

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SEDE DEL
CENTRO COLOMBO AMERICANO EN EL SECTOR DE CAÑAVERAL**

MAURICIO NARANJO CARREÑO

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DUAL
BUCARAMANGA
2009**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SEDE DEL
CENTRO COLOMBO AMERICANO EN EL SECTOR DE CAÑAVERAL**

MAURICIO NARANJO CARREÑO

Trabajo de Grado

RAMÓN ZARATE ARENAS
Director Ejecutivo del Centro Colombo Americano

CARLOS FERNANDO DÍAZ
Asesor Académico del Proyecto

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DUAL
BUCARAMANGA
2009

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, 9 de Febrero de 2008

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado está dedicado a todos aquellos que de una u otra forma han intervenido y ayudado en la realización de este trabajo. A mis padres, Jorge Orlandini Naranjo R. y Martha Cecilia Carreño A. quienes han hecho posible el estudio en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, a mi hermano Esteban Naranjo C. por su ayuda incondicional al transcurso de mi vida, a mis primos por su apoyo en el transcurso de la carrera y finalmente al Centro Colombo Americano de Bucaramanga por permitirme realizar las prácticas empresariales durante la carrera.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Dr. Ramón Zarate Arenas, Director Ejecutivo del Centro Colombo Americano de Bucaramanga, por su colaboración y asesoría para el desarrollo del presente trabajo.

Al profesor Luis Rubén Pérez por su colaboración en la redacción, corrección, estructuración y aplicación de la norma NTC 1486 en el transcurso de la elaboración del presente trabajo de grado.

Al profesor Carlos Fernando Díaz, Asesor académico del proyecto de grado por sus asesorías y recomendaciones pertinentes durante el desarrollo de cada uno de los capítulos del trabajo de grado.

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	12
RESUMEN	15
INTRODUCCIÓN	16
RESUMEN EJECUTIVO	17
1. MERCADO	19
1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	19
1.1.1. Justificación y Antecedentes	19
1.1.2. Análisis del Sector	19
1.1.3. Características de las personas que estudian en el Centro Colombo Americano de Bucaramanga	20
1.1.4. Definición de la población a encuestar	21
1.1.5. Identificación del Marco Muestral	21
1.1.6. Determinación del tamaño de la muestra	22
1.1.7. Objetivos de la Investigación de Mercados	22
1.1.8. Análisis de Mercado	23
1.1.9. Marketing Mix ó Mezcla de Mercadeo	30
1.2. PROYECCIONES DE VENTAS	37
2. ESTUDIO TECNICO OPERATIVO	38
2.1. OPERACIÓN	38
2.1.1. Ficha Técnica del Servicio	38
2.1.2. Descripción del Proceso	39
2.1.3. Necesidades y requerimientos de materiales	44
2.1.4. Necesidades y requerimientos de personal	44
2.2. INFRAESTRUCTURA	44
2.2.1. Presupuesto de equipos, muebles, instalaciones y adecuaciones.	46
3. ORGANIZACIÓN	47
3.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	47
3.1.1. Análisis Externo - Matriz EFE	47
3.1.2. Análisis Interno - Matriz EFI	48
3.1.3. Matriz de Perfil Competitivo	49
3.1.4. Matriz Interna – Externa	50
3.1.5. Análisis DOFA	51
3.1.6. Organismos de apoyo	52
3.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	53
3.2.1. Manual de funciones	53

3.3.	ASPECTOS LEGALES	57
3.4.	COSTOS ADMINISTRATIVOS	58
3.4.1.	Gastos de Personal	58
3.4.2.	Gastos de puesta en marcha	60
3.4.3.	Gastos Anuales de Administración	61
4.	FINANZAS	62
4.1.	PUNTO DE EQUILIBRIO	62
4.2.	INGRESOS	63
4.2.1.	Balance General Inicial	64
4.2.2.	Balance General Proyectado	65
4.2.3.	Estado de Resultados	66
4.2.4.	Flujo de Caja	67
4.2.5.	Calculo de la TIR Y VNA	68
4.3.	EGRESOS	69
4.3.1.	Inversiones	71
4.3.2.	Inversiones Iniciales a Diferir	72
5.	PLAN OPERATIVO	73
5.1.	PLAN OPERATIVO	73
6.	CONCLUSIONES	74
7.	RECOMENDACIONES	75
8.	BIBLIOGRAFIA	76
8.1.	FUENTES PRIMARIAS	76
8.2.	FUENTES SECUNDARIAS	76
8.3.	FUENTES TERCIARIAS	77
9.	ANEXOS	78

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. Población de Floridablanca entre los 15 y 29 años</i>	22
<i>Tabla 2. Calculo de la muestra</i>	22
<i>Tabla 3. Estimación del mercado potencial</i>	30
<i>Tabla 4. Servicios Ofrecidos</i>	31
<i>Tabla 5. Precio</i>	32
<i>Tabla 6. Promoción</i>	32
<i>Tabla 7. Plaza</i>	32
<i>Tabla 8. Servicios Ofrecidos CCA</i>	33
<i>Tabla 9. Precios CCA</i>	34
<i>Tabla 10. Promoción CCA</i>	35
<i>Tabla 11. Plaza CCA</i>	36
<i>Tabla 12. Proyecciones de ventas</i>	37
<i>Tabla 13. Presupuesto</i>	46
<i>Tabla 14. Matriz EFE</i>	47
<i>Tabla 15. Matriz EFI</i>	48
<i>Tabla 16. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)</i>	49
<i>Tabla 17. Matriz Interna - Externa</i>	50
<i>Tabla 18. Análisis DOFA</i>	51
<i>Tabla 19. Salarios</i>	58
<i>Tabla 20. Pagos de Salud</i>	58
<i>Tabla 21. Pagos de Pensión</i>	58
<i>Tabla 22. Pago de Parafiscales y Riegos Profesionales</i>	58
<i>Tabla 23. Pago de Prestaciones Sociales</i>	59
<i>Tabla 24. Pago de Dotación</i>	59
<i>Tabla 25. Total Pago de Nomina</i>	60
<i>Tabla 26. Nomina de Profesores</i>	60
<i>Tabla 27. Gastos de puesta en marcha</i>	60
<i>Tabla 28. Gastos Anuales de Administración</i>	61
<i>Tabla 29. Tabla de Costos Fijos y Variables</i>	62
<i>Tabla 30. Punto de Equilibrio</i>	62
<i>Tabla 31. Presupuesto de Ingresos</i>	63
<i>Tabla 32. Balance General Inicial</i>	64
<i>Tabla 33. Balance General Proyectado</i>	65
<i>Tabla 34. Estado de Resultados</i>	66
<i>Tabla 35. Flujo de Caja</i>	67
<i>Tabla 36. Flujo de Fondos</i>	68
<i>Tabla 37. Calculo del VNA</i>	68
<i>Tabla 38. Calculo de la TIR</i>	68
<i>Tabla 39. Presupuesto de Egresos</i>	69
<i>Tabla 40. Inversión en Maquinaria y Equipo</i>	71
<i>Tabla 41. Inversión en Equipo de Cómputo</i>	71

<i>Tabla 42. Inversión en Equipo de Oficina</i>	<u>71</u>
<i>Tabla 43. Inversión en Muebles y Enceres</i>	<u>71</u>
<i>Tabla 44. Inversión en Inventario</i>	<u>71</u>
<i>Tabla 45. Inversiones a Diferir</i>	<u>72</u>
<i>Tabla 46. Tabla de Amortización</i>	<u>72</u>
<i>Tabla 47. Cronograma de Actividades</i>	<u>73</u>

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Rango de Edad de los Clientes del CCA</i>	20
<i>Figura 2. Población de Floridablanca por edades</i>	21
<i>Figura 3. Edad de la población encuestada</i>	23
<i>Figura 4. Ocupación de los encuestados</i>	24
<i>Figura 5. Tipo de estudiante</i>	24
<i>Figura 6. ¿En dónde estudian?</i>	24
<i>Figura 7. Percepción sobre el nivel de inglés recibido en el Colegio ó Universidad</i>	25
<i>Figura 8. ¿De 1 a 10 como considera su nivel de inglés?</i>	25
<i>Figura 9. ¿Es necesario contar con un buen nivel de inglés?</i>	26
<i>Figura 10. ¿Ha tomado curso de inglés?</i>	26
<i>Figura 11. ¿Dónde tomo el curso?</i>	26
<i>Figura 12. ¿Terminó el curso?</i>	27
<i>Figura 13. ¿Por qué no terminó el curso?</i>	27
<i>Figura 14. ¿Hacer un curso de inglés le puede brindar mayores oportunidades?</i>	28
<i>Figura 15. ¿Iniciaría un curso de inglés?</i>	28
<i>Figura 16. ¿Por qué sí?</i>	28
<i>Figura 17. ¿Por qué no?</i>	28
<i>Figura 18. ¿Qué centro de enseñanza le gustaría que se abriera?</i>	29
<i>Figura 19. ¿En qué parte de Floridablanca?</i>	29
<i>Figura 20. Diagrama del proceso de información al cliente</i>	39
<i>Figura 21. Diagrama del proceso de inscripción</i>	40
<i>Figura 22. Diagrama del proceso de clasificación del alumno</i>	41
<i>Figura 23. Diagrama del proceso de matricula</i>	42
<i>Figura 24. Diagrama del proceso de estudio de cada nivel</i>	43
<i>Figura 25. Primer Piso</i>	45
<i>Figura 26. Segundo Piso</i>	45
<i>Figura 27. Organigrama</i>	53

LISTA DE ANEXOS

<i>ANEXO 1. Encuesta</i>	78
<i>ANEXO 2. Manual del Profesor</i>	80
<i>ANEXO 3. Tablero Acrílico Borrable</i>	88
<i>ANEXO 4. Sillas Universitarias</i>	89
<i>ANEXO 5. Computadores</i>	90
<i>ANEXO 6. Impresora</i>	91
<i>ANEXO 7. TV Plasma 42"</i>	92
<i>ANEXO 8. DVD</i>	93
<i>ANEXO 9. Grabadora Con CD y MP3</i>	94
<i>ANEXO 10. Aire Acondicionado</i>	95
<i>ANEXO 11. UPS Reguladas</i>	96
<i>ANEXO 12. Teatro en Casa</i>	97
<i>ANEXO 13. Caja Registradora</i>	98

GLOSARIO

ESTUDIO DE MERCADO: “Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado.

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.”¹

ESTUDIO TECNICO: “Tiene como finalidad definir la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, con calidad y el costo requerido. Esto origina la necesidad de identificar procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materias primas, insumos y servicios distribución de planta y equipos, requerimientos de capacitación del recurso humano, etc.”²

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO: “Su fin es definir las necesidades del perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y los resultados contando con todos estos elementos.”³

ESTUDIO FINANCIERO: “Se determinaran las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas.”⁴

PRESUPUESTO: “Plan de acción expresado en cifras para un periodo de tiempo determinado.”⁵

MATRIZ EFI: “Este instrumento resume y evalúa las Fortalezas y Debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.”⁶

¹ <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

² VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial Ciencia y Arte en la Creación de Empresas. 2001, 381p

³ VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial Ciencia y Arte en la Creación de Empresas. 2001, 381p

⁴ VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial Ciencia y Arte en la Creación de Empresas. 2001, 381p

⁵ Diccionario empresarial. Konral Fischer Rossi. 1992.

⁶

http://www.wikilearning.com/monografia/importancia_del_analisis_estrategico_de_los_estados_financieros_empresariales-la_matriz_de_evaluacion_de_factores_internos/13135-4

MATRIZ EFE: “Esta permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, democrática, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva.”⁷

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO: “Identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio.”⁸

ANALISIS INTERNO-EXTERNO: “Se realiza teniendo los ponderados de la Evaluación de los Factores Internos y Externos de la empresa, según los resultados se ubican en un cuadrante, los cuales tienen las siguientes implicaciones estratégicas: Cuadrantes I, II, IV “Crecer y Construir”, Cuadrante III, V, VII “Retener y Mantener”, y Cuadrantes VI, VIII, IX “Cosechar o Desinvertir”.⁹

ANALISIS DOFA CRUZADA: “Es el análisis de 4 variables (oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Permite analizar las características de la empresa en relación con el medio que la envuelve, compensando las oportunidades con las amenazas y las fortalezas con las debilidades.”¹⁰

TOEFL iBT: “Test TOEFL® iBT (Internet Based Testing) es una nueva versión del test TOEFL® tradicional que incorpora cuatro habilidades integradas. (Comprensión oral y de lectura, conversación y escritura.”¹¹

MET: “El MET Michigan English Test, es el nuevo examen de la división de exámenes y Certificaciones del English Language Institute de la Universidad de Michigan, el cual reemplazará el examen MELICET.”¹²

QPT: “Quick Placement Test, prueba única en su género, que permite conocer el nivel de conocimientos en el idioma inglés de acuerdo al los estándares internacionales (Marco Común Europeo).”¹³

TIR: “Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.”¹⁴

⁷ <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap491d.htm>

⁸ <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/evaexterna.htm>

⁹ <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap83d.htm>

¹⁰ <http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=ANÁLISIS%20DAFO>

¹¹ <http://www.sp.etseurope.org/home-corpo-spain/segments/instituciones-academicas/productos/toeflR-ibt/>

¹² www.colombobucaramanga.edu.co

¹³ <http://www.mrbooks.com.co/?mod=news&ids=2&id=137>

¹⁴ <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

VAN: “El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa.”¹⁵

¹⁵ <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>

RESUMEN

El trabajo: “Plan de negocios para la apertura de una nueva sede del Centro Colombo Americano en el sector de Cañaveral” se basa en 5 capítulos que resumiremos a continuación:

En la elaboración del capítulo uno: Mercado, se realizó una investigación de mercados, por medio de la aplicación de una encuesta en diferentes sectores de Floridablanca, cuyo objetivo principal era conocer la intención de estudiar inglés en la población de Floridablanca. Con los resultados de la encuesta se determinó un mercado potencial y un perfil del consumidor ó cliente. También se realizó un análisis de la competencia en el sector de Cañaveral (Floridablanca) y por último se hizo una proyección de ventas.

El capítulo dos: Estudio técnico operativo, hace referencia a la descripción de los servicios prestados por el Centro Colombo Americano y su respectivo proceso, además se hace una descripción de las necesidades y requerimientos tanto de equipos, muebles, instalaciones tecnologías e infraestructura, que son utilizados para prestar un buen servicio a los clientes.

En el capítulo tres: Organización, se realizó un análisis DOFA por medio de la aplicación de las Matrices EFE (Evaluación de Factores Externos), EFI (Evaluación de Factores Internos), MPC (Matriz de Perfil Competitivo), y Análisis Interno – Externo. Luego se identificaron los organismos de apoyo tanto de entidades privadas como oficiales que apoyan el proceso. También se definió una estructura organizacional y se elaboró un manual de funciones. A su vez se indagó sobre los aspectos legales necesarios para la apertura de un establecimiento de servicios en la secretaria de educación y de industria y comercio de Floridablanca. Además se realizó un cálculo de los costos administrativos, de gastos de personal, puesta en marcha y gastos anuales de administración.

En el capítulo cuarto: Finanzas, se calculó el punto de equilibrio y se elaboró un presupuesto de ingresos, un balance general inicial y proyectado, también se realizó un estado de resultados y un flujo de caja. A su vez se realizó el cálculo de la TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) y del VNA (Valor Neto Actual ó Valor Presente Neto). También se realizó un presupuesto de egresos y una descripción de las inversiones fijas y diferidas a efectuar.

Finalmente en el capítulo quinto: Plan Operativo, se estableció un cronograma de actividades, el cual registra las actividades y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el Centro Colombo Americano de Bucaramanga ha presentado un crecimiento gracias a la calidad de sus servicios, incremento de la demanda de cursos de inglés, las tendencias mundiales hacia el bilingüismo, y la coyuntura que se está presentando en Colombia con el programa que formula el Ministerio de Educación, Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019; por tal razón las directivas desean buscar sitios estratégicos para prestar sus servicios desde otras partes de la ciudad. En la actualidad el Centro Colombo Americano se encuentra ubicado en la Carrera 22 # 37 – 74 Bucaramanga.

El presente trabajo tiene como objetivo estudiar la factibilidad de abrir una nueva sede en el sector de Cañaveral (Floridablanca). Para tal razón se presenta a continuación el desarrollo de 4 capítulos que incluyen un estudio de mercado, aspectos técnicos y operativos, requerimientos legales y constitución, y plan económico y financiero.

Para el desarrollo del trabajo se utilizaron los lineamientos establecidos por el Fondo Emprender del SENA, el cual plantea lo siguiente: *“La elaboración de un plan de negocios es un proceso de estudio en investigación del mercado y la competencia en donde se explican los aspectos principales de los clientes, mercado potencial, características especiales de los productos, ventajas y valores agregados. Adicionalmente, la operación, control y comercialización del producto, infraestructura y personal que se requiere para el proyecto de creación de empresa. Por último, se revisan los resultados económicos y financieros.”*¹⁶

El plan de negocios es importante para el Centro Colombo Americano, porque permitirá conocer la intención de estudiar inglés en la población de Floridablanca, y ayudará a tener una visión más clara del mercado potencial.

Con este proyecto el Centro Colombo Americano de Bucaramanga, podrá conocer la factibilidad de abrir nuevamente una sede del Centro Colombo Americano en Cañaveral. Además si es viable abrir una sede del Centro Colombo Americano en Cañaveral, se podría lograr un aumento del 5% en la participación del mercado y en las ventas.

¹⁶http://www.uniempresarial.edu.co/documentos/2007_7_17_11_3_21_Plan_de_Negocios.pdf

RESUMEN EJECUTIVO

El Centro Colombo Americano se establecerá en Cañaveral (Floridablanca – Santander), con el propósito de satisfacer la necesidad de aprender inglés en la población de Floridablanca, aprovechando el buen nombre que tiene el Centro Colombo Americano en este sector y la escasez de oferta de cursos de inglés en este sector. Su mercado potencial son jóvenes y adultos entre los 15 y 29 años, que se encuentren estudiando en colegios, universidades ó empleados, con necesidad de mejorar sus conocimientos en el segundo idioma (inglés), ya sea para estudios en el extranjero ó mejores oportunidades de trabajo.

Según la investigación de mercados, el mercado potencial sería de 20.910 personas entre los 15 y 29 años interesados en realizar un curso de inglés con el Centro Colombo Americano ubicado en Cañaveral.

El Centro Colombo Americano de Cañaveral, podrá ofrecer variedad de horarios para estudiar, además los convenios con diferentes empresas, Cajas de Compensación, Cooperativas y Fondos de empleados, hacen que las personas tengan más oportunidades de ingresar a estudiar inglés. A su vez la preparación y administración de exámenes oficiales como el iBT TOEFL, MET, QPT, entre otros, hace que las personas tengan una percepción más confiable en cuanto a la calidad de sus servicios.

El Centro Colombo Americano en Cañaveral requiere de una inversión total de \$37'218.891, requeridos para la adquisición de maquinaria y equipo, equipo de cómputo, equipo de oficina, muebles y enceres, gastos de puesta en marcha, remodelación y adecuaciones de las instalaciones, caja, bancos y compra de inventario de libros. El 86.57% es decir \$32'218.891 serán aportados por el Centro Colombo Americano de Bucaramanga y el restante 13,43% serán financiados por acreedores varios.

Se espera que mensualmente estudien más de 95 personas en el Centro Colombo Americano de Cañaveral, con el fin de cumplir con el punto de equilibrio y dar utilidad. El objetivo es que durante el mes, en horario semanal estudien 77 personas, cada una pagando \$219.000 y en el horario sabatino 46 personas, cada una pagando \$222.000 y así cumplir con la rentabilidad esperada del 20%.

Según las proyecciones de ventas, este proyecto tendría una tasa interna de rentabilidad del 13,33%, si se tiene un promedio de 117 alumnos mensualmente. Además cumplir con este promedio de alumnos es viable ya que según la investigación de mercados, se tiene un mercado potencial de 20.910 personas y

de los que respondieron la encuesta 167 personas estarían dispuestas a ser contactadas para la promoción de los cursos de inglés.

De esta manera se demuestra la viabilidad comercial, técnica, económica, financiera, legal, ambiental y jurídica para la creación de la nueva sede del Centro Colombo Americano en Cañaveral.

1. MERCADO

1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1.1.1. Justificación y Antecedentes

Se habla de la posibilidad de abrir nuevamente una sucursal del Centro Colombo Americano en el sector de Floridablanca (Santander), porque durante el año 1998 se abrió un Centro Colombo Americano en este sector, pero la baja intensidad de estudiar Inglés en la población antes mencionada durante esta época, generó unos resultados negativos con respecto a lo que se tenía planeado, motivo por el cual tuvo que ser cerrado.

Ahora después de 10 años, el Consejo Directivo del Centro Colombo Americano de Bucaramanga, durante la reunión del 20 de Mayo de 2008, sugiere realizar un estudio de Mercado sobre el sector de Cañaveral con el objeto de ver la posibilidad nuevamente de realizar la apertura de una sucursal del Centro Colombo Americano en ese sector.

Esto luego de haber hablado sobre el incremento de la demanda de cursos de Inglés, la capacidad con la que cuenta actualmente el Centro Colombo Americano de Bucaramanga para satisfacer esta demanda, el crecimiento de la población de Floridablanca durante los últimos años, las tendencias mundiales hacia el bilingüismo, y la coyuntura que se está presentando en Colombia con el programa que formula el Ministerio de Educación, Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, que tiene como principal objetivo desarrollar la capacidad de comprender otras culturas y lograr una comunicación más eficaz, tanto en lengua materna como en otras lenguas, y así responder a las necesidades nacionales con respecto al inglés, aspirando a formar docentes y estudiantes de educación Básica, Media y Superior capaces de responder a un nuevo entorno bilingüe.

1.1.2. Análisis del Sector

Durante los últimos años el sector educativo de cursos de inglés ha tomado gran importancia en Colombia, debido a que nuestra economía está cada vez más integrada con los mercados internacionales, y un segundo idioma es la herramienta necesaria para poder aprovechar sustancialmente las ventajas que nos ofrecen, por ejemplo las nuevas oportunidades de negocio o las de estudio fuera de Colombia.

Es por esto que el Ministerio de Educación Nacional formula el Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, que tiene como principal objetivo promover y mejorar

las competencias comunicativas en la lengua extranjera inglés, con el fin de tener ciudadanos y ciudadanas capaces de comunicarse en inglés, con estándares internacionalmente comparables, de tal forma que se inserten al país en los procesos de comunicación universal, en la economía global y en la apertura cultural.

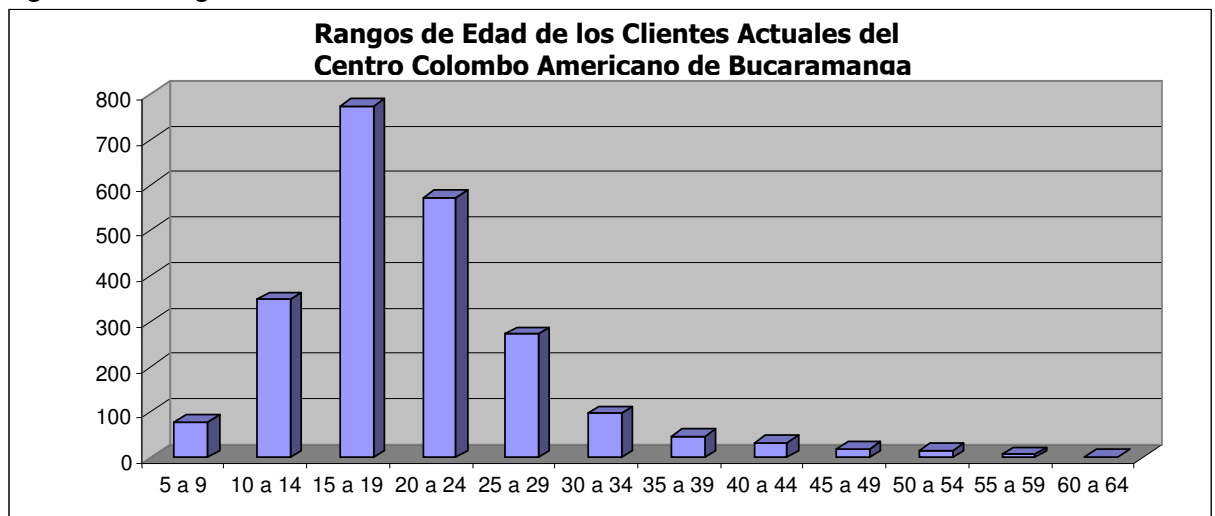
A su vez se espera que este proyecto (Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019) contribuya a lograr un país competitivo y a que mejore la calidad de vida.

Los voceros del sector educativo de idiomas (inglés) consideran que este año podrían aumentar su número de clientes hasta 15 por ciento, esto debido a las necesidades de los ejecutivos frente a la globalización, la integración con otras economías mediante los tratados de libre comercio y la inclusión de un programa nacional de bilingüismo en los objetivos del proyecto Visión Colombia 2019, entre otros.¹⁷

1.1.3. Características de las personas que estudian en el Centro Colombo Americano de Bucaramanga

Rangos de edad de los clientes del Centro Colombo Americano de Bucaramanga entre Enero de 2007 y Junio del 2008.

Figura 1. Rango de Edad de los Clientes del CCA



Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga

¹⁷ Basado en los siguientes artículos:

<http://www.mineduacion.gov.co/observatorio/1722/article-151177.html>

<http://www.britishcouncil.org/es/men-2-presentacion.pdf>

<http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-97495.html>

1.1.4. Definición de la población a encuestar

Teniendo en cuenta los rangos de edad de los clientes del Centro Colombo Americano de Bucaramanga, se tomo como base lo anterior para encuestar la Floridablanca.

- ✘ **Elementos:** Jóvenes y adultos entre los 15 y 29 años.
- ✘ **Unidades:** Se buscó directamente a las personas que tuvieran las características anteriores.
- ✘ **Alcance:** La encuesta se aplicó únicamente a los habitantes de Floridablanca.
- ✘ **Tiempo:** Se realizó entre el 30 de Julio y el 5 de Agosto de 2008.

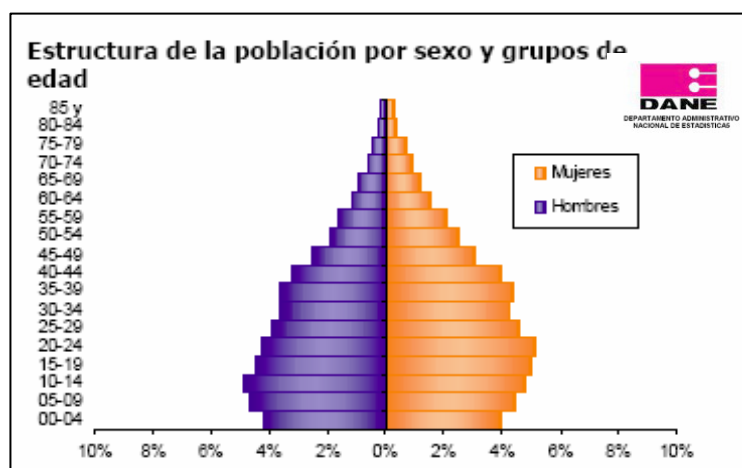
1.1.5. Identificación del Marco Muestral

Con el fin de identificar las necesidades del mercado meta se realizaron las encuestas a los habitantes de los diferentes sectores de Floridablanca, como son Cañaveral, Lagos, Parque Central de Floridablanca, Andes, entre otros, y que se encontraban dentro del rango de edad (15 a 29 Años).

Población General de Floridablanca¹⁸: 257.631 Habitantes.

Población de Floridablanca por edades¹⁹

Figura 2. Población de Floridablanca por edades



Fuente: Boletín – Censo General 2005 – Perfil Floridablanca.

¹⁸ Oficina de Planeación de Floridablanca.

¹⁹ Boletín Censo General 2005 DANE,

<http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf>

Tabla 1. Población de Floridablanca entre los 15 y 29 años

Edades	Población Florida %	# Personas
15 a 19	9,5%	24.475
20 a 24	8,4%	21.641
25 a 29	8,6%	22.156
TOTAL		68.272

Fuente: DANE - Boletín – Censo General 2005 – Perfil Floridablanca.

La población de Floridablanca entre los 15 y 29 años es de 68.272 habitantes.

1.1.6. Determinación del tamaño de la muestra

Tabla 2. Calculo de la muestra

Variable	Valor	Fórmula
Z	1.75	$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + E^2 (N-1)}$
P	0.5	
q	0.5	
N	68.272	
e	0.06	

Fuente: Kinnear, Thomas C. y Taylor, James R. (1981): Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado: Colombia: McGraw-Hill, 4ª ed., 1993.

Población General de Floridablanca: 257.631

Mercado Potencial (15 a 29 años): 68.272

Tamaño de la muestra: 212

El tamaño de la muestra se calculó utilizando la formula anterior, aplicado a la población obtenida entre los 15 y 29 años en Floridablanca, con un nivel de confianza del 92%, y un margen de error del 6%, dando como resultado una muestra de 212 personas en los diferentes sectores de Floridablanca.

Anexo 1 formato de encuesta.

1.1.7. Objetivos de la Investigación de Mercados

A continuación se presentan los objetivos de la investigación de mercados, que pretende determinar e identificar diferentes aspectos sobre la población de Floridablanca.

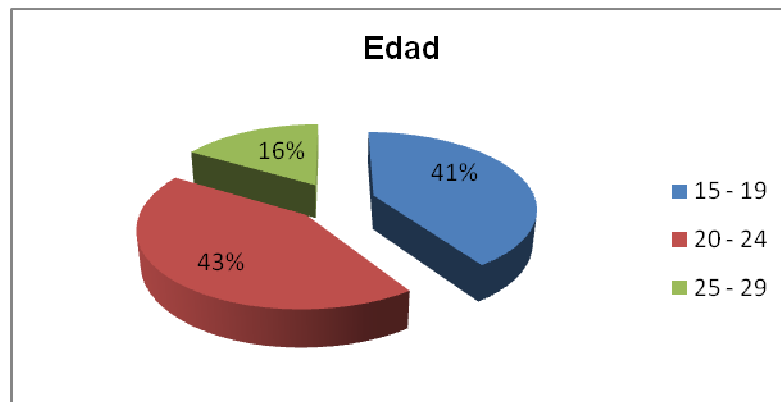
- ✘ Determinar la población estudiantil ya sea de Colegio o Universidad.

- ✘ Identificar la población que necesita de un buen nivel de inglés para el óptimo desarrollo de sus actividades.
- ✘ Conocer qué población ha realizado cursos de inglés antes y si terminaron el curso, y los que no lo terminaron conocer las causas de la deserción.
- ✘ Conocer qué población estaría dispuesta a iniciar un curso de inglés si el centro de enseñanza quedara cerca a su hogar.
- ✘ Determinar qué Centro de Enseñanza de inglés les gustaría tener cerca de su hogar.
- ✘ Determinar en qué parte de Floridablanca les gustaría que se ubicara este centro de idiomas.

1.1.8. Análisis de Mercado

A continuación se presentan los resultados de la investigación.

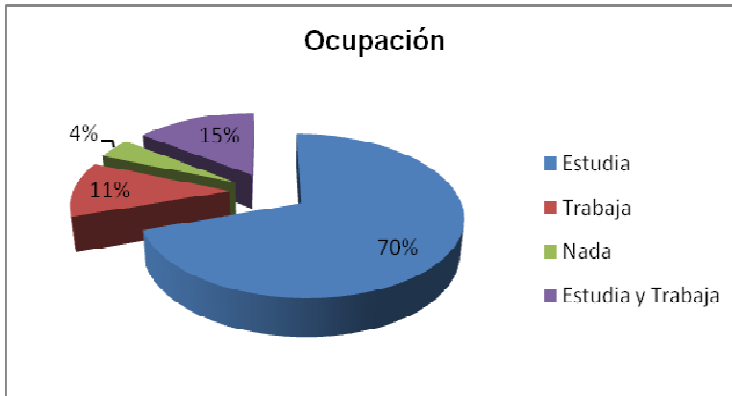
Figura 3. Edad de la población encuestada



Fuente: Investigación de Mercados

En esta grafica podemos observar, que durante el proceso de aplicación de la encuesta, el 43% de los encuestados fueron personas entre los 20 y 24 años de edad, el 41% personas entre los 15 y 19 años, y el 16% fueron jóvenes y adultos entre los 25 y 29 años de edad, esto debido a que la mayoría de los encuestados son estudiantes de colegios y universitarios.

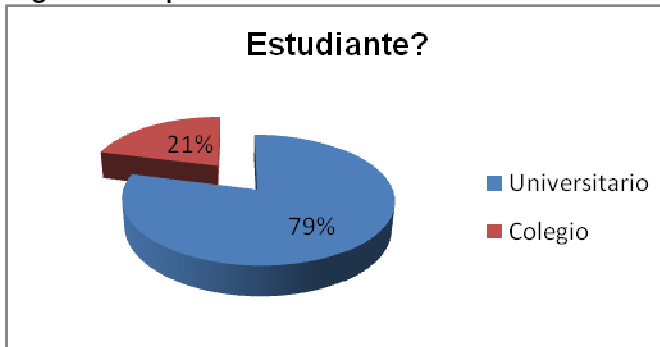
Figura 4. Ocupación de los encuestados



La encuesta fue aplicada a jóvenes y adultos entre los 15 y 29 años de edad que vive en Floridablanca, de los cuales el 70% son estudiantes.

Fuente: Investigación de Mercados

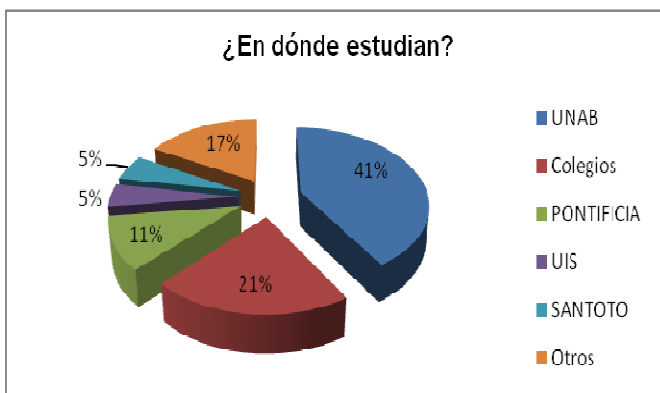
Figura 5. Tipo de estudiante



De la población que estudia, el 79% corresponde a estudiantes universitarios, mientras que el restante 21% son estudiantes de colegios.

Fuente: Investigación de Mercados

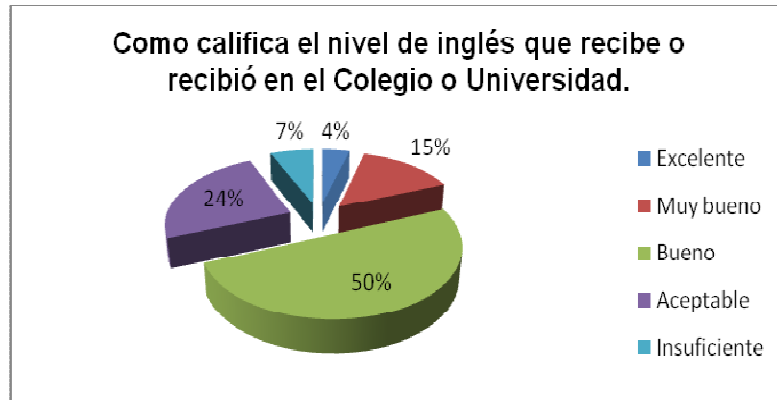
Figura 6. ¿En dónde estudian?



El 11% de la población encuestada estudia en la UPB, 5% en la U. Santo Tomas, 5% estudiantes de la UIS, mientras que el 41% estudia en la UNAB, esto debido a la cercanía de la facultad de medicina y psicología en el sector. Además el 21% de los encuestados fueron estudiantes de colegios y el 17% hace referencia a otras universidades como: (UTS, UDES, UCC, Manuela Beltrán, EFORSALUD, CEDEFOC y SENA).

Fuente: Investigación de Mercados

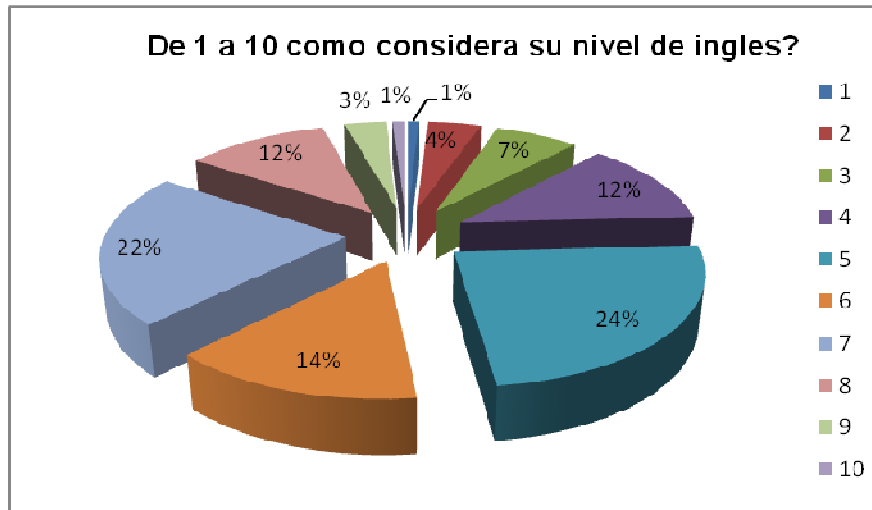
Figura 7. Percepción sobre el nivel de inglés recibido en el Colegio ó Universidad



Fuente: Investigación de Mercados

Cuando se les pregunto acerca del nivel que reciben o recibieron en el Colegio o Universidad, el 24% de los encuestados dijeron que el nivel era aceptable, mientras que el 50% dijo haber recibido un bueno nivel de inglés.

Figura 8. ¿De 1 a 10 como considera su nivel de inglés?



Fuente: Investigación de Mercados

El 62% de la población encuestada considera que su nivel de inglés se encuentra entre 1 y 6, en un rango de 1 a 10, mientras el restante 38% cree tener un nivel de inglés entre 7 y 10, donde 1 es bajo y 10 es alto.

Figura 9. ¿Es necesario contar con un buen nivel de inglés?



Fuente: Investigación de Mercados

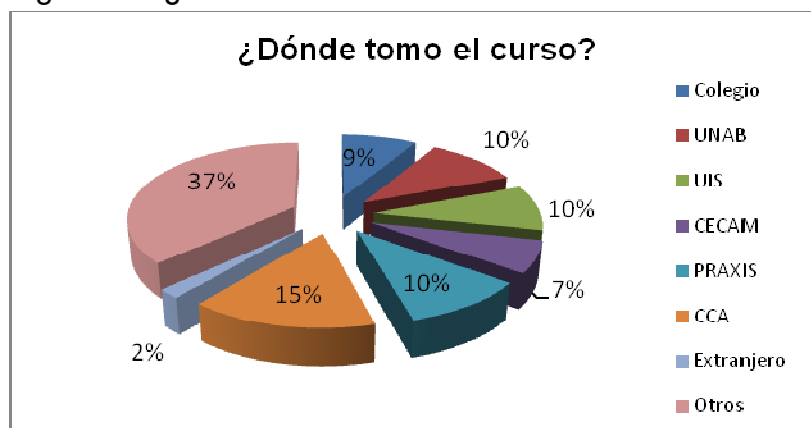
El 83% de la población dijo que para el óptimo desarrollo de su profesión es necesario contar con un buen nivel de inglés.

Figura 10. ¿Ha tomado curso de inglés?



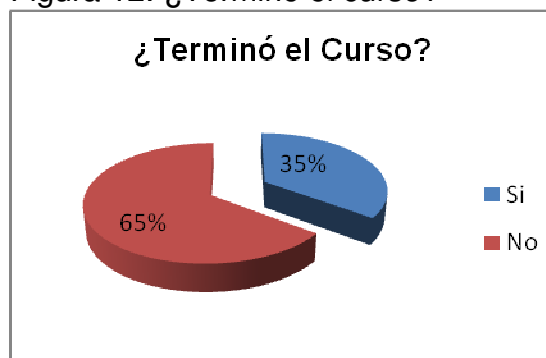
Fuente: Investigación de Mercados

Figura 11. ¿Dónde tomo el curso?



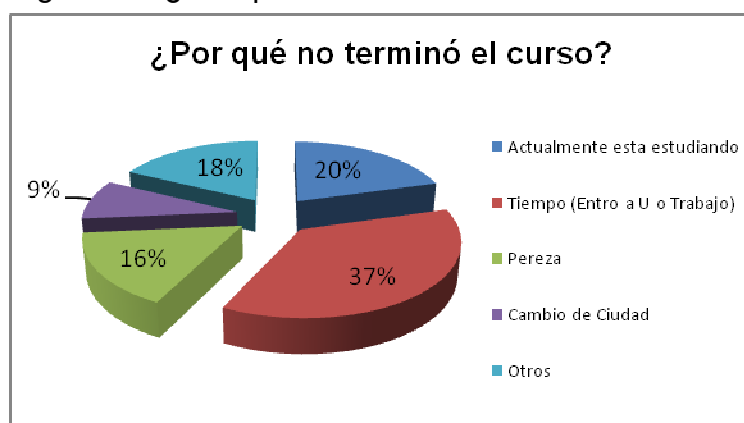
Fuente: Investigación de Mercados

Figura 12. ¿Terminó el curso?



Fuente: Investigación de Mercados

Figura 13. ¿Por qué no terminó el curso?



Fuente: Investigación de Mercados

En estas graficas (Figura 9, 10, 11, 12) podemos observar que el 49% de la población ha tomado cursos de inglés, en diferentes instituciones, el 9% ha tomado cursos de inglés en el colegio, el 10% en la UNAB, el 10% en la UIS, el 10% en el PRAXIS, el 15% en el Centro Colombo Americano de Bucaramanga, entre otras instituciones, pero solo el 35% ha terminado el curso de inglés, el restante 65% no ha terminado el curso por las siguientes causas:

- El 37% manifestó que por falta de tiempo, ya que entro a la Universidad o a Trabajar, y desplazarse hasta Bucaramanga a tomar el curso le quitaba mucho tiempo.
- El 16% manifestó que le daba pereza irse hasta Bucaramanga para tomar el curso y decidió salirse.
- El 20% dijo que aun está tomando el curso.

Figura 14. ¿Hacer un curso de inglés le puede brindar mayores oportunidades?



Fuente: Investigación de Mercados

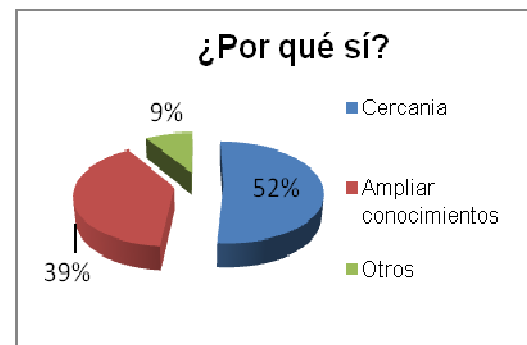
El 94% de las personas dijo que hacer un curso de inglés le puede brindar mayores oportunidades de estudio o trabajo.

Figura 15. ¿Iniciaría un curso de inglés?



Fuente: Investigación de Mercados

Figura 16. ¿Por qué sí?



Fuente: Investigación de Mercados

El 83% de los encuestados dijo que si existiera un centro de enseñanza de inglés cerca a su hogar les gustaría iniciar un curso allí, de esta población el 52% dijo que le gustaría más que todo por la cercanía y facilidad de acceso, lo cual ayudaría a disminuir los gastos de transporte y no les daría pereza ir al curso de inglés, además el 39% manifestó que le gustaría para ampliar sus conocimientos y es un requisito necesario para obtener Becas de Estudio y Trabajo en el Exterior.

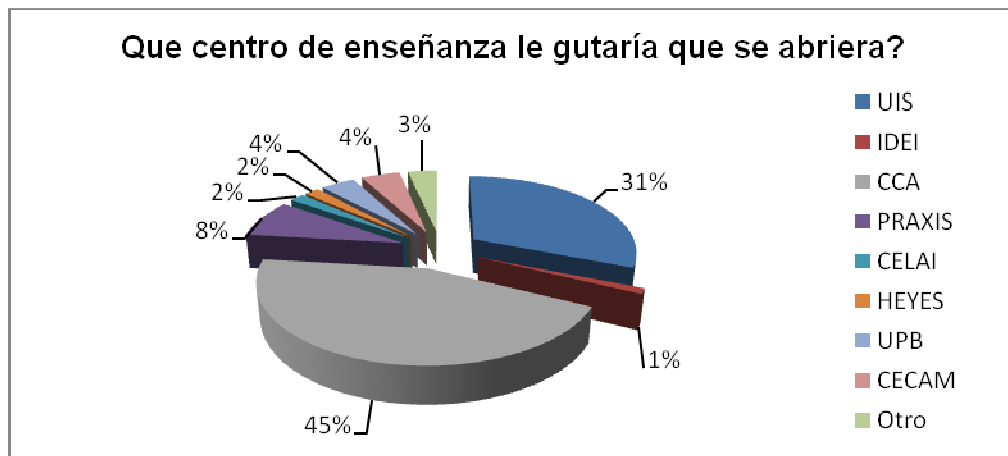
Figura 17. ¿Por qué no?



Fuente: Investigación de Mercados

El 17% de la población que no iniciaría un curso de inglés, es por las siguientes causas: 34% falta de tiempo, 17% opciones de intercambio, el 23% se encuentra realizando un curso de inglés y el restante 26% manifestó otras causas.

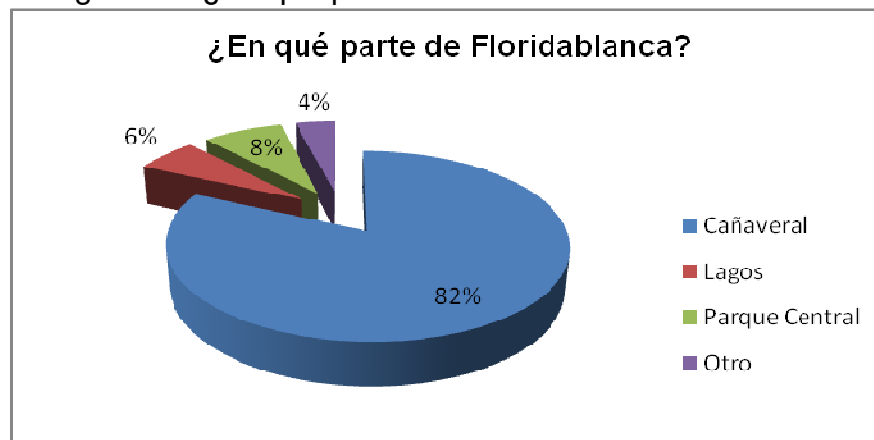
Figura 18. ¿Qué centro de enseñanza le gustaría que se abriera?



Fuente: Investigación de Mercados

El 45% de la población que le gustaría iniciar un curso manifestó su deseo de contar con una sede del Centro Colombo Americano en Floridablanca, y el 31% de los encuestados prefiere el Instituto de Lenguas de la UIS.

Figura 19. ¿En qué parte de Floridablanca?



Fuente: Investigación de Mercados

Además el 82% de la población interesada en realizar un curso de inglés dijo que le gustaría que el Centro de Enseñanza del inglés se ubicara en el sector de Cañaveral, mientras que el restante escogió sectores como Lagos, Parque Central de Floridablanca, entre otros.

1.1.8.1. Estimación del mercado potencial

Teniendo en cuenta la investigación de mercados, se pudo estimar un mercado potencial de 20.910 personas, que desean estudiar inglés con el Centro Colombo Americano, en el sector de Cañaverall y que están entre los 15 – 29 años de edad.

Tabla 3. Estimación del mercado potencial

	Población	%	Total
Personas entre los 15 – 29 años de edad en Floridablanca.	257.631 ²⁰	26.50% ²¹	68.272
Personas interesadas en iniciar un curso de inglés, si existiera un centro de enseñanza de inglés cerca a su hogar. (Figura 14 – Investigación de Mercados)	68.272	83%	56.666
Personas interesadas en iniciar el curso de inglés con el Centro Colombo Americano. (Figura 17 – Investigación de Mercados)	56.666	45%	25.500
Personas interesadas en estudiar inglés en el sector de Cañaverall. (Figura 18 – Investigación de Mercados)	25.500	82%	20.910

Fuente: Investigación de Mercados y DANE - Boletín – Censo General 2005 – Perfil Floridablanca.

1.1.8.2. Perfil del Consumidor y/o del cliente

- Jóvenes y adultos entre los 15 y 29 años, que se encuentren estudiando en colegios, universidades ó empleados, residentes en el sector de Floridablanca y con necesidad de mejorar sus conocimientos en el segundo idioma (inglés), ya sea para estudios en el extranjero ó mejores oportunidades de trabajo.

1.1.9. Marketing Mix ó Mezcla de Mercadeo

En el sector de Floridablanca se encuentra ubicado el Instituto de inglés Panamericano, el cual se analizará a continuación:

²⁰ Oficina de Planeación de Floridablanca.

²¹ DANE - Boletín – Censo General 2005 – Perfil Floridablanca.

1.1.9.1. Instituto de Inglés Panamericano

1.1.9.1.1. Servicios Ofrecidos

Tabla 4. Servicios Ofrecidos

Instituto de Inglés Panamericano
<ul style="list-style-type: none">- Nursery: Curso para niños entre 2 y 3 años, 4 niveles, de 40 hrs. cada nivel. Horario Sábados 8:00 – 12:00 pm.- Starter: Curso para niños entre los 4 y 6 años, 5 niveles de 40 hrs c/u. Horario Sábados 8:00 – 12:00 pm.- New Parade: Cursos para niños entre 7 y 11 años, 12 niveles de 40 hrs. c/u. Horario Sábados de 8:00 – 12:00 pm.- Teens: Curso para niños entre 11 y 14 años, 6 niveles de 40 hrs c/u. Horario Sábados 8:00 – 12:00 pm.- Interchange: Curso para jóvenes y adultos, 10 niveles de 40 hrs c/u. Horario Sábados 8:00 – 12:00 pm. (4 hrs semanales) Lunes a Viernes 6:30 – 8:30 pm. (10 hrs semanales)- Inglés Empresarial: Es un programa, en el cual las actividades se desarrollan en las instalaciones de su empresa en los horarios y con la intensidad semanal escogidos según la preferencia y comodidad de las personas vinculadas a él. El contenido del programa se ajusta y se modifica de acuerdo a las exigencias y necesidades particulares de su grupo empresarial.- Otros Servicios<ul style="list-style-type: none">- Recursos Educativos Servicio de la Biblioteca con más de 11.000 volúmenes. Sección de Computadores con acceso a Internet. Sala de Audiovisuales con VHS, DVD, Video Beam.- Cursos Personalizados Con profesores nativos o colombianos. Horarios cómodos, en los sitios que Usted prefiera.- Refuerzo Académico Actividades de apoyo académico para los estudiantes, según sus necesidades.

Fuente: Instituto de Inglés Panamericano

1.1.9.1.2. Precios

Tabla 5. Precio

Instituto de Inglés Panamericano
<ul style="list-style-type: none">• Examen de Clasificación con cita previa, no tiene ningún costo.• Descuentos: 5% por matricular dos ó más personas al mismo tiempo. <p>Curso Semanal o Sabatino (programa de niños o adultos) \$112.000 x nivel. \$80.000 Material para 2 niveles.</p>

Fuente: Instituto de Inglés Panamericano

1.1.9.1.3. Promoción

Tabla 6. Promoción

Instituto de Inglés Panamericano
<p>Este Centro de Idiomas utiliza su página web para hacer la promoción de sus cursos. http://www.panamericano.edu.co/esp/institu.php</p> <p>A su vez tienen una publicación en las páginas amarillas, ofreciendo sus servicios.</p>

Fuente: Instituto de Inglés Panamericano

1.1.9.1.4. Plaza

Tabla 7. Plaza

Instituto de Inglés Panamericano
<p>Este Centro de Idiomas se encuentra ubicado en Calle 34 # 8 – 73, Cañaveral Alto, Tel: 6780006.</p>

Fuente: Instituto de Inglés Panamericano

1.1.9.2. Centro Colombo Americano de Cañaverál

1.1.9.2.1. Servicios Ofrecidos

Tabla 8. Servicios Ofrecidos CCA

Centro Colombo Americano
<p>Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cursos para Jóvenes y Adultos en horario semanal (2 Horas diarias de lunes a viernes) ó horario sabatino (8:00 – 12:30 pm ó 2:00 a 6:30 pm), 18 niveles (38 Horas por nivel).• Cursos para niños en horario sabatino (8:00 – 12:30 pm ó 2:00 a 6:30 pm), 18 niveles, (38 Horas por nivel).• Cursos de preparación para el iBT TOEFL, (76 Horas), Horario de lunes a viernes de 6:20 pm a 8:00 pm.• Clases Particulares, por horas en diferentes horarios.• Inglés Empresarial.• Cursos Vacacionales, 38 Horas, horario de lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 pm ó de 2:00 pm a 6:00 pm. <p>Adicionalmente el Centro Colombo Americano ofrecerá los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none">• Club de Conversación, gratuito para egresados del Colombo.• Friday Night Movie, Película Semanal Proyectada en inglés todos los viernes en la noche, para el público en general.• Servicios de traducción y traducción simultánea.• Galería de Arte, donde artistas regionales y nacionales, así como la Embajada Americana, presentan exposiciones.• Tutorías presenciales, individuales, gratuitas, media hora cada semana, en caso de alguna dificultad académica.• Beca/Trabajo. Un/a alumno/a destacado/a podrá realizar sus estudios a cambio de colaboración en las diferentes áreas de la institución.• Oportunidades de becas o de intercambios, en coordinación con la Embajada Americana, en programas como Compañeros de las Américas, USAP (United States Achievers Program), y Training the Trainers.• Administración de exámenes internacionales.• Nuevo Examen oficial de la Universidad de Michigan, <i>MET (Michigan English Test)</i> y exámenes internacionales de suficiencia <i>KET, PET, QPT</i>. <p>Al finalizar los 18 Niveles, el estudiante presentará el Examen Michigan, si por alguna razón el estudiante no alcanza el puntaje mínimo exigido para recibir el certificado de suficiencia por parte del Centro Colombo Americano, el estudiante tendrá dos niveles gratis para reforzar las debilidades que tenga.</p>

Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga

1.1.9.2.2. Precio

Tabla 9. Precios CCA

Centro Colombo Americano
<p>El Centro Colombo Americano de Cañaveral, manejará los mismos precios que el Centro Colombo Americano de Bucaramanga.</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Cursos para Jóvenes y Adultos en horario semanal (2 Horas diarias de lunes a viernes).</i> 6:10 am. – 7:50 am. - \$ 219.000 - Con material incluido. 6:20 pm. – 8:00 pm. - \$ 219.000 - Con material incluido.• <i>Cursos para Jóvenes y Adultos horario sabatino, 18 nivele, 38 Horas por nivel (7 Sábados por nivel).</i> 8:00 am. – 12:30 pm. - \$ 222.000 - Con material incluido. 2:00 am. – 6:30 pm. - \$ 222.000 - Con material incluido.• <i>Cursos para niños en horario sabatino, 18 niveles, 38 Horas por nivel (7 Sábados por nivel).</i> 8:00 am. – 12:30 pm. - \$ 277.000 Con material incluido, el material le alcanza para 3 niveles.• <i>Cursos de preparación para el iBT TOEFL, (76 Horas), Horario de lunes a viernes.</i> 6:20 pm. – 8:00 pm. - \$ 497.000 - Con material incluido.• <i>Cursos Vacacionales, 38 Horas, horario de lunes a viernes.</i> 8:00 am. - 12:00 pm. - \$ 173.000 - Con material incluido. 2:00 pm. - 6:00 pm. - \$ 173.000 - Con material incluido.• <i>Clases Particulares, en diferentes horarios.</i> Horas dictadas en la sede del Centro Colombo Americano. - \$ 39.000 Horas dictadas en la casa o en el trabajo del Cliente. - \$ 50.000 <p>Los pagos se realizan directamente en el Centro Colombo Americano durante las fechas estipuladas, estos pagos se pueden realizar en efectivo, tarjeta debito, crédito ó cancelando en las cajas de compensación con las cuales se tienen convenios.</p>

Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga

1.1.9.2.3. Promoción

Tabla 10. Promoción CCA

Centro Colombo Americano
<p>Con el fin de atraer clientes, el Centro Colombo Americano ofrece los siguientes descuentos durante las fechas de matriculas:</p> <ul style="list-style-type: none">• 5% - Por Pronto Pago. (Es decir por cancelar dentro de las fechas de estipuladas para la matricula).• 5% - Carné Universitario. (Para los estudiantes que se encuentren en cualquier universidad de Bucaramanga).• 20% - Alumno destacado. (Cuando el Alumno obtiene nota final de 5.0 en el nivel).• 5% - Por traer un amigo. (Cuando matriculan más de dos personas al mismo tiempo).• 5% - Hermanos. (Cuando se matriculan hermanos o familiares al mismo tiempo).• 10% - Tarjeta Vital. (Tarjeta de afiliados a Vanguardia Liberal).• 50% - Miembro de las Fuerzas Armadas• 12% - Miembro de la Asociación Centro de Estudios de Ingeniería Industrial- UIS.• 10% - Afiliados a la Cámara de Comercio. <p>En los horarios semanal (6:10 am – 7:50 am ó 6:20 pm. – 8:00 pm.) ó en horario sabatino se darán máximo 2 descuentos.</p> <p>Además el Centro Colombo Americano tiene convenios con empresas, Cajas de Compensación, Cooperativas, y Fondos de Empleados, con el fin de facilitar las formas de pago.</p> <p>También el Centro Colombo Americano utilizará los principales medios locales para la promoción de los cursos e informar sobre la iniciación de los cursos. A su vez contará con una página web, donde se podrán realizar consultas sobre cursos, duración, fechas de iniciación, exámenes oficiales y otros servicios.</p>

Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga

1.1.9.2.4. Plaza

Tabla 11. Plaza CCA

Centro Colombo Americano
La prestación del servicio se realizara directamente en la sede del Centro Colombo Americano de Cañaveral, que estaría ubicada en la siguiente dirección Cl 32 # 26 – 62. Además cuenta con una zona de parqueadero, el cual facilitará el acceso del los clientes.

Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga

1.2. PROYECCIONES DE VENTAS

Las proyecciones de ventas se calcularon de la siguiente forma:

- Primero se definieron los costos fijos, costos variables y se determino el costo total, para hallar el punto de equilibrio.
- Luego teniendo como base el punto de equilibrio se calculo un mínimo de personas a estudiar en horario semanal y sabatino, de tal forma que se obtuviera una rentabilidad alrededor del 20%.
- Después de haber calculado este mínimo de alumnos, para obtener rentabilidad alrededor del 20%, se hizo una proyección mensual hasta final de año, tomando como ejemplo las variaciones de la demanda de cursos de inglés en Centro Colombo Americano de Bucaramanga.
- Los estudiantes del horario semanal, cancelarían \$219.000 cada nivel, es decir mensualmente.
- Los estudiantes del horario sabatino, cancelarían \$222.000 cada nivel, es decir bimensualmente.

Tabla 12. Proyecciones de ventas

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
Número de Estudiantes Horario Semanal	76	90	96	90	87	90	529
Número de Estudiantes Horario Sabatino	48	36	60	30	55	30	259
Total Alumnos	124	126	156	120	142	120	788
Total Ingresos	\$ 27.300.000	\$ 27.702.000	\$ 34.344.000	\$ 26.370.000	\$ 31.263.000	\$ 26.370.000	\$ 173.349.000

Fuente: Autor

2. ESTUDIO TECNICO OPERATIVO

2.1. OPERACIÓN

Este capítulo hace referencia al proceso de prestación del servicio. A continuación se explicaran los programas con los que cuenta el Centro Colombo Americano.

2.1.1. Ficha Técnica del Servicio

Cursos para Jóvenes y Adultos

Este curso cuenta con 18 niveles, cada nivel con una intensidad de 38 hrs, las cuales se pueden tomar en horario semanal (2 hrs diarias de lunes a viernes) ó en horario sabatino (5.5 hrs cada sábado, para un total de 7 sábados por nivel). Durante el curso al estudiante le van calificando tareas, participación en clase, asistencia y al final de cada nivel el estudiante deberá presentar un examen escrito y oral, donde se evaluarán los temas vistos durante el nivel.

Durante el curso el estudiante contara con los servicios de biblioteca, sala de internet, sala de audiovisuales, laboratorio de idiomas, todo esto con el fin de que el estudiante pueda aprender de una manera más didáctica.

A su vez este curso cuenta con 3 niveles conversacionales, los cuales se encuentran intercalados dentro de los 18 y niveles, y busca que el estudiante ponga en práctica sus conocimientos y realice simulacros de Michigan. Dentro del programa de inglés, también se encuentra un nivel de fonética el cual tiene como principal objetivo mejorar el acento de esta lengua.

Cursos para niños

Estos cursos se dictan únicamente en horario sabatino (5.5 hrs cada sábado, para un total de 7 sábados por nivel). El curso tiene una duración de 18 niveles, los cuales están divididos en seis niveles de la siguiente forma (A, B, C). Este programa es diseñado de una manera didáctica, en el cual se utilizan historias, canciones y juegos, todo esto buscando que sea un programa atractivo para los niños.

Durante cada nivel los estudiantes tiene la oportunidad de interactuar con sus computadores, y practicar cuando estén en sus casas, ya que este programa cuenta con un CD interactivo el cual trae ejercicios, tareas, y diferentes actividades para desarrollar.

A su vez en cada nivel el profesor evaluara su participación en clase, asistencia, tareas, evaluaciones y al final del curso tendrán una prueba oral y escrita, las cuales evaluaran sus conocimientos adquiridos durante el nivel.

Se busca que los docentes que dictan estos cursos, tanto para jóvenes y adultos como para niños, sean profesores licenciados y además hayan tenido una experiencia de haber vivido en el extranjero, todo esto con el fin de que su pronunciación sea la mejor, además el Centro Colombo Americano realiza una serie de capacitaciones con el fin de que los docentes estén certificados con el TKT (Teaching Knowledge TEST), el cual busca enseñar a los docentes diversas metodologías para enseñar, las maneras en las cuales los recursos pueden ser utilizados, los aspectos claves del planeamiento de la lección, métodos de gerencia de la sala de clase para diversas necesidades.

2.1.2. Descripción del Proceso

2.1.2.1. Proceso de información al cliente

Figura 20. Diagrama del proceso de información al cliente

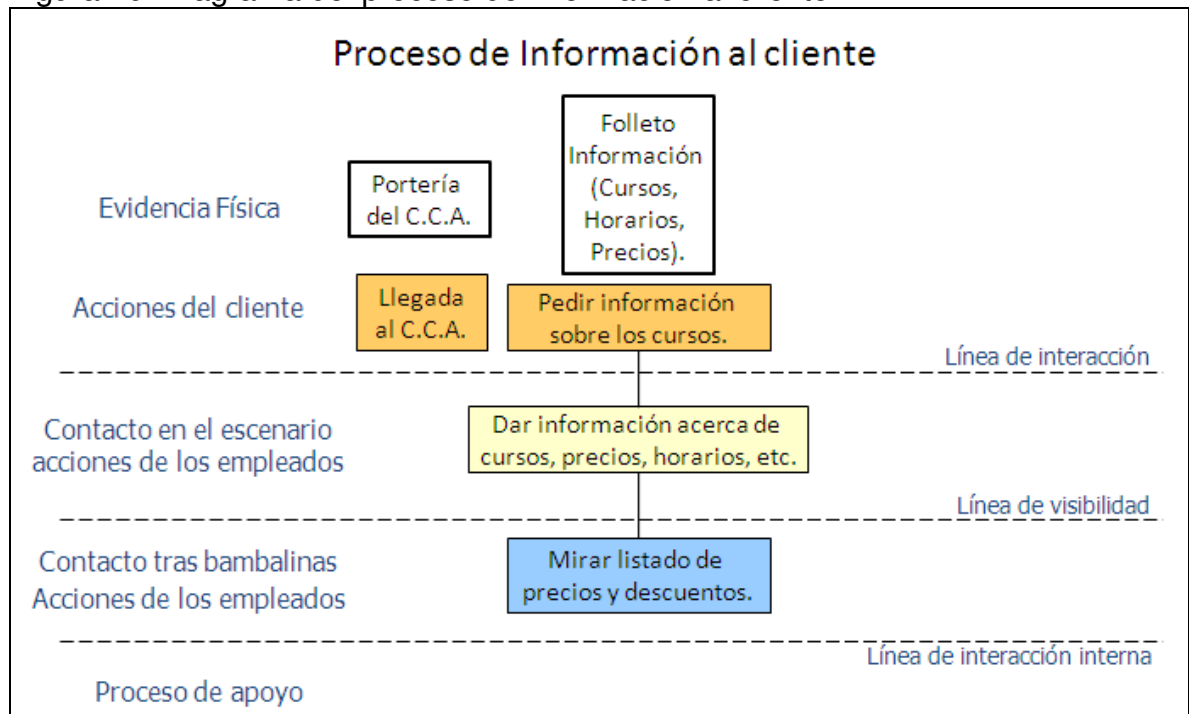


Diagrama: Material de Mercadeo V Semestre

Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga

Elaborado: Autor

2.1.2.2. Proceso de Inscripción

Figura 21. Diagrama del proceso de inscripción

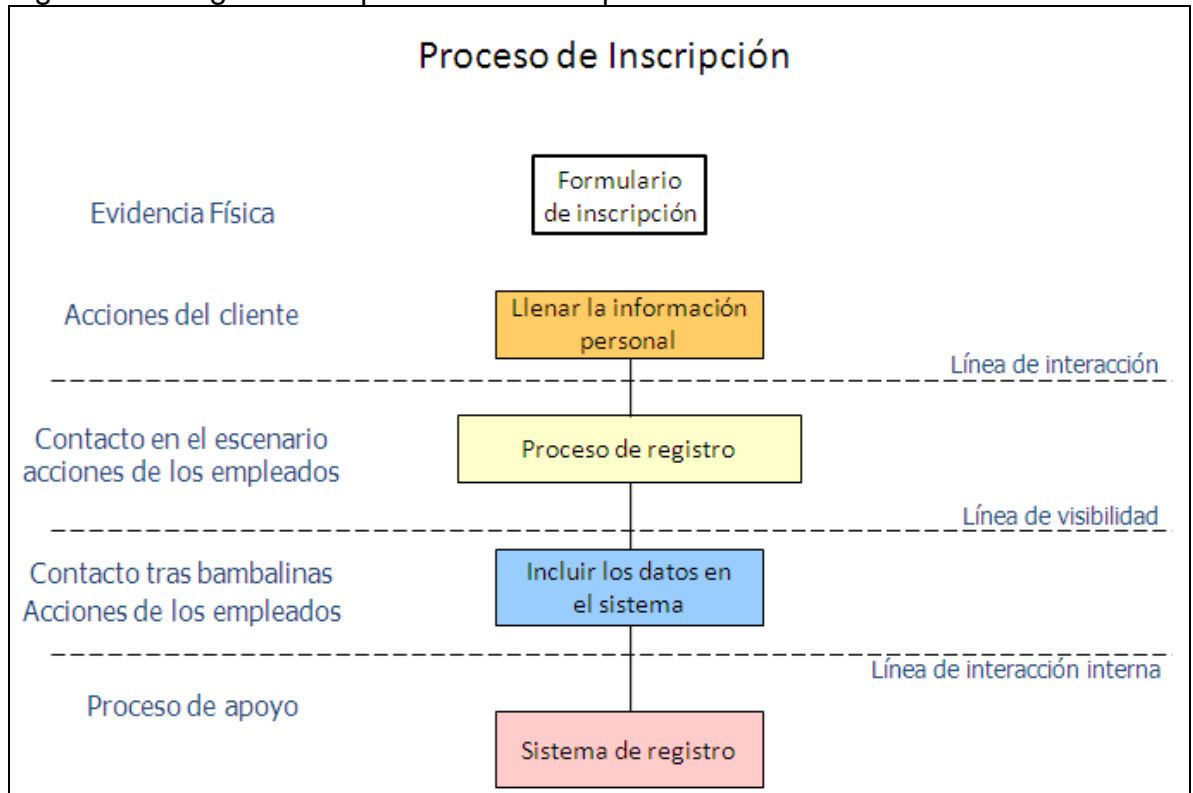


Diagrama: Material de Mercadeo V Semestre
Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga
Elaborado: Autor

2.1.2.3. Proceso de clasificación del alumno

Figura 22. Diagrama del proceso de clasificación del alumno

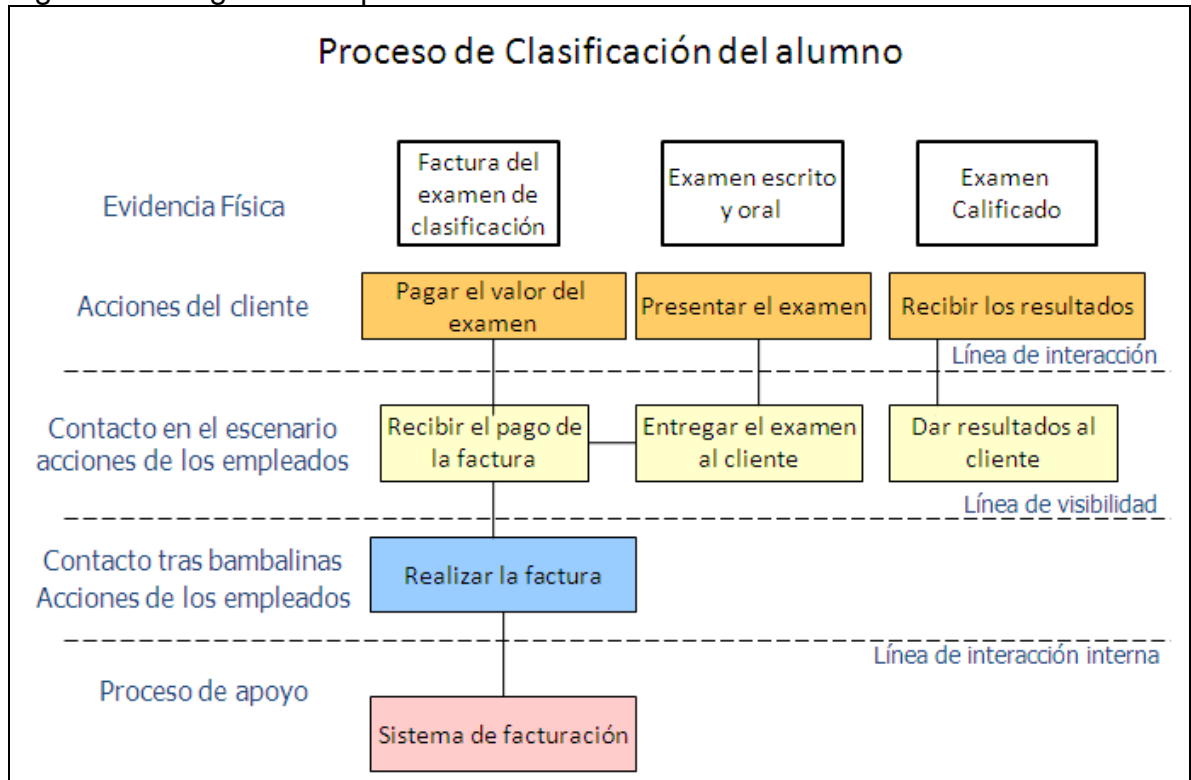


Diagrama: Material de Mercadeo V Semestre
 Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga
 Elaborado: Autor

2.1.2.4. Proceso de Matricula

Figura 23. Diagrama del proceso de matricula

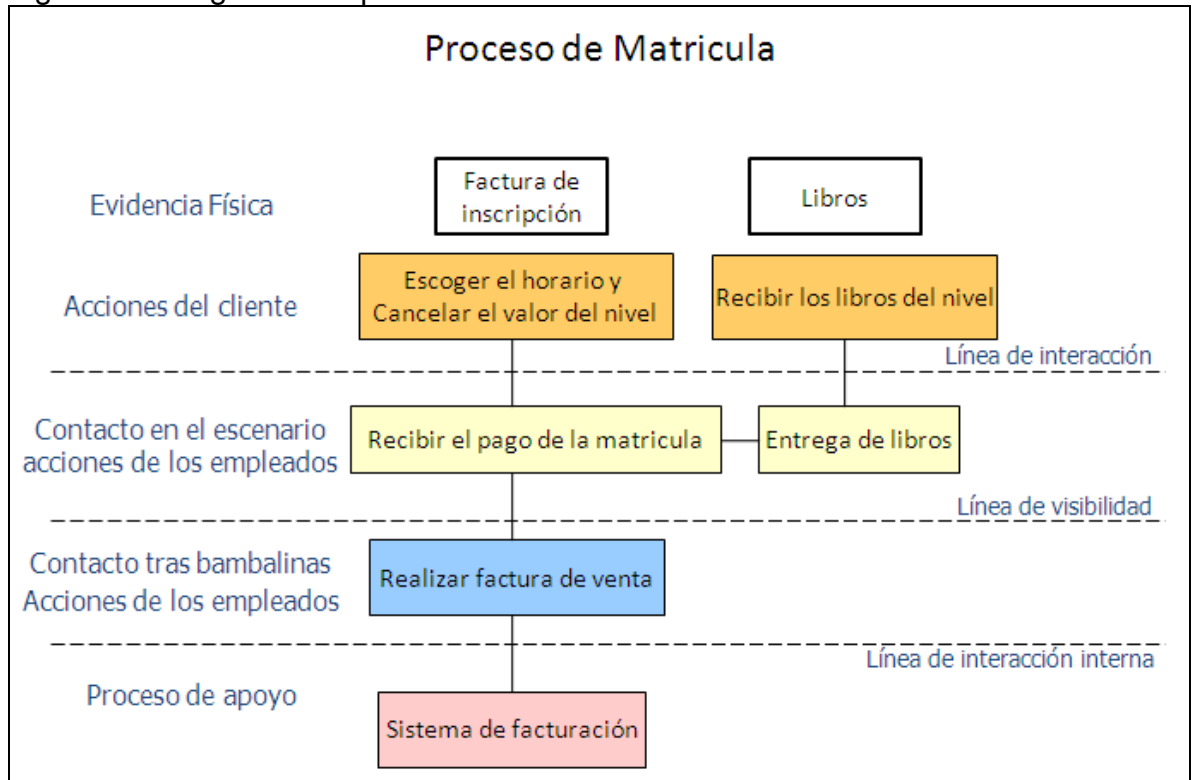


Diagrama: Material de Mercadeo V Semestre
Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga
Elaborado: Autor

2.1.2.5. Proceso de estudio de cada nivel

Figura 24. Diagrama del proceso de estudio de cada nivel

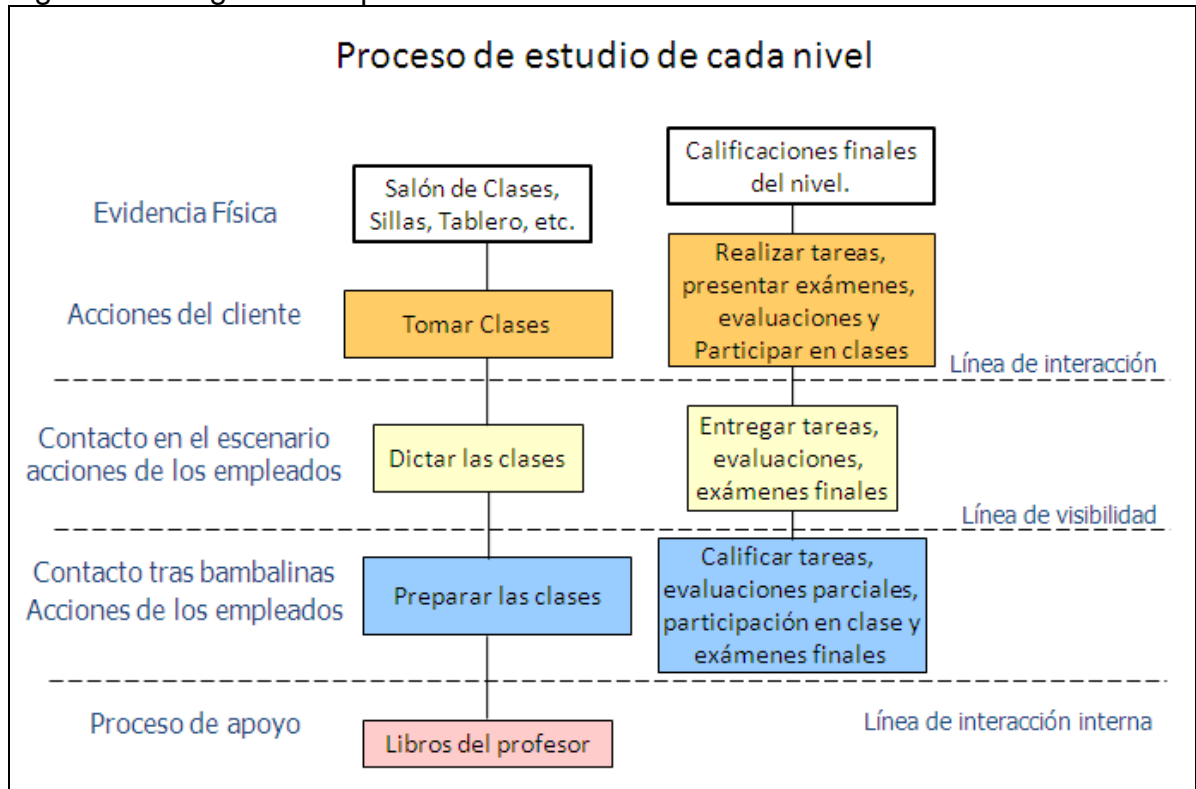


Diagrama: Material de Mercadeo V Semestre
 Fuente: Centro Colombo Americano de Bucaramanga
 Elaborado: Autor

2.1.3. Necesidades y requerimientos de materiales

- Tableros Acrílicos: Se utiliza para que el docente haga sus anotaciones y explique los diferentes temas, de una manera más fácil.
- Sillas con brazo: Son para el uso de los estudiantes.
- Computadores: Se utilizarán para la secretaría.
- Impresoras: Se utilizará para la parte administrativa, en la impresión de facturas, certificados, y diferentes informes que se necesiten.
- Televisor: Se utilizará para el salón de audiovisuales.
- DVD: Se utilizará para el salón de audiovisuales, para realizar diferentes actividades.
- Grabadoras: Serán para el uso de los docentes durante las clases, para realizar ejercicios de listening.
- Aire acondicionado: Se utilizará en las oficinas administrativas.
- UPS: Es un dispositivo que gracias a sus baterías, puede proporcionar energía eléctrica tras un apagón a todos los dispositivos que tenga conectados.
- Sistema de sonido: Se utilizará en la sala de audiovisuales.
- Escritorios: Se utilizaran en las oficinas administrativas y la sala de informática.
- Marcadores recargables y tintas: Serán para el uso de los docentes.
- Borradores de tablero: Serán para el uso de los docentes.
- Libros para los docentes: Serán para el uso de los docentes.
- Canecas plásticas: una en cada salón y oficinas, para botar la basura.
- Lapiceros y lápices.

2.1.4. Necesidades y requerimientos de personal

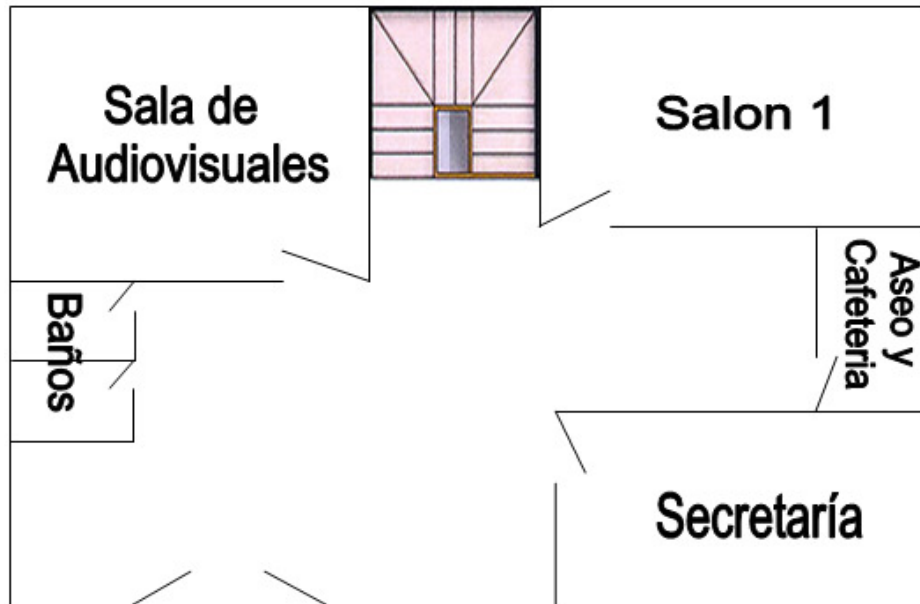
- Una secretaria.
- Una Auxiliar de Secretaría.
- Una persona encargada de los Servicios Generales.
- Servicio de Vigilancia.
- 4 Profesores del inglés.

2.2. INFRAESTRUCTURA

Esta sede del Centro Colombo Americano en Cañaveral, contará con 5 aulas de clases, una sala de audiovisuales, cada una con una capacidad para 20 personas, además tendrá una oficina administrativa y un cuarto para guardar los materiales de aseo.

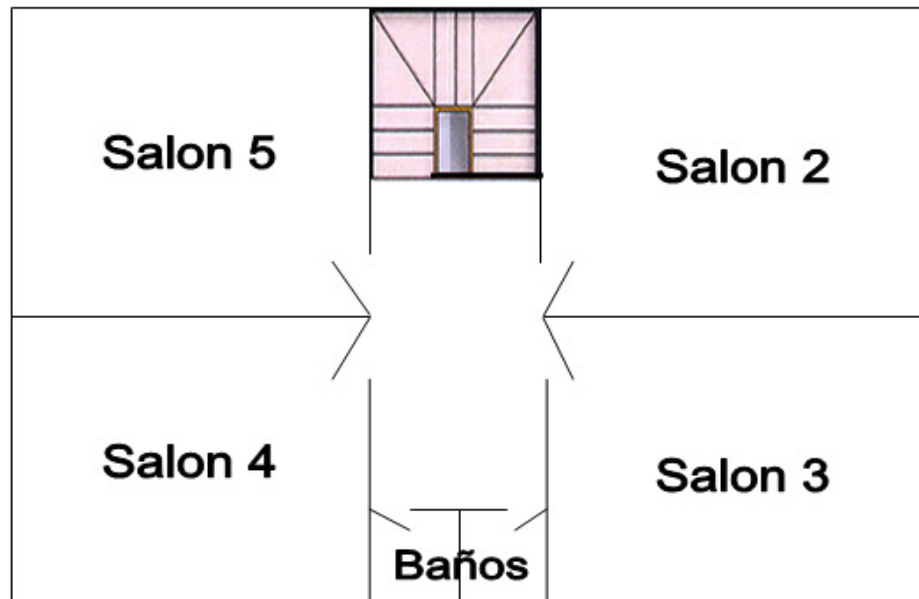
Piso 1

Figura 25. Primer Piso



Piso 2

Figura 26. Segundo Piso



2.2.1. Presupuesto de equipos, muebles, instalaciones y adecuaciones.

Tabla 13. Presupuesto

Concepto	Cantidad	Total
6 Tableros Acrílicos ²²	6	\$ 1'200.000
90 Sillas con brazo ²³	90	\$ 5'400.000
2 Computadores ²⁴	2	\$ 2'598.001
1 Impresoras ²⁵	1	\$ 659.990
1 Televisor de 40" ²⁶	1	\$ 1'799.000
1 DVD ²⁷	1	\$ 99.900
6 Grabadoras ²⁸	6	\$ 414.000
1 Aire acondicionado ²⁹	1	\$ 989.900
1 UPS ³⁰	1	\$ 154.900
1 Teatro en Casa o Sistema de sonido ³¹	1	\$ 369.900
Escritorios	1	\$ 850.000
Canecas Plásticas	8	\$ 160.000
Remodelación ó adecuación de Instalaciones	-	\$ 6'000.000
Caja Registradora ³²	1	\$ 499.900
Sillas Giratorias	2	\$ 180.000
Estante para guardar libros	1	\$ 300.000
TOTAL		\$ 21'675.491

²² Anexo 3 Tableros Acrílicos Borrable

²³ Anexo 4 Sillas Universitarias

²⁴ Anexo 5 Computadores

²⁵ Anexo 6 Impresora

²⁶ Anexo 7 Televisor

²⁷ Anexo 8 DVD

²⁸ Anexo 9 Grabadoras

²⁹ Anexo 10 Aire Acondicionado

³⁰ Anexo 11UPS

³¹ Anexo 12 Teatro en Casa

³² Anexo 13 Caja Registradora

3. ORGANIZACIÓN

3.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

3.1.1. Análisis Externo - Matriz EFE

Tabla 14. Matriz EFE

	Valor	Clasificación	Valor Ponderado
Oportunidades			
1. Avances Tecnológicos. (Programas, Software, Computadores, ej.: Presentación de exámenes oficiales iBT TOEFL, QPT).	0,05	3	0,15
2. Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, Ministerio de Educación Nacional. (Objetivo principal promover y mejorar las competencias comunicativas en la lengua extranjera inglés).	0,10	4	0,40
3. Necesidad de presentar exámenes oficiales por parte de la población estudiantil, universitaria y empleados. (Requisito para Becas y trabajos a nivel nacional e internacional).	0,10	2	0,20
4. Escases de oferta de cursos de inglés en el sector. (Solo se encuentra el Instituto Panamericano).	0,15	3	0,45
5. Necesidad de aprender un segundo idioma dentro de la población estudiantil, universitaria y trabajadores. (Aprovechar Becas ó trabajos a nivel nacional e internacional)	0,15	4	0,60
6. Nivel de Ingresos de la población de Cañaveral (Floridablanca).	0,10	3	0,30
Amenazas			
1. Facilidades que existen para participar en programas de intercambio.	0,10	2	0,20
2. Duración de los programas de inglés de la competencia.	0,15	2	0,30
3. Costos del programa de inglés de la competencia.	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		2,80

Conclusiones

- El Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, que formula el Ministerio de Educación Nacional, es una gran oportunidad para todos los centros de idiomas.
- La principal amenaza que existe en el ambiente externo, es la duración y costos de los programas de inglés que ofrece la competencia.

3.1.2. Análisis Interno - Matriz EFI

Tabla 15. Matriz EFI

	Valor	Clasificación	Valor Ponderado
Fortalezas			
1. Experiencia en la enseñanza del inglés.	0,10	4	0,40
2. Programa ajustado a los estándares del Marco Común Europeo.	0,10	2	0,20
3. Docentes Licenciados y con certificación TKT (Teaching Knowledge Test) en enseñanza de inglés.	0,05	3	0,15
4. Administración de Exámenes oficiales (iBT TOEFL, QPT, MET, PET, KET).	0,10	4	0,40
5. Enfoque comunicativo que involucra todas las habilidades lingüísticas: expresión oral, expresión escrita, comprensión oral, comprensión escrita y uso del lenguaje.	0,05	3	0,15
6. Variedad de horarios para estudiar inglés.	0,05	3	0,15
7. Preparación para exámenes oficiales MET, iBT TOEFL.	0,10	4	0,40
8. Reconocimiento del Centro Colombo Americano dentro de la población de Floridablanca.	0,15	4	0,60
9. Convenios con empresas, cajas de compensación, cooperativas, fondos de empleados.	0,10	3	0,30
Debilidades			
1. El curso de inglés en el Centro Colombo Americano es más costoso que en la competencia (Panamericano).	0,10	2	0,20
2. La duración del curso en el Centro Colombo Americano es más extensa que la del Panamericano.	0,10	1	0,10
TOTAL	1,00		3,05

Conclusiones

- La variedad de horarios, portafolio de servicios y el reconocimiento que tiene el Centro Colombo Americano dentro de la población de Floridablanca, pueden ser utilizados para llamar la atención de los clientes y se toman como principales fortalezas del Centro Colombo Americano.
- Los Convenios con empresas, cajas de compensación, cooperativas y fondos de empleados, también es una fortaleza importante para el Centro Colombo Americano.
- Una de las principales debilidades con las que cuenta el Centro Colombo Americano, es que la duración del programa y los costos del curso, son más elevados a comparación con el Instituto Panamericano.

3.1.3. Matriz de Perfil Competitivo

Tabla 16. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Matriz de Perfil Competitivo (MPC)					
		Centro Colombo Americano		Panamericano	
Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Participación en el mercado.	0,15	3	0,45	1	0,15
Competitividad de precios.	0,10	2	0,20	3	0,30
Docentes Extranjeros	0,10	3	0,30	3	0,30
Calidad del producto.	0,10	3	0,30	3	0,30
Reconocimiento de Marca.	0,10	4	0,40	1	0,10
Portafolio de servicios	0,15	4	0,60	2	0,30
Nuevos Servicios.	0,10	3	0,30	2	0,20
Servicio al cliente.	0,10	2	0,20	2	0,20
Convenios con empresas, etc.	0,10	3	0,30	1	0,10
TOTALES	1,00		3,05		1,95

Conclusiones

- El Centro Colombo Americano tiene mayor participación en el mercado con respecto al Panamericano.
- El Panamericano tiene precios más económicos, con respecto al Centro Colombo Americano.
- Los dos centros de idiomas cuentan con profesores extranjeros.
- El Centro Colombo Americano tiene mayor reconocimiento dentro de la población de cañaveral (Floridablanca).
- El Centro Colombo Americano ofrece variedad de horarios y servicios.
- El Centro Colombo Americano ofrece cursos de preparación para iBT TOEFL.

3.1.4. Matriz Interna – Externa

Tabla 17. Matriz Interna - Externa

		Matriz Interna – Externa			
		FACTORES INTERNOS			
		Fuerte	Promedio	Débil	
		4	3	2	1
FACTORES EXTERNOS	Alto	I	II	III	
	Medio	IV	V	VI	
	Bajo	VII	VIII		IX

	Crezca y desarrolle
	Resista
	Coseche o Elimine

Resultados Internos: 3,05
 Resultados Externos: 2,80
 Ubicación: Cuadrante IV

Según el análisis interno – externo, el Centro Colombo Americano, quedo ubicado en el cuadrante IV, que hace referencia a las estrategias de “Crecer y Construir”, dentro de las cuales se encuentran las estrategias intensivas (penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto) ó las integrativas (integración hacia atrás, integración hacia delante e integración horizontal) tal vez sean las más convenientes para estas divisiones.

3.1.5. Análisis DOFA

Tabla 18. Análisis DOFA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZA</p> <p>F1 Experiencia en la enseñanza del inglés.</p> <p>F2 Ajustado a los estándares del Marco Común Europeo.</p> <p>F3 Docentes licenciados y con certificación TKT (Teaching Knowledge Test) en enseñanza de inglés.</p> <p>F4 Administración de exámenes oficiales.</p> <p>F5 Enfoque comunicativo que involucra todas las habilidades lingüísticas: expresión oral, expresión escrita, comprensión oral, comprensión escrita y uso del lenguaje.</p> <p>F6 Variedad de horarios para estudiar inglés.</p> <p>F7 Preparación para exámenes oficiales MET, iBT TOEFL.</p> <p>F8 Reconocimiento del Centro Colombo Americano dentro de la población de Floridablanca.</p> <p>F9 Convenios con empresas, Cajas de Compensación, Cooperativas, fondos de empleados.</p>	<p>DEBILIDAD</p> <p>D1 El curso de inglés en el Centro Colombo Americano es más costoso que en la competencia (Panamericano).</p> <p>D2 La duración del curso en el Centro Colombo Americano es más extensa que la del Panamericano.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1 Avances Tecnológicos. (Programas, Software, Computadores, ej.: Presentación de exámenes oficiales iBT TOEFL, QPT).</p> <p>O2 Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, Ministerio de Educación Nacional.</p>	<p>O2, O4, O5, O6, F1, F2, F3, F5, F6, F8, F9 Desarrollo de Mercados (Apertura de una sede del Centro Colombo Americano en Cañaverál).</p> <p>O1, O3, F4, F7 Diversificación concéntrica (Preparación para exámenes oficiales iBT TOEFL, MET).</p>	<p>O1, D2 Aprovechar las nuevas tecnologías, para reducir la duración de los programas de inglés. (Programas de inglés On-line).</p>

<p>O3 Necesidad de presentar exámenes oficiales entre la población estudiantil, universitaria y empleados.</p> <p>O4 Escases de oferta de cursos de inglés en el sector.</p> <p>O5 Necesidad de aprender un segundo idioma dentro de la población estudiantil, universitaria y trabajadores.</p> <p>O6 Nivel de ingresos de la población de Cañaveral (Floridablanca).</p>		
<p>AMENAZAS</p> <p>A1 Facilidades que existen para participar en programas de intercambio.</p> <p>A2 Duración de los programas de inglés de la competencia.</p> <p>A3 Costos de los programas de inglés de la competencia.</p>	<p>A3, F9 Divulgar a los clientes sobre los convenios que existen con empresas, cajas de compensación, cooperativas y fondos de empleados, con el fin de que el curso les salga más económico.</p>	<p>A3, D1 Aprovechar las Alianzas Estratégicas con las que cuenta el Centro Colombo Americano, para que a los clientes les salga más económico estudiar.</p>

Fuente: Análisis de Matrices EFI, EFE, MPC y Análisis Interno - Externo

3.1.6. Organismos de apoyo

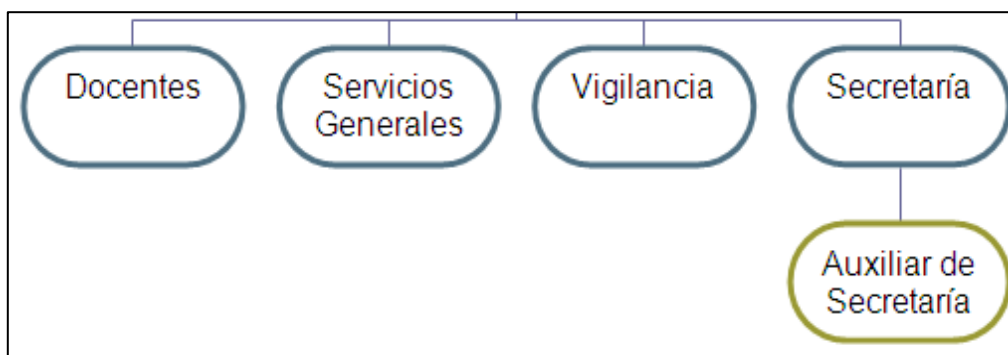
A continuación se relacionan las entidades, organismos y personas que pueden colaborar en las diferentes etapas del proyecto, de tal manera que su apoyo nos ayude al desarrollo exitoso de la idea de negocio que se presenta, ellos brindarán su asistencia especializada, información específica, en aspectos legales, de mercados, administrativo.

- Centro Colombo Americano de Bucaramanga.
Dirección Administrativa
Cr. 22 # 37 – 74
Teléfono: 6343300
www.colombobucaramanga.edu.co
E-mail: ccolombo@colombobucaramanga.edu.co

- Secretaria de Educación de Floridablanca
Calle 5 No. 8-25 Casco Antiguo Floridablanca
Tercer piso
PBX: 6497554
- Oficina de industria y comercio
Calle 5 No. 8-25 Casco Antiguo Floridablanca
Primer piso
PBX: 6497554

3.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 27. Organigrama



Elaborado por: Autor

3.2.1. Manual de funciones

- **SECRETARÍA Y AUXILIAR DE SECRETARÍA**

De quien depende y a quien reporta:

La Secretaría y auxiliar de secretaría reportan a la División Administrativa del Centro Colombo Americano de Bucaramanga.

Requisitos del cargo (habilidades, experiencia y formación)

La secretaria del Centro Colombo Americano debe poseer excelentes cualidades humanas, manejo de las relaciones públicas, capacidad de trabajar bajo presión, y además de tener los conocimientos exigidos para su desempeño como son de

contabilidad y secretariales, tener nociones de inglés. Para el desempeño de su cargo los requerimientos primordiales son los cognitivos debido a las mismas funciones que desempeña. Estos son atención, concentración, memoria, comprensión y observación.

Tareas y funciones:

1. Atención al público en general. Dar información sobre cursos, formas de pago, exámenes de nivelación, servicios que presta el Centro Colombo Americano, contestar el teléfono, registrar mensajes, coordinar tutorías para los estudiantes.
2. Manejo de Caja. Recibir los pagos de matrículas, elaborar facturas a estudiantes y cuentas de cobro a las empresas con las cuales se tiene convenios.
3. Recibir los documentos para traducir, enviarlos al traductor oficial, recibir los pagos de las traducciones.
4. Elaborar las listas de alumnos para los profesores.
5. Producir listas definitivas de los cursos abiertos y del número de estudiantes.
6. Elaborar reportes de notas para los estudiantes que las soliciten.
7. Elaborar certificados de estudio para los estudiantes que los soliciten.
8. Alistar y distribuir entre los profesores los formatos de exámenes escritos finales.
9. Mantener el registro de las calificaciones que envían los profesores después de los exámenes.
10. Entregar reporte de ingresos diarios al departamento de Contabilidad Bucaramanga.
11. Preparar las consignaciones bancarias de los dineros recibidos en caja.
12. Recibir y distribuir correspondencia.
13. Preparar un reporte anual de los diplomas de suficiencia expedidos por la institución.
14. Preparar un reporte anual de las clases particulares.

15. Realizar inventario mensual de libros, CD's, y diccionarios que están para la venta.
16. Llevar el archivo de clientes como cajas de compensación y cooperativas y de la correspondencia que llega a su dependencia.
17. Escribir cartas.
18. Llevar el control mensual de tutorías prestadas para efectos de inclusión en la nómina.
19. Coordinar la consecución de profesores para clases particulares que sean solicitadas a la institución.

- **DOCENTES**

De quien depende y a quien reporta:

Los docentes del Centro Colombo Americano de Cañaveral reportan sus actividades y planes de trabajo para cada nivel, a Coordinación Académica de Bucaramanga vía E-mail.

Requisitos del cargo (habilidades, experiencia y formación)

Los docentes del Centro Colombo Americano pueden ser colombianos o extranjeros que prueben en el aspecto humano amar lo que hacen, estar comprometidos con su labor, ser capaces de transmitir conocimiento que los estudiantes puedan transformar en saber hacer. Deben ser creativos y autónomos y estar dispuestos a cumplir con las políticas de la institución. En el aspecto lingüístico un grado de suficiencia en inglés equivalente a los Niveles B2 y C1 según el Marco Común Europeo, lo cual demuestran presentando el examen MET, internacionalmente reconocido, de la Universidad de Michigan. Es deseable que sean licenciados en Lenguas y preferiblemente serán docentes que hayan vivido en el exterior y conocido de cerca otras culturas del mundo, en especial aquellas de habla inglesa.

Nuestros docentes reciben capacitación antes y durante su trabajo en la institución. Dentro de esta capacitación se incluye la Observación de Clase a colegas y de colegas ("Peer Observation"), función que es asignada por el Coordinador Académico periódicamente.

Tareas y funciones:

1. Sus funciones y deberes están debidamente descritas en el Manual del profesor y el Código de Ética, documentos incluidos en el presente instrumento, pero que básicamente comprometen al docente a llevar a sus estudiantes a un Nivel B1, o superior, al terminar sus estudios en la institución.

Anexo 2 – Manual de Funciones de los Profesores del Centro Colombo Americano.

- **SERVICIOS GENERALES**

De quien depende y a quien reporta:

Pertenece al área de Servicios Generales y reportan a la secretaría.

Requisitos del cargo (habilidades, experiencia y formación)

Las personas que se desempeñan en estas labores deben poseer un gran sentido de servicio y responsabilidad, y ser preferiblemente bachilleres, con experiencia en cargos similares de dos años.

Tareas y funciones:

El Centro Colombo Americano cuenta con personal permanente que garantiza el buen funcionamiento, la higiene, y el servicio de cafetería para los usuarios, estudiantes, docentes y empleados.

1. Asear la Institución, por medio de actividades como barrer, trapear, limpiar polvo, lavar baños, lavar loza.
2. Atender al personal Administrativo, hacer bebidas, servir las bebidas como son tinto, agua y agua aromática, recoger la loza sucia.

- **VIGILANCIA**

El Centro Colombo Americano brinda servicio de vigilancia las 24 horas, de lunes a domingo. El personal pertenece a una empresa especializada y experta en seguridad y su contrato laboral está suscrito con ella.

Requisitos del cargo (habilidades, experiencia y formación)

Personas con gran sentido de responsabilidad, con grado de bachiller mínimo, experiencia en el área de seguridad. Deben poseer gran tacto para tratar, cuestionar y dirigirse a la gente, demostrar sentido de compromiso y reportar a su empresa directamente, pero comunicar cualquier anomalía al personal administrativo de la institución.

3.3. ASPECTOS LEGALES

Requisitos para iniciar un establecimiento comercial, industrial, financiero y de servicios:

- Permiso de uso de suelo. (Solicitar viabilidad en la Secretaria de Planeación).
- Concepto sanitario. (Solicitarlo en la Secretaria de Salud).
- Compra de estampilla original para formulario de inicio de actividades. (Banco Sudameris y Agrario).
- Contrato de arrendamiento o recibo del impuesto predial si es propio.
- Matricula mercantil.
- Fotocopia del RUT.
- Fotocopia de la cedula del propietario del establecimiento ó representante legal.
- Radicar y matricular el negocio. Oficina de industria y comercio. (traer fotocopias de todos los documentos solicitados y carpeta oficio de cartón abrir expediente).
- Resolución de la secretaria de educación departamental, del municipio de Floridablanca, para poder funcionar como establecimiento de educación para el trabajo y el desarrollo humano en el área de idiomas.

Nota: El Centro Colombo Americano realizaría el contrato de arrendamiento directamente, es decir sin intermediarios de por medio (Arrendatarias).

3.4. COSTOS ADMINISTRATIVOS

3.4.1. Gastos de Personal

Tabla 19. Salarios

SALARIOS				
Cargo	Salario Integral	Sueldo Básico	Aux. de Trans.	Total Devengado
Secretaria		\$ 600.000	\$ 59.300	\$ 659.300
Auxiliar Secretaría		\$ 496.900	\$ 59.300	\$ 556.200
Servicios Generales		\$ 496.900	\$ 59.300	\$ 556.200
TOTALES	\$ 0	\$ 1.593.800	\$ 177.900	\$ 1.771.700

Tabla 20. Pagos de Salud

SALUD				
Cargo	Ingreso Base C	Empleado 4%	Empleador 8,5%	Total 12,5%
Secretaria	\$ 600.000	\$ 24.000	\$ 51.000	\$ 75.000
Auxiliar Secretaría	\$ 496.900	\$ 19.876	\$ 42.237	\$ 62.113
Servicios Generales	\$ 496.900	\$ 19.876	\$ 42.237	\$ 62.113
TOTALES	\$ 1.593.800	\$ 63.752	\$ 135.473	\$ 199.225

Tabla 21. Pagos de Pensión

PENSION				
Cargo	Ingreso Base C	Empleado 4%	Empleador 12%	Total 16%
Secretaria	\$ 600.000	\$ 24.000	\$ 72.000	\$ 96.000
Auxiliar Secretaría	\$ 496.900	\$ 19.876	\$ 59.628	\$ 79.504
Servicios Generales	\$ 496.900	\$ 19.876	\$ 59.628	\$ 79.504
TOTALES	\$ 1.593.800	\$ 63.752	\$ 191.256	\$ 255.008

Tabla 22. Pago de Parafiscales y Riegos Profesionales

PARAFISCALES Y RIEGOS PROFESIONALES					
Cargo	Total Devengado	IBC		PORCENTAJES	VALOR
Secretaria	\$ 659.300	\$ 600.000	ICBF	3%	\$ 47.814
Auxiliar Secretaría	\$ 556.200	\$ 496.900	SENA	2%	\$ 31.876
Servicios Generales	\$ 556.200	\$ 496.900	CAJA DE COMPENSACION	4%	\$ 63.752
TOTALES	\$ 1.771.700	\$ 1.593.800		TOTALES	\$ 143.442

Tabla 23. Pago de Prestaciones Sociales

PRESTACIONES SOCIALES									
Cargo	Total Devengado	CESANTIAS	8,33%	INTERESES	1%	PRIMAS SERVICIOS	8,33%	VACACIONES	4,17%
Secretaria	\$ 659.300	\$ 54.919,69	8,33%	\$ 6.593	1%	\$ 54.919,69	8,33%	\$ 27.492,81	4,17%
Auxiliar Secretaría	\$ 556.200	\$ 46.331,46	8,33%	\$ 5.562	1%	\$ 46.331,46	8,33%	\$ 23.193,54	4,17%
Servicios Generales	\$ 556.200	\$ 46.331,46	8,33%	\$ 5.562	1%	\$ 46.331,46	8,33%	\$ 23.193,54	4,17%
TOTALES	\$ 1.771.700	\$ 147.582,61	8,33%	\$ 17.717	1%	\$ 147.582,61	8,33%	\$ 73.879,89	4,17%

Tabla 24. Pago de Dotación³³

DOTACION	
Cargo	Dotación
Secretaria	\$ 30.730
Auxiliar Secretaría	\$ 30.728
Servicios Generales	\$ 30.728
TOTALES	\$ 92.186

³³ Se tomo como referencia el pago de dotaciones realizado por el Centro Colombo Americano de Bucaramanga a sus empleados.

Tabla 25. Total Pago de Nomina

CONCEPTOS	VALOR
Salarios	\$ 1.771.700
Salud	\$ 135.473
Pensión	\$ 191.256
Parafiscales y riesgos profesionales	\$ 143.442
Cesantías	\$ 147.582,61
Intereses	\$ 17.717
Prima de servicios	\$ 147.582,61
Vacaciones	\$ 73.879,89
Dotación	\$ 92.186
Total Pago Nomina	\$ 2.720.819

Tabla 26. Nomina de Profesores³⁴

Nombre	Hrs. Semanales	Hrs. Sabatino	Subtotal Hrs.	Valor Hora	Total
Profesor 1	76	0	76	\$ 15.500	\$ 1.178.000
Profesor 2	38	19	57	\$ 15.500	\$ 883.500
Profesor 3	38	19	57	\$ 15.500	\$ 883.500
Profesor 4	38	19	57	\$ 15.500	\$ 883.500
SUBTOTAL					\$ 3.828.500
COMISION (5%)					\$ 191.425
IVA (1,6%)					\$ 61.256
TOTAL					\$ 4.081.181

3.4.2. Gastos de puesta en marcha

Tabla 27. Gastos de puesta en marcha

Concepto	Valor
Permiso de uso de suelo.	\$ 30.000
Compra de estampillas originales para formulario de inicio de actividades.	\$ 11.000
Matricula mercantil.	\$190.000
Fotocopia del RUT.	\$ 200
Fotocopia de la cedula del propietario del establecimiento ó representante legal.	\$200
Investigación de Mercados	\$100.000
Fotocopias de la Encuesta	\$12.000
TOTAL	\$ 343.400

³⁴ Los profesores se manejarían por la misma Cooperativa que maneja los docentes del Centro Colombo Americano de Bucaramanga. (COOPROCO).

3.4.3. Gastos Anuales de Administración

Tabla 28. Gastos Anuales de Administración

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Sueldos	\$ 19.125.600
Subsidio de Transporte	\$ 2.134.800
Prestaciones Sociales	\$ 4.641.144
Dotación	\$ 1.106.232
Seguridad Social	\$ 1.625.676
Pensión	\$ 2.295.072
COMFENALCO SENA ICBF	\$ 1.721.304
Papelería	\$ 3.600.000
Publicidad	\$ 25.800.000
Mantenimiento	\$ 3.600.000
Agua, Luz, Teléfono	\$ 15.990.000
Arriendo	\$ 22.800.000
Elementos Aseo	\$ 583.000
Servicios Temporales-Vigilancia	\$ 57.600.000
Cafetería	\$ 360.000
Cargos Diferidos	\$ 6.343.404
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 169.326.232

4. FINANZAS

4.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 29. Tabla de Costos Fijos y Variables

Costos Fijos	
Arriendo	1.900.000
Agua	150.000
Luz	600.000
Teléfono	600.000
Papelería (Administración)	300.000
Material Didáctico (Papelería Profesores)	230.000
Publicidad	2.150.000
Vigilancia	4.800.000
Nomina	2.720.819
4 Profesores	4.081.181
Diferidos	528.617
Aseo y Cafetería	80.000
Costos Fijos Totales	18.140.617

Costos Variables	
Mantenimiento	300.000
Costos Libros	2.450.000
Costos Variables Totales	2.750.000

Costo Total	20.890.617
--------------------	-------------------

Tabla 30. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
Ingresos	Precio	Alumnos	Total
Curso Semanal	219.000	65	14.235.000
Curso Sabatino	222.000	30	6.660.000
TOTAL		95	20.895.000

Ingresos	20.895.000
Egresos	-20.890.617
Utilidad³⁵	4.383

³⁵ Cuando se realizó el cálculo del punto de equilibrio, este no dio exactamente cero, debido a que para el cálculo, no se pueden utilizar valores decimales, porque se trata de alumnos. Ejemplo: no se podría decir que estudiarían 30,02 personas.

4.2. INGRESOS

Tabla 31. Presupuesto de Ingresos

CENTRO COLOMBO AMERICANO DE CAÑAVERAL								
PRESUPUESTO INGRESOS								
JUNIO A DICIEMBRE DE 2009								
INGRESOS OPERACIONALES	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Básicos	12.388.000	14.670.000	15.648.000	14.670.000	14.181.000	14.670.000	0	86.227.000
Especiales	0	0	0	0	0	0	0	0
Sabatinos	7.968.000	5.976.000	9.960.000	4.980.000	9.130.000	4.980.000	0	42.994.000
TOEFL	0	0	0	0	0	0	0	0
Venta de libros	6.944.000	7.056.000	8.736.000	6.720.000	7.952.000	6.720.000	0	44.128.000
Aplazamientos	0	0	0	0	0	0	0	0
Constancias-Certificados	85.000	68.000	102.000	85.000	51.000	17.000	34.000	442.000
Total Ingresos Operacionales	27.385.000	27.770.000	34.446.000	26.455.000	31.314.000	26.387.000	34.000	173.791.000
NO OPERACIONALES:								
Servicios de Interprete	1.010.000	1.048.000	1.160.000	1.604.000	1.212.000	1.150.000	720.000	7.904.000
Total Ingresos no Operacionales	1.010.000	1.048.000	1.160.000	1.604.000	1.212.000	1.150.000	720.000	7.904.000
TOTAL INGRESOS CENTRO	28.395.000	28.818.000	35.606.000	28.059.000	32.526.000	27.537.000	754.000	181.695.000

Nota: Se realizó teniendo en cuenta el mínimo de alumnos necesarios para obtener utilidad. En el mes de diciembre no se reciben ingresos por concepto de cursos de inglés, debido a que en este mes no se abren cursos.

4.2.1. Balance General Inicial

Tabla 32. Balance General Inicial

CENTRO COLOMBO AMERICANO DE BUCARAMANGA			
BALANCE GENERAL			
JUNIO 1 DE 2.009			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
CAJA ³⁶	200.000	ACREEDORES VARIOS	5.000.000
BANCOS ³⁷	5.000.000		
INVENTARIOS	10.000.000	TOTAL CORRIENTE	5.000.000
TOTAL CORRIENTE	15.200.000	OTROS PASIVOS	
PROP. PLANTA Y EQUIPO		TOTAL OTROS PASIVOS	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.327.500		
EQUIPO DE COMPUTO	3.257.991	TOTAL PASIVO	5.000.000
EQUIPO DE OFICINA	1.490.000		
MUEBLES Y ENCERES	6.600.000	PATRIMONIO	
		FONDO SOCIAL	32.218.891
SUBTOTAL	15.675.491		
TOTAL PROP.PLANTA Y EQ.	15.675.491		
DIFERIDOS			
CARGOS DIFERIDOS	6.343.400		
(-) AMORTIZACIÓN	0		
TOTAL DIFERIDOS	6.343.400		
		TOTAL PATRIMONIO	32.218.891
TOTAL ACTIVO	37.218.891	TOTAL PASIVO Y PATRI.	37.218.891

³⁶ Se definió según políticas internas del Centro Colombo Americano de Bucaramanga.

³⁷ Se definió según políticas internas del Centro Colombo Americano de Bucaramanga.

4.2.2. Balance General Proyectado

Tabla 33. Balance General Proyectado

CENTRO COLOMBO AMERICANO DE BUCARAMANGA			
BALANCE GENERAL			
DICIEMBRE 31 DE 2.009			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
CAJA	200.000	ACREEDORES VARIOS	4.600.000
BANCOS	39.296.174	RETE. EN LA FUENTE	400.000
INVENTARIOS	11.450.000	TOTAL CORRIENTE	5.000.000
TOTAL CORRIENTE	50.946.174	OTROS PASIVOS	
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO		TOTAL OTROS PASIVOS	-
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.327.500		
EQUIPO DE COMPUTO	3.257.991	TOTAL PASIVO	5.000.000
EQUIPO DE OFICINA	1.490.000		
MUEBLES Y ENCERES	6.600.000	PATRIMONIO	
		FONDO SOCIAL	32.218.891
SUBTOTAL	16.675.491	UTILIDAD ACUMULADA	31.517.240
TOTAL PROP.PLANTA Y EQ.	15.675.491		
DIFERIDOS			
CARGOS DIFERIDOS	2.643.083		
(-) AMORTIZACIÓN	-528.617		
TOTAL DIFERIDOS	2.114.466		
		TOTAL PATRIMONIO	63.736.131
TOTAL ACTIVO	68.736.131	TOTAL PASIVO Y PATRIM.	68.736.131

4.2.3. Estado de Resultados

Tabla 34. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	
DICIEMBRE 31 DE 2009	
VENTA DE LIBROS	44.128.000,00
COSTO DE VENTAS	19.700.000,00
UTILIDAD EN VENTA DE LIBROS	24.428.000,00
INGRESOS OPERACIONALES	129.663.000,00
GASTOS OPERACIONALES	126.525.760,00
UTILIDAD OPERACIONAL	3.137.240,00
INGRESOS NO OPERACIONALES	7.904.000,00
GASTOS NO OPERACIONALES	3.952.000,00
EXCEDENTES³⁸	31.517.240,00

³⁸ Excedente es el término utilizado en el Centro Colombo Americano de Bucaramanga, para referirse a utilidades del ejercicio.

4.2.4. Flujo de Caja

Tabla 35. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	
Bancos	5.000.000
Cuentas de Ahorros	0
Actividad Generadora de recursos	28.093.857
Utilidad Operacional	3.137.240
Utilidad en Venta de Libros	24.428.000
(+) Amortización	528.617
Actividad Operacional	-1.850.000
(+) Caja	0
(-) Inventarios	-1.450.000
Proveedores - Acreedores	-400.000
IMPUESTOS	400.000
Retención en la fuente	400.000
Impuesto Industria y Cío	0
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	-1.450.000
Actividad de Inversión	3.700.317
Propiedad, planta y equipo	0
Diferidos	3.700.317
Actividad de financiación	0
Actividad de Socios	0
Capital suscrito y pagado	0
Actividad no operacional	3.952.000
(-) Otros Egresos	-3.952.000
(+) Otros Ingresos	7.904.000
Sub Total	39.296.174
Bancos	39.296.174
Total	39.296.174
Diferencia	0

4.2.5. Calculo de la TIR Y VNA

Tabla 36. Flujo de Fondos

Periodo/Meses	Flujo de Fondos
0	-\$ 32.218.891
1	\$ 2.639.383
2	\$ 3.631.383
3	\$ 9.511.383
4	\$ 5.829.383
5	\$ 7.609.572
6	\$ 6.349.383
7	\$ 6.738.383
8	\$ 11.721.572
9	\$ 5.829.383
10	\$ 8.967.572
11	\$ 5.521.383
12	-\$ 13.610.436

Tabla 37. Calculo del VNA

TASA	VNA
13,33%	\$0

Tabla 38. Calculo de la TIR

TIR	13,33%
-----	--------

Interpretación: teniendo en cuenta que el Centro Colombo Americano ya había abierto una sede en Cañaveral hace 10 años, y este tuvo que ser cerrado debido a los malos resultados, se calculó una TIR (Tasa Interna de Retorno), para 1 año, es decir 12 meses, con el fin de conocer como le iría al Centro Colombo Americano durante un año en Cañaveral.

4.3. EGRESOS

Tabla 39. Presupuesto de Egresos

CENTRO COLOMBO AMERICANO DE BUCARAMANGA								
PRESUPUESTO EGRESOS								
ENERO A JUNIO DE 2008								
EGRESOS OPERACIONALES:	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
PROFESORES								
Honorarios	4.081.181	4.081.181	5.022.992	4.081.181	5.022.992	4.081.181	0	26.370.708
Material Didáctico	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	0	1.380.000
GASTOS ADMINISTRACION								
Sueldos	1.593.800	1.593.800	1.593.800	1.593.800	1.593.800	1.593.800	1.593.800	11.156.600
Subsidio de Transporte	177.900	177.900	177.900	177.900	177.900	177.900	177.900	1.245.300
Prestaciones Sociales	386.762	386.762	386.762	386.762	386.762	386.762	386.762	2.707.334
Dotación	92.186	92.186	92.186	92.186	92.186	92.186	92.186	645.302
Seguridad Social	135.473	135.473	135.473	135.473	135.473	135.473	135.473	948.311
Pensión	191.256	191.256	191.256	191.256	191.256	191.256	191.256	1.338.792
COMFENALCO SENA ICBF	143.442	143.442	143.442	143.442	143.442	143.442	143.442	1.004.094
Papelería	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	2.100.000
Publicidad	2.150.000	2.150.000	2.150.000	2.150.000	2.150.000	2.150.000	2.150.000	15.050.000
Mantenimiento	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	2.100.000
Agua, Luz, Teléfono	1.350.000	1.320.000	1.370.000	1.340.000	1.370.000	1.350.000	1.230.000	9.330.000
Arriendo	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	13.300.000
Elementos Aseo	50.000	45.000	52.000	47.000	50.000	50.000	45.000	339.000
Servicios Temporales-Vigilancia	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	33.600.000
Cafetería	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	210.000

Cargos Diferidos	528.617	528.617	528.617	528.617	528.617	528.617	528.617	3.700.319
Total egresos Operacionales	18.440.617	18.405.617	19.404.428	18.427.617	19.402.428	18.440.617	14.004.436	126.525.760
EGRESOS NO OPERACIONALES:								
Servicios de interprete	505.000	524.000	580.000	802.000	606.000	575.000	360.000	3.952.000
OTROS EGRESOS:								
VENTA DE LIBROS	3.100.000	3.150.000	3.900.000	3.000.000	3.550.000	3.000.000	0	19.700.000
Total Egresos no operacionales	3.605.000	3.674.000	4.480.000	3.802.000	4.156.000	3.575.000	360.000	23.652.000
TOTAL EGRESOS CENTRO	22.045.617	22.079.617	23.884.428	22.229.617	23.558.428	22.015.617	14.364.436	150.177.760

4.3.1. Inversiones

Tabla 40. Inversión en Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	
1 Televisor de 40"	1.799.000
1 DVD	99.900
6 Grabadoras	414.000
1 Aires acondicionados	989.900
1 UPS	154.900
1 Teatro en Casa o Sistema de sonido	369.900
Caja Registradora	499.900
TOTAL	4.327.500

Tabla 41. Inversión en Equipo de Cómputo

EQUIPO DE CÓMPUTO	
2 Computadores	2.598.001
1 Impresoras	659.990
TOTAL	3.257.991

Tabla 42. Inversión en Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA	
Escritorios	850.000
Sillas Giratorias	180.000
Estante para guardar libros	300.000
Canecas Plásticas	160.000
TOTAL	1.490.000

Tabla 43. Inversión en Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENCERES	
6 Tableros Acrílicos	1.200.000
90 Sillas con brazo	5.400.000
TOTAL	6.600.000

Tabla 44. Inversión en Inventario

INVENTARIO DE LIBROS	
Inventario	10.000.000

4.3.2. Inversiones Iniciales a Diferir

Tabla 45. Inversiones a Diferir

Concepto	Valor
Gastos de Puesta en Marcha	343.400
Remodelación ó adecuación de Instalaciones	6.000.000
TOTAL	6.343.400

Tabla 46. Tabla de Amortización

MESES	CUOTAS	SALDO
0	0	6.343.400
1	528.617	5.814.783
2	528.617	5.286.167
3	528.617	4.757.550
4	528.617	4.228.933
5	528.617	3.700.317
6	528.617	3.171.700
7	528.617	2.643.083
8	528.617	2.114.467
9	528.617	1.585.850
10	528.617	1.057.233
11	528.617	528.617
12	528.617	0

5. PLAN OPERATIVO

5.1. PLAN OPERATIVO

Cronograma de Actividades

Tabla 47. Cronograma de Actividades

Actividades	SEMANAS						
	1	2	3	4	5	6	7
Solicitar la Resolución de secretaria de educación departamental, del municipio de Floridablanca.							
Solicitar el Permiso de uso de suelo en la oficina de Planeación de Floridablanca.							
Solicitar el Concepto Sanitario, en la Secretaria de Salud, con el Permiso del uso de suelo.							
Compra de estampilla original para formulario de inicio de actividades.							
Contrato de arrendamiento o recibo del impuesto predial si es propio.							
Realizar la matricula mercantil.							
Radicar y matricular el negocio. (Oficina de Industria y Comercio).							
Adecuación y remodelación de instalaciones.							
Comprar de maquinaria y equipo, equipo de cómputo, equipo de oficina, muebles y enceres.							
Contratar el personal de vigilancia.							
Contratar personal de Secretaría, Auxiliar de Secretaría y Servicios Generales.							
Capacitación a los nuevos empleados.							
Realizar Actividades de Promoción del Centro de Idiomas.							
Comenzar a Recibir matriculas.							

6. CONCLUSIONES

- Según la investigación de mercados el Centro Colombo Americano es uno de los Centros de Idiomas preferidos por la población de Floridablanca para estudiar inglés.
- La preparación y administración de exámenes oficiales da más confianza a la gente sobre la calidad de sus servicios.
- Los tramites pre operativos del proyecto son pocos y sencillos de realizar debido a la naturaleza de la empresa.
- El Plan Nacional de Bilingüismo 2004 – 2019 se perfila como una gran oportunidad para aprovechar gracias a las alianzas estratégicas que tiene el Centro Colombo Americano.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar el proyecto, debido a las oportunidades existentes en el mercado de Floridablanca, aprovechando la escasez de oferta que existe en este sector y la buena imagen que se percibe del Centro Colombo Americano en este sector.
- Teniendo en cuenta que la tasa máxima de rentabilidad ofrecida por los CDT's es del 10,11%³⁹, sería bueno invertir en la apertura de esta nueva sede, ya que puede tener una rentabilidad del 13,33% anual y además con la apertura de esta sede del Centro Colombo Americano en Cañaveral, el Centro Colombo Americano lograría aumentar en un 5% su participación en el mercado y las ventas.
- La financiación es 86,57% por el Centro Colombo Americano de Bucaramanga, y el 13,43% es por terceros.
- En el momento que se vaya a realizar este proyecto se debe hacer una buena campaña publicitaria, con el fin de que las personas conozcan esta nueva sede del Centro Colombo Americano en Cañaveral y tenga resultados positivos.

³⁹ <http://www.vanguardia.com/archivo/4858-el-atractivo-de-los-cdt>

8. BIBLIOGRAFIA

8.1. FUENTES PRIMARIAS

- Cuestionario aplicado a los demás centros de idiomas de Floridablanca.(Instituto de Inglés Panamericano).
- Impresos (Información sobre los cursos, entre otros).
- Encuestas a las personas que conforman el mercado meta.
- Información de la población del Centro Colombo Americano de Bucaramanga entre Enero de 2007 y Junio del 2008.
- Dialogo con la oficina de planeación de Floridablanca.

8.2. FUENTES SECUNDARIAS

- Cantú Delgado Humberto y Sánchez Lozano Alfonso, El plan de negocios del Emprendedor Primera Edición, México, McGRAW-HILL, 1993, Capítulo 3 El plan de negocios, ISBN 970-10-0354-3
- Centro Colombo Americano, Libro de Actas del Consejo Directivo, Acta 165. Bucaramanga, Mayo 20 del 2008. (4 folios)
- David Fred R., Conceptos de Administración Estratégica, Novena Edición, Pearson, 2003.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
- González Salazar Diana M., Plan de negocios para emprendedores Al éxito primera edición, Metodología para el desarrollo de nuevos negocios, México, McGRAW-HILL, 2007, Segunda Parte Elaboración del plan de negocios, ISBN: 970-10-5923-9
- Hellriegel Don, Administración Un Enfoque Basado en Competencias.
- Naranjo Carreño Mauricio, Investigación de Mercados, Bucaramanga, Proyecto fase practica de VI semestre, Agosto de 2008, disponible en formato digital.
- Kinnear, Thomas C. y Taylor, James R. (1981): Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado: Colombia: McGraw-Hill, 4ª ed., 1993.
- David, Fred R., Conceptos de Administración estratégica, Pearson Educación, 2003, Novena Edición.
- Norma Técnica Colombiana NTC 1486. Sexta Actualización Julio 23 de 2008.

8.3. FUENTES TERCIARIAS

- Análisis de Mercado, Disponible en Internet, formato HTLM, http://servicios.ipyme.org/planempresa/expone/analisis_mercado.htm
- Bases para una nación bilingüe y competitiva, Disponible en Internet, Formato HTLM, <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html>
- Benchmarking, Gerencia.com, Disponible en Internet, formato HTLM, <http://www.degerencia.com/tema/benchmarking>
- Cómo calcular la muestra correcta, Feedback Networks, Disponible en Internet, formato HTLM, <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculiar.htm>
- DANE, Censo 2005, Disponible en Internet, formato PDF, <http://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf>
- Guía de Plan de Negocios, Fondo Emprender SENA, Disponible en Internet, Formato HTLM, <http://www.fondoemprender.com/>
- Investigación de Mercados, Disponible en Internet, formato HTLM, <http://www.monografias.com/trabajos11/invmerc/invmerc.shtml>
- Pautas generales para la presentación del plan de negocios modalidad de trabajo de grado, Disponible en Internet, Formato HTLM, http://www.uniempresarial.edu.co/documentos/2007_7_17_11_3_21_Plan_de_Negocios.pdf
- Plan de Negocios, Portal empresarial Colombiano, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Disponible en Internet, formatos HTLM y Microsoft Word, www.mipymes.gov.co/econtent/library/documents/DocNewsNo192DocumentNo59.doc

9. ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta

Encuesta

Buenos (Días/Tardes) Soy estudiante de la UNAB de administración de empresas, estoy realizando una investigación de mercados. Gracias por su colaboración.

1) Edad: Entre 15 y 19 años _____ 20 – 24 años _____ 25 – 29 años _____

2) En este momento que ocupación tiene:

Estudia _____ (continúe) Trabaja _____ (pasar preg. 4) Nada _____ (pasar preg. 4)

3) Si estudia, donde estudia: Universidad _____ Semestre _____
Colegio _____ Grado _____

4) Como califica el nivel de inglés que recibe o recibió en el Colegio o Universidad.

Excelente _____ Bueno _____ Insuficiente _____
Muy Bueno _____ Aceptable _____

5) Si trabaja, que profesión tiene _____

6) De 1 a 10 como considera su nivel de inglés: _____ (1 es la mínima calificación y 10 la máxima)

7) ¿Para su profesión es necesario contar con un buen nivel de inglés?

Si _____ No _____

8) Ha tomado cursos de inglés: Si _____ (continúe) No _____ (pase a la pregunta 10)

9) Si es si en dónde tomo el curso _____

¿Terminó el curso? Si _____ No _____ Porque? _____

10) ¿Considera usted que hacer un curso de inglés le podría brindar mayores oportunidades de trabajo o estudio?

Si _____ No _____

11) ¿Si existiera un centro de enseñanza de inglés cerca de su hogar le gustaría iniciar un curso allí?

Si _____ porque? _____

No _____ porque? _____

12) ¿Qué Centro de enseñanza de inglés le gustaría que se abriera?

Instituto de Lenguas de la UIS _____

HEYES _____

IDEI _____

Instituto de Lenguas de la UPB _____

Centro Colombo Americano _____

CECAM _____

PRAXIS _____

Otro _____ Cual? _____

CELAI _____

13) ¿En qué parte de Floridablanca le gustaría que se ubicara ese centro para la enseñanza del inglés?

Cañaveral _____

Lagos _____

Otro _____ donde? _____

14) ¿Llegado el caso de que el Centro de enseñanza de inglés abra una sede en Floridablanca, estaría dispuesto a ser contactado para la promoción de los cursos?

E-mail: _____ Teléfono: _____

ANEXO 2. Manual del Profesor

“MANUAL DEL PROFESOR

Los profesores del Centro Colombo Americano se rigen por dos documentos en su quehacer pedagógico en la institución, uno es relativo a la ética y el otro es relativo a asuntos administrativos, privilegios, obligaciones y disciplina. Los dos se transcriben a continuación.

CODIGO DE ETICA

PARA PROFESIONALES EN LA ENSEÑANZA DEL INGLES

1. NOSOTROS, PROFESORES DE INGLÉS DEBEMOS:

- a. *Mantener altos estándares de conducta profesional.*
- b. *Equilibrar los deseos, necesidades y requerimientos de los participantes del programa, las políticas institucionales, las leyes locales y nacionales, teniendo como fin último el bienestar de estos participantes.*
- c. *Resistir presiones (personales, sociales, organizacionales, financieras y políticas), para usar nuestra influencia inapropiadamente. Rehusar permitirnos consideraciones de auto-engrandecimiento o ganancia personal para influenciar nuestros juicios profesionales.*
- d. *Buscar guía apropiada y dirección cuando nos enfrentemos con dilemas éticos.*

2. EN NUESTRA PREPARACION PROFESIONAL Y DESARROLLO, DEBEMOS:

- a. *Representar nuestras áreas de competencia, educación, entrenamiento y experiencia con precisión.*
- b. *Reconocer los límites de nuestra experiencia y limitarnos a la ejecución de las funciones para las cuales estamos entrenados y calificados, y referirnos a quien corresponda en situaciones que están fuera de nuestra área de competencia.*
- c. *Mantenerse informados del desarrollo en nuestro campo, y asegurar nuestro desarrollo y competencia continuos.*

- d. *Permanecer al tanto del desarrollo en leyes y regulaciones que afectan a nuestros estudiantes.*
- e. *Validar activamente el Código de Ética cuando haya evidencia de que se contraviene con alguna práctica.*

3. EN RELACION CON LOS ESTUDIANTES, NOSOTROS HEMOS DE:

- a. *Entender y proteger los derechos civiles y humanos de todos los individuos. No discriminar n relación con raza, nacionalidad, color género, religión, orientación sexual, edad, opinión política, estado de inmigración, o discapacidad.*
- b. *Reconocer nuestra propia orientación cultural y de valores y darnos cuenta de cómo ello afecta nuestra interacción con gente de otras culturas.*
- c. *Demstrar sensibilidad inter-cultural, tratando las diferencias entre los sistemas educativos, de valores, y culturales en forma no crítica.*
- d. *No explotar, amenazar, o acosar sexualmente a los estudiantes.*
- e. *Mantener la confidencialidad, integridad, y seguridad de los registros de los estudiantes y de todas las comunicaciones con ellos. Obtener permiso de los estudiantes antes de compartir información con otros dentro o fuera de la organización, a menos que haya sido consentida en un acuerdo anterior.*
- f. *Abstenerse de involucrarse en relaciones personales con algún estudiante en particular cuando tal relación pudiera resultar de hecho o en apariencia en una influencia indebida que será criticada profesionalmente.*
- g. *Responder a las consultas con honestidad, equitativa y profesionalmente.*
- h. *Aceptar solamente aquellos regalos de valor nominal y los cuales no tienen la intención de ejercer influencia en la manera como las responsabilidades profesionales son realizadas, manteniendo conciencia del significado variable de los regalos en las diferentes culturas.*

4. EN NUESTRAS RELACIONES PROFESIONALES DEBEMOS:

- a. *Mostrar respeto por la diversidad de los puntos de vista encontrados entre los colegas, de la misma forma como mostramos respeto por la diversidad de los puntos de vista entre nuestros estudiantes.*

- b. *Abstenernos de criticismos injustificados a los compañeros, otros programas, y otras organizaciones.*
- c. *Utilizar nuestra oficina, título, y asociaciones profesionales solamente para la conducción de asuntos oficiales.*
- d. *Cuando se participe de actividades conjuntas, asegurarnos de que los colaboradores reciben el crédito debido por sus contribuciones.*
- e. *Llevar a cabo, de una manera puntual y profesional, cualquier responsabilidad de asociación que aceptemos.*

5. CUANDO ADMINISTREMOS LOS PROGRAMAS, DEBEMOS:

- a. *Representar las metas, capacidades y costos de los programas claramente y con precisión.*
- b. *Reclutar profesorado calificado para ofrecer la instrucción o servicios prometidos, entrenar y supervisar al personal responsablemente y asegurar y asegurar, por medio de evaluaciones periódicas que el profesorado se está desempeñando aceptablemente y que el programa en general cumple con las metas expuestas.*
- c. *Esforzarse por establecer estándares, actividades, y estructuras de precios que sean apropiados y que respondan a las necesidades de los participantes.*
- d. *Fomentar y apoyar la participación del profesorado en actividades de desarrollo profesional.*

6. CUANDO HAGAMOS DECLARACIONES EN PÚBLICO DEBEMOS:

- a. *Distinguir claramente tanto en declaraciones públicas orales como escritas, entre las opiniones personales y las que representan a la institución o a otras organizaciones.*
- b. *Suministrar información precisa, completa, actual e imparcial.*

7. CUANDO ESEÑAMOS INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA DEBEMOS:

- a. *Utilizar pruebas para admisión en un inglés claro y preciso y los resultados en el mejor beneficio del estudiante, evaluando a los estudiantes en sus méritos y logros individuales.*

- b. *Emplear métodos y materiales actualizados y apropiados a las necesidades de la población específica de individuos a los que se enseña.*
- c. *Asegurarnos de que la instrucción que ofrecemos concierne no sólo a los aspectos lingüísticos del inglés, sino también a los aspectos culturales, la comprensión de los cuales ayudará a los estudiantes en la adquisición de sus metas académicas.*
- d. *Esforzarnos constantemente por mejorar los niveles de nuestra propia suficiencia en inglés.*

CENTRO COLOMBO AMERICANO

MANUAL DEL PROFESOR

(Rev. 2 de enero de 2007)

PRESENTACION

Este documento es una revisión del documento emitido en Agosto de 2001. Consiste de una serie de reglas y recomendaciones relacionadas con el comportamiento que el CCA espera de tus profesores, no solo en relación a sus obligaciones sino también en cuanto a lo que se refiere a sus relaciones con los otros miembros del Centro, incluyendo cualquier comportamiento personal que pueda afectar la reputación del Colombo.

Recuerde que el progreso de nuestra institución depende principalmente de su colaboración y respeto por las políticas del CCA.

I. SER PROFESOR DEL CCA LE DA EL DERECHO A:

- *Obtener una “Beca de profesor” para que uno de sus hijos estudie inglés en el CCA. Esta beca no aplica para cursos especiales. Este privilegio expira tan pronto como usted deje de trabajar aquí.*
- *Obtener una membrecía gratis en la Biblioteca del CCA.*
- *Ser un Miembro Asociado de la cooperativa del Colombo, COPROCO, y obtener cualquier beneficio posible de ella.*

II. SE ESPERA DE LOS PROFESORES:

- *Que tomen el “Curso Virtual de Cooperativismo Básico” que ofrece el SENA, a la más pronta conveniencia.*

- *Llegar al salón de clase por lo menos diez minutos antes que la hora indicada para empezar. Los profesores deben dar a los estudiantes el tiempo por el que ellos pagan, siendo puntuales.*
- *Dejar el salón de clase a la hora que corresponde, nunca antes de que el timbre suene.*
- *Mantener a los estudiantes en el salón. Permanecer con ellos en el salón; aún cuando están trabajando solos no deben dejarse en ningún momento sin atención, cualquiera que sea su edad.*
- *Evitar hablar en español tanto como sea posible. Debe hablarse inglés en la clase todo el tiempo. Dé el mínimo de explicaciones en español, solo cuando sea realmente necesario.*
- *Informar al/la Coordinador/a Académico/a por lo menos con 24 horas de anticipación cuando no pueda venir a clase.*
- *Todo profesor que se ausente debe comunicar su plan de clase a la Coordinación Académica o al profesor sustituto. Recuerde que las sustituciones deben solicitarse cuando realmente sea necesario.*
- *Aceptar deducciones de pago por el tiempo que no ha sido trabajado.*
- *Dictar las clases de acuerdo a los contenidos y metodología establecidos por el Colombo.*
- *Cubrir el alcance del programa establecido para cada curso. Solo pocos ejercicios deben omitirse y esto debido a falta de tiempo o porque la guía así lo especifica.*
- *Complementar si es necesario los libros de texto con material apropiado como fotocopias, juegos, canciones, videos, etc., para enriquecer la experiencia de aprendizaje.*
- *Reconocer las diferencias individuales entre los estudiantes y establecer prácticas metodológicas que garanticen resultados óptimos para toda clase de estudiantes.*
- *Asistir y participar en actividades que garanticen actualizar el conocimiento, tales como talleres, seminarios, reuniones de profesores. En caso de no poder asistir a las reuniones, reportar a la Coordinación Académica.*

- *Evitar hacer bromas de las situaciones personales, creencias y orientaciones de los estudiantes.*
- *Evitar llamar a los estudiantes por apodos. Pueden malinterpretarlo.*
- *Mantener una atmósfera agradable en clase, escuchar las preocupaciones y motivos de descontento de los estudiantes. (El aprendizaje a través del juego y el entretenimiento es especialmente importante para los más jóvenes).*
- *Explicar a los estudiantes lo que se espera que ellos aprendan en cada curso. Los profesores deben enviar al servicio de tutorías a los estudiantes con dificultades.*
- *Revisar el desempeño y la comprensión después de cada actividad realizada.*
- *Planear clases cuidadosamente ya que esto es crucial para el aprendizaje exitoso de los estudiantes. Recuerde que usted puede enriquecer su plan de clase compartiendo sus ideas con otros profesores. Enviar por e-mail a la Coordinación Académica su plan de clase completo durante la primera semana del curso, en el formato indicado.*
- *Completar cuidadosa y apropiadamente la hoja de asistencia. Este reporte debe incluir la información sobre el desempeño de los estudiantes.*
- *Corregir los exámenes finales siguiendo exactamente las instrucciones contenidas en la hoja de respuestas para cada parte.*
- *Devolver todos los libros y materiales a la Secretaría cada vez que se termina un curso. Los exámenes deben devolverse inmediatamente.*
- *Vestir y tratar los muebles de acuerdo con su ocupación. La apariencia personal del empleado refleja tanto la imagen de la institución como la suya propia. De ahí la importancia de que los profesores mantengan una apariencia agradable, e impecable en el trabajo, y sepan que los bienes de la institución deben cuidarse, por ejemplo, no poner los pies encima de las mesas o escritorios.*
- *Enviar una nota a los padres de los muchachos que no están teniendo un buen desempeño. Este punto se refiere especialmente a los cursos sabatinos.*
- *Informar y preguntar a la Coordinación Académica qué hacer en caso de un problema serio con un estudiante.*

- *Firmar con anticipación en la oficina de recursos el formulario que corresponda solicitar facilidades. Los videos deben usarse con un propósito de aprendizaje. Una guía de video puede ayudar mucho dependiendo del propósito.*
- *Admitir en clase solamente a estudiantes que ya están en la lista, o que tenga la hoja de matrícula.*
- *Pedir fotocopias con dos días de anticipación.*
- *Cerciorarse de la seguridad de las evaluaciones y exámenes. No debe llevarse a casa ninguna copia de los exámenes finales, incluyendo CD's o cintas.*
- *Tratar de usar el Laboratorio de Idiomas por lo menos una vez durante el curso. Los estudiantes se beneficiarán de esta práctica de escucha aquí.*
- *Los estudiantes deben presentar tres quizzes en cursos semanales, y mínimo cinco en los sabatinos. Cualquier quiz adicional, u oral, es aceptado.*
- *Una copia de los quizzes hechos durante el curso debe entregarse junto con los materiales, para alimentar el Banco de quizzes.*
- *Cooperar por turnos en la reparación de la celebración de eventos especiales.*

III. TUTORIAS

El programa de Servicio de Tutorías en los programas para niños y adultos tiene tres propósitos principales:

- Responder a las preguntas de los estudiantes relacionados con su proceso de aprendizaje en la institución.*
- Proveer orientación académica a los estudiantes con dificultades académicas, con el propósito de animarles a participar activamente en clase.*
- Aconsejar a los estudiantes en cuanto a cómo mejorar sus hábitos de estudio fuera de clase.*
- Las tutorías no se dan dentro del salón de clase ni fuera de la institución.*
- Los profesores deben remitir solamente estudiantes con problemas académicos que afectan su desempeño en clase. El profesor debe llenar un reporte de la tutoría dada, y el alumno debe firmarlo.*

IV. SE ESPERA QUE LOS PROFESORES A CARGO DE LOS PROGRAMAS INFANTILES:

- a. *Sean firmes sin ser represivos. Si hubiere algún problema disciplinario, hablar con los padres y buscar una solución juntos.*
- b. *Abandonar la clase a la hora que corresponde. Enseñe a sus estudiantes a no salir hasta que se les permita hacerlo, de forma que no interrumpan las otras clases.*
- c. *Lo ideal es que los profesores acompañen a sus alumnos durante los descansos, o por lo menos los miren. Trate de no dejarlos solos en los salones. Mientras ellos están en la institución es su responsabilidad el cuidar de ellos.*

V. SANCIONES

De no recibirse una excusa aceptable en caso de irregularidades, usted recibirá una carta de prevención, con copia a su fólder personal. El Colombo Americano se reserva el derecho de llamar o no a algún profesor para un curso y por alguna razón.

Recuerde, la mejor forma de tratar problemas es comunicándose con la Coordinación Académica. Cuando sepa que va a llegar tarde o que tiene que ausentarse por alguna razón, consiga un reemplazo e informe a la oficina. Si el/la Coordinador/a Académico/a no está cuando usted necesita, por favor dejar un mensaje con la secretaria.

VI. PAGOS

A los profesores de cursos sabatinos se les paga al final del primero y segundo ciclos. A los profesores de cursos semanales se les paga después de que envíen vía e-mail sus reportes de notas a la Secretaría. Por eso es tan importante que la corrección de exámenes y el envío de los reportes se haga con la mayor prontitud.”⁴⁰

⁴⁰ Manual de profesores del Centro Colombo Americano de Bucaramanga

ANEXO 3. Tablero Acrílico Borrable

Tablero Acrílico Borrable



CARACTERISTICAS

Tableros blancos para escribir con marcador borrable, es el de base esmaltada metálica (porcelanizada) el cual le proporciona gran nitidez, fácil borrado y economía en consumo de marcadores; útil como pantalla de proyección.

Dimensiones (Ancho x Alto): 2.50 m x 1.50 m

PRECIO: \$ 200.000

ANEXO 4. Sillas Universitarias

SILLAS UNIVERSITARIAS



CARACTERISTICAS

Silla universitaria con CONCHA súper ergonómica en polipropileno de alto impacto, estructura en tubo de 3/4" calibre 16, 1" calibre 18, canasta portalibros en varilla redonda lisa de 7mm, superficie de trabajo en triplex de 15 mm enchapada en formica y con bocel termofundido en el canto, tapones internos esféricos en polipropileno.

PRECIO: \$60.000

ANEXO 5. Computadores

2 Computadores Dell Inspiron 530s⁴¹



Subtotal	\$2.022.222
Gastos de entrega totales	\$394.570
Impuestos de Importación	\$181.209
IVA	\$0
Precio total	\$2.598.001

Módulo	Descripción
Dell Inspiron 530s	Intel® Pentium® E5200 (2MB L2, 2.5GHz, 800 FS)
Sistema Operativo	Windows Vista® Home Premium SP1 Original
Memoria	2GB Dual Channel DDR2 SDRAM at 800MHz- 2DIMMs
Teclado	Dell USB Keyboard, SP
Monitor	Monitor Dell 20" Widescreen Digital Flat Panel E207WFP
Tarjetas de Video	Intel® Graphics Media Accelerator 3100 Integrada
Disco Duro	250GB Serial ATA Hard Drive (7200RPM) w/DataBurst Cache™
Unidad de Floppy	No Floppy Drive Included
Mouse	Dell Premium Optical USB Mouse
Interface de Red	Integrated 10/100 Ethernet
Modem	56K PCI Data Fax Modem
Programa de Adobe	Adobe® Acrobat® Reader 9.0 Multi-Language
Unidades de CD/DVD	16X DVD+/-RW Drive
Tarjetas de Sonido	Integrated 7.1 Channel Audio
Bocinas	Dell AX210 1.2W Speakers
Productividad	Microsoft Works 9.0
Programa de Seguridad	McAfee Security Center, Spanish (only 30 Day Protection)
Digital Music	No Digital Music Software Requested
Servicios de Hardware	1 año de garantía limitada en el sitio con respuesta al siguiente día laborable
Servicios Extendidos	International Processing
DataSafe	GRATIS 2 Gigabytes de respaldo por 1 año
Labels	Windows Vista™ Premium

⁴¹ http://www1.la.dell.com/content/products/productdetails.aspx/inspndt_530s?c=co&cs=codhs1&l=es&s=dhs

ANEXO 6. Impresora

Impresora HP LaserJet P2015⁴²



Tipo: Laser Monocromática

Color: Blanco y gris

Velocidad de impresión: Hasta 26 ppm

Resolución: 1200 x 1200

Ciclo mensual: 750 a 3.000 páginas

Precio: \$659.990

⁴² http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-6452504-impresora-hp-laserjet-p2015-reemplaza-1320-toner-usb-nav08-_JM

ANEXO 7. TV Plasma 42"

TV PLASMA 42" SAMSUNG ⁴³



CARACTERÍSTICAS

- * TV PLASMA 42P.
- * RESOLUCION 1024X768, BRILLO 1.500 CD/M.
- * RELACION CONTRASTE 30.000: 1.
- * FILTRO DIGITAL 3D, REDUCCION DE RUIDO.
- * SONIDO DE 10W POR CANAL.
- * SINTONIZADOR TRINORMA, HDMI 3 ENTRADAS.

GARANTÍA: 1

PRECIO: \$1'799.000

⁴³ <http://www.virtualexito.com/ProductoTienda.aspx?CurrentCatalog=Tienda&Product=810501>

ANEXO 8. DVD

DVD LG⁴⁴



CARACTERÍSTICAS

- * Múltiples formatos de reproducción
- * Dvd, Video, CD audio, jpeg, mp3, wma
- * Escaneo progresivo mp3, wma
- * Conexión RCA, Componente, SV

GARANTÍA: 1 Año

PRECIO: \$99.900

⁴⁴ <http://www.virtualexito.com/ProductoTienda.aspx?CurrentCatalog=Tienda&Product=779947>

ANEXO 9. Grabadora Con CD y MP3

GRABADORA CON CD Y MP3 SIMPLY⁴⁵



CARACTERÍSTICAS

- * Grabadora con cd
- * Pantalla lcd
- * Potencia de 3 watts /rms
- * Con mp3 y radio
- * Fácil de transportar
- * Moderno diseño

GARANTÍA: 1 año

PRECIO: \$69.000

⁴⁵ <http://www.virtualexito.com/ProductoTienda.aspx?CurrentCatalog=Tienda&Product=844986>

ANEXO 10. Aire Acondicionado

Aire Acondicionado LG S092CT Split High Wall Frío ⁴⁶



CARACTERÍSTICAS

- * Filtro de Aire: Anti-ácaro, Anti-bacteria.
- * Control Remoto.
- * Color Blanco.
- * Capacidad de Enfriamiento 9000 BTU
- * 220 Voltios
- * Modo Automático para dormir
- * Recubrimiento Gold Fin
- * Temporizador ENC-APA. DE 24 HRS
- * Operación Automática

PRECIO: \$ 989.900

⁴⁶ <http://www.grandesmarcas.com/tienda.php?ccat=101&clin=10110&cce=1&citm=8478>

ANEXO 11. UPS Reguladas

Ups Reguladas 750va⁴⁷



CARACTERÍSTICAS

* Dimensiones (WxDxH): 3.93" x 13.0" x 5.55"

* Peso: 13 Lbs.

* Color: Plateado / Negro

* Voltaje de Entrada: 120 Vac

* Batería: Batería Interna VRLA 12V / 7AH x 1
UPS

* Tiempo de autonomía Batería (Hasta): 5 min., a plena carga

GARANTIA: 2 AÑOS

PRECIO: \$ 154.900

⁴⁷ http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-6496809--nuevas-ups-reguladas-750va-2-anos-gtia--_JM

ANEXO 12. Teatro en Casa

TEATRO EN CASA LG ⁴⁸



CARACTERÍSTICAS

- * 300W RMS.
- * USB Recording, portable in.
- * Karaoke, DIVX, MP3, JPEG.
- * VSM SONIDO VIRTUAL 10.1.
- * Multizona, multiformato.
- * DVDR/CDR.
- * AM, FM TUNER.

GARANTIA: 1 año

PRECIO: \$ 369.900

⁴⁸ <http://www.virtualexito.com/ProductoTienda.aspx?CurrentCatalog=Tienda&Product=568555>

ANEXO 13. Caja Registradora

CAJA REGISTRADORA SHARP XE A 203 CONEXION USB PC / LUJUDI⁴⁹



CARACTERÍSTICA

- *Cajón compacto con 5 compartimentos de billetes y 8 de monedas.
- * Capacidad de imprimir tickets en Español, Inglés, Francés o Alemán.
- * Impresora térmica rápida y silenciosa.
- * Impresión de logotipos gráficos de la Empresa.
- * Función cajero con 20 cajeros por código

GARANTIA: 3 AÑOS

PRECIO: \$499.900

⁴⁹ http://www.quebarato.com.co/clasificados/caja-registradora-sharp-xe-a-203-conexion-usb-pc-lujudi__635104.html