globalizado, la educación debe superar el estrecho marco de la escolarización y las posturas tradicionales sobre la enseñanza que la reducen a los aspectos instruccionales, de adiestramiento o capacitación en áreas fragmentadas del conocimiento. En su lugar, debe asumirse la educación como un proceso permanente que trasciende las paredes de la escuela y la vincula a la vida comunitaria (local y global: *global*) y a los medios de comunicación.

Las TIC comporta una ventaja en tanto que ellas extienden los espacios de socialización, lo que supone el relacionamiento y la ampliación de los horizontes gracias al contacto con personas y grupos con otros valores, pero también el

fortalecimiento, mediante el intercambio, de los valores comunes desterritorializados.

De esta manera lo destaca Miguel Ángel Pérez:

“Con ⁴⁴⁴⁵la tecnología podemos crear espacios de aprendizaje de gran riqueza, donde los estudiantes se formen como constructores de conocimiento y nosotros como organizadores de experiencias de aprendizaje. Si nosotros creamos espacios para crear conocimiento, los jóvenes podrán compartir lo que están descubriendo cada día y su intercambio cotidiano los llevará a descubrir el valor de la red como espacio para compartir su cotidianidad, pero también el producto de su trabajo de investigación.”

⁴⁶La educación actual afronta múltiples retos. Uno de ellos es dar respuesta a los profundos cambios sociales, económicos y culturales que se prevén para la "sociedad de la información". Internet, la red de redes, ha generado un enorme interés en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Su utilización con fines educativos es un campo abierto a la reflexión y a la investigación. En este ensayo se exploran algunas de sus posibilidades, especialmente como recurso tecnológico de enseñanza-aprendizaje abierto, dinámico y flexible, y se describen algunas características de los ambientes virtuales de aprendizaje, cuyo objetivo fundamental es integrar curricularmente las TIC en los procesos de enseñanza aprendizaje.

En particular, la educación en línea, conocida comúnmente como "educación virtual"; ha intentado desde sus orígenes, implementar mediante aplicaciones telemáticas la calidad de la comunicación de la formación presencial en la

⁴⁵<http://www.funredes.org/mistica/castellano/emec/produccion/memoria6/0041.html>

⁴⁶<http://educacionvirtuall.blogspot.com.co/2008/09/la-virtualidad-en-los-procesos-de.html>

educación a distancia, mediada por tecnología y por ende por la pedagogía. Toda esta relación entre lo tecnológico y pedagógico, ha configurado nuevas formas de enseñanza aprendizaje, incorporando nuevos roles en los actores educativos y nuevas dinámicas en estos. Por consiguiente las aulas virtuales son la manera de integrar los efectos didácticos de las aulas reales a contextos en los que no es posible reunir físicamente a los participantes en un proceso de enseñanza/aprendizaje. Es evidente que la modalidad educativa que más se puede beneficiar de esta tecnología es la enseñanza virtual.

Todo este proceso caracteriza a la enseñanza y al aprendizaje, como una construcción lectiva y colaborativa entre sus actores, quienes con sus roles definidos, en esta modalidad virtual, asumen el proceso, como un aprender a aprender, todo esto dinamizado por la pedagogía activa y por las estrategias didácticas que esta ofrece, a la hora de utilizar las TIC en la educación. Ante todas estas transformaciones tecnológicas y pedagógicas, el "aula virtual" es el concepto que agrupa actualmente las posibilidades de la enseñanza por línea en Internet. En principio, un "aula virtual" es un entorno de enseñanza/aprendizaje basado en un sistema de comunicación mediada pedagógicamente por las tecnologías, en especial aquellas relacionadas con la web 2.0. Estas innovaciones permiten generar actividades conjuntas entre estudiantes y docentes, convirtiéndose en procesos de ayudas colaborativas, permitiendo en cierta medida una garantía en la construcción de conocimientos con significado y sentido. Esta dinámica entre los contenidos, los estudiantes y los profesores, encontrados en los entornos virtuales de enseñanza aprendizaje, ha cambiado la relación de los mismos, relevándole el sentido al proceso, el cual está centrado actualmente en los estudiantes.

DEFINICIÓN DE PLATAFORMA En primer lugar hay que definir qué se entiende por Plataformas tecnológicas para entornos educativos, ya que nos encontramos con variados términos muy similares como: - Virtual learningenvironment (VLE) –

Entorno Virtual de Aprendizaje. - Learning Management System (LMS) – Sistemas de Gestión de Aprendizaje. - Course Management System (CMS) – Sistema de Gestión de Cursos. – Managed Learning Environment (MLE) – Ambiente Controlado de Aprendizaje. - Integratedlearningsystem (ILS) – Sistema Integrado de Aprendizaje. – Learning Support System (LSS) – Sistema Soporte de Aprendizaje. – Learning Platform (LP) - Plataforma de Aprendizaje. - Etc. Unas acepciones parecen hacer hincapié en considerar a estos sistemas como «contenedores de cursos» que, además, incorporan herramientas de comunicación y seguimiento del alumnado. Otras hacen referencia al espacio en el que se desarrolla el aprendizaje. Para otras, el matiz del contenido o la secuencia de actividades de aprendizaje es lo realmente significativo. No obstante, casi todas incorporan elementos comunes, muy similares, que hacen que las semejanzas entre ellas sean más numerosas que las diferencias. Podríamos concluir que se engloba bajo el término de plataforma un amplio rango de aplicaciones informáticas instaladas en un servidor cuya función es la de facilitar al profesorado la creación, administración, gestión y distribución de cursos a través de Internet.⁴⁷

Plataformas Comerciales Son herramientas que han evolucionado rápidamente en su complejidad ante el creciente mercado de actividades formativas a través de Internet. En general, todas han mejorado en operatividad y han generado sucesivas versiones que incorporan herramientas y aplicaciones cada vez más versátiles, completas y complejas que permiten una mayor facilidad en el seguimiento de un curso virtual y en la consecución de los objetivos que pretende, tanto académicos como administrativos y de comunicación (García y Castillo, 2005). En principio, las plataformas comerciales pueden parecer la mejor opción para poner en funcionamiento acciones formativas de e-learning en una institución educativa, por varias razones: - Suelen ser fáciles de instalar y estar bien documentadas. - El servicio de asistencia técnica suele ser ágil y rápido. - Suelen

⁴⁷file:///C:/Users/johanan/Downloads/Dialnet-PlataformasTecnologicasParaElEntornoEducativo-2968980.pdf

estar muy testeadas por departamentos de control de calidad que llevan a cabo muchas pruebas. - Ofrecen derecho a actualizaciones competitivas o a la adquisición del producto de por vida (con una cuota de mantenimiento anual). - Dan alta fiabilidad. Suelen ofrecer una estabilidad contrastada. - Hay empresas que diseñan y desarrollan módulos específicos que mejoran, apoyan o extienden los servicios prestados por las que tienen más penetración en el mercado⁴⁸

SOFTWARE LIBRE suele ser muy modular, con lo que permite la posibilidad de instalar y ejecutar aquello que se necesita. Se podría indicar, como inconveniente, que las plataformas comerciales ofrecen más funciones. No obstante, cada vez más se van acercando unas a otras y las diferencias se van minimizando. Al igual que ocurre con las plataformas comerciales existe una gran cantidad de plataformas software libre. Citamos algunas: Bazaar, Claroline, Moodle, ILIAS, Doleos, Sakai... Muchas están soportadas por universidades importantes y presentan grupos de desarrollo muy activos, dando lugar a actualizaciones de versiones en períodos de tiempo «relativamente rápidos» (anuales). Los datos que citamos a continuación (recogidos de las Web oficiales de las plataformas) nos dan idea aproximada del uso de las mismas. Son datos situados por debajo del uso real (y que crecen día a día), ya que cuando descargas e instalas una de ellas no tienes por qué registrarte: 1. Moodle: actualmente hay 12.892 sitios Web que la utilizan en 158 países. Está traducida a más de 70 idiomas. Teniendo en cuenta que Moodle fue iniciada en 1999 y que la primera versión salió en 2002, las cifras anteriores nos dan idea del crecimiento exponencial de esta plataforma. Va camino de convertirse en un estándar de plataforma educativa virtual, con usuarios tan prestigiosos como la británica Open University.⁴⁹

⁴⁸Ibíd.

⁴⁹Ibíd.

INTERNET

El nombre Internet procede de las palabras en inglés *Interconnected Networks*, que significa “redes interconectadas”. Internet es la unión de todas las redes y computadoras distribuidas por todo el mundo, por lo que se podría definir como una red global en la que se conjuntan todas las redes que utilizan protocolos TCP/IP y que son compatibles entre sí.

En esta “red de redes” como también es conocida, participan computadores de todo tipo, desde grandes sistemas hasta modelos personales. En la red se dan citas instituciones oficiales, gubernamentales, educativas, científicas y empresariales que ponen a disposición de millones de personas su información⁵⁰.

El entorno tecnológico es fundamental para el desarrollo de la empresa, pues gracias a las nuevas tecnologías y a las herramientas como son las plataformas es la forma de llegar a cada lugar del país e incurrir en tomar educación superior, el proyecto tendrá oportunidad de darse a conocer y trascender en el mercado local pues ya cuenta con un reconocimiento nacional y con ello se busca llegar a más personas

Cuadro 2 entorno tecnológico

GUÍA DE ANÁLISIS DE MACRO AMBIENTE

EMPRESA: CENTRO DE ESTUDIO SUPERIOR EDUPOL S.A.S ENTORNO TECNOLÓGICO

ENTORNO TECNOLÓGICO						impacto		
VARIABLE	A/O	AM	am	OM	om	alto	medio	bajo
Tecnología inclusiva	O			x		x		
Software libre	O				x	x		
internet	O		x				X	

Fuente: Jessica j. viveros. Matriz adaptada 2014

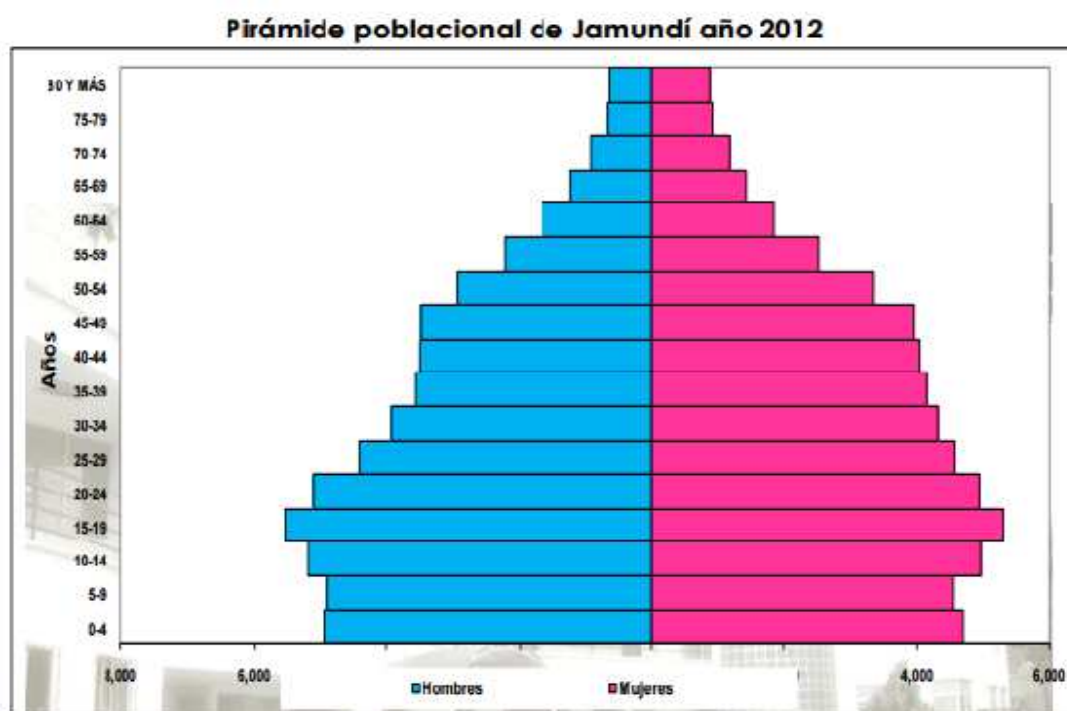
⁵⁰<http://conceptodefinicion.de/internet/>

3.1.4 Entorno Demográfico

Sánchez (1998) en su capítulo “las organizaciones y el entorno socio demográfico” del libro entorno organizacional, realiza un aporte interesante respecto a ciertas premisas importantes para las organizaciones sienta esta de carácter de servicio , relacionando con el entorno demográfico como parte fundamental para llevar a cabo la toma de decisiones y estrategias a futuro, para ello menciona que la población debe ser vista bajo dos perspectivas como fuente de demanda de bienes y de servicio ,y como oferta de trabajo⁵¹

Con base a lo mencionando anteriormente a continuación se establecen variables que influyen desde el entorno demográfico a este proyecto.

Tasa de crecimiento de la población



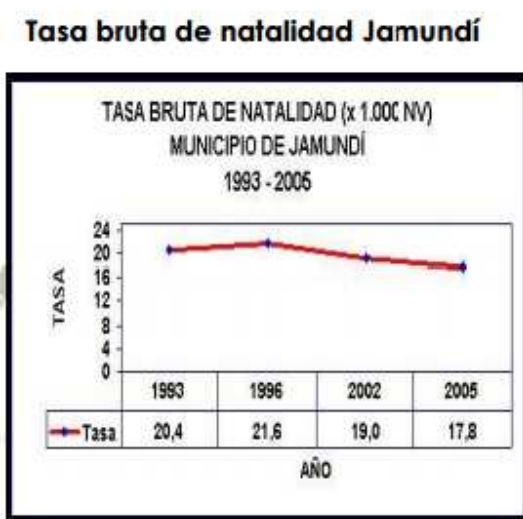
Fuente: Dane

⁵¹Entorno organizacional; facultad de ciencias de la administración

El municipio de Jamundí cuenta en la actualidad, según proyecciones del Dane actualizadas a marzo del 2010, con un total de 112346 habitantes en total, de los cuales el 68,1% se encuentra en el área urbana y el resto en el área rural. Según las mismas proyecciones, al año 2020 se esperan 132572 habitantes en total, es decir, que en el transcurso de 10 años la población habrá aumentado en 482 habitantes. En el periodo 2012-2015 se espera, al final del periodo, un incremento de 11799 habitantes. Su pirámide muestra una base ancha lo que refleja altas tasas de natalidad y un vértice agudo lo que refleja la expectativa de esperanza de vida en la población⁵².

Tasa de natalidad

Los indicadores de natalidad y fecundidad se comportan en ascendencia hasta 1996, disminuyendo progresivamente hasta 2005.⁵³



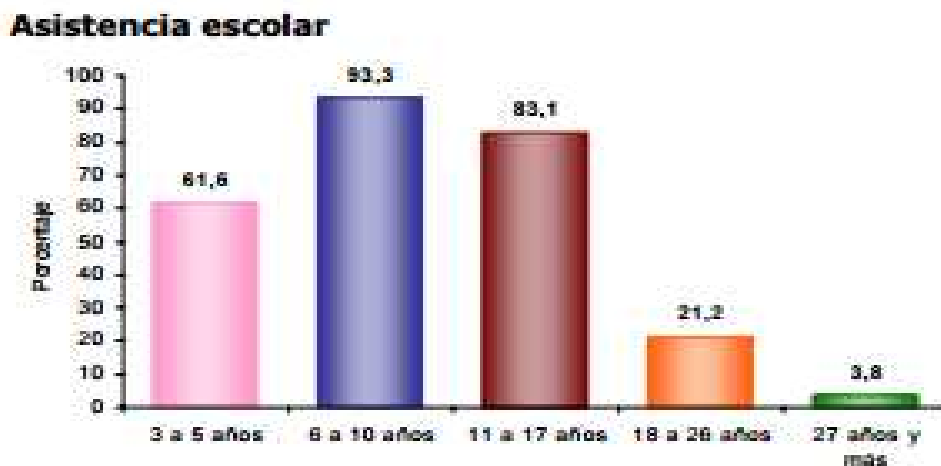
Fuente: Dane

⁵²<http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/valle/jamundi.pdf>

⁵³<http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/valle/jamundi.pdf>

Asistencia escolar

Gráfica 7 Asistencia escolar



Fuente: DANE – censo municipio de Jamundí 2005

Este es un municipio joven ya que la población en gran proporción se encuentran en edad escolar en los niveles de educación primaria y media, donde la propuesta de educación se encuentra en un alto mercado objetivo donde puede generar un crecimiento discreto de un 20 a 30% cada año para la población educativa que hará parte de EDUPOL

Historia ubicación y geográfica

Historia La ciudad de Jamundí, cabecera del municipio de su nombre, es la más antigua del Valle del Cauca. Fue fundada a finales de marzo de 1536, en la Semana Santa de ese año, o sea, cuatro meses antes de Santiago de Cali.

Geografía La mayor parte del territorio es montañosa pero también cuenta con algunas zonas planas pertenecientes al valle del río Cauca.

Su relieve corresponde a la vertiente oriental de la Cordillera Occidental de los Andes, presenta alturas hasta de 4.200 mts. Sobre el nivel del mar en los llamados Farallones de Cali, situados en los límites con el Municipio de Buenaventura.

Por lo variada de la topografía goza de todos los climas, distribuyéndose sus pisos térmicos así: cálido 220 km².; Medio 338 km².; frío 85 km². y páramo 22 km².

Bañan sus tierras los ríos Cauca, Claro, Guachinte, Jamundí, Jordán, Pital y Timba, además de numerosas corrientes menores.

Economía Las principales actividades económicas son la agricultura, la ganadería y la minería. Sobresalen los cultivos de maíz, café, arroz, soya, millo, yuca, frijol, cacao y plátano. Se explotan minas de carbón, oro y plata. Uno de los aspectos más importantes que ha contribuido a la economía del municipio, es la construcción de numerosas sedes campestres de clubes privados, deportivos y empresas particulares que se han establecido en la parte plana, cerca de la ciudad de Jamundí.

Cuenta con los servicios de acueducto, alcantarillado, energía, bancos, centros de salud, hospital, consultorio del Seguro Social, teatro, coliseo, museo arqueológico, correos y teléfonos.

Comunicaciones Distancia de Cali 12 kms. Y se comunica por carretera con Buenos Aires, Puerto Tejada, Caloto y Santander de Quilichao. Por vía férrea se comunica con Cali y Popayán.

Dispone de 11 establecimientos de enseñanza media, 10 escuelas de enseñanza primaria urbanas y 59 rurales.

Pertenece a la Arquidiócesis, Circuito de Registro y Distrito Judicial de Cali, además, forma parte de la circunscripción electoral del Valle del Cauca.

⁵⁴La oferta histórica de educación superior en Colombia se ha concentrado en unas pocas capitales de departamento. Así, una gran proporción de estudiantes de educación superior se han visto forzados a desplazarse hacia estos lugares, asumir los costos económicos de esta decisión, lo que posiblemente crea asignaciones ineficientes en la educación superior. Ante esto, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) inició en el 2003 una estrategia de regionalización de la educación superior mediante los Centros Regionales de Educación Superior (Ceres), que buscan desconcentrar la oferta en las ciudades, ampliar la cobertura y orientar los programas a las necesidades de las regiones. Desde esta perspectiva, se espera que la educación superior en Colombia atienda las disparidades entre regiones y contribuya al desarrollo social y económico de las comunidades.

Teóricamente tales fenómenos migratorios son analizados desde la teoría del capital humano como decisiones de costo-beneficio de los individuos en búsqueda de acceder a una canasta de consumo más amplia (Modrego, 1988; Sá et al., 2003; Sjaatad, 1962). Esta decisión se da como resultado de la ponderación del beneficio de una serie de atributos observables y no observables, entre los que se encuentran las características de la oferta educativa del lugar en el cual reside, así como la disponibilidad de los programas ofrecidos y la calidad o prestigio de la institución educativa que ofrece el programa (McFadden, 1978). Así, los determinantes de acceder a la educación superior y de migrar o no dependen no solo de la existencia de oferta de programas en el sitio de origen, sino también de la calidad y tipo de programas ofertados y las preferencias por una IES en particular. El entorno familiar también ha sido considerado en algunos estudios como determinante de la decisión de migrar (Flint, 1992). El autor encuentra evidencia para Estados Unidos sobre el papel que desempeñan los padres en la elección del programa académico y la IES y concluye que ellos consideran

⁵⁴https://economia.uniandes.edu.co/images/archivos/pdfs/Articulos_Revista_Desarrollo_y_Sociedad/Articulo75_8.pdf

variables asociadas a las instituciones, entre las que se destacan el prestigio, la proximidad al hogar y los costos. Estos mismos resultados son encontrados por Abbott y Schmid (1975), Ono (2003), Faggian, McCann y Sheppard (2006), para Estados Unidos, Japón y Gran Bretaña, respectivamente. Otras variables del mercado laboral también han sido incluidas en algunos estudios como determinantes del acceso y migración en educación superior, entre ellas la percepción salarial y el tamaño del mercado laboral. Faggian et al. (2006) afirman que si no existe una afinidad entre el programa seleccionado y la vocación económica del lugar de origen, el estudiante tiende a 330 Expansión de la educación superior y sus efectos en matriculación desarrollo social. no. 75, Bogotá, primer semestre de 2015, pp. 317-348, issn 0120-3584 migrar. Asimismo, Mchugh y Morgan (1984) encuentran un efecto negativo en la tasa de desempleo en la ciudad de destino y positivo en los retornos percibidos por los graduados de educación superior en la ciudad. Este mismo efecto de los salarios es analizado por Tuckman (1970) y Kyung (1996), quienes hallan que la percepción laboral es determinante en la decisión de migrar, pero sin considerar en ningún caso el efecto del costo de la canasta de bienes y su afectación en los salarios reales. Para el caso de Colombia no existe información disponible que nos permita evaluar el efecto del mercado laboral sobre la decisión de migrar, así que se excluye de este análisis. En la actualidad, no existen estudios con respecto a la educación superior en Colombia que incluyan determinantes de la migración de estudiantes. Es probable que esto se explique por los requerimientos en los datos para poder identificar a los individuos que migran y no porque no sea un tema relevante para el país. Como se mostrará en la siguiente sección, en Colombia existe una alta concentración de la oferta en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali, que ha ocasionado a través de los años un saldo migratorio negativo en la mayoría de los departamentos, con consecuencias tanto económicas como sociales en los municipios de origen y destino. Así, este estudio analiza la decisión de matrícula y de migración de los estudiantes en Colombia durante un periodo de

expansión de la oferta de programas de educación superior en el país y políticas de regionalización.

El análisis de los efectos del aumento en la oferta educativa en Colombia sobre la matrícula y la migración requiere de la generación de una base de datos a nivel de individuo, que incluya la oferta de programas para cada estudiante en su lugar de residencia en el momento de acceder a la educación superior. El presente estudio construye una base de datos que permite establecer el origen y destino de los estudiantes que ingresan a cualquier programa de educación superior en el país, incluyendo otras variables como son los factores institucionales, las características socioeconómicas y las habilidades de los estudiantes.

Cuadro 3 entorno demográfico

GUÍA DE ANÁLISIS DE MACRO AMBIENTE

EMPRESA: CENTRO DE ESTUDIO SUPERIOR EDUPOL S.A.S ENTORNO DEMOGRAFICO

ENTORNO DEMOGRÁFICO						impacto		
VARIABLE	A/O	AM	am	OM	om	alto	medio	bajo
Tasa poblacional(119.532)habitantes de Jamundí	O			x			x	
Tasa de natalidad (1156)	O				x			x
Nivel de educación	O		x					x
Ubicación geográfica	O				X		x	

Fuente: Jessica j. viveros. Matriz adaptada 2014

3.1.5 entorno sociocultural

Infraestructura vial

Colombia es un país en vías de desarrollo y actualmente avanza hacia la modernización de sus infraestructuras y como dice nuestro Presidente, Dr. Juan Manuel Santos (2010 – 2014), “el país está de obras”. La construcción de

infraestructura más que un fin, se constituye como un medio a través del cual las demás actividades económicas crecen y se desarrollan. En este sentido, según Fedesarrollo, por cada peso de valor agregado en obras civiles, se impulsa 1,4 pesos de producción de la economía por la utilización de la infraestructura como insumo. En Colombia, la infraestructura disponible es inferior, no solo frente a los países en desarrollo del resto del mundo, sino que también se encuentra por debajo del promedio de otros países de Latinoamérica.⁵⁵

Existe en el municipio de Jamundí una población rural y suburbana que tradicionalmente están dedicadas a la producción agropecuaria con sus naturales cambios en cuando a variedades, razas y adopción de nuevas tecnologías, comercialización, manejo pos cosecha y transformación, estas características especiales que se han conservado con los cambios relacionados son las que han permitido a través del tiempo garantizar que Jamundí sea un municipio viable con una alta participación en su socio economía local especialmente el sector agropecuario el cual ha permitido de que el municipio puede generar un impacto económico y social para la región del Valle del Cauca.

Estos factores, además, han determinado transformaciones estructurales en la sociedad, tales como las ocurridas en la organización geopolítica: la integración económica de bloques de naciones, la emergencia de nuevas potencias mundiales y el surgimiento de la sociedad del conocimiento, que constituyen, sin duda, aspectos influyentes en las transformaciones estructurales y funcionales de los sistemas educativos.

VIVIENDA

El Valle del Cauca está a la vanguardia de la vivienda de interés prioritario con la ejecución de los programas de Casa Gratis y Casa Ahorro, que en total suman

⁵⁵<http://www.pmicolombia.org/wp-content/uploads/2015/06/PMIBogota-Analisis-sobre-el-sector-de-infraestructura-en-Colombia.pdf>

18.262 unidades habitacionales para beneficiar a 8.904 familias en extrema pobreza y 9.358 que ganan entre uno y dos salarios mínimos, en los municipios de Buenaventura y Jamundí.⁵⁶

ACUEDUCTO

Según estimación de la organización mundial de la salud Del total de planes de desarrollo analizados, 568 municipios (56%) incluyen la cobertura urbana de acueducto en sus diagnósticos, mientras que el 44% restante no lo hace. Para las zonas rurales y de población dispersa, solo el 35% de los municipios incluyen el dato de cobertura de acueducto. De los municipios que realizan un análisis con datos estadísticos sobre la cobertura de acueducto, 496 (86%) reporta que más del 75% de la población del área urbana tiene acceso a este servicio, mientras que para el área rural solo 87 municipios (25%) tienen cobertura de acueducto mayor al 75% de la población⁵⁷

De acuerdo con la información del censo de hogares del DANE, los municipios con coberturas en acueducto menores al 70% son VERSALLES, EL AGUILA, VIJES, EL CAIRO; y los municipios con coberturas mayor al 90% son RESTREPO, BUGALAGRANDE, FLORIDA, JAMUNDI, PRADERA, GUACARI, ULLOA, CAICEDONIA, EL CERRITO, ANDALUCIA, GUADALAJARA DE BUGA, ZARZAL y ALCALA.⁵⁸

SALUD.

El ministerio de salud y protección social una nueva resolución 5521 del 27 de diciembre de 2013 por la cual define, aclara y actualiza de forma integral “el plan obligatorio de salud POS; los principios que rigen el nuevo POS son: integralidad,

⁵⁶<http://www.minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/noticias/2015/marzo/el-valle-del-cauca-tiene-18262-viviendas-con-los-programas-casa-gratis-y-casa-ahorro>

⁵⁷<http://www.unicef.org/colombia/pdf/Agua3.pdf>

⁵⁸<http://www.superservicios.gov.co>

territorialidad, complementariedad, transparencia, competencia corresponsabilidad y calidad ⁵⁹

Carlos Ignacio Cuervo, viceministro de Salud, aseguró que el sistema colombiano es modelo para muchos países. Frente al estudio, sostiene que sí ha sido prioridad del Ministerio de la Protección mejorar el acceso de los usuarios a los servicios.

Afirma que otras investigaciones así lo confirman, en aspectos como la atención de urgencias, la disminución de trámites y la definición de tiempos de respuesta. En cuanto a la calidad, asegura que sí ha sido una prioridad, que va de la mano con la ampliación de cobertura⁶⁰

⁶¹La implementación de reformas educativas en un contexto permeado por políticas y acciones encaminadas al impulso de la competitividad y la globalización de la actividad humana, en un mundo dinámico y cambiante, representa serios desafíos y demanda grandes esfuerzos para producir cambios significativos relacionados con la estructura y funcionamiento del sistema educativo superior colombiano. Estos cambios entrañan, entre otros aspectos, repensar la propuesta y desarrollo curricular en algunos campos de la educación superior puesto que la estructura social, los sistemas de producción en particular y los sistemas económicos en general, exigen en estos tiempos, a los profesionales que egresan de las instituciones de educación superior, el cumplimiento de tareas que requieren de la demostración de variadas competencias, que debieron ser fundamentadas en dichas instituciones.

⁵⁹<http://onsb.com.co/index.php-de-interes-123plan-obligatoria-salud-pos-2015>

⁶⁰<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4619183>

⁶¹http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-12942007000100006

ETNIAS

En el país existen cerca de 84 etnias o pueblos indígenas, que cuentan con una población de 1.378.884 personas, equivalente al 3,3% de la población, según el Censo de 2005. Esta diversidad, que se refleja también en las 68 lenguas diferentes que se hablan en Colombia, es la que los constituyentes de 1991 quisieron proteger, con una serie de normas tendientes a garantizar la identidad especial de las comunidades indígenas, concediéndoles un fuero jurisdiccional para que ellas mismas resuelvan sus conflictos, otorgándoles la propiedad colectiva de sus resguardos y permitiéndoles que se autogobiernen según sus propios usos y costumbres, siempre y cuando no desborden la Constitución y la leyes.⁶²

El principio de protección de la diversidad étnica y cultural es una manifestación directa del pluralismo, que a su vez se inspira en la tolerancia y el respeto activo, y que abre un espacio de inclusión y participación a grupos tradicionalmente discriminados, como lo son las minorías culturales, raciales, ideológicas, sexuales, religiosas y de cualquier otra índole. En desarrollo de estos principios, la Corte Constitucional ha dicho lo siguiente: *“La diversidad cultural hace relación a formas de vida y concepciones del mundo no totalmente coincidentes con las costumbres de la mayoría de la población en aspectos de raza, religión, lengua, economía y organización política. Los grupos humanos que por sus características culturales no encuadran dentro del orden económico, político y social establecido para la mayoría tienen derecho al reconocimiento de sus diferencias con fundamento en los principios de dignidad humana, pluralismo y protección de las minorías”* (Sentencia T-605/92).⁶³

⁶²<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/constitucion/diversidad-etnica-y-cultural>

⁶³ibíd.

EDUCACIÓN

La educación es un derecho de la persona y un servicio público obligatorio que tiene una función social, cuya responsabilidad es compartida entre el Estado, la sociedad y la familia. La Constitución autoriza que este servicio sea prestado por particulares, creando y gestionando establecimientos educativos bajo las condiciones establecidas por la ley, garantizando el cumplimiento de los fines de la educación y la calidad en la prestación del servicio (Artículos 67 y 68 de la Constitución Política de 1991).

El sistema educativo colombiano lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior.⁶⁴

Tabla 7 números de estudiantes por formación

Municipio	Número de Estudiantes por nivel de formación							Participación por nivel de formación		
	Técnica Profesional	Tecnológica	Universitaria	Especialización	Maestría	Doctorado	Sin Información	% TyT	%Universitaria	%Posgrado
Cali	5.516	30.846	71.898	3.073	3.360	320		31,62%	62,51%	5,87%
Buenaventura	936	1.277	3.512					38,66%	61,34%	0,00%
Guadalajara de Buga	313	3.956	2.422					63,80%	36,20%	0,00%
Cartago		2.529	1.187					68,06%	31,94%	0,00%
Jamundi		205	74					73,48%	26,52%	0,00%
Palmira	70	2.899	10.932	187	265	79		20,57%	75,75%	3,68%
Tulua	431	3.899	4.873	43	78			46,44%	52,26%	1,30%
Yumbo		869	45					95,08%	4,92%	0,00%
Resto de Municipios	658	2.012	1.901	0	0	0	0	58,41%	41,59%	0,00%
VALLE DEL CAUCA	7.924	48.492	96.844	3.303	3.703	399		35,11%	60,28%	4,61%
Nacional	90.027	600.329	1.320.010	77.462	45.710	4.257	390	32,29%	61,75%	5,96%

Fuente: Ministerio de Educación Nacional - sistemas de información estadísticas 2014

⁶⁴<http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-233839.html>

Tabla 8 cobertura educación superior

**EDUCACIÓN SUPERIOR 2014 - SÍNTESIS ESTADÍSTICA DEPARTAMENTO DE
VALLE DEL CAUCA**

1. COBERTURA EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Capital / Depto.	Población total	Población 17-21 años*	Matrícula Pregrado Oficial	Matrícula Pregrado Privada	Matrícula Pregrado Total	Tasa de Cobertura	Población 17-21 años por fuera del sistema		Tasa de Deserción
							Δ	Δ%	
Cali	2.319.684	203.631	43.340	64.920	108.260	53,16%	95.371	46,84%	
Buenaventura	384.504	39.060	4.653	1.072	5.725	14,66%	33.335	85,34%	
Guadalajara de Buga	115.609	9.740	6.365	326	6.691	68,70%	3.049	31,30%	
Cartago	130.820	10.898	2.637	1.079	3.716	34,10%	7.182	65,90%	
Jamundí	114.707	10.835	64	215	279	2,57%	10.556	97,43%	
Palmira	300.707	26.319	10.274	3.627	13.901	52,82%	12.418	47,18%	
Tuluá	206.610	18.513	9.079	124	9.203	49,71%	9.310	50,29%	
Yumbo	111.753	10.170	791	123	914	8,99%	9.256	91,01%	
Resto de Municipios	836.086	75.140	4.329	242	4.571	6,08%	70.569	93,92%	
Valle del Cauca	4.520.480	404.306	81.532	71.728	153.260	37,91%	251.046	62,09%	10,4%
Nacional	47.661.787	4.356.453	1.075.058	935.308	2.010.366	46,15%	2.346.087	53,85%	10,07%

Fuente: Ministerio de Educación Nacional - sistemas de información estadísticas 2014

Nos muestra la oportunidad de cobertura educativa en el municipio de Jamundí, lo que coincide con el estudio de mercado realizado donde la mayor población se encuentra en los niveles tecnológicos y universitarios lo cual nos facilita el argumento de establecer para la Empresa.

Teniendo en cuenta que las tendencias del contexto inciden en el sistema educativo, se hace necesario señalar algunos de los factores que tradicionalmente han determinado la formulación y desarrollo de reformas educativas: La modernización de los procesos productivos, los avances tecnológicos, los cambios en la estructura del empleo, la aparición de entornos laborales inciertos, con nuevas exigencias para el desempeño en el trabajo y para el ejercicio profesional, el uso de las TIC, la globalización de la economía, la cultura y la educación- especialmente la superior-, la internacionalización de los procesos sociales que exigen apertura mental, la integración de esfuerzos y recursos, el valor agregado del conocimiento en la producción de bienes y servicios y la generación de nuevas relaciones entre los miembros de la sociedad.

La educación como función social ha de responder a las necesidades que la sociedad tiene, en la búsqueda de su transformación. Esto supone realizar cambios en el sistema educativo, tal como lo señala Mora (2004), al precisar que el cambio de contexto en que se ve envuelta la educación superior (sociedad global, sociedad del conocimiento, universalidad, etc.) exige realizar cambios en el sistema educativo de ese nivel, para dar respuestas a los nuevos retos planteados. Esas transformaciones deben direccionarse en dos sentidos: 1. Un cambio de paradigma educativo, desde un modelo basado casi con exclusividad en la transmisión del conocimiento, a otro sustentado en la formación integral de los individuos, y 2. El aumento de la flexibilidad del sistema, tanto en un sentido temporal (facilitando la formación a lo largo de la vida) como operativo (facilitando el paso del sistema educativo al mercado laboral o entre programas dentro del mismo sistema educativo)

El análisis de entornos socio-cultural arroja varios datos que al proyecto arrojan ventajas para su arranque, las variables identificadas y sus estudios, la infraestructura vial, donde se inician nuevas concesiones para mejorar las diferentes vas del país, son propicias para el transporte del cada individuo ,los subsidios de vivienda que proporcionan estabilidad y calidad de vida que permite tener más poder de compra al disminuir sus gastos en pago de arrendamientos

Cuadro 4 entorno sociocultural

GUÍA DE ANÁLISIS DE MACRO AMBIENTE

EMPRESA: CENTRO DE ESTUDIO SUPERIOR EDUPOL S.A.S ENTORNO SOCIOCULTURAL

ENTORNO SOCIOCULTURAL						impacto		
VARIABLE	A/O	AM	am	OM	om	alto	Medio	bajo
Estructura vial doble calzada Jamundí -Cali	O							X
Vivienda (96% cuanta con vivienda)	O				X			
Acueducto (700millones de pesos en inversión)	O				X			
Salud	O			X				
Etnias indígenas (2.1% afrodescendientes1.3%)	O				X			
Educación constitución política	O						X	

Fuente: Jessica j. viveros. Matriz adaptada 2014

3.1.6 Entorno Político

Procesos de paz

El acuerdo final de paz entre el Gobierno y las Farc, luego de 3 años y 9 meses de intensas negociaciones, ya está disponible para todos los colombianos en el siguiente enlace.

El documento consta de 297 páginas y fue presentado al mediodía de este jueves al Congreso. Con esto, el Gobierno cumple con el plazo mínimo de 30 días que tenía para difundir los acuerdos con las Farc antes del plebiscito, de tal manera que el país los conozca y sepa qué votará en las urnas.

La votación del plebiscito será el próximo domingo 2 de octubre, según anunció el mandatario tras decirle al país: “El día ha llegado. Hoy podemos decir, por fin, que todo está acordado”.⁶⁵

⁶⁵<http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz>

Plan nacional de desarrollo; El propósito del Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018: Todos por un nuevo país, es el de construir una Colombia en paz, equitativa y educada, tal y como la anunció el Presidente Juan Manuel Santos en su discurso de posesión, interpretando el sentir del pueblo colombiano. La paz, la equidad y la educación conforman un círculo virtuoso. Una sociedad en paz es una sociedad que puede focalizar sus esfuerzos en el cierre de brechas y puede invertir recursos en mejorar la cobertura y calidad de su sistema educativo. Una sociedad equitativa es una sociedad sin marcadas diferencias socio-económicas que permite la convivencia pacífica y facilita las condiciones de formación en capital humano. Finalmente, una sociedad educada es una sociedad que cuenta con una fuerza laboral calificada, sin grandes diferencias de ingresos y con ciudadanos que resuelven sus conflictos sin recurrir a la violencia. De forma más simple: la paz favorece la equidad y la educación, la equidad propicia la paz y la educación, y la educación genera condiciones de paz y equidad. Por esto, el énfasis de este Plan Nacional de Desarrollo se concentra en estos tres pilares, fundamentales en la consolidación de los grandes logros de los últimos cuatro años y en la visión de los próximos cuatro en pro de un nuevo país.⁶⁶

Educación Superior y Formación para el Trabajo y Desarrollo Humano para el desarrollo rural y la paz: es necesario emprender acciones que ayuden a lograr que los pobladores rurales tengan acceso a formación en programas que les permitan desarrollarse, ejercer sus actividades en estas zonas y apropiarse del desarrollo de un territorio en paz. Para esto se plantea constituir la Mesa intersectorial de Educación Rural con el objetivo de diseñar y evaluar los planes, programas y proyectos de educación rural con enfoque territorial; consolidar la información de la inversión en educación rural por temas y regiones, para la identificación de prioridades en inversión y programación a mediano y largo plazo en el sector; sistematizar, caracterizar y replicar las experiencias exitosas de

⁶⁶<https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/prensa/bases%20plan%20nacional%20de%20desarrollo%202014-2018.pdf>

formación agropecuaria postsecundaria con aliados nacionales e internacionales; y diseñar estrategias de articulación entre la formación profesional del SENA y las políticas de intervención del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en coordinación con las de desarrollo local para la construcción de programas educativos pertinentes para el sector.⁶⁷

⁶⁸Los avances registrados durante los últimos años en la educación superior suponen grandes retos para diversos actores del sistema educativo nacional. El plan sectorial de educación 2010-2014 prioriza la educación de calidad como el camino para la prosperidad, en razón a la amplia relación entre los procesos educativos del país con el crecimiento, la productividad, la competitividad y la disminución de la pobreza e inequidad. En esta vía, se define dentro de los énfasis de política educativa la necesidad de reducir las brechas existentes entre las poblaciones, las regiones y las instituciones. Para responder a esta necesidad, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) prioriza en educación superior la implementación de la filosofía de la inclusión en materia de procesos educativos bajo el de la educación inclusiva. Las seis características del concepto que presenta.

- Participación
- Pertinencia
- Diversidad
- Calidad
- Interculturalidad
- Pertinencia

⁶⁷Ibíd.

⁶⁸<http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-340146.html>

⁶⁹La educación inclusiva en las IES. El uso de la palabra “fomento” permite comprender cuáles son las funciones del MEN en educación superior. El artículo 37 de la Ley 30 de 1992⁵² resume estas funciones en términos de:

- Ejecutar políticas
- Constituirse en centro de información y documentación
- Realizar estudios de base en educación superior
- Estimular la cooperación entre las IES y colaborar con ellas
- Fomentar la preparación del cuerpo académico
- Promover e l desarrollo investigativo
- Estimular el desarrollo de las IES en las regiones
- Homologar y convalidar títulos
- Definir pautas sobre la nomenclatura de los programas académicos
- Realizar exámenes de Estado• Realizar exámenes de Estado

Es importante aclarar que las estrategias y acciones de educación inclusiva asociadas a estas funciones, garantizan la autonomía universitaria velando por la calidad del servicio educativo, como lo estipula el artículo 3 de la Ley 30 de 1992⁵³. En el artículo 28 de la Ley, dicha autonomía “consagrada en la Constitución Política de Colombia”:

“reconoce a las universidades el derecho a darse y modificar sus estatutos; designar sus autoridades académicas y administrativas; crear, organizar y desarrollar sus programas académicos; definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas y culturales; otorgar los títulos correspondientes; seleccionar a sus profesores; admitir a sus alumnos; adoptar sus correspondientes regímenes; y establecer, arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional”

⁶⁹ <http://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/pdf/Lineamientos.pdf>

El estudio del entorno político permite identificar cuáles son las estrategias y planes del gobierno respecto al desarrollo social y empresarial, y como está afecta las operaciones de las empresas nuevas o de los que inician, esta variable identificada refleja en el proyecto una confianza, debido a las estrategias se puede formar para el posconflicto generaran oportunidades y beneficios para las pequeñas empresas que inicien en el mercado, además de generar oportunidad en el sector garantizaran efectiva comercialización de los servicio educativos bajo el cual se desempeñara la empresa de este proyecto

Cuadro 5 entornopolítico

GUÍA DE ANÁLISIS DE MACRO AMBIENTE

EMPRESA: CENTRO DE ESTUDIO SUPERIOR EDUPOL S.A.S ENTORNO POLITICO

ENTORNO POLITICO						impacto	impacto	impact
VARIABLE	A/O	AM	am	OM	om	alto	Medio	bajo
Procesos de paz	O			x		x		
Plan nacional de desarrollo paz y educación	O				x		X	

Fuente: Jessica j. viveros. Matriz adaptada 2014

3.1.5 Análisis De La Demanda

⁷⁰Los últimos 10 años han sido positivos para la educación superior. La cifra de graduados (1'802.729), que duplica los registros del decenio anterior, presenta un panorama favorable para los objetivos del país y, según explica JAVIER BOTERO Álvarez, tiene su principal riqueza en el conocimiento. “Antes se pensaba en los recursos naturales, en los recursos industriales, pero hoy comprendemos que la mayor riqueza está en el conocimiento, es decir, en las personas capacitadas para manejar, gestionar, utilizar y producir esos recursos”, destaca. De 1960 al 2000, el 22% de los títulos obtenidos en el país se otorgó a profesionales de los niveles

⁷⁰ http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-92779_archivo_pdf_Boletin20.pdf

técnico profesional y tecnológico, el 66% a universitarios y el 12% a posgraduados. Si se compara este profesional y tecnológico aumentó a 31%, el de universitario bajó a 45% y el de los posgraduados se duplicó, a 24%.

El departamento del Valle del Cauca se destaca por su participación en la agroindustria y en mercados como el de caña de azúcar, biocombustibles, café y guadua. Y ha sido uno de los más destacados en la formación de profesionales capacitados, lo que se traduce en desarrollo de innovación en sus sectores productivos. En el Valle del Cauca, las instituciones de educación superior titularon, entre 2001 y 2010, un total de 143.864 personas en áreas como Economía, Administración y Contaduría, en las que se concentró el 34,5% de los graduados. A pesar de su vocación productiva, los campos con menos personas graduadas, registrados en esta región, fueron los de Agronomía y Veterinaria, con apenas 0,2%. Al comparar las apuestas productivas de la región con la oferta de graduados, se evidenció que solo el 4% de ellos se tituló de programas relacionados con la promoción de la agroindustria (cadena de caña de azúcar, biocombustibles, cafés especiales, cadena productiva de la guadua). Por su parte, el 12% de los graduados se capacitó en áreas relacionadas con la industria manufacturera (cadena de pulpa, papel y cartón, cuero, confecciones especializadas, industria farmacéutica) y el 29% en temas vinculados con el sector de servicios (logística, salud, cirugía plástica y estética, software y tecnologías de la información). El mismo análisis puede hacerse con la información del Observatorio Laboral para la Educación Superior para cualquier región del país. Este ejemplo demuestra la importancia de conocer la actualidad educativa para ampliar las posibilidades reales de los graduados, que han venido incrementándose en los últimos diez años y tienen la necesidad de vincularse a los sectores productivos de su región.

⁷¹En el Valle del Cauca, la participación en la demanda hasta el 2002 ha tenido un aporte mayoritario por parte de las Universidades del Valle (24%) y Santiago de Cali (16.2%). En las demás universidades, la participación va del 2.6% del ICESI al 8.7 de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente. La demanda de servicios de la educación superior, caracterizada a partir de las solicitudes de ingreso a las diferentes universidades de la región, creció pasando de 25.898 solicitudes de ingreso en 1998 a 47.883 en el año 2002. El mayor incremento entre el periodo 1998 – 2002 se dio en el año 2000, donde se presentaron 43.803 solicitudes frente a 30.158 presentadas en 1999 (Serna, 2003).

El aumento de la oferta corrió a cargo, sobre todo, de las universidades privadas, debido presumiblemente al ofrecimiento de nuevos programas y a la entrada de nuevas instituciones en el mercado. De acuerdo con un análisis reciente (Raffo, 2002) se construyeron tres índices de oferta:

- ❖ De exceso de demanda (Cupos/solicitudes).
- ❖ De capacidad de oferta (bachilleres que aspiran por primera vez /cupos).
- ❖ De absorción (bachilleres que aspiran por primera vez /solicitudes).

En general, se observa un constante aumento de la demanda (expresada en solicitudes) para la universidad pública, en contraste con un bajo crecimiento de su oferta, lo que se acrecienta en condiciones de crisis de la economía. La formación por competencias no es sistemáticamente estimulada en todas las entidades de educación superior y no existe suficiente coordinación entre la educación temprana, básica y media para identificar y formar el perfil de estudiante requerido por el entorno regional. Los niveles de desarrollo entre la educación técnica y tecnológica y la educación universitaria son muy desiguales, limitan su complementación entre sí y le restan agilidad al proceso de cualificación del recurso humano.

⁷¹ <http://saberesygeneros.univalle.edu.co/plandesarrollo2005-2015/contenido/2.analisis-entorno/4-edusuperior.html>

3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Actualmente el departamento del valle del cauca cuenta 56 centros acreditados de educación superior de los cuales 20 son oficiales y 36 son privados la oferta educativa es muy amplia y atractiva en programas presenciales ninguno de estos ubicados en el municipio de Jamundí Valle.

En cuanto al Valle del Cauca se refiere, es posible mencionar que cuenta con una gran infraestructura vial y como ciudad ha crecido exponencialmente en muchos sectores, existe una amplia cobertura de servicios básicos, redes de comunicaciones y acceso a internet a lo largo y ancho del departamento por consiguiente hay muchas universidades cuentan con grandes campus estudiantiles, importantes semilleros de investigación, patentes todas ellas de alta acreditación.

Debido al renombre de muchas de las universidades se ha logrado que muchas de las personas de otros municipios se desplacen para realizar sus estudios en el departamento del Valle de Cauca.

UNIVERSIDADES CON PROGRAMAS VIRTUALES EN COLOMBIA

Listado ⁷²de universidades que cuentan actualmente con programas de formación virtual

UNIVERSIDADES PRIVADAS	Nº DE PROGRAMAS	UNIVERSIDADES PUBLICAS	Nº DE PROGRAMAS
Universidad de Santander (UDES)	3	Universidad Nacional de Colombia (UNAL)	4
Universidad Mariana	9	Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)	46
Universidad EAN	14	Universidad del Tolima (UT)	35
Fundación Universitaria Católica del Norte (UCN)		Universidad Militar Nueva Granada (UMNG)	5
Universidad Autónoma de Colombia	1	Universidad del Quindío	3
Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB)	8	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)	10
Pontificia Universidad Javeriana	4	Unidad Central del Valle de Cauca (UCEVA)	7
Corporación de Estudios Tecnológicos del Norte del Valle	16	Universidad Tecnológica del Chocó (UTCH)	8
Politécnico Marco Fidel Suárez	1		
Corporación Universitaria del Caribe (CECAR)	6		
Fundación Universitaria Autónoma de las Américas	3		
CORUNIVERSITEC	2		
ESCOLME - Institución de Educación Superior	4		

⁷² <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/propertyvalue-43568.html>

UNICOLOMBIA - Educación Virtual Colombiana	30 diplomados		
Politécnico Gran colombiano	17		
Universidad Inca de Colombia (UNINCCA)	4		
Corporación Universitaria Minuto de Dios	10		
Universidad de Manizales	7		
Universidad Católica de Manizales (UCM)	4		
Universidad Santo Tomás (USTA)	31		
Fundación Universitaria Los Libertadores	5		
Santiago de Cali			

Oferta en los diferentes municipios del departamento del Valle del Cauca.

Tabla 9 IES en el departamento del Valle

Municipio	IES con domicilio principal	IES Acreditadas	Programas con Registro Calificado	Programas con Acreditación de alta calidad
Cali	22	3	648	71
Buenaventura	1	0	23	0
Guadalajara de Buga	1	0	6	0
Cartago	1	0	24	0
Jamundí	0	0	0	0
Palmira	0	0	53	8
Tuluá	1	0	26	0
Valle del Cauca	28	3	847	79
Nacional	288	28	9.837	768

Fuente: MEN – SACES. SENA

VALLE DEL CAUCA

El territorio de Colombia, para su mejor administración se divide en secciones, cada una con límites determinados, que se llaman Departamentos, son hoy veinticuatro en total. El Valle del Cauca resulta de la unión de dos provincias las cuales son Cali y Buga. Su nombre se deriva porque su llanura es atravesada por el Río que lleva su mismo nombre (Cauca).

RESEÑA HISTÓRICA JAMUNDÍ

El Municipio Vallecaucano de Jamundí⁷³, históricamente señalado para ser habitado por una abundante mayoría de la etnia africana, fue registrado por los cronistas de la época, que durante la heroica defensa de la hermosa comarca gobernada por el valiente y atlético guerrero Cacique Jamundí (y que para orgullo de sus actuales pobladores, se ha levantado en pleno corazón de nuestro Parque Principal, una formidable escultura en su honor, esculpida por el gran artista nariñense Óscar Esteban Martínez).

La mayor parte del territorio es Plano, también cuenta con algunas zonas montañosas, con alturas que alcanzan hasta los 4.200 mts en los Farallones de Cali. Sus principales ríos son: Cauca, Río Claro, Guachinte, Jamundí, Jordán, Pital y Timba.

Las principales actividades económicas son: Agricultura, Ganadería y Minería. Además de la explotación de minas de Carbón, Oro, Plata y Bauxita. En el sector agrícola se destaca la siembra de Maíz, Soya, Millo, Café, Arroz, Cacao y Plátano. Atractivos Turísticos: Parque Principal "Bajo Palacé", Iglesia Nuestra Señora del Rosario (Patrimonio Histórico del Municipio), Parque del Cholado, Feria Turística y Agroindustrial, Ecoturismo, Deporte extremo, Balnearios, Sedes Campestres,

⁷³http://www.jamundi-valle.gov.co/publicaciones/resena_historica_pub

Cabalgatas Ecológicas, Las fiestas de adoración al Niño Jesús en Quinamayo en febrero, Festival de Verano en Timba y San Antonio⁷⁴.

Tomando como referente el plan desarrollo del municipio ajustados a los requerimientos de los objetivos de desarrollo de milenio el cual apunta a impactar en sectores como salud, educación, nutrición y medio ambiente se considera permitiente la creación y posible ejecución de empresas que generar empleo y a su vez dentro de su misión este la de reducir los niveles de analfabetismo mediante la formación virtual a través de la empresa EDUPOL S.A.S.

Indicadores ⁷⁵pertinentes como la tasa de analfabetismo la tasa de cobertura en educación formal y no formal, la tasa de cobertura escolar bruta básica y la tasa de deserción escolar media vocacional.

⁷⁴http://www.jamundi-valle.gov.co/publicaciones/geografia_pub

⁷⁵http://www.jamundi-valle.gov.co/publicaciones/odm_educacion_basica_y_media_pub

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se plantean fundamentalmente tres aspectos: el tamaño, la localización y el proceso tecnológico que utilizara el proyecto

4.1 TAMAÑO

El tamaño del proyecto va dirigido a la población de 16 a 50 años Para la creación de un centro asociado de EDUPOL, en el municipio de JAMUNDI, Valle, se debe contar con recursos establecidos por EDUPOL

El tamaño tiene que ver con la importancia del proyecto, podría plantearse en diversos términos. En cuanto al número de empleos generados se refiere, el presente proyecto puede clasificarse como una microempresa, ya que inicialmente no contará con más de diez empleados, ni contará con activos totales superiores a 500 SMMLV.

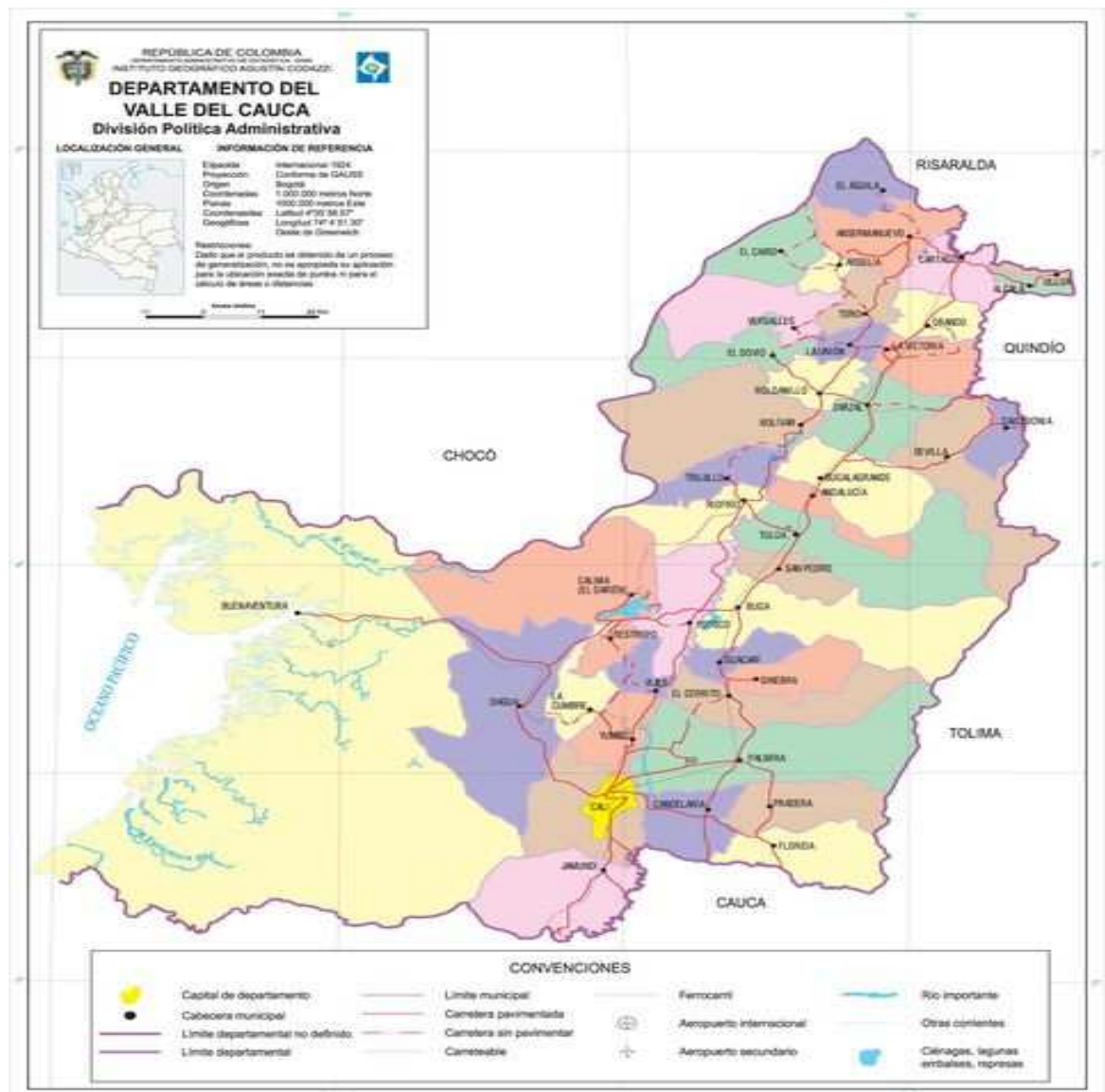
Con respecto a su actividad económica se clasificara como una empresa del sector terciario. De acuerdo a su cobertura geográfica, será una empresa nacional, ya que la naturaleza del servicio le permite abarcar una o varias regiones y presenta fuertes oportunidades de crecimiento.

Localización. Entre los factores tenidos en cuenta para determinar la localización de la empresa se encuentran la disponibilidad del terreno, la infraestructura vial y la facilidad de acceso a servicios públicos como energía, acueducto, teléfono, internet.

La localización de la empresa estará orientada hacia el mercado de los productos o servicios, pues la ubicación facilita el acceso para los usuarios.

Teniendo en cuenta lo anterior, la empresa estará ubicada en el departamento del valle del cauca, Colombia. Más específicamente en el municipio de Jamundí

Ilustración 2 Departamento del Valle del Cauca



Departamento del Valle del Cauca 2003

Fuente: IGAC - Instituto Geográfico Agustín Codazzi

Ilustración 3 municipio de Jamundí valle



Fuente: google maps

Determinación de la información básica

El servicio que pretende prestar centro de formación estudiantil de educación superior de alta calidad por tanto se requiere:

4.1.1 Inversión Requerida. Ca⁷⁶ no de entrada \$ 30.000.000 inversión requerida \$70.000.000

- Deben ser personas jurídicas con más de 2 años de constitución.

⁷⁶ <http://edupol.com.co/catalogodigital.pdf>

- Deben presentar balances para ver su solvencia económica (Activos superiores a \$100M).
- Deben garantizar que el CE funciona desde las 8 a.m. hasta las 10 p.m. de lunes
- Deben trabajar los sábados de 8 a.m. a 6 p.m. y los domingos todo el día desde el 2013
- Siempre que se tiene clase se debe estar una hora antes para preparar la infraestructura.
- Los horarios anteriores deben tener una persona administrativa atendiendo los teléfonos, las inquietudes y siempre prestar servicio a los estudiantes.
- La sala de cómputo con 9 computadores disponibles en estos horarios.
- 2 vendedores contratados mínimo.
- Las instalaciones deben cumplir el tema de discapacitados que tiene el contrato.
- Entregar un cheque de \$4.5M no pagaré ni letra.
- Si constituye una sociedad debe soportar con las declaraciones de renta de los socios la solvencia que necesitamos (Activos superiores a \$100M).
- Lo abrimos con toda la infraestructura montada y con 20 alumnos.
- El Municipio debe contar con las 20.000 habitantes.
- El CA debe poder tener 400 estudiantes en los siguientes dos años.
- El gerente o dueño debe vivir en el Municipio.
- El CA debe asistir todos los días a las tele-charlas comerciales.
- Cumplir con todos los requisitos de ley.
- Ser dueño de las instalaciones o tener un contrato de arrendamiento por 3 años.

4.1.2 Muebles y Enseres. Selección y descripción de muebles y enseres.

Amoblar cada una de la aulas de clase tendrá un valor de \$6757.013

Tabla 10 Muebles y enseres

Elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Pupitres	60	\$ 76.908	\$ 4.614.480
TV de 50"	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
Luminarias	8	\$ 150.000	\$ 1.200.000
Fotocopiadora/ Scanner	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Escritorios	5	\$ 500.000	\$ 2.500.000
Sillas sin brazos	20	\$ 60.946	\$ 1.218.920
Mesas redondas de 1mt	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Mesas computadores	6	\$ 200.000	\$ 1.200.000
Computadores escritorio	9	\$ 1.100.000	\$ 9.900.000
Computador portátil	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Archivadores	2	\$ 376.884	\$ 753.768
Sala recepción	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Teléfonos	4	\$ 90.000	\$ 360.000
Elementos cafetería	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Elementos de aseo	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Gráficos por Salón	3	\$ 1.250.000	\$ 3.750.000
Mueble TV	3	\$ 550.000	\$ 1.650.000
Aviso Exterior(Metro Lineal)	4	\$ 605.000	\$ 2.420.000
Total Inversión			\$ 39.567.168

Obra	15	\$ 2.000.000	\$ 30.000.000
------	----	--------------	---------------

Determinación de personal

4.1.3 Nomina. De acuerdo a los requerimientos de la persona de la empresa consta de 1 administrador que se encarga de dirigir el negocio y ordenar utilidades vendedores encargado de la parte promocional y venta de la oferta educativa de EDUPOL 1 secretaria encargada de llevar el control de estudiantes por cada programa 2 gestores encargados de monitorear y mantener disponibles las salas de cómputo para las clases de los estudiantes.

1. Los cuatro empleados regulares trabajaran en horarios de ocho horas diarias.
2. Dada la importancia que tiene para las empresas por clases los fines de semana, a cada empleado se le pagan los incrementos correspondientes a días festivos.
3. Los cuatro empleados regulares después de haber laborado 48 horas normales tienen derecho al pago de un dominical.
4. Al no poder descansar los domingos, entre semana los empleados deberán compensarlo, sin que esto afecte el pago de los recargos festivos.
5. Teniendo en cuenta que el horario establecido es de 8 horas diarias diurnas, no se presupuestó horas extras o recargos nocturnos, sin embargo, dado el caso se deberán tener en cuenta los porcentajes que determine la ley para su pago.

Con base en lo anterior, la siguiente tabla muestra en detalle los costos en salarios en que incurre el EDUPOL por cada mes de operación.

Tabla 11 Nómina del personal

NOMINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Supervisores/Administrador	8.001.624	8.321.689	8.654.557	9.000.737	9.360.764
Recepcionista	8.001.624	8.321.689	8.654.557	9.000.737	9.360.764
Vendedor 1	8.001.624	8.321.689	8.654.557	9.000.737	9.360.764
Vendedor 2	8.001.624	8.321.689	8.654.557	9.000.737	9.360.764
Monitor 1	4.000.812	8.321.689	8.654.557	9.000.737	9.360.764
Monitor 2	-	-	-	9.000.749	9.360.776
Total	36.007.308	41.608.445	43.272.785	54.004.437	56.164.598
PRESTACIONES SOCIALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Supervisores/Administrador	1.844.726	1.918.515	1.995.255	2.075.065	2.158.067
Recepcionista	1.844.726	1.918.515	1.995.255	2.075.065	2.158.067
Vendedor 1	1.844.726	1.918.515	1.995.255	2.075.065	2.158.067
Vendedor 2	1.844.726	1.918.515	1.995.255	2.075.065	2.158.067
Monitor 1	922.363	1.918.515	1.995.255	2.075.065	2.158.067
Monitor 2	-	-	-	2.075.068	2.158.070
Total	8.301.265	9.592.573	9.976.276	12.450.393	12.948.405
SEGURIDAD SOCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Supervisores/Administrador	1.277.514	1.328.615	1.381.759	1.437.029	1.494.510
Recepcionista	1.277.514	1.328.615	1.381.759	1.437.029	1.494.510
Vendedor 1	1.277.514	1.328.615	1.381.759	1.437.029	1.494.510
Vendedor 2	1.277.514	1.328.615	1.381.759	1.437.029	1.494.510
Monitor 1	638.757	1.328.615	1.381.759	1.437.029	1.494.510
Monitor 2	-	-	-	1.437.031	1.494.512
Total	5.748.813	6.643.073	6.908.797	8.622.178	8.967.062

Fuente: elaboración propia

CAPITULO V

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

En este capítulo se describe en profundidad el tipo de organización que se pretende constituir así también como la estructura organizacional con que en principio funcionara el centro estudiantil

5.1 ESTUDIO LEGAL

- Escritura ⁷⁷y constitución de la Sociedad debidamente registrados en los órganos de control con un objeto social dedicado a la prestación de servicios en el área de la Educación
- Contar con una estructura física y de personal de conformidad con los requisitos establecidos en el contrato para cada uno de los programas que se ofrecen.
- No tener restricciones ante los órganos de la administración pública de manera directa o indirecta.
- Proporcionar a EDUPOL, siempre que lo solicite, paz y salvo emitidos por el Estado y otras entidades públicas o privadas.
- Capacidad de captar estudiantes en el mercado local
- Tener una estructura comercial exclusiva para EDUPOL.
- Exclusividad con EDUPOL en relación con el negocio de la Educación a Distancia.

5.1.1 Tipo de sociedad.

Franquicia comercial:

⁷⁷ <http://edupol.com.co/catalogodigital.pdf>

El contrato de franquicia es un acuerdo por el cual una parte denominada FRANQUICIADOR autoriza a producir, comercializar o distribuir un bien o servicio a otra llamada FRANQUICIADO"

El contrato de franquicia es un acuerdo por el cual una parte denominada FRANQUICIADOR autoriza a producir, comercializar o distribuir un bien o servicio a otra llamada FRANQUICIADO haciendo uso de su marca, transfiriendo conocimiento sobre el negocio durante un tiempo y en un territorio determinado, a cambio de pagos periódicos.

En la Ley no hay regulación expresa, la franquicia es lo que llamamos un contrato atípico porque sus elementos definición y condiciones no están en la normas. Esto permite mayor flexibilidad pues las partes libremente deciden las condiciones que va a gobernar su relación y al mismo tiempo el abuso de quien es la parte fuerte de la relación.

En un contrato de franquicia se deberán regular al menos lo siguientes elementos:

- b. Licencia de uso de marca. Autorización para el uso de los signos distintivos de una compañía, nombre, logo, colores.
- d. Transferencia de conocimiento. Se estructuran obligaciones para que el FRANQUICIADO adquiera los conocimientos sobre los métodos, estrategias y tácticas del negocio.
- e. Regalías. Es el valor periódico que debe pagar el FRANQUICIADO tiene diferentes formas de estipulación pero suele ser un valor fijo más una comisión sobre las ventas del modelo de negocio.
- e. Valor de la franquicia. Es el costo que establece el FRANQUICIADOR para hacer parte de su modelo de negocio, muy pocas franquicias no establecen una suma inicial pues suele entenderse como la contraprestación por abrir las puertas del negocio.

- g. Distribución. Dependiendo del tipo la franquicia que manejan distintos modelos, lo usual es que las partes acuerden comprar los productos del FRANQUICIADOR y revenderlos en el territorio del FRANQUICIADO.
- h. Exclusividad. Las franquicias se extienden por un territorio determinado de forma que el FRANQUICIADOR se obliga a no otorgar autorizaciones similares que puedan entrar en competencia con el FRANQUICIADO.
- i. Confidencialidad. El FRANQUICIADO recibe manuales y conocimiento que contiene información protegida por propiedad industrial y derechos de autor. Se comparte sólo en cumplimiento del contrato de franquicia y se suele establecer graves penas en caso de que se incumpla con la confidencialidad.
- j. Garantías y seguros. Es una relación de muy largo plazo, que depende del cumplimiento de las obligaciones periódicas de las partes, por lo que se deben establecer pólizas que cubran los eventuales perjuicios que suponga un incumplimiento contractual.
- Etapa precontractual. En la negociación del contrato se develan datos financieros de gran importancia para FRANQUICIADO por lo que a partir del momento que se traban negociaciones serias, las partes tienen la obligación de actuar de buena fe y deberán responder por el incumplimiento de esta
 - Código de Comercio:
 - normas sobre protección de marca: Decisión 486 (CAN):
 - Código Civil. Obligaciones
 - Costumbre mercantil.

MARCO LEGAL:

⁷⁸ Como está previsto en la Ley 30 de 1992, y en el artículo 213 de la Ley 115 de 1994, las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen la capacidad legal para desarrollar los programas académicos así:

Instituciones técnicas profesionales:

- A nivel de pregrado: programas técnicos profesionales.

⁷⁸<http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-231240.html>

- A nivel de posgrado: especializaciones técnicas profesionales.

Instituciones tecnológicas:

- A nivel de pregrado: programas técnicos profesionales y programas tecnológicos.
- A nivel de posgrado: especializaciones técnicas profesionales y especializaciones tecnológicas.

Instituciones universitarias o escuelas tecnológicas:

- A nivel de pregrado: programas técnicos profesionales, programas tecnológicos y programas profesionales.
- A nivel de posgrado: especializaciones técnicas profesionales, especializaciones tecnológicas y especializaciones profesionales.

Podrán, igualmente, obtener autorización ministerial para ofrecer y desarrollar programas de maestría y doctorado, las instituciones universitarias y escuelas tecnológicas que cumplan los presupuestos mencionados en el párrafo del artículo 21 de la Ley 30 de 1992 indicados en la norma.

Universidades:

- A nivel de pregrado: programas técnicos profesionales, programas tecnológicos y programas profesionales.
- A nivel de posgrado: especializaciones técnicas profesionales, especializaciones tecnológicas, especializaciones profesionales y maestrías y doctorados, siempre que cumplan los requisitos señalados en los artículos 19 y 20 de la Ley 30 de 1992.

Es importante señalar que con fundamento en la Ley 749 de 2002, y lo dispuesto en el Decreto 2216 de 2003, las instituciones técnicas profesionales y las instituciones tecnológicas pueden ofrecer y desarrollar programas académicos por ciclos propedéuticos y hasta el nivel profesional, en las áreas del conocimiento señaladas en la ley, mediante el trámite de Redefinición Institucional, el cual se adelanta ante el Ministerio de Educación Nacional y se realiza con el apoyo de pares académicos e institucionales y con los integrantes de la Comisión Nacional

Intersectorial para el Aseguramiento de la Educación Superior (CONACES), y termina con una resolución ministerial que las autoriza para hacerlo.

5.1.2 Razón social. La razón social bajo la cual operara el centro estudiantil será; EDUPOL S.A.S

5.1.3 Actividad principal de la empresa. El centro estudiantil EDUPOL tendrá como actividad principal la prestación de los servicios educativos, donde se da lugar a la enseñanza de carreras de educación superior.

5.1.4 Domicilio. El domicilio de la empresa será EN EL MUNICIPIO DE JAMUNDI, Departamento del VALLE.

5.1.5 Perfil corporativo. EDUPOL es una empresa única en servicios educativos de alta calidad, mediante el Sistema Polimodal, con tecnología de punta en integración de estrategias didácticas.

5.1.6 Propósito Fundamental. Transformar vidas con procesos educativos de alta calidad, siendo incluyentes, impulsando así la transformación de Colombia.

5.1.7 VISION. En el 2018 tendremos toda Colombia cubierta con educación de alta calidad. Ofrecemos servicios educativos de alta calidad mediante el Sistema Polimodal®, para transformar vidas con inclusión, cobertura, pertinencia y transparencia.

MISIÓN

Llevar un proceso de alta calidad en educación superior a todas la regiones del país, brindando la oportunidad de acceso a la información y al conocimiento, mediante un sistema polimodal para quienes escogen los programas académicos que ofrecen universidades reconocidas nacionalmente con las que tiene alianza.

LOGOTIPO

Ilustración 4 Logotipo



Para **EDUPOL**, las modalidades educativas integradas permiten aprovechar los métodos y las metodologías, que relacionadas y diferenciadas, desde una perspectiva amplia, contribuyen a entender que el ser humano cuenta con diversos modos de acceder al conocimiento, en el marco de los procesos de enseñanza y de aprendizaje que en el acto educativo se abren a la generación de ambientes de aprendizaje, que permiten comprender las diversas formas en que se da eficaz y eficientemente el proceso.

Fines del Sistema Polimodal

1. Formar para el desarrollo de competencias del ciudadano del Siglo XXI que le permita al estudiante la incorporación consciente y responsable en una sociedad democrática y cambiante.
2. Desarrollar las habilidades y destrezas cognitivas, afectivas y procedimentales para que el estudiante se prepare a la educación permanente, es decir, que la

persona entienda que el proceso educativo no tiene cierre y por lo tanto siempre es dinámico.

3. Preparar para cubrir las demandas del sistema productivo, mediante la incorporación de estrategias de aprender a aprender, de trabajo colaborativo y cooperativo, de auto gestionar los recursos, de autoevaluarse y autorregularse permanentemente como un proceso consciente para ser auto eficaz.

Beneficios del Sistema Polimodal

La modalidad de educación polimodal viabilizada por **EDUPOL** permite a las instituciones de educación superior incidir en el desarrollo local, regional y nacional, al ofertar programas académicos reconocidos por el Ministerio de Educación Nacional. Sumado a esto, se cuenta con el aprovechamiento de la tecnología para fortalecer el aprendizaje de los estudiantes, privilegiando la semipresencialidad, en donde se da un proceso de corresponsabilidad entre la academia y el estudiante, en la efectividad de los procesos de enseñanza y de aprendizaje orientados a alcanzar uno de los fines de la educación como es la autonomía e incidir en el desarrollo de la sociedad.

El Sistema Polimodal® democratiza el conocimiento, privilegia la autonomía y obliga al uso de satélites y la red mundial de Internet, lo que permitirá a cada estudiante tener acceso a través de la tele-aula y del portal, a un mundo de conocimientos brindándole la oportunidad de mejorar su calidad de vida.

Beneficios:

- Contar con tecnología satelital, lo que permite realizar la teleclase de forma sincrónica y simultáneamente a todos los centros asociados distribuidos a lo largo y ancho del territorio nacional.
- Contar con un portal que permite una comunicación permanente. En él se encuentra toda la información de interés, los accesos a la plataforma virtual en la que se depositan los contenidos de aprendizaje para el complemento a las actividades realizadas en las teleclases. Todas las clases son interactivas, es

decir, los estudiantes pueden hacer sus preguntas durante ella a través del Portal y todas serán respondidas por los profesores.

- Contar con alianzas con universidades, son ellas las que proporcionan los programas, los contenidos curriculares, el equipo académico y titula al finalizar el proceso de formación.
- Los profesores diseñan los contenidos programáticos guiados por el currículo de cada programa. El resultado de este proceso de reflexión son los libros de textos, los contenidos de las teleclases y el desarrollo de las aulas virtuales. Los libros de texto son entregados a cada uno de los estudiantes para su autoestudio.
- Los estudiantes deben asistir un día por semana a la teleclase, el resto de tiempo que exige el programa para cumplir sus objetivos corresponde a autoestudio del estudiante.
- El valor de inversión de los estudiantes es muy bajo, gracias a las estrategias comerciales diseñadas por **EDUPOL**. Además, **EDUPOL** financia directamente a cada estudiante solamente con tres requisitos: firma de pagaré, firma de carta de compromiso de pago y contrato.
- A cada estudiante se le asigna una clave y una contraseña de usuario para acceder al Portal, disponible a través de www.edupol.com.co
- El Portal es utilizado por los profesores, consejeros y monitores para subir información, revisar trabajos, responder preguntas y verificar informes. Este es un sistema de acompañamiento efectivo para que los estudiantes interactúen permanentemente con los equipos académicos.

5.2 ALIANZAS Y CONVENIOS

EDUPOL establece alianzas con Universidades. Estas ofrecen programas académicos con registros calificados emanados del Ministerio de Educación Nacional.

Ilustración 5 universidades aliadas con EDUPOL



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

1. Tecnología en gestión de negocios
2. Tecnología en gestión de empresas agroindustriales
3. Tecnología en gestión de negocios con énfasis en turismo
4. Administración de empresas

UNIVERSIDAD TECNOLOGÍA DE BOLIVAR

5. Tecnología en Gestión Contable y Financiera
6. Tecnología en Desarrollo de Software
7. Contaduría Pública
8. Tecnología en Logística de almacenaje e inventarios
9. Diplomado en Normas Internacionales de Información Financiera para PYMES

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

1. Tecnología en seguridad y salud en el trabajo
2. Gestión de sistemas de la información
3. Tecnología en regencia de farmacia

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE IBEROAMÉRICA

1. Licenciatura en Pedagogía Infantil
2. Licenciatura en Educación Especial

ESTRUCTURA FUNCIONAL

EDUPOL cuenta con 7 estudios de televisión donde se presentan la tele-clase preparadas rigurosamente por los equipos académicos de las universidades.

Foto 1centro de estudios de televisión



Fuente. Edupol s.a.s

Centro Apoyo Universitario

Foto 2Centro Apoyo Universitario De Ipiales

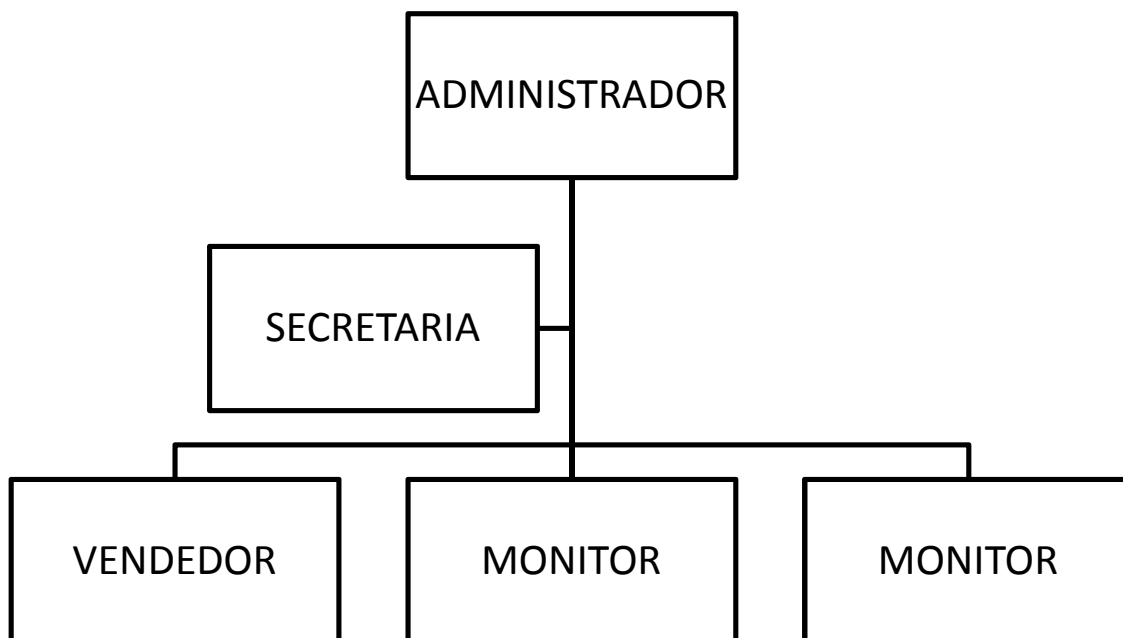




Fuente. Edupol s.a.s

ORGANIGRAMA

Ilustración 6 Organigrama



Fuente: elaboración propia

5.2.1 Manuales de funciones. El centro estudiantil EDUPOL, contará con 4 colaboradores. Entre los que se cuentan: el administrador general, un recepcionista y un vendedor.

Cuadro 6 Manual de Funciones Administrador General

	MANUAL DE FUNCIONES ADMINISTRADOR GENERAL	EDUPOL , CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
FUNCIÓN PRINCIPAL		
Planear, organizar, dirigir y controlar los programas, estrategias y acciones para el aprovechamiento eficiente de los recursos con que cuenta para el funcionamiento de las áreas que integran el centro de educativo Elaborar, analizar y difundir indicadores de gestión.		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
PLANEACIÓN Administrar el talento humano y los recursos físicos con que se cuente. En este sentido el administrador será la persona encargada del manejo del dinero proveniente de la actividad principal, En este sentido, se encargará de promover por medio de acciones directas la comercialización del centro, cuando sea pertinente, por tanto es necesaria su presencia en las instalaciones del centro, para detectar fallas. Planear, diseñar, coordinar, poner en funcionamiento y hacer el seguimiento a las labores de control de inventarios, buscando el óptimo nivel de inventarios (stock de Almacén). Planear y ejecutar el programa de vacaciones de todo el personal a su cargo.		
EJECUCIÓN Formular, aplicar y realizar seguimiento a las acciones correctivas del centro. Planear y dirigir las actividades de aseo y organización general de las instalaciones físicas a su cargo. Asegurarse de que los materiales urgentes sean reclamados por los usuarios inmediatamente después de que el material ha sido aceptado. Asesorar a los Proveedores en especificaciones, muestras y medidas para satisfacer las necesidades de suministros de los usuarios. Establecer y mantener excelentes relaciones con los Proveedores para conocer y satisfacer necesidades de suministros (diario). Tramitar compras por caja menor para los elementos y materiales que lo requieran. Cumplir con las normas de Higiene, Seguridad Industrial, Gestión Ambiental y Reglamento Interno de Trabajo establecidos por la Empresa.		
VERIFICACIÓN / SEGUIMIENTO		
CONTROL		

Buscar el mejoramiento continuo en todas sus funciones diarias.		
RESPONSABILIDADES		AUTORIDAD
Personas a cargo: Personal de servicios generales.		Personas: 2
Materiales / Equipo: Equipo de Oficina.		Toma de decisiones: Nivel Alto.
Información: Listado de pedidos, cotizaciones, facturas, reservas, formatos de PQRS.		
RESPONSABILIDAD PLAN DE EMERGENCIA Y EVACUACIÓN		
• Apoyar la participación de sus colaboradores a las prácticas de Seguridad Industrial • Coordinar todas las emergencias de su área(coordinador de Escena) • Velar por el perfecto funcionamiento de los equipos y elementos para la atención de emergencias de su área • Programar capacitaciones en temas de seguridad industrial • Programar la participación de sus colaboradores en las capacitaciones de los sistemas de gestión		
INDICADORES DE GESTIÓN		
QUÉ MEDIRLE	CÓMO MEDIRLE	A DÓNDE QUIERE LLEGAR (META)
Funcionamiento del centro educativo y buena atención a los estudiantes	De acuerdo al número de peticiones, quejas y reclamos que se registren mensualmente.	A que no existan estudiantes insatisfechos y que el centro se caracterice por la prestación de un buen servicio.
COORDINACIÓN O RELACIÓN		
Coordinar con (cargo o área)	Para (Actividad)	
Secretaria	Para dar instrucciones, programas a ejecutar y comunicar anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones.	
Vendedor	Para asignar responsabilidades, labores a ejecutar, verificar que se cumplan y recibir el reporte de anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones.	
	Para asignarle metas mensuales y zonas de trabajo.	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
REQUISITOS GENERALES		
Sexo	Indiferente.	
Edad	Indiferente.	
Formación académica deseada	Profesional de una Universidad reconocida.	
- Otros estudios	Especialización y/o Maestría.	
- Conocimientos específicos		

Experiencia deseada	Cargos similares, 5 años.					
REQUISITOS PERSONALES						
Competencias deseables	Nivel					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Trabajo en equipo					X	
Adaptabilidad al cambio					X	
Orientación hacia los resultados					X	
Comunicación					X	
Toma de decisiones					X	
CARACTERÍSTICAS PERSONALES						
Que preferiblemente sea capaz de mostrar en su comportamiento: -Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo -Responsabilidad -Honestidad -Creatividad -Proactivo -Delegación -Actitud para el trabajo interdisciplinario -Empatía, facilidad para relacionarse y llevarse bien con diferentes personas -Actitud hacia el mejoramiento continuo -Liderazgo -Autonomía						
NECESIDADES DE CAPACITACIÓN					APLICA	NO APLICA
Política integral de la empresa					X	
Manejo de residuos sólidos						X
Manejo de aguas residuales						X
Manejo de residuos peligrosos						X
Control contaminación atmosférica						X
Ruido					X	
Plan de emergencia					X	
Normatividad en seguridad industrial y salud ocupacional					X	
5s (organización, orden, limpieza, control visual, disciplina y hábito)					X	

Cuadro 7 Manualde funciones vendedor

	MANUAL DE FUNCIONES VENDEDOR		EDUPOL , CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES
			SECCIÓN MERCADEO
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
FUNCIÓN PRINCIPAL			
• Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos. • Ejecutar correctamente las funciones asignadas. • Acatar las instrucciones y recomendaciones del jefe inmediato.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS			
EJECUCIÓN			
• Ejecutar labores dadas por el Jefe Sección (diario). • Realizar labores de venta cumplir con la meta mensual de ventas. hacer ventas de campo • Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos • Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona. • Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados por la empresa			
CONTROL			
Otras:			
RESPONSABILIDADES		AUTORIDAD	
Personas a cargo: No		Personas: 0	
Materiales / Equipo: Los asignados según labor.		Toma de decisiones: Nivel Bajo.	
Información: Administrador general			
RESPONSABILIDAD PLAN DE EMERGENCIA Y EVACUACIÓN			
• Participar de las capacitaciones y elaboración de los procedimientos normalizados. • Atender las emergencias de su área de trabajo			
INDICADORES DE GESTIÓN			
QUÉ MEDIRLE	CÓMO MEDIRLE	A DÓNDE QUIERE LLEGAR (META)	
Labores ejecutadas	Supervisión del administrador y sugerencias realizadas por los usuarios	Cumplir con la meta de estudiantes requeridos por mes	
		Satisfacción del cliente es este caso los estudiantes	
COORDINACIÓN O RELACIÓN			

Coordinar con (cargo o área)		Para (Actividad)					
Administrador General		Para recibir instrucciones de las labores a realizar, reportar servicios prestados y comunicar anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones. Para coordinar actividades y comunicar anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones.					
ESPECIFICACIONES DEL CARGO							
REQUISITOS GENERALES							
Sexo		Indiferente.					
Edad		Mayor de 18 años					
Formación académica deseada		Tecnológico – profesional					
- Otros estudios							
- Conocimientos específicos		Mercadeo – ventas					
Experiencia deseada		Cargos similares, 3 a 5 años					
REQUISITOS PERSONALES							
Competencias deseables	Nivel					Observaciones	
	1	2	3	4	5		
Trabajo en equipo					X		
Adaptabilidad al cambio					X		
Orientación hacia los resultados					X		
Comunicación					X		
Toma de decisiones		X					
CARACTERÍSTICAS PERSONALES							
Que preferiblemente sea capaz de mostrar en su comportamiento: -Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo -Actitud hacia el mejoramiento continuo -Responsabilidad -Proactivo -Honestidad -Actitud para el trabajo interdisciplinario -Empatía, facilidad para relacionarse y llevarse bien con diversas personalidades -Creatividad							

Cuadro 8 Manual de funciones secretaria

	MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA	EDUPOL , EDUPOL CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES
		SECCIÓN ADMIRACIÓN
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
FUNCIÓN PRINCIPAL		
Mantener		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
EJECUCIÓN - Información académica de los estudiantes - Horarios de clase - Información de pagos por estudiante - operar las fotocopadoras, impresoras los sistemas de teléfono, de videoconferencia y de otro equipo de oficina.		
CONTROL		
Buscar el mejoramiento continuo en todas sus funciones diarias.		
RESPONSABILIDADES		AUTORIDAD
Personas a cargo: No		Personas: 0
Materiales / Equipo: Elementos y herramientas computador .elementos de oficina		Toma de decisiones: Nivel Bajo.
Información: Jefe Dpto. y/o personal área asignada.		
RESPONSABILIDAD - Llevar el control de estudiantes del centro educativo por carrera e universidad - Mantener las hojas de datos, documentos de procesamiento de textos, bases de datos y otros tipos de documentos, tales como los formatos de la empresa. Ella es responsable por la precisión de los documentos, lo que requiere habilidades		
INDICADORES DE GESTIÓN		
QUÉ MEDIRLE	CÓMO MEDIRLE	A DÓNDE QUIERE LLEGAR (META)
Labores realizadas	Supervisión del administrador, Revisión cumplimiento de las metas	Satisfacción del estudiante Cumplimiento de objetivos y funciones.
COORDINACIÓN O RELACIÓN		
Coordinar con (cargo o área)		Para (Actividad)
Administrador General		Para recibir instrucciones de las labores a realizar, reportar

	servicios prestados y comunicar anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones.																	
	Para coordinar actividades y recibir el reporte de anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones.																	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO																		
REQUISITOS GENERALES																		
Sexo	Indiferente																	
Edad	Entre 18 y 40 años preferiblemente																	
Formación académica deseada - Otros estudios - Conocimientos específicos	Técnica – tecnológica																	
Experiencia deseada	Cargos similares, 2 años																	
REQUISITOS PERSONALES																		
Competencias deseables	Nivel					Observaciones												
	1	2	3	4	5													
Trabajo en equipo					X													
Adaptabilidad al cambio					X													
Orientación hacia los resultados					X													
Comunicación					X													
Toma de decisiones		X																
CARACTERÍSTICAS PERSONALES																		
Que preferiblemente sea capaz de mostrar en su comportamiento: <table border="0"> <tr> <td>-Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo</td> <td>-Actitud hacia el mejoramiento continuo</td> </tr> <tr> <td>- Buena Actitud de Servicio y Atención al Cliente</td> <td>-Proactivo</td> </tr> <tr> <td>- Portar el uniforme limpio y adecuadamente.</td> <td>-Actitud para el trabajo interdisciplinario</td> </tr> <tr> <td>- Usar Elementos de protección personal.</td> <td>-Creatividad</td> </tr> <tr> <td>-Responsabilidad</td> <td>- Trato respetuoso y cordial</td> </tr> <tr> <td>-Honestidad</td> <td></td> </tr> </table> Empatía, facilidad para relacionarse y llevarse bien con diversas personalidades.							-Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo	-Actitud hacia el mejoramiento continuo	- Buena Actitud de Servicio y Atención al Cliente	-Proactivo	- Portar el uniforme limpio y adecuadamente.	-Actitud para el trabajo interdisciplinario	- Usar Elementos de protección personal.	-Creatividad	-Responsabilidad	- Trato respetuoso y cordial	-Honestidad	
-Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo	-Actitud hacia el mejoramiento continuo																	
- Buena Actitud de Servicio y Atención al Cliente	-Proactivo																	
- Portar el uniforme limpio y adecuadamente.	-Actitud para el trabajo interdisciplinario																	
- Usar Elementos de protección personal.	-Creatividad																	
-Responsabilidad	- Trato respetuoso y cordial																	
-Honestidad																		
NECESIDADES DE CAPACITACIÓN																		
				APLICA	NO APLICA													

Política integral de la empresa	X	
Manejo de residuos sólidos		X
Manejo de aguas residuales		X
Manejo de residuos peligrosos		X
Control contaminación atmosférica		X
Ruido	X	
Plan de emergencia	X	
Normatividad en seguridad industrial y salud ocupacional	X	
5s (organización, orden, limpieza, control visual, disciplina y hábito)	X	

Cuadro 9 Manual de Funciones Monitores

	MANUAL DE FUNCIONES MONITORES	EDUPOL , EDUPOL CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES
		SECCIÓN ADMIRACIÓN
DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
FUNCIÓN PRINCIPAL		
Mantener		
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
EJECUCIÓN		
1. Tener las aulas operativas 2. Mantenimiento de equipos, computadores ,tv led , pantallas , 3. Recibir a los estudiantes en cada aula 4. Entregar material del trabajo		
CONTROL		
Buscar el mejoramiento continuo en todas sus funciones diarias.		
RESPONSABILIDADES		AUTORIDAD
Personas a cargo: No		Personas: 0
Materiales / Equipo: Elementos y herramientas computador .elementos de oficina		Toma de decisiones: Nivel Bajo.
Información: Jefe Dpto. y/o personal área asignada.		

RESPONSABILIDAD						
- Llevar el control de estudiantes del centro educativo por carrera e universidad - Los equipos para las teleclases funcionen con normalidad - Soporte técnico						
INDICADORES DE GESTIÓN						
QUÉ MEDIRLE	CÓMO MEDIRLE			A DÓNDE QUIERE LLEGAR (META)		
Labores realizadas	Supervisión del administrador, Revisión cumplimiento de las metas			Satisfacción del estudiante Cumplimiento de objetivos y funciones.		
COORDINACIÓN O RELACIÓN						
Coordinar con (cargo o área)		Para (Actividad)				
Administrador General		Para recibir instrucciones de las labores a realizar, reportar servicios prestados y comunicar anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones. Para coordinar actividades y recibir el reporte de anomalías presentadas durante el desarrollo de sus funciones.				
ESPECIFICACIONES DEL CARGO						
REQUISITOS GENERALES						
Sexo		Indiferente				
Edad		Entre 18 y 40 años preferiblemente				
Formación académica deseada - Otros estudios - Conocimientos específicos		Técnica – tecnológica				
Experiencia deseada		Cargos similares, 2 años				
REQUISITOS PERSONALES						
Competencias deseables	Nivel					Observaciones
	1	2	3	4	5	
Trabajo en equipo					X	
Adaptabilidad al cambio					X	
Orientación hacia los resultados					X	

Comunicación					X													
Toma de decisiones		X																
<i>CARACTERÍSTICAS PERSONALES</i>																		
Que preferiblemente sea capaz de mostrar en su comportamiento: <table border="0"> <tr> <td>-Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo</td> <td>-Actitud hacia el mejoramiento continuo</td> </tr> <tr> <td>- Buena Actitud de Servicio y Atención al Cliente</td> <td>-Proactivo</td> </tr> <tr> <td>- Portar el uniforme limpio y adecuadamente.</td> <td>-Actitud para el trabajo interdisciplinario</td> </tr> <tr> <td>- Usar Elementos de protección personal.</td> <td>-Creatividad</td> </tr> <tr> <td>-Responsabilidad</td> <td>- Trato respetuoso y cordial</td> </tr> <tr> <td>-Honestidad</td> <td></td> </tr> </table> Empatía, facilidad para relacionarse y llevarse bien con diversas personalidades.							-Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo	-Actitud hacia el mejoramiento continuo	- Buena Actitud de Servicio y Atención al Cliente	-Proactivo	- Portar el uniforme limpio y adecuadamente.	-Actitud para el trabajo interdisciplinario	- Usar Elementos de protección personal.	-Creatividad	-Responsabilidad	- Trato respetuoso y cordial	-Honestidad	
-Autoestima, seguridad y confianza en sí mismo	-Actitud hacia el mejoramiento continuo																	
- Buena Actitud de Servicio y Atención al Cliente	-Proactivo																	
- Portar el uniforme limpio y adecuadamente.	-Actitud para el trabajo interdisciplinario																	
- Usar Elementos de protección personal.	-Creatividad																	
-Responsabilidad	- Trato respetuoso y cordial																	
-Honestidad																		
<i>NECESIDADES DE CAPACITACIÓN</i>																		
		APLICA	NO APLICA															
Política integral de la empresa		X																
Manejo de residuos sólidos			X															
Manejo de aguas residuales			X															
Manejo de residuos peligrosos			X															
Control contaminación atmosférica			X															
Ruido		X																
Plan de emergencia		X																
Normatividad en seguridad industrial y salud ocupacional		X																
5s (organización, orden, limpieza, control visual, disciplina y hábito)		X																

5.2.5 Impacto Social, Económico

En la ejecución del proyecto se pretende involucrar al municipio de Jamundí, Valle del Cauca, siendo esta la población beneficiada en primera instancia.

Entre los beneficios que se espera obtener para la región se cuenta la creación de empleos directos e indirectos derivados de la actividad. De esta forma se espera contar con un mayor desarrollo y crecimiento económico para la región. Se espera que generen en la población local necesidades de auto-superación y capacitación.

⁷⁹De acuerdo con la Ley 30 de 1992, la educación superior a nivel de pregrado está compuesta por tres niveles de formación, que corresponden al técnico, al tecnológico y al profesional. Los programas académicos para estos tres niveles son ofrecidos por instituciones técnicas profesionales, instituciones universitarias o escuelas tecnológicas y universidades. En general, las modalidades de enseñanza ofrecidas son de tipo presencial, aunque algunas instituciones también ofrecen programas bajo la modalidad de educación a distancia. Para examinar la situación de la educación superior en el país, en esta sección se describe el comportamiento de los principales indicadores del sector, como son el de cobertura y número de matriculados, el número de instituciones y programas, el nivel de formación de los docentes, las tasas de deserción, la financiación de las instituciones educativas públicas y los resultados de logro académico.

5.2.6 Plan Nacional De Desarrollo Para Educación 2014 – 2018

Educación Superior

⁸⁰En la última década la tasa de cobertura bruta de educación superior presentó un aumento importante, pasando de 24.5% en 2002 a 45.5% en 2013. Las posibilidades de desarrollo, innovación y bienestar del país dependen de que esta tendencia se mantenga dado el considerable impacto de la educación superior en la movilidad social de la población debido a su alta rentabilidad individual y social.

Por ello, el reto para el 2018 es aumentar con calidad la tasa de cobertura hasta el 57%. algunos de los principales objetivos que se plantean alcanzar en este sentido son:

1. Diseñar e implementar un Sistema de Educación Terciaria con Mayor Acceso, Calidad y Pertinencia

⁷⁹ http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/be_808.pdf

⁸⁰Departamento nacional de planeación

<https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-social/subdireccion-de-educacion/Paginas/educacion-superior.aspx>

2. Fortalecer la financiación de la oferta de educación superior.
3. Fortalecer la financiación de la demanda en un contexto de alta calidad y equidad.
4. Consolidar la Excelencia en el Sistema de Educación Superior.
5. Diseñar e implementar del plan maestro de ampliación de cobertura con calidad, en particular en las zonas más apartadas del país.
6. Formar docentes en niveles avanzados
7. Incrementar la eficiencia del Sistema de Aseguramiento de la Calidad

En el cuatrienio 2014-2018, aparte de incentivar una mayor cobertura de la educación superior, se promoverá que el incremento en el número de cupos se haga en condiciones de calidad. En este aspecto, el Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un Nuevo País” ha establecido que a 2018 el 20% de la matrícula se ubique en instituciones o en programas con acreditación de alta calidad. En cuanto a la pertinencia de la educación superior, el Sistema de Educación Terciaria facilitará la movilidad de los estudiantes entre niveles y tipos de educación y formación, así como el vínculo con el mercado laboral en términos de competencias, habilidades, destrezas y trayectorias profesionales. Por otra parte, la política educativa en materia de educación superior busca fomentar los procesos de autoevaluación, mejoramiento continuo, acreditación y certificación de calidad de las instituciones educativas. Así mismo, se adoptan estrategias para la promoción de la educación técnica y tecnológica, y para la ampliación y fortalecimiento de la regionalización y flexibilidad de la oferta de educación superior. Otro eje fundamental de la política de acceso a la educación superior se refiere al aumento de las alternativas de financiación a disposición de los estudiantes interesados en continuar sus estudios en diferentes áreas del conocimiento. En este sentido el Icetex está ampliando su oferta de créditos y diversificando las modalidades de los mismos. Esto incluye la implementación de líneas de crédito con tasas de interés real igual a cero, subsidios de sostenimiento, y créditos-becas para los mejores estudiantes de la educación media provenientes de familias pobres y vulnerables.

Finalmente, la promoción de la innovación, la productividad y el emprendimiento son políticas estrechamente ligadas al mejoramiento de la calidad y oferta de la educación superior. Es por esto que se trabaja en la articulación de estas políticas con las entidades líderes de estas áreas y con el Ministerio de Educación para diseñar estrategias coherentes que redunden en preparar adecuadamente al recurso humano colombiano para enfrentar los retos impuestos por la economía del conocimiento.

Entre otras, el presente proyecto pretende aportar al mejoramiento de la educación superior del Valle del Cauca, poniendo a disposición de la población de Jamundí alternativas en materia de educación

5.2.7 Plan Regional De Desarrollo

Entre la articulación para los criterios en el plan decenal de educación de desarrollo del Valle del Cauca está el, “Fomento de la articulación de la educación media con la superior y con la educación para el trabajo y el desarrollo humano, Promoción de estrategias para fomentar el emprendimiento en los establecimientos educativos.

El aporte que puede hacer la educación superior para contribuir a resolver los problemas más críticos de la sociedad es aún insuficiente, especialmente en tres aspectos donde existen profundas dificultades como son convivencia social, trabajo en equipo y manejo del medio ambiente. Factores tales como la precariedad en el ingreso, la asimetría de información sobre programas ofrecidos y las desigualdades en la preparación académica se constituyen en fuertes barreras para el acceso a la educación superior.

En concordancia con el plan regional de desarrollo del Valle del Cauca, se espera que el presente proyecto se rijan por la responsabilidad social, la sostenibilidad de la educación y sobre todo por el desarrollo armónico de la región.

La apuesta se encamina a lograr un mayor crecimiento y desarrollo económico para la región causando el mayor impacto en la población del municipio.

En concordancia con el plan regional de desarrollo del Valle del Cauca, se espera que el presente proyecto se rija por la responsabilidad social, la sostenibilidad y sobre todo por el desarrollo de la región.

5.2.8 Empleo

Con el desarrollo del proyecto se pretende crear inicialmente cuatro empleos directos, los cuales se espera que estén a cargo de personas de la región que cumplan con el perfil para cada caso.

Adicionalmente, se espera que se generen por lo menos tres empleos más indirectos derivados de la actividad a futuro.

CAPITULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo se resuelve analizando la factibilidad de la empresa EDUPOL desde el punto de vista financiero donde verificaremos mediante los indicadores que permiten valorar de manera objetiva un proyecto de inversión

6.1.1 Análisis de costos. Los costos que se reflejados se relacionan con la prestación de los servicios ofrecidos por EDUPOL S.A.S. A continuación se presentan los costos en que se incurre durante un año de operación.

6.1.2 Costos fijos centro de educación. Estos costos se asociación a la prestación del servicio, sin estar comprometidos con el nivel de ventas. Son componentes de este costo, la depreciación de activos, los gastos de administración, nómina y prestaciones sociales, los servicios públicos, mantenimiento del sitio, papelería, impuestos, entre otros.

COSTOS FIJOS

Tabla 12 costos fijos

	Gasto Mensual
ARRENDAMIENTOS	2.000.000
SERVICIOS PUBLICOS Y ALARMAS	450.000
GASTOS DE COMUNICACIÓN	200.000
SERVICIO DE ASEO	380.000
PUBLICIDAD	600.000
CONTADOR	322.175
PAPELERÍA Y ÚTILES	150.000
TRANSPORTE	200.000
IMPREVISTOS	429.359

Fuente elaboración propia

6.1.3 Costos Fijos Anuales. Los costos fijos anuales se relacionan con el # de empleados que cuenta la empresa con el cual tenemos un estimado de 4 empleados, gastos de arrendamiento y servicios entre otros.

Tabla 13 costos Anuales

Año	1	2	3	4	5
NOMINA	50.057.386	57.844.091	60.157.858	75.077.008	78.080.065
ARRENDAMIENTOS	24.000.000	24.960.000	27.456.000	30.201.600	32.617.728
SERVICIOS PUBLICOS Y ALARMAS	5.400.000	5.616.000	6.177.600	6.795.360	7.338.989
GASTOS DE COMUNICACIÓN	2.400.000	2.496.000	2.745.600	3.020.160	3.261.773
SERVICIO DE ASEO	4.560.000	4.742.400	5.216.640	5.738.304	6.197.368
PUBLICIDAD	7.200.000	7.488.000	8.236.800	9.060.480	9.785.318
CONTADOR	3.866.100	8.041.488	8.845.637	9.730.200	10.508.617
PAPELERIA Y UTILES	1.800.000	1.872.000	2.059.200	2.265.120	2.446.330
TRANSPORTE	2.400.000	2.496.000	2.745.600	3.020.160	3.261.773
IMPREVISTOS	5.152.346	5.760.557	6.762.199	11.576.424	13.472.747
Total	106.835.832	121.316.536	130.403.134	156.484.817	166.970.708

6.1.4 Precio De Venta Dados Por La Franquicia EDUPOL S.A.S. Justificación de crecimiento educativo para el departamento. El precio de venta está dado por las universidades asociadas a EDUPOL lo cual permite de acuerdo al rango (nivel educativo) que sea mayor a medida que el rango aumente.

Tabla 14 Precios de venta

Rangos de Programas	Nombre Curso	Valor Actual Curso
Rango 1	Cursos Edupol	916.000
Rango 2	Tecnología 1	1.377.000
Rango 3	Tecnología 2	1.825.053
Rango 4	Pregrado 1	2.537.000
Rango 5	Especialización	5.000.000
Rango 6	Maestria	4.205.401

Tabla 15 rangos % de estudiantes

Nivel	Estudiantes	%
rango 1	3	15%
rango 2	4	20%
rango 3	4	20%
rango 4	6	30%
rango 5	1	5%
Rango 6	2	10%
Total	20	100%

Fuente: elaboración propia

6.1.5 Análisis De Los Ingresos Para Centro Educativo EDUPOL. La empresa presenta ingresos mensuales, el grueso de los ingresos corresponde al porcentaje de la matrícula semestral (30%) que recibe el centro de estudio superior con base en los rangos estipulados. Por lo tanto, se hará una segmentación semestral de los ingresos obtenidos por la centro de estudio.

De acuerdo con el índice de cobertura⁸¹ en educación superior podemos establecer como puede ser en crecimiento de la población estudiantil esperada para el funcionamiento y permanencia de la franquicia EDUPOL S.A.S.

Este es un municipio joven ya que la población en gran proporción se encuentran en edad escolar en los niveles de educación primaria y media, donde la propuesta de educación se encuentra en un alto mercado objetivo donde puede generar un crecimiento discreto de un 20 a 30% cada año para la población educativa que hará parte de EDUPOL

Tabla 16 Número de Estudiantes

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
# estudiantes	117	152	198	257	360

INGRESOS ANUALES PARA CENTRO ESTUDIO EDUPOL

Tabla 17 Ingresos anuales

ingresos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
rango 1	600.886	1.458.151	2.383.035	3.379.576	3.514.759
rango 2	20.409.808	48.334.360	83.513.590	158.010.903	197.413.360
rango 3	74.840.124	109.765.515	155.252.344	259.030.649	337.301.076
rango 4	1.291.807	4.478.264	10.712.007	22.402.067	28.965.268
rango 5	-	-	-	-	-
rango 6	3.293.969	6.211.285	6.986.460	9.082.398	9.445.694
Total	100.436.594	170.247.573	258.847.435	451.905.593	576.640.156

Fuente: elaboración propia

⁸¹ Tomado de :http://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-212352_valle.pdf,

Estos son los ingresos determinados por el # de persona matriculada en cada rango y año establecido, la empresa EDUPOL tiene dentro de sus políticas de entrada un mínimo de capacidad para permitir que el nuevo socio puede adquirir la franquicia; sinos basamos en el resultado del estudio de mercado(ver estudio de mercado) permite hacer una distribución más coherente con la necesidad reflejada por la población de estudio de lo cual vamos a tener en cuenta que los de menor demanda son los posgrados, maestrías y carreras técnicas en contraste con las tecnológicas y profesionales.

ESTADO DE RESULTADOS PRIMER AÑO

Tabla 18 estado de resultados

EDUPOL SAS	
ESTADOS DE RESULTADOS	
A 31 DE DICIEMBRE DE 2016	
INGRESOS TOTALES	100.436.594
GASTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVO	6.700.717
GASTOS DE OPERACIÓN VENTAS	106.835.832
UTILIDAD GRAVABLE	(13.099.955)
IMPUESTOS (25%)	-
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	(13.099.955)
RESERVA LEGAL (10%)	-
FLUJO NETO DE OPERACIÓN	(13.099.955)

Elaboración: fuente propia

De acuerdo al primer año se observa que las ventas no subsanan los costos y los gastos ejecutados para el desarrollo de la actividad en el año 1 por tanto se observa una disminución en el patrimonio de 13.099.995

BALANCE GENERAL PRIMER AÑO

Tabla 19 balance general

EDUPOL SAS				
BALANCE GENERAL				
A 31 DE DICIEMBRE DE 2016				
ACTIVO	32.866.451	PASIVOS		6.399.238
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	32.866.451	CUENTAS POR PAGAR		3.135.426
MUEBLES Y ENSERES	27.807.168	ARRENDAMIENTOS	2.000.000	
EQUIPO DE COMPUTACION	11.760.000	APORTES Y RETENCIONES DE NOMINA	711.034	
DEPRECIACION	(6.700.717)	SERVICIOS COTABLES	322.175	
		RETENCIONES EN LA FUENTE	102.218	
		OBLIGACIONES LABORALES		3.263.812
		PATRIMONIO		26.467.213
		CAPITAL SOCIAL	39.567.168	
		PERDIDA DEL EJERCICIO	(13.099.955)	
TOTAL ACTIVO	32.866.451	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		32.866.452

Elaboración: fuente propia

En el balance general se observa que en el pasivo hay cuentas por pagar correspondientes a gastos y retenciones causados en el mes de diciembre

6.1.6 Flujo Neto De Operaciones.

Tabla 19 Flujo neto de operaciones

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES	100.436.594	170.247.573	258.847.43 5	451.905.59 3	576.640.156
COSTOS TOTALES	106.835.832	121.316.536	130.403.13 4	156.484.81 7	166.970.708
UTILIDAD GRAVABLE	6.1 6.399.238	48.931.037	128.444.30 1	295.420.77 6	409.669.449
IMPUESTOS (25%)	-	12.232.759	32.111.075	73.855.194	102.417.362
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	6.2 6.399.238	36.698.278	96.333.226	221.565.58 2	307.252.087
RESERVA LEGAL (10%)	-	3.669.828	9.633.323	22.156.558	30.725.209
FLUJO NETO DE OPERACIÓN	- 6.399.238	33.028.450	86.699.903	199.409.02 4	276.526.878

Fuente: elaboración propia

Análisis descriptivo

El flujo neto de operaciones nos muestra los ingresos y egresos operativos que tiene la franquicia Edupol S.A.S para caso de estudio como se muestra la utilidad bruta da negativo en el primer año lo que da muestra de que los costos durante ese periodo fueron muchos más elevados porque aquí se incluyen aquellos costos de iniciación más los costos de la empresa ya operando, en los años siguientes, observamos que los ingresos proyectados son mayores que los costos operativos lo que da muestras de beneficios en flujo de caja de la empresa.

Observando la tabla se puede determinar que entre el año 3 y 4 los beneficios aumentaron en un 57% aproximadamente dando muestras de que este tipo de

formación en la medida que el manejo de las TIC en la formación virtual va tomando fuerza las empresas que tiene esta modalidad serán directamente favorecidas.

6.1.7 Valor Presente Neto (VPN)⁸².El valor presente neto es una (VPN) es una cifra que resulta de comparar los ingresos y egresos netos que puede generar un proyecto a pesos de hoy, es decir en el periodo cero y mide el comportamiento financiero de un proyecto a través del tiempo; los criterios de decisión que se establece al cálculo del VPN son los siguientes:

- $VPN > 0$ significa que el proyecto es rentable lo que implica que los flujos de ingresos son mayores que los flujos de egresos. Por lo tanto, desde el punto de vista financiero es viable realizarlo
- $VPN < 0$ significa que el proyecto no es rentable lo que implica que los flujos de ingresos son menores que los flujos de egresos con base en este no se debe realizar desde el punto de vista financiero

Una de las formas para calcular el VPN es determinar el flujo de fondos totalmente neto para cada año proyectado.

Para el caso de EDUPOL se estableció la tasa de interés de oportunidad TIO del 7.9 % EA, esto porque es la rentabilidad que como inversionista se espera del flujo neto del proyecto; sabes que esto puede variar por el comportamiento de mercado u otros factores.

⁸²Flores Uribe Juan A. 2015 "MATEMÁTICAS FINANCIERAS EMPRESARIALES". TERCERA EDICIÓN ECOE EDICIONES

El VPN que se obtuvo es de \$388.076.886,62, lo que significa que desde el punto de vista financiero es rentable el proyecto a la tasa de interés establecida y con el flujo neto obtenido en el periodo indicado.

Tabla 18 Valor presente neto

VALOR PRESENTE NETO					
TASA DE OPORTUNIDAD	7,90%	EA			
INVERSIÓN	0	1	2	3	4
-39.567.168	-6.399.238	33.028.450	86.699.903	199.409.024	276.526.878
VPN	\$388.076.886,62				

Fuente: elaboración propia

6.1.8 Tasa Interna De Retorno (TIR)⁸³. La tasa interna de retorno (TIR) o de rentabilidad de la inversión se obtiene cuando el valor presente neto (VPN) tiende a cero. Es la máxima tasa de interés a la que el inversionista estaría dispuesto a recibir, como una inversión inicial en el plan de negocio establecido.

El criterio general para saber si es viable realizar el proyecto es el siguiente:

- Si $TIR > TIO$ se aceptara el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida
- Si $TIR < TIO$ no se acepta el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida

⁸³ibíd.

Para el proyecto se obtuvo una TIR de 316% que es mayor que la tasa del 7.9% establecida por el inversionista lo que significa que desde el punto de vista financiero es rentable el proyecto.

Tabla 19 tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO					
INVERSIÓN	INGRESOS AÑO 1	INGRESOS AÑO 2	INGRESOS AÑO 3	INGRESOS AÑO 4	INGRESOS AÑO 5
-39.567.168	100.436.594	170.247.573	258.847.435	451.905.593	576.640.156
TIR	316%				

Fuente: elaboración propia

6.2 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Es otro modo de establecer la viabilidad de un proyecto desde la matemática financiera se establece la razón entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos con base en la tasa de interés de oportunidad al periodo de duración del proyecto. Este resultado me permite comprobar cuanto obtengo de beneficio por cada unidad monetaria invertida.

Los valores resultantes de la relación beneficio costo deben ser interpretados como sigue:

1. $B/C > 1$ el proyecto es viable, dado que el valor presente de los ingresos es mayor que el valor presente de los egresos
2. $B/C < 1$ él no es atractivo, dado que el valor presente de los ingresos es inferior al valor presente de los egresos

El proyecto obtuvo el 2,1 lo que implica que por cada unidad monetaria invertida se obtiene como beneficio 2,3 unidades monetarias.

Tabla 20 Relación costo beneficio B/C

RELACIÓN COSTO BENEFICIO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VPI (7,90%)	93.083.034	157.782.737	239.895.677	418.818.900	534.420.905
VPC (7,90%)	99.013.746	112.434.232	120.855.546	145.027.634	154.745.790
B/C	2,1				

Fuente: elaboración propia

ESTUDIOS DE RIESGOS

El estudio de riesgos es con el propósito de identificar diferentes escenarios que pudieran perjudicar o agredir a las actividades cotidianas o normales del centro de estudios de EDUPOL, trayendo consigo calamidades que afectaran la comercialización de los servicios educativos.

Basado en lo anterior se realiza un análisis de riesgos posibles del centro de estudios Edupol efectos y posible solución con el propósito de proveer y tener un tiempo de respuesta

ANÁLISIS DE RIESGOS

Cuadro 10. Matriz de estudio de riesgos

MATRIZ DE ESTUDIO RIESGOS		
RIESGO	EFEECTO	SOLUCION
Corte de energía	No se podría transmitir las clases a los estudiantes	Contar con plantas eléctricas
Colapso de red de internet y servicio satelital	Que se caigan los portales o plataformas virtuales	Contar con planes de contingencia en caso de no poder acceder a plataformas ,tener las tele-charlas grabadas

Competencia habrá sedes universitarias presenciales	Perdida de estudiantes por la competencia con programas presenciales	Brindar la comodidad y le eliminación la brecha por tiempo espacio y dinero
Cambio de tendencias en escogencia de programas académicos brindados por Edupol	El no ingresos a los programas ofertados por Edupol , bajo ingreso de estudiantes	Contar con un gran número de carreras con alta demanda para que todos los estudiantes no escojan como medio de estudio
Inversionista extranjero otras universidades con modalidad igual	Perder participación en el mercado	Mantener la marca y el posicionamiento de cada universidad los años de experiencia en cada programa para no perder estudiantes

7. CONCLUSIONES

El presente trabajo se realizó una investigación donde se tuvieron en cuenta varios factores las teorías de emprendimiento, análisis mercado, análisis financiero, técnico, legal y organizacional, el cual nos permite establecer que en el municipio de Jamundí Valle es viable un centro de educación superior; este municipio carece de una institución de este tipo; con este estudio se quiere demostrar que tener un centro de estudios de la franquicia EDUPOL S.A, donde la comunidad del municipio pueda dar inicio a la educación superior por medio de la modalidad virtual que cuente con las herramientas que nos brinda la tecnología, la internet, las comunicaciones satelitales, entre otras para llegar a todos esos puntos del país donde no es posible al educación presencial.

Vivimos en una sociedad cambiante, de igual manera los estilos de enseñanza-aprendizaje han tenido que modificarse dando pie a nuevas modalidades para la educación y capacitación como: *e-learning*, *b-learning* y *m-learning*, todos ellas basados en el uso de la nuevas tecnologías de información y comunicación utilizando como principal medio la web, todo esto para responder a las necesidades de la sociedad.

De acuerdo al estudio de mercado es viable ya que se encontró aceptación tanto en la modalidad, precios y niveles educativos.

En el análisis técnico la franquicia de EDUPOL otorga los parámetros mínimos en cuantos equipos, espacio de aulas, personal de apoyo técnico y administrativo lo que permite al inversionista disminuir los riesgos en la implementación de este tipo de empresa y así poder ofrecer un servicio de calidad.

En cuanto al marco legal acceder a este tipo de franquicias evita que el inversionista caiga en irregularidades en el momento de su implementación y ejecución y se encuentra garantías con las instituciones de educación superior para impartir la formación con este tipo de intermediarios. Además, el Ministerio De Educación Nacional también lo regula, garantizando que todos los colombianos y en especial los jamundehños mejoren en sus niveles educativos.

También se debe tomar en cuenta la respuesta que ofrece la educación virtual a la continua preocupación por la necesidad y derecho a una educación permanente; ya que atiende por lo general a una población que desea iniciar o continuar estudios sin importar sus obligaciones o compromisos laborales, sociales o familiares; superando la tradicional barrera entre la escuela y la vida. De esta manera, la educación virtual hace realidad la igualdad de oportunidades.

8. RECOMENDACIONES

- Centro de estudio EDUPOL S.A.S logra evidenciar buenas utilidades anuales se evidencia que el inversionista puede aumentar la tasa oportunidad fijada para el plan de negocios dado que en el estudio fue utilizada la tasa de oportunidad impuesta por el banco de la republica
- La empresa al ser un centro de educación nueva en el municipio de Jamundí-valle debe enfocarse en estrategias de mercado informando de la modalidad educativa que está presente en el municipio de Jamundí –Valle.
- Promover las universidades con las cuales se tiene alianza y las diferentes carreras ofertadas y se conozca que educación con altos estándares de calidad.
- Realizar constantes estudio de mercado para que la información acerca del centro de estudios Edupol s.a.s. llega a todas los corregimiento, veredas del municipio de Jamundí–Valle.
- Realiza foros charlas en los colegios en grados 10 y 11° de modelo polimodal las nuevas tecnologías y plataformas para la educación polimodal.

9. BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Jamundí Valle del Cauca, www.jamundi-valle.gov.co.

ALONSO, Javier; GRANDE, Ildefonso. "Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing". Sexta Edición. Madrid. ESIC Editorial, 2010
MENDEZ LOZANO, Rafael. Tercera Edición. Editorial QuebecorWorld. 2004.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill. 2010.

DUART Y SANGRA, Aprender en la virtualidad. Ciencia, Docencia y Tecnología. Mayo vol. XV, número 028. Universidad Nacional de entre Ríos, Concepción del Uruguay, Argentina. 2004.

FERNÁNDEZ LÓPEZ, Gloria Isabel, et al. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de estimulación y desarrollo infantil en la Comuna 3 de la ciudad de Popayán en el año 2013. 2012

Flores Uribe Juan A.2015"MATEMÁTICAS FINANCIERAS EMPRESARIALES".TERCERA EDICIÓN ECOE EDICIONES

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary "Fundamentos de marketing" sexta edición. Pearson Educación, 2003.

MÓNICA ILANDA BRIJALDO RODRÍGUEZ (2013), Unidad temática: Área I. E-learning en los métodos docentes. Entornos tecnológicos como complementos de actividades presenciales, Universidad de Salamanca – España / Universidad Nacional de Colombia.

OSTERWALDER, Alexander. PIGNEUR, Yves. Generación de Modelos de Negocios. Editor: John Wiley&Sons Ltd. 2010.

PERALTA URREGO, MariaJose; AMAYA DOMINGUEZ, Alidys. Estudio de factibilidad para la creación de un centro de regionalización de la Universidad Pontificia Bolivariana en la Ciudad de Barrancabermeja. 2013.

ROSERO RAMÍREZ, Yuli Liliana; RUEDA PÁEZ, Luis Miguel. Estudio de factibilidad para la creación del centro educativo privado liceo" MAR" de sabiduría en la comuna 5 del municipio de Santiago de Cali. 2014.

SALCEDO PANQUEVA, Giovanni. Estudio de factibilidad para la creación de un colegio privado de básica primaria en el barrio Tabora de Bogotá. 2011

Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia

VARELA VILLEGAS. Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. 3ª edición. Bogotá, D.C. Pearson Educación, 2001

WEBGRAFÍA

www.edupol.com.co

www.dpn.com.co

www.banrep.gov.co

www.mineduacion.gov.co

http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/2062/1/Estudio_Creacion%20Centro%20Educativo_%20M%20A%20R_%20Rosero_2013.pdf

<https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-social/subdireccion-de-educacion/Paginas/educacion-superior.aspx>

http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/be_808.pdf

http://www.jamundi-valle.gov.co/publicaciones/resena_historica_pub

<http://www.funredes.org/mistica/castellano/emec/produccion/memoria6/0041.html>

<http://valledelcauca.weebly.com/economia.html>

<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/hay-65-000-estudiantes-virtuales-colombia-22356>

http://www.dane.gov.co/revista_ib/html_r4/articulo8_r4.html

http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-189357_archivo_pdf_introduccion.pdf

http://www.elcolombiano.com/historico/la_educacion_virtual_gana_por_mayoria-FBEC_242698

http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados_am_municipios.pdf

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2303/FernandezGloria2012.pdf?sequence=5>

http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/942/1/digital_19645.pdf

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3191/11981321.pdf?sequence=1>

<http://edupol.com.co/catalogodigital.pdf>

<http://www.andi.com.co/Documents/Balance2015/ANDI%20Balance%202015%20y%20Perspectivas%202016F.compressed.pdf>

<http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-tasa-inter-s>

<http://valledelcauca.weebly.com/economia.html>

<http://conceptodefinicion.de/internet/>

<http://www.pmicolombia.org/wp-content/uploads/2015/06/PMIBogota-Analisis-sobre-el-sector-de-infraestructura-en-Colombia.pdf>

<http://www.minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/noticias/2015/marzo/el-valle-del-cauca-tiene-18262-viviendas-con-los-programas-casa-gratis-y-casa-ahorro>

<http://www.unicef.org/colombia/pdf/Agua3.pdf>

<http://www.superservicios.gov.co/content/download/2464/25368/version/1/file/SOCIEDAD+DE+ACUEDUCTOS+Y+ALCANTARILLADOS+DEL+VALLE+DEL+CAUCA+SA+ESP.pdf>

<http://onsb.com.co/index.php-de-interes-123plan-obligatoria-salud-pos-2015>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4619183>

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/constitucion/diversidad-etnica-y-cultural>

WWW.MINEDUCACION.GOV.CO/1621

<http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz>

<https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/prensa/bases%20plan%20nacional%20de%20desarrollo%202014-2018.pdf>

ANEXOS

ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE MERCADO PARA CONOCER LA
PERCEPCIÓN DE IMPLEMENTAR LA FRANQUICIA DE EDUPOL S.A.S EN EL
MUNICIPIO DE JAMUNDÌ – VALLE DEL CAUCA

1 CONOCE PROGRAMAS DE FORMACIÓN VIRTUAL

SI NO

2 A UTILIZADO EDUCACIÓN VIRTUAL COMO ELEMENTO DE FORMACIÓN

SI NO

3 CUENTA CON UN COMPUTADOR Y ACCESO A INTERNET

SI NO

4. ESTARÍA DISPUESTA(o) A RECIBIR FORMACIÓN VIRTUAL EN:

A. CURSOS BÁSICOS

B. FORMACIÓN TITULADA

C. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

5. QUE TIPO DE FORMACIÓN TITULADA ESTARÍA DISPUESTO A REALIZAR

A. TÉCNICOS

B. TECNOLÓGICA

C. PROFESIONAL

D. POSGRADUAL

6. CUANTAS HORAS SEMANALES TIENE DISPONIBLE PARA LA FORMACIÓN EDUCATIVA

A. MENOS DE 2 HORAS

B. DE 2 A 5 HORAS

C. DE 6 A 10 HORAS

D. MÁS DE 10 HORAS

7. DURANTE QUE MOMENTO DEL DÍA PODRÍA DEDICAR TIEMPO A LA FORMACIÓN EDUCATIVA

A. EN LA MAÑANA

B. EN LAS TARDE

C. EN LA NOCHE

D. EN LA MADRUGADA

8. CONOCE EN EL MUNICIPIO DE JAMUNDÍ, ALGÚN CENTRO DE FORMACIÓN VIRTUAL

SI NO

9. CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR SEMESTRE EN UNA CARRERA TÉCNICA, TECNOLÓGICA O PROFESIONAL CON REGISTRO CALIFICADO APROBADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

A. 800.000 A 1'000.000

B. DE 1'000.000 A 1'200.000

C. DE 1'200.000 A 1'600.000

D. DE 1'600.000 A 2'000.000

10. SI SE CREARA UNA EMPRESA DE CARRERAS TÉCNICAS, TECNOLÓGICAS, PROFESIONALES, POSGRADUALES Y DE FORMACIÓN COMPLEMENTARÍA EN EL MUNICIPIO DE JAMUNDÍ ESTARÍA INTERASADA (O) EN REALIZARLA.

SI NO

11. TIENE FACILIDAD PARA EL MANEJO DE LA PLATAFORMAS DE FORMACIÓN

SI NO