

CLOUD DIGITAL

Adriana Benavides

Sandra González

Lyda Luz Garzón

Maryuri Ávila

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO

Especialización en Gerencia Educativa

2015

CLOUD DIGITAL

Plan de Negocios

Adriana Benavides

Sandra González

Lyda Luz Garzón

Maryuri Ávila

Asesor Metodológico: Álvaro Sierra

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO

Especialización en Gerencia Educativa

2015

CONTENIDO

Presentación,	4
Identificación de Ideas y Oportunidades de negocio,	6
Ciencia, tecnología e Innovación,	8
Justificación,	14
Objetivos,	17
Objetivo General,	17
Objetivos Específicos,	17
Planeación Estratégica,	18
Investigación de Mercados,	32
Marketing,	37
Plan Operativo,	61
Aspectos Legales, recursos humanos y administrativos,	66
Plan de Inversión y Financiación,	76
Análisis de Riesgos,	85
Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresarial,	86
Resumen Ejecutivo,	91
Referencias Bibliográficas,	93

PRESENTACIÓN

EQUIPO EMPRENDEDOR:

NOMBRES Y APELLIDOS	PROFESIÓN
Adriana Benavides	Licenciada en Lengua Castellana y Comunicaciones.
Sandra Gonzalez	Licenciada en Preescolar.
Lyda Luz Garzón	Licenciada en Preescolar.
Maryuri Ávila	Licenciada en Psicología y Pedagogía.

Imagen 1.

DATOS DE LA EMPRESA

RAZON SOCIAL	CLOUD DIGITAL
Correo Electronico de la Empresa	Emprendoporti@hotmail.com
Actividad Económica	Somos un equipo interdisciplinar dedicado al diseño y comercialización de material educativo digital dirigido a estudiantes de segundo ciclo de basica primaria, siendo el sector educativo el mercado donde hacemos presencia.
Ubicación	Crr 65 N. 45-13 Barrio Castilla. Localidad de Kennedy.

Imagen 2.

Quienes somos.

CLOUD DIGITAL, empresa con ánimo de lucro ubicada en la Localidad Kennedy Barrió Castilla, se constituye a partir de un equipo interdisciplinar conformado por docentes Licenciadas en las áreas de Lengua Castellana y Comunicaciones, Educación Preescolar, Psicología y Pedagogía con un espíritu emprendedor que incursiona en el mercado educativo.

Diseñamos y comercializamos material educativo digital que permita innovar afianzar y estimular mejores prácticas educativas tanto en docentes, estudiantes y padres de familia a partir del desarrollo de diversas actividades interactivas, las cuales apoyadas en herramientas tecnológicas potencian en los estudiantes de segundo ciclo de básica primaria las competencias del lenguaje propias de este nivel escolar.

IDENTIFICACIÓN DE IDEAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

CLOUD DIGITAL es una empresa liderada por licenciadas en distintas áreas de la educación, que nace como respuesta a las necesidades que se tienen en la implementación de herramientas didácticas que llamen la atención de los niños y las niñas en su proceso de aprendizaje, es por ello que a partir de las experiencias pedagógicas del equipo emprendedor y a través de la observación en la praxis docente, las nuevas políticas educativas y el papel del ministerio de las TICs en la educación actual se observa la necesidad de que algunas instituciones y los mismos padres de familia tengan acceso y disponibilidad a herramientas tecnológicas dirigidas a la población de niños y niñas del ciclo dos en los cursos de tercero y cuarto; las cuales se brindan como instrumento en la enseñanza de la lengua castellana, ya que la interacción con estas herramientas digitales ayudan a desarrollar y a fortalecer su proceso de aprendizaje el cual pretendemos sea significativo.

Es importante tener en cuenta que debido a los avances tecnológicos de este siglo los intereses de las familias, los educandos y maestros han ido cambiando las metodologías de enseñanza y esto lo vemos reflejado en cada uno de los estamentos y las nuevas políticas educativas lo cual permite que una cantidad significativa de niños y docentes se interesen por interactuar con otro tipo de herramientas dirigidas principalmente al desarrollo de sus conocimientos, fortalecimiento de sus habilidades llegando a optimizar sus propios potenciales lo cual podría mejorar procesos de habilidades del pensamiento y demás procesos de enseñanza-aprendizaje en el aula y fuera de ella.

Se debe tener en cuenta que la población beneficiaria de nuestro producto, cuenta con herramientas digitales a su mano y el acceso a estas nuevas tecnologías son posibles para sus procesos de aprendizaje, de igual manera se debe trabajar con instituciones con el mismo fin que tiene dichas herramientas como lo son las bibliotecas escolares , de esta manera el material didáctico que se propone tenga un fácil acceso, muy práctico y que permitirá a los niños y niñas interactuar de una manera activa tanto dentro de la institución como fuera de ella.

Así mismo nuestro software educativo se ofrece como una herramienta educativa a las diferentes instituciones privadas que tienen como misión brindar una educación de calidad y que miran las necesidades e intereses de los niños y las niñas de diferentes edades. Esta idea de negocio se realiza fundamentalmente para brindar herramientas tecnológicas a los alumnos que les permitan mejorar y superar dificultades que se puedan presentar durante su ciclo de aprendizaje, en los grados tercero y cuarto correspondientes al ciclo dos de educación básica, donde sus competencias del lenguaje están en auge de desarrollo.

Nuestra empresa se caracteriza por ser dinámica y responsable, y cuenta con un equipo calificado de personas idóneas y comprometidas con la tarea de favorecer a la comunidad educativa en general no solo en la práctica docente desde sus procesos de enseñanza sino también los procesos de aprendizaje de los estudiantes, y por supuesto los padres de familia, quienes se constituyen en nuestros clientes directos. **CLOUD DIGITAL** será una empresa reconocida por su buen manejo y su espíritu emprendedor en beneficio de las instituciones educativas y clientes que requieren nuestros productos y servicios.

CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

CLOUD DIGITAL incursiona en el campo de los negocios dirigidos al sector educativo facilitando el acercamiento asertivo e interactivo de los actores del proceso educativo (maestro – estudiante – padre de familia) al mundo de la tecnología y el ciberespacio, propiciando esta experiencia desde la educación primaria, la cual es fundamental para construir las bases de aprendizajes significativos para quienes son protagonistas de ella, es decir la infancia.

En este sentido, la educación no puede ser ajena a las cada vez mayores exigencias de esta sociedad de la información y el conocimiento en donde el uso de redes sociales, plataformas virtuales, aplicaciones en dispositivos móviles y computadores, herramientas web, entre otros, abarcan no solo la mayor parte del tiempo de nuestros estudiantes sino que además cautivan su mayor interés.

Es así como **CLOUD DIGITAL** atendiendo a estas demandas, facilita para las instituciones educativas que cuentan con estudiantes de segundo ciclo de básica primaria, un paquete de herramientas tecnológicas materializadas en un **MED (Material Educativo Digital)** que potencie en los estudiantes el desarrollo de las competencias y habilidades comunicativas del lenguaje, lo cual resulta significativo para los docentes que están involucrados directa o indirectamente en esta área del conocimiento, ya que aunque se cuenta con gran cantidad de material textual para el desarrollo de las competencias y habilidades comunicativas del lenguaje, parece no ser suficiente o de gran impacto para los estudiantes y así consolidar en la etapa primaria más y mejores procesos comunicativos.

Tres elementos fundamentales hacen parte nuestra propuesta empresarial: ciencia, tecnología e innovación, los cuales se interrelacionan mutuamente y cada uno contribuye de manera directa para el beneficio tanto de estudiantes como docentes:

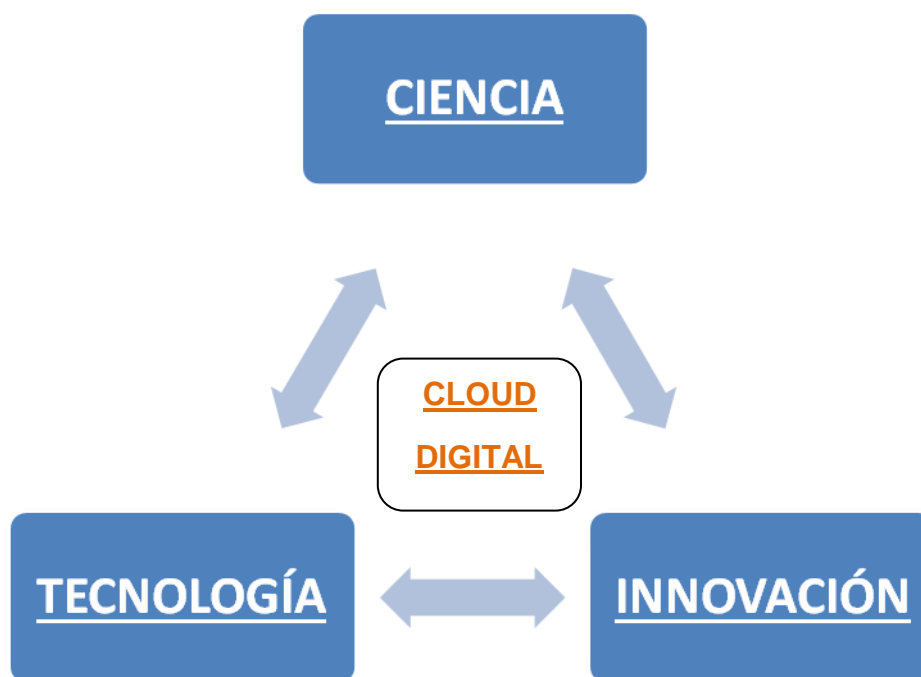


Imagen 3.

Ciencia.

A lo largo del tiempo se ha demostrado que el uso de diversos medios didácticos y para nuestro caso particular medios tecnológicos, aporta de manera significativa y positiva en el mejoramiento de los procesos de enseñanza- aprendizaje lo cual implica propiciar en los estudiantes el desarrollo de competencias comunicativas y relacionales que favorecen el desempeño de una persona en el medio que se desenvuelva; así mismo, permite que los docentes construyan oportunidades de aprendizajes significativos que cualifican y califican no solo su ejercicio profesional sino personal.

Vale la pena resaltar algunas experiencias que han tenido un significativo impacto en la enseñanza del lenguaje y otras áreas con estudiantes de segundo ciclo de primaria entre otros, es así como LOGICA CREATIVA facilita y dinamiza procesos de las áreas básicas como el español y las matemáticas a partir de actividades interactivas haciendo uso del programa Flash lo que permite al estudiante interactuar didácticamente con los temas a tratar.

Así mismo, CLIC, CLIC, CLIC es una página Web que desarrolla mini juegos donde se propicia el gusto por la lectura en personas de todas las edades y se configura como una experiencia diferente para acercarse al mundo de la lectura y el enriquecimiento cultural.

Tecnología.

Con el auge de la tecnología, avanza a pasos agigantados no solo la conexión on-line entre diferentes personas sino también las posibilidades de poner el uso de esta al servicio de los procesos de enseñanza-aprendizaje, y es en este sentido donde el uso del **MED** cobra mayor significado ya que permite de un lado estar a la vanguardia de los usos y herramientas tecnológicas y por otro enriquecer la práctica pedagógica en el acto mismo de enseñar.

Daft, (2011) nos menciona que “En el mundo actual de los negocios, cualquier empresa que no desarrolle, adquiera o adapte continuamente una nueva tecnología, con toda probabilidad se encontrará fuera del negocio en cuestión de pocos años. Los gerentes pueden crear las condiciones necesarias para motivar los cambios tecnológicos”.

Resulta definitivo precisar que nuestra empresa le apunta de manera directa no solo a generar experiencias de enseñanza significativa para los docentes por medio del material

educativo digital que le permitan enriquecer el currículo y la práctica pedagógica misma con el uso de diversas estrategias didácticas, sino también atendemos una apremiante necesidad de cautivar la atención de los estudiantes con el buen uso de la tecnología, lo cual sin lugar a dudas es uno de los mayores requerimientos que en este momento se hace a las instituciones educativas públicas y privadas desde el M.E.N y el MIN de las TICS.

Innovación.

Al respecto de este importante elemento encontramos variados teóricos y exitosas experiencias empresariales que demuestran que lo único que cambia es el cambio mismo, y en este sentido, el ámbito educativo es llamado a innovar no solo en las prácticas pedagógicas sino aun en cómo estas se experimentan y evalúan.

Es así como **CLOUD DIGITAL**, reconoce como en palabras de Daft, (2011) “las organizaciones actuales enfrentan la necesidad de un importante cambio estratégico y cultural y de innovaciones rápidas y continuas en la tecnología, los servicios, productos y procesos; En la actualidad la norma es el cambio, no la estabilidad.

Mientras que antes el cambio ocurría de forma gradual y poco frecuente, en la actualidad es considerable y constante”. El involucrarnos de manera directa con las herramientas tecnológicas al servicio de la educación, en especial con la enseñanza en la educación primaria, nos permite posicionarnos como agentes innovadores para estudiantes y docentes que se beneficien con el uso de nuestro **MED**.

El elemento Innovación está inmerso en nuestro Plan de Negocios directamente en tanto ofertamos un material educativo digital que requiere la mejora continua, en este sentido y a la luz de las orientaciones del Manual de Oslo, este elemento se visualiza en diferentes frentes como:



Imagen 4.

La innovación de producto, entendida como indica el Manual de Oslo, (2005)“la introducción de un bien, o de un servicio nuevo o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso que se destina...la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso y otras características funcionales”.

Es claro que en el mercado tecnológico existen variadas propuestas educativas que fomentan el gusto por la lectura y acercan a sus clientes a mejores escenarios de aprendizaje pero CLOUD DIGITALpropende por ir mas allá, y conquistar un mercado potencialmente mas exigente como lo es el infantil y proveer a los docentes de herramientas que como se ha mencionado anteriormente enriquezca su practica pedagogica en la enseñanza del lenguaje.

La innovacion de proceso, en la cual a partir del Manual de Oslo, (2005) “ la introduccion de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las tecnicas, los materiales y/o los programas informaticos”. Siendo

con esto evidente el interés de **CLOUD DIGITAL** en proveer a partir de la racionalización de recursos tanto humanos como físicos el material educativo digital necesario para fomentar el desarrollo de las competencias propias del lenguaje, de una manera práctica, directa y en consonancia con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

La innovación en mercadotecnia, por lo cual **CLOUD DIGITAL** desarrolla un producto de fácil manejo, didáctico y de fácil acceso, supliendo las necesidades académicas de los niños y las niñas y siendo una herramienta educativa útil en la labor docente.

Buscamos que los colegios estén dotados con las herramientas tecnológicas necesarias para el proceso de enseñanza aprendizaje de las competencias lecto escritoras con un producto que puede complementar el trabajo en casa.

La implementación de las TIC en la educación le exige al docente estar a la vanguardia en ciencia, tecnología, sin dejar de lado el sentido humano ya que como educadores pretendemos construir sociedades preparadas para las demandas del mundo actual por lo cual **CLOUD DIGITAL** quiere contribuir a ese proceso de enseñanza aprendizaje con un producto innovador pensado en las particularidades de los niños y las niñas.

La innovación en organización pues estamos distribuidos por equipos: administrativo, comercial y creativo, que garantizan acciones integrales en pro de buscar satisfacer las necesidades del mercado, con un equipo humano calificado.

JUSTIFICACIÓN

Los procesos pedagógicos en las escuelas a lo largo de la historia educativa en Colombia han experimentado diversos cambios en términos de qué enseñar, cómo enseñar, cuándo enseñar y a quienes enseñar principalmente desde el desarrollo de las competencias básicas como interpretar, argumentar y proponer lo cual implicaría saber hacer en contexto, es así como se exige desde los Estándares Curriculares emanados por el M.E.N (Ministerio de Educación Nacional) para las diferentes áreas del conocimiento, no solo una continua actualización en términos de contenidos temáticos, por parte de los docentes, sino también el uso de diversas estrategias pedagógicas que permitan en conjunto crear mallas curriculares de mayor impacto para el proceso de enseñanza-aprendizaje tanto en el aula de clase como fuera de ella y donde los mayores beneficiados sean los miembros de la comunidad educativa como son estudiantes, docentes y padres de familia, por ello el M.E.N invita de manera continua a las instituciones educativas ya sean del sector privado u oficial a mejorar sus prácticas didácticas y formativas en beneficio de las comunidades educativas que acogen.

Entendiendo estas exigencias hechas al sector educativo y con el ánimo de atender la necesidad de mejorar las practicas pedagógicas de los docentes y los procesos de aprendizaje de los estudiantes nace **CLOUD DIGITAL**, una empresa enfocada en el diseño y elaboración de **Material Educativo Digital (MED)** el cual, por medio de herramientas tecnológicas potencia en los estudiantes del segundo ciclo de educación primaria el desarrollo de las competencias y habilidades comunicativas del lenguaje inicialmente, generando en ellos un gusto e interés por la lectura a través de juegos, música y ejercicios prácticos.

Creemos que esta iniciativa permite generar múltiples beneficios inicialmente para los docentes y padres de familia que acceden a nuestro **MED** ya que a partir del mismo, es posible enriquecer la práctica pedagógica y el acompañamiento asertivo en casa , en razón de que propicia el uso de la tecnología como elemento didáctico en el proceso de enseñanza y a su vez para los estudiantes quienes desarrollan directamente el paquete de actividades contenidas en el material lo cual generaría en ellos espacios de aprendizaje significativo que van de la mano con el entorno tecnológico que abarca actualmente el campo educativo, así mismo los padres de familia quienes podrían evidenciar de manera directa el avance en el desarrollo de las competencias de sus hijos y a su vez acompañar sus procesos de aprendizaje con el uso interactivo de la tecnología como pretexto para fortalecer los vínculos de afecto y comunicación en la interacción padres e hijos.

Es claro y además evidente que existe en el sector educativo diversas propuestas pedagógicas acompañadas del uso de herramientas tecnológicas que propician el gusto por la lectura en todos los niveles de la edad escolar y aun fuera de esta, sin embargo, **CLOUD DIGITAL** propende no solo por generar un mayor gusto por en la lectura sino va más allá, en tanto a partir de diversas actividades didácticas interactivas facilita el desarrollo de las competencias básicas (interpretar, argumentar y proponer) y las habilidades propias del lenguaje (hablar, leer , escuchar) dentro de un ambiente de aprendizaje dinámico, relacional entre el contenido y el estudiante, vivencial y con significado de acuerdo a la edad y dentro del contexto tecnológico del nivel escolar beneficiario.

En este sentido, el mercado preliminar que a corto plazo abarca nuestra propuesta se dirige a la localidad de Bosa, debido al análisis de la población y el análisis de los mercados más

factibles los cuales se verán reflejados más adelante donde inicialmente 15 instituciones educativas contarán con la aplicación de una prueba piloto del **MED** las cuales a partir de sus aportes dados a la experiencia de trabajar con nuestro software, enriquecerán esta herramienta tecnológica y a mediano plazo podremos ampliar el segmento de mercado con mayores innovaciones a partir del uso del material y con mejor reconocimiento de las características culturales, sociales y económicas de la población beneficiaria; es así como nos proyectamos a favorecer significativas experiencias de enseñanza-aprendizaje tanto para docentes, estudiantes y padres de familia en 50 instituciones educativas aproximadamente.

A largo plazo seremos una organización completamente estructurada que cuente con el equipo humano y técnico calificado para brindar al sector educativo el material educativo digital en localidades aledañas como Kennedy, Ciudad Bolívar y Rafael Uribe Uribe, con un portafolio de productos más amplio el cual no solamente afianza procesos lectores y de las competencias antes mencionadas, sino que brindará paquetes de actividades digitales que atiendan las diversas áreas del conocimiento.

CLOUD DIGITAL se consolidará como una empresa líder en cuanto a la producción y comercialización de recursos educativos digitales se refiere atendiendo tanto las necesidades de nuestro mercado potencial como son los docentes en diversas instituciones educativas privadas u oficiales, padres de familia y por supuesto las necesidades de nuestros directos e importantes beneficiarios: nuestros estudiantes.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar y comercializar Material Educativo digital(MED) dirigido a estudiantes de instituciones educativas privadas en las localidades Bosa y Kennedy inicialmente del segundo ciclo de educación primaria que permita el desarrollo de las competencias y habilidades comunicativas propias del lenguaje, a partir de la estructuración del plan de negocios para la conformación de la empresa CLOUD DIGITAL.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Diseñar Material Educativo digital que permita desarrollar y motivar en el estudiante el gusto por la lectura inferencial a partir de imágenes, lecturas y actividades interactivas.
- Elaborar un software digital actualizado que aporte didáctica y pedagógicamente en los procesos de enseñanza- aprendizaje.
- Determinar y definir el mercado al cual se accede a partir de la comercialización del Material Educativo Digital identificando la aceptación del producto en el sector educativo.
- Ampliar el espectro del mercado potencial a las diferentes localidades de la ciudad.
- Definir las estructuras organizacionales de la empresa a partir de los lineamientos del plan de negocios.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Para toda organización resulta de vital importancia identificar el medio en el cual esta se mueve, así como todos los elementos que hacen parte tanto de su estructura interna como aquellos que influyen desde el ámbito externo a ella. En este sentido, el presente análisis procura en primera instancia reconocer aquellos factores estratégicos del macro y micro entorno que rodean el mercado educativo considerando las oportunidades y amenazas que afectan directa o indirectamente la consolidación de **CLOUD DIGITAL**; en segunda instancia identificar las fortalezas y debilidades desde la estructura interna de nuestra organización desde el Perfil de Capacidad Interna, para finalmente estructurar la Matriz DOFA de nuestro plan de negocios. Así mismo consolidar nuestra Misión y Visión organizacionales.

A continuación se retoma cada uno de los entornos externos en los que direcciona el Análisis Pestel (macro entorno) así como las Fuerzas de Porter (micro entorno), finalmente se desarrolla el Análisis Interno a partir del Perfil de Capacidad Interna (PCI).

Análisis Externo. (Macro entorno)

Entorno Legal. Las disposiciones legales vigentes que facultan el uso de las TIC en los procesos educativos a cualquier nivel están enmarcadas dentro de las políticas promovidas y emanadas por el Ministerio de Educación Nacional, como es el caso del Plan Decenal de Educación (2006 – 2016) y el Plan Sectorial de Educación: Educación de calidad como camino a la prosperidad (2010 – 2014) que hacen énfasis en “establecer compromisos para promover, desarrollar y fomentar el uso educativo de las TIC, desde donde se contribuya a fortalecer la capacidad de Innovación Educativa en el país.

En este sentido, uno de los componentes para impulsar la apropiación y uso educativo de las TIC, está dado sobre la producción y gestión de los contenidos educativos digitales, el cual se constituye en un aspecto que, además de considerarse de orden estratégico, tiene mucha relevancia, a través de éste, se contribuye a cerrar la brecha de acceso a la información, promover al conocimiento público y abierto; desarrollar capacidades nacionales para la producción, fortalecer los marcos de colaboración y cooperación para producción y gestión de contenidos educativos; consolidar la oferta nacional de contenidos educativos digitales y desarrollar la capacidad de acceso, uso y reutilización de los contenidos por parte de las comunidades educativas”

De acuerdo con la LEY 1341 DE 2009 que habla de los “principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC Titulo 1

Artículo 2°. Principios orientadores, dice: “El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC. En desarrollo de los artículos 20 y 67 de la Constitución Nacional el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: “La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura”.

Artículo 3°. Sociedad de la información y del conocimiento. “El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los

usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento”.

Artículo 9°. El sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. “El sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones está compuesto por industrias manufactureras, comerciales y de servicios cuyos productos recogen, procesan, crean, transmiten o muestran datos e información electrónicamente”.

Entorno Político.

Desde este aspecto y partiendo de las orientaciones del Banco Mundial, (2010) “el concepto de acceso a la información, plantea la necesidad de generar la inserción del individuo en el ambiente digital, en consonancia con los retos de la sociedad del siglo XXI. Se habla entonces de un concepto que se consolida desde la perspectiva de la sociedad de la información y el conocimiento, en donde las políticas deben ser transversales y sistémicas”. Bajo esta lógica el *Ecosistema Digital* es un modelo desarrollado por el Banco Mundial con el propósito de masificar el acceso a las tecnologías para la información y las comunicaciones, y el cual fue retomado por el Plan Vive Digital del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC. Desde hace varios años se registra en documentos CONPES, (2540 de 1991, 2739 de 1994, 2848 de 1996, 3072 y 3080 de 2000) que “el gobierno ha desarrollado diferentes directrices de política nacional de Ciencia y Tecnología con miras avanzar en una sociedad de la información y del conocimiento. El programa Agenda de Conectividad fue uno de los principales esfuerzos para consolidar acciones que ayudaran a que los ciudadanos colombianos tuvieran acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a cerrar las brechas entre la conectividad en el país frente a otros países de la región”.

En el documento Visión Colombia, Segundo Centenario, se plantea que “En 2019 Colombia tendrá una economía cimentada en la producción, difusión y uso del conocimiento, el cual será un elemento fundamental para la productividad y la competitividad internacional”.

En este sentido, Luis Felipe Cardona indica frente a la productividad y competitividad internacional de Colombia:

...tener más educación, más acceso a servicios públicos, mejor calidad de salud y lo que estamos desarrollando nosotros a través de la vicepresidencia, con liderazgo del presidente, es el desatraso en materia de conectividad: todo lo que se está haciendo en 4G (Cardona, L. 2015, p. 15).

Entorno Económico.

Frente a este entorno resulta importante considerar las apreciaciones dadas por la Revista Portafolio, la cual expresa: “Es necesario fomentar una cultura en torno a la colaboración y cooperación para promover el intercambio, reutilización, adaptación, combinación y redistribución de recursos educativos, sin embargo es importante considerar los diferentes elementos que hacen parte del entorno económico que interviene de manera directa sobre cualquier actividad comercial.

Los empresarios aseguran que el Gobierno no puede seguir cargando sobre los hombros del sector productivo las necesidades de financiamiento del Estado, a través del incremento de los impuestos. Por último, frente al comercio exterior, se esperaría una disminución en las importaciones, pues la devaluación las encarece, favoreciendo así, de forma directa, a la producción nacional, es decir, se jalonaría la economía de todos los sectores del país”.

Sin embargo, cabe resaltar que el desarrollo o estancamiento de la economía afecta directamente no solo el costo sino la calidad de vida de las personas, lo que repercute en la toma de decisiones al momento de acceder a productos o servicios.

En este orden de ideas, Edwin Cruz manifiesta:

El paradigma del desarrollo, incluso en sus más avanzadas formulaciones, está fundado en una perspectiva dual de la relación entre el ser humano y la naturaleza, en la distinción entre naturaleza y cultura, y sobre todo, en el androcentrismo cartesiano que ve a la naturaleza como una despensa propiedad del ser humanos y al servicio de sus necesidades y deseos (Cruz, E. (2014), p 85).

Entornos Culturales-Sociales.

Los profundos cambios que en todos los ámbitos de la sociedad se han producido en los últimos años exigen una nueva formación de base para los jóvenes y una formación continua a lo largo de la vida para todos los ciudadanos.

Así, además de la consideración a todos los niveles de los cambios socio-económicos que originan o posibilitan los nuevos instrumentos tecnológicos y la globalización económica y cultural, en los planes de estudios se van incorporando la alfabetización digital básica (cada vez más imprescindible para todo ciudadano) y diversos contenidos relacionados con el aprovechamiento específico de las TIC en cada materia. Por esta razón, Miguel Tovar dice:

Por ello, el uso de las TIC se ha venido limitando a su necesidad u obligatoriedad, mas no a su ideal apropiación (Tovar, M. (2014), p 92).

Entorno Tecnológico.

Este entorno es quizá si no el más importante en tanto es la herramienta fundamental sobre la cual se sostiene nuestro plan de negocios. Al respecto Dewey, afirma: “Como en los demás ámbitos de actividad humana, las TIC se convierten en un instrumento cada vez más indispensable en las instituciones educativas donde pueden realizar múltiples funcionalidades.

Canal de comunicación interpersonal y para el trabajo colaborativo y para el intercambio de información e ideas (e-mail, foros telemáticos).

Medio de expresión y para la creación (procesadores de textos y gráficos, editores de páginas web y presentaciones multimedia, cámara de vídeo).

Instrumento cognitivo y para procesar la información: hojas de cálculo, gestores de bases de datos...

Instrumento para la gestión, ya que automatizan diversos trabajos de la gestión de los centros: secretaría, acción tutorial, asistencias, bibliotecas...

Recurso interactivo para el aprendizaje. Los materiales didácticos multimedia informan, entrenan, simulan, guían aprendizajes y motivan.

Así mismo se identifican otros elementos importantes que muestran la necesidad de implementarse en los procesos de enseñanza-aprendizaje y que incorporan el uso de la tecnología como herramienta fundamental.

Nuevos entornos virtuales (on-line) de aprendizaje (EVA) que, aprovechando las funcionalidades de las TIC, ofrecen nuevos entornos para la enseñanza y el aprendizaje libres de las restricciones que imponen el tiempo y el espacio en las enseñanzas presenciales y capaces de asegurar una continua comunicación (virtual) entre estudiantes y profesores.

Necesidad de una formación didáctico-tecnológica del profesorado. Sea cual sea el nivel de integración de las TIC en los centros docentes, el profesorado necesita también una “alfabetización digital” y una actualización didáctica. Como se señala Xiomara Romero, Linda Rodríguez y Julio Cortes:

En el entorno educativo, las TIC implican el uso de estrategias y metodologías nuevas por docentes para lograr una enseñanza activa, participativa y constructiva (Romero, X, Rodríguez, L y Cortes, J. (2015), p 90).

Labor compensatoria frente a la “brecha digital”. Los centros docentes pueden contribuir con sus instalaciones y sus acciones educativas (cursos, talleres...) a acercar las TIC a colectivos que de otra forma podrían quedar marginados.

Fuerzas de Porter. (Micro entorno)

Proveedores.

Considerando la gran importancia que tienen los proveedores dentro de una organización empresarial en tanto estos influyen de manera directa en los costos de producción que en definitiva determinan el valor final de un producto al mercado, es necesario crear una red de proveedores que permitan tener múltiples posibilidades en la adquisición de insumos y cubrir de manera oportuna la demanda de los productos o servicios ofertados a los nichos de mercado.

En cuanto al mercado digital para el ámbito educativo se refiere las posibilidades son bastante amplias, lo que a su vez implica la utilización de una gama de recursos y aplicaciones digitales que permiten el desarrollo de proyectos educativos, como lo es en este caso el **MED (Material Educativo Digital)**.

Rivales.

La rivalidad en el mercado a cualquier escala tiene la capacidad de fortalecer o debilitar una organización; Porter (2.000), considera que esto será determinado por “la estrategia competitiva, que tiene que ver con tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en la industria... Y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía.

Las estrategias que sigue una empresa sólo tendrán éxito en la medida en que le ofrezcan una ventaja competitiva en comparación con las estrategias que siguen empresas rivales. Cuando una empresa cambia de estrategia se puede encontrar con contraataques por represalia, por ejemplo bajar los precios, mejorar la calidad aumentar las características, ofrecer más servicios, ofrecer garantías y aumentar la publicidad”.

Sustitutos.

Partiendo del concepto de Porter (2.000), “los sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero que se basan en una tecnología diferente. Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme el precio relativo de los productos sustitutos disminuye y los costos de los consumidores por cambiar a otro producto bajan. La fuerza competitiva de los productos sustitutos se puede medir con base en los avances que logran esos productos en su participación en el mercado, así como en los planes de esas empresas para aumentar su capacidad y su penetración en el mercado.”

En este sentido, se identifica que en cuanto al mercado tecnológico a nivel educativo los productos (aplicaciones) y servicios son muy diversos y cada vez más actualizados, por tanto es indispensable estar a la vanguardia de las exigencias de la sociedad de la información y el conocimiento en términos de actualización constante y oferta novedosa y útil de nuestro material educativo digital.

Nuevos Competidores.

En un mercado tan volátil como lo es la industria tecnológica educativa es indispensable considerar que constantemente aparecen nuevos y quizá mayores competidores que se posicionan y abarcan grandes segmentos de mercado. Es entonces necesario considerar a Porter (2.000), quien afirma: “siempre que exista la posibilidad de que empresas nuevas entren en una industria particular sin gran dificultad, aumentará la intensidad de la competencia entre las empresas. Así pues, las barreras contra la entrada pueden incluir la necesidad de obtener economías de escala rápidamente, la necesidad de obtener tecnología y conocimientos especializados, la falta de experiencia, la sólida lealtad del cliente, la clara preferencia por la marca, la falta de canales de distribución adecuados, las políticas reguladoras del gobierno, las tarifas, la falta de acceso a materias primas, la posesión de patentes, las ubicaciones indeseables, y la posible saturación del mercado.

A pesar de que existan infinidad de barreras de entrada, en ocasiones las empresas nuevas pueden entrar a las industrias mediante productos de calidad superior, precios más bajos y recursos sustanciales para la comercialización. Por consiguiente, se debe identificar las empresas nuevas que podrían entrar en el mercado, vigilar las estrategias de las nuevas empresas rivales y capitalizar las fuerzas y oportunidades existentes”.

Clientes.

Es indiscutible que el cliente es la razón de ser de una organización empresarial distintamente del producto o servicio que oferte. En el mercado tecnológico son el recurso principal, de hecho es el cliente el protagonista de esta sociedad del consumo, información y conocimiento.

En la medida que un cliente perciba sus necesidades de consumo satisfechas, así mismo será su activa participación en el mercado a cual se dirija. De ahí la importancia de asegurar que el producto o servicio ofertado cumpla con las expectativas del nicho de mercado al cual este se enfoque, para el caso propio de nuestro material educativo digital, resulta fundamental no solo conocer el segmento de población al cual va dirigido nuestro producto sino también innovar en el mismo a medida que avanzan y se transforman las nuevas prácticas educativas.

Análisis Interno.

Para el presente análisis se toma como punto de referencia el Perfil de Capacidad Interna (PCI), para evaluar las fortalezas y debilidades en la conformación de **CLOUD DIGITAL** en relación con las oportunidades y amenazas del análisis externo a partir del micro y macro entorno ya expuestos. Para esto se relacionan 5 categorías a saber:

Capacidad Directiva.

Son diversos los elementos que integran la capacidad directiva los cuales pueden llevar al éxito o fracaso de una compañía en la medida que esta acoja o no la ejecución de actividades específicas, las cuales evidenciamos que parte de ellas **CLOUD DIGITAL** propende en cumplir, estas son:

- ✓ Flexibilidad de la estructura organizacional
- ✓ Habilidad para manejar la inflación

- ✓ Sistemas de Coordinación
- ✓ Sistemas de Control
- ✓ Habilidad para responder a la tecnología cambiante
- ✓ Comunicación y control gerencial
- ✓ Orientación empresarial
- ✓ Agresividad para enfrentar la competencia

Capacidad Competitiva.

Los elementos que integran esta competencia y afectan o benefician directamente nuestro plan de negocios en la medida estos se integren al ejercicio de la actividad económica son:

- ✓ Fuerza del producto, calidad y exclusividad
- ✓ Participación del mercado
- ✓ Administración de clientes
- ✓ Portafolio de productos
- ✓ Ventaja del potencial de crecimiento del mercado
- ✓ Acceso a organismos privados y públicos
- ✓ Grandes barreras en entrada de productos a la compañía
- ✓ Uso de ciclo de vida del producto y del ciclo de reposición
- ✓ Bajos costos de distribución y ventas

Capacidad Financiera.

Donde se consideran aspectos tan importantes como:

- ✓ Rentabilidad, retorno de la inversión
- ✓ Estabilidad de costos
- ✓ Elasticidad de la demanda con respecto a los precios

- ✓ Inversión de capital. Capacidad de satisfacer la demanda
- ✓ Habilidad para competir con precios
- ✓ Comunicación y control gerencial
- ✓ Liquidez y disponibilidad de fondos internos
- ✓ Acceso a capital cuando lo requiere

Capacidad Tecnológica.

Esta capacidad tiene importante relevancia para **CLOUD DIGITAL** en tanto es uno de los pilares que sustentan nuestro plan de negocios, los elementos que la integran son:

- ✓ Capacidad de innovación
- ✓ Nivel Tecnológico
- ✓ Aplicación de tecnología de computadores
- ✓ Flexibilidad de la producción
- ✓ Valor agregado al producto
- ✓ Nivel de tecnología utilizado en los productos
- ✓ Nivel de coordinación e integración con otras áreas
- ✓ Efectividad de la producción y programa de entrega

Capacidad del Talento Humano.

En la cual se integran diferentes aspectos que hacen parte del desempeño eficiente y eficaz de los equipos de trabajo; para nuestro equipo interdisciplinar resulta de suma importancia estos aspectos ya que afectan directamente al éxito o no de nuestro plan de negocios.

- ✓ Nivel Académico del talento humano

- ✓ Experiencia técnica
- ✓ Índices de desempeño
- ✓ Motivación
- ✓ Pertenencia
- ✓ Estabilidad
- ✓ Nivel de remuneración
- ✓ Absentismo

Matriz DOFA.

Identificación de Oportunidades, Fortalezas, Debilidades y Amenazas:

MATRIZ DOFA.	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Comunicación y control gerencial	Globalización
Habilidad para responder a la tecnología cambiante	Cultura de lo ecológico
Fuerza del producto, calidad y exclusividad	Uso de telecomunicaciones
Motivación	Modernización del currículo escolar
Nivel de tecnología utilizado en los productos	Responsabilidad social
DEBILIDADES	AMENAZAS
Barreras en la entrada de productos	Inflación y devaluación
Poco acceso a redes informáticas donde se requiere	Ingreso per cápita de mercados.
Estabilidad de costos	Posible saturación del mercado
Dificultades para la actualización constante del equipo de producción	Sólida lealtad de clientes a otros productos
Escasa actualización de herramientas informáticas	Nuevas exigencias del uso de la Web a nivel global

VISIÓN.

CLOUD DIGITAL está comprometido en impactar positivamente el sector educativo a partir del diseño y comercialización de material educativo digital que permita satisfacer oportunamente las necesidades de aprendizaje significativo de los estudiantes en el desarrollo sus competencias del lenguaje (inicialmente) y a su vez contribuya tanto al mejoramiento académico de las instituciones, los procesos de enseñanza de los docentes así como el acompañamiento de los padres de familia en la importante labor de educar.

MISIÓN.

Para 2020 nos consolidaremos como la empresa líder en el sector educativo en el diseño y comercialización de material educativo digital que permita en los estudiantes de primaria, secundaria y media vocacional de educación formal el mejoramiento académico a partir de experiencias de aprendizaje interactivas y significativas para ellos. Así mismo nos posicionaremos en un mercado selecto donde instituciones educativas, docentes y padres de familia, encuentran en nuestro paquete de productos y servicios una solución oportuna y asequible a sus necesidades de formación y acompañamiento escolar.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se relacionan a continuación tanto el mercado real como los mercados potenciales en los cuales es factible desarrollar nuestra actividad económica.

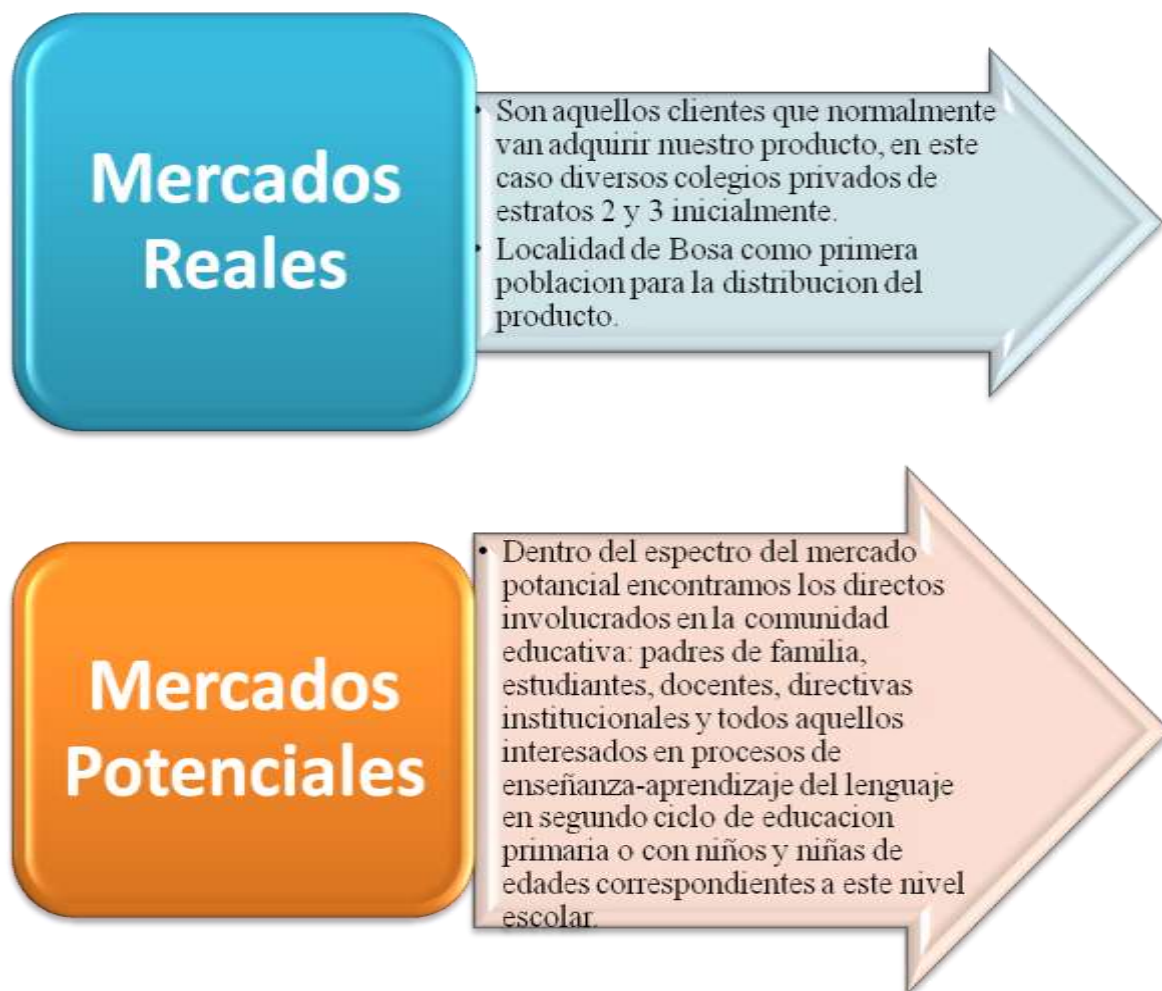


Imagen 6.

Teniendo en cuenta lo anterior se analizará por medio de instrumentos como encuestas y test que tanta demanda tiene los productos digitales escolares en la localidad de Bosa y que tan impactante sería para la localidad; a su vez se determinara de una manera más concreta los

posibles clientes para el producto digital en el mercado y los posibles clientes reales. Para esto se trabajara mediante la investigación de mercados que facilitara los procesos de producción, diseño del material y las oportunidades de entrar en el mercado.

Análisis del Mercado Educativo en la localidad de Bosa.

Analizando el campo en el cual se moverá nuestro producto, se puede observar que en los últimos años el sector y la industria tecnológica han generado conocimiento y una nueva forma de pensar en la población en general, donde la tecnología y la informática juegan un papel fundamental en los demás campos de la sociedad. Es por esto que la creación de herramientas que faciliten el proceso de enseñanza aprendizaje y desarrolle capacidades como la creatividad, el trabajo en equipo se han vuelto tan fundamentales para muchas organizaciones, empresas o entidades.

En nuestro país y en el sector educativo primordialmente se han hecho grandes avances donde desde el MINTIC (Ministerio de las Tecnologías) fomenta el desarrollo y el uso de software que faciliten y hagan más significativos los aprendizajes en los niños, jóvenes y adultos mediante una relación de interacción constante.

Por lo anterior se hace necesario delimitar el mercado a analizar y las competencias fuertes para nuestra empresa, ya que es un mercado que en los últimos años han venido creciendo:

Posibles productos competidores:

VEDOQUE

IMAGEN DEL PRODUCTO	CARACTERISTICAS
	<p>Es una página web cuyo nombre es VEDOQUE, que facilita y dinamiza procesos de las áreas básicas como el español y las matemáticas de una forma muy sencilla, con actividades diseñadas desde el programa Flash que permite al estudiante interactuar de una manera más tecnológica con los conocimientos, sin embargo tarda en abrir ciertos juegos o actividades lo cual interrumpe el trabajo continuo de los estudiantes y maestros</p> <p>Maneja básicamente conceptos para estudiantes del primer ciclo de educación primaria es decir transición, primero y segundo lo cual es benéfico para nuestro producto que contiene actividades para el segundo ciclo de educación; La pagina es llamativa por los colores e imágenes que son muy propias y de un gran nivel de imaginación, algo muy importante es que esta actualizada constantemente. No contiene material que se pueda imprimir para trabajar en físico con los educandos. Cuya URL es www.vedoque.com</p>

Imagen6.

CLIC CLIC CLIC

IMAGEN DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS



Es una página web cuyo nombre es CLIC, CLIC, CLIC que se caracteriza por ser netamente propia del área de lengua castellana es decir es un rival potencial, que se dedica a formar hábitos y gusto por la lectura.



Muestra lectura de tipo universal es decir para todas las edades y a través de estas van desarrollando mini juegos que permiten que el lector se mantenga en la expectativa de la lectura.



Es también una página que busca desarrollar el ámbito cultural de una manera innovadora y de manera gratuita cuenta con aproximadamente 20 o 25 cuentos lo cual hace que no se actualice constantemente.

Imagen7.

➤ Story Place

IMAGEN DEL PRODUCTO	CARACTERISTICAS
	<p>Es una biblioteca digital para niños en edad escolar primaria bilingüe que maneja el idioma español y el inglés y propone tres actividades básicas y claras para el maestro y el estudiante:</p> <p>ACTIVIDADES PARA IMPRIMIR :</p> <p>Contiene guías cortas, mini juegos , sopas de letras que el maestro puede llevar a aula como herramienta de profundización sobre un respectivo tema .</p>
	<p>LISTA DE CUENTOS:</p> <p>Manejan unos textos de carácter narrativo sin embargo solo se remite a trabajar dicho género literario y no maneja diversas tipologías textuales lo cual se ve como una debilidad ante otras posibles empresas dedicadas a la creación de software o material digital para niños .</p> <p>LA BIBLIOTECA DE PREESCOLAR:</p> <p>Contiene guías cortas que son de fácil desarrollo para niños de corta edad . Esta página también funciona con el programa flash 5.0 .</p>

Imagen 8.

MARKETING.

La estrategia de marketing que **CLOUD DIGITAL** implementa se enfoca desde diversos aspectos a saber: nuestra política de producto, política de precios, política de promociones, canales de distribución del producto, nuestra política de servicio al cliente y la proyección de ventas esperadas del producto ofertado: **MED (Material Educativo Digital)**.

En este sentido la estrategia de Marketing nos permite a partir de los aspectos antes mencionados definir claramente los mecanismos de comercialización del producto para satisfacer las necesidades de nuestro mercado real y potencial.

Políticas de distribución.

A continuación se refiere los canales de distribución del material educativo digital y las condiciones de entrega del mismo.

Ya que **CLOUD DIGITAL** cuenta con un equipo humano calificado para la promoción y asesoramiento del material educativo conformado inicialmente con un agente comercial y 4 integrantes fundadores que serán los encargados de dar a conocer el producto y servicio prestado, esto se realizan inicialmente en sectores específicos lo cual ayudara no solo a reducir tiempos y desgaste, sino a corto y a mediano plazo ayudara a medir el impacto de las aplicaciones dentro de cada entorno.

Orden de visita de los agentes comerciales por localidades dando a conocer nuestros productos dando como punto central los centros educativos donde impartan educación primaria:

- | | |
|--------------------|----------------------------|
| 1) Bosa. | 10) Teusaquillo. |
| 2) Kennedy. | 11) Los mártires. |
| 3) Ciudad Bolívar. | 12) San Cristóbal. |
| 4) Fontibón. | 13) Santa fe y Candelaria. |
| 5) Puente Aranda. | 14) Suba. |
| 6) Antonio Nariño. | 15) Barrios Unidos. |
| 7) Rafael Uribe. | 16) Chapinero. |
| 8) Usme. | 17) Suba. |
| 9) Engativá. | 18) Usaquén. |

Las estrategias se centrara en dar a conocer los beneficios de nuestros productos, indicando que se podría lograr y que se podría mejorar en los procesos de enseñanza y aprendizaje, los cuales irán conducidos de la mano en campañas educativas lo cual no solo se lograra interactuar con los directivos de las centros educativos sino estableceremos una conexión inicial con grupos de estudiantes conociendo y poniendo a prueba las características tecnologías, pedagógicas, didácticas y económicas del MED.

Siendo una empresa dedicada a diseño y comercialización de aplicaciones interactivas, nos obliga de igual modo a contar con una fuerza de ventas que su función principal será hacer el primer contacto para dar a conocer nuestros productos y servicios, Estas campañas no podrán afectar los precios definidos por la compañía, ya que son principalmente estrategias de publicidad.

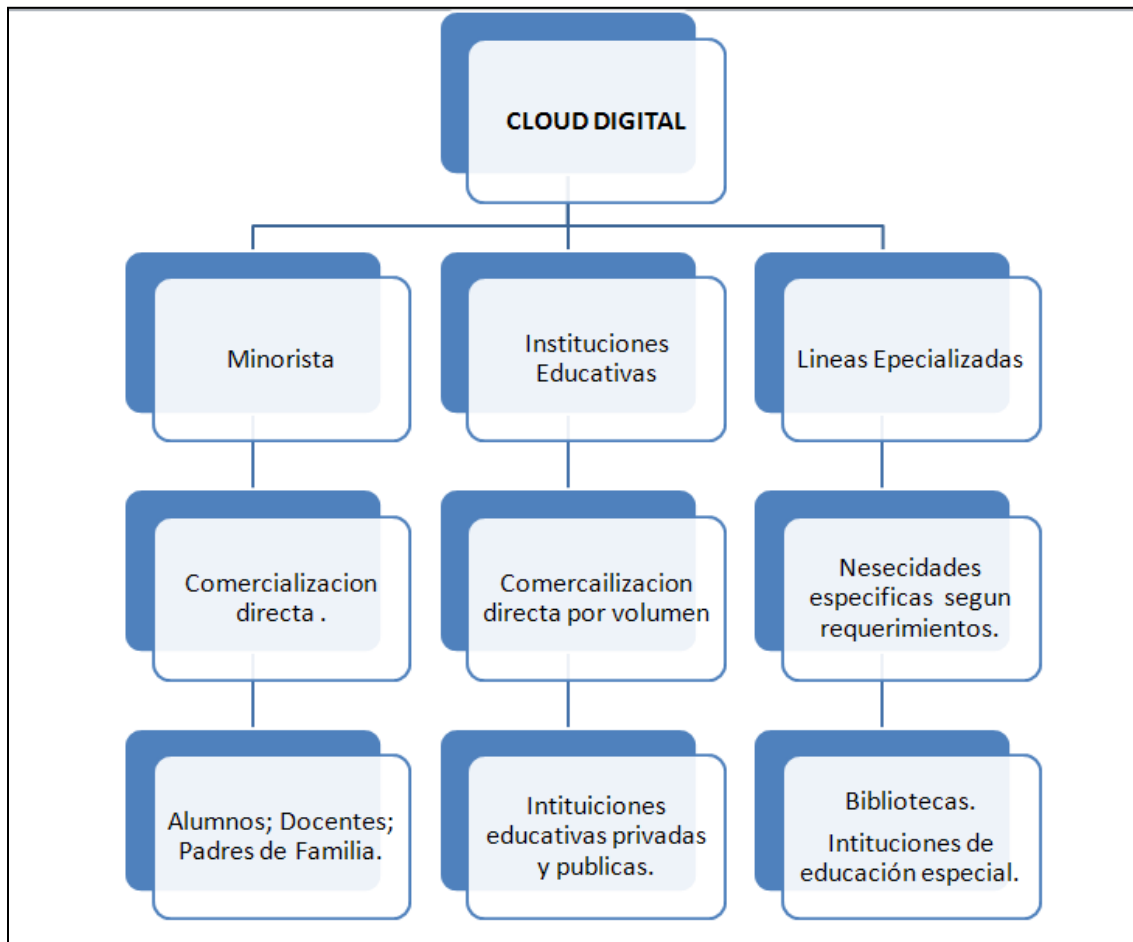


Imagen 9

La principal herramienta para la comercialización del producto será vía Internet, esto implicara que se deberán hacer inversiones en publicidad tanto en revistas especializadas y de alta circulación como páginas que permitan tener alcance al nicho de mercado al que queremos llegar.

Las redes sociales serán un elemento fundamental ya que son gratuitas y se quiere llegar a un público en específico los costos son mínimos y su alcance es alto, lo que conlleva a lograr un recordación y un posicionamiento de la marca.



<http://edwarariza4.wix.com/cloud-school-digita>

De igual manera se realizarán aplicaciones gratuitas y pruebas en nuestra página principal lo cual hará un contacto importante con nuestro posible cliente, así lograr un final exitoso y una retroalimentación de dicha experiencia, lo cual no solo fortalecerá nuestra imagen corporativa sino por cada interacción tendremos una retroalimentación que ayudará a mejorar la experiencia día a día.

Publicidad:

Campañas educativas institucionales.

Ya que **CLOUD DIGITAL** cuenta con un equipo humano calificado para la promoción y asesoramiento del material educativo, se realizan inicialmente en instituciones educativas de la localidad de Bosa diferentes campañas que den a conocer nuestros productos y servicios que tendrá como principales elementos de interacción a directivos, docentes, estudiantes y padres de familia las características tecnológicas, pedagógicas, didácticas y económicas del MED.

Montaje y entrega de pruebas piloto

Se realizaran en las instituciones educativas pruebas piloto del producto con el fin de que los docentes, estudiantes y padres tengan la oportunidad de interactuar con el MED y disfrutar de sus múltiples beneficios.

Uso de redes sociales interactivas y correos electrónicos

Es indiscutible que en nuestros días el uso de las redes sociales se configura como una ventana mundial para dar a conocer diferentes productos y servicios, es por ello que **CLOUD DIGITAL** hace parte de la gran comunidad cibernauta que encuentra en el uso de estos medios informáticos una gran oportunidad de dar a conocer nuestro producto y ampliar el mercado.



Imagen 10

Anuncios en revistas.

Los anuncios en revistas especializadas se realizarán por dos motivos, el primero para que los directivos de centros de formación educativa inicien a distinguir nuestros productos y servicios, y la segunda es ya que por temas de logística la apertura y la expansión de la compañía se puede generar lenta esto permitirá que abarquemos más instituciones que pueden estar fuera de nuestro alcance y genere nuevas oportunidades de apertura de nuevos mercados en lugares diferentes a Bogotá.

Anuncios en internet.

Se realizarán estrategias a través de buscadores, generando campañas de anuncios al momento de que un usuario de un tercero inicie una búsqueda, y ubicarnos en su centro de opciones lo que permitirá motivarlos para que ingresen a nuestro portal y se su costo va directamente ligado a los ingresos a la página por este medio.

Conformación de bases de datos

Las bases de datos se constituyen en una importante fuente de información sobre nuestros clientes, quienes a partir de la experiencia vivida en la interacción con el producto no solo se fidelizan en el continuo seguimiento por parte del equipo de trabajo sino además contribuyen en la ampliación del mercado ya que pueden aportar referidos interesados en adquirir nuestro producto, lo cual trae beneficios económicos ya que para este público se mantendrán los precios de lanzamiento.

Pedagogía del producto

Una vez el MED es adquirido ya sea por una institución educativa, docente o padre de familia, se cuenta con el acompañamiento del equipo para orientar al cliente en la correcta utilización del producto y se le garantiza un seguimiento preventivo del mismo.

Atención telefónica:

Se establece una línea móvil de atención al cliente para resolver inquietudes pero así mismo se utiliza para ofertar el producto a diversas entidades educativas o personas.

Participación en ferias educativas

CLOUD DIGITAL hace presencia en las ferias educativas programadas por las instituciones y universidades dando a conocer el producto y ofreciendo el servicio de asesoría al mismo.



CLOUD DIGITAL

CLOUD DIGITAL PADRES	CLOUD DIGITAL NIÑOS	CLOUD DIGITAL INSTITUCIONES
<p>En este espacio los padres de familia pueden encontrar el acceso a unas actividades por medio de la página web de la empresa CLOUD DIGITAL y verificar el uso de las herramientas didácticas de sus hijos.</p> <p>Es importante recordar que la empresa mes a mes actualizara el material educativo que en un principio será de lengua castellana y posteriormente de las demás áreas, dependiendo la acogida del proyecto.</p> <p>En esta parte los padres también podrán ver videos educativos, tips de como reforzar caligrafía y ortografía con sus hijos; y el padre que más contenidos educativos desarrolle será vinculado a la rifa del mes que premiara al usuario más fiel.</p>	<p>Es un espacio virtual donde los niños tendrán acceso por medio de la página web y el código al acceso que le s darán con la adquisición del producto.</p> <p>Cloud Digital es una herramienta que mantendrá a los niños de manera digital encaminados al uso de una lectura comprensiva, descriptiva y critica. Las guías están diseñadas con el fin de que en tiempos cortos pero de calidad el niño estimule sus habilidades y se interese por medio de juegos en contenidos temáticos propios de su edad.</p> <p>Al ser un espacio para niños está lleno de colores y sonidos que invitan al niño a continuar en el espacio donde también podrá encontrar videos, canciones, y temas de su interés.</p>	<p>Este espacio para instituciones contara con un link propio de cada área para que los maestros de cada una de las asignaturas puedan tomar las herramientas digitales como videos, juegos y ayudas educativas como evaluaciones interactivas, cortometrajes que permiten hacer de sus clases algo más críticas, reflexivas e interesantes.</p> <p>A parte de esto encontrara un espacio donde podrá enviar a nuestro equipo investigativo posibles temas a tratar en las futuras actividades, evaluaciones o guías.</p>

Esta investigación pedagógica es la del aprendizaje significativo debido a que la finalidad es crear diversos materiales educativos digitales que le permita tener un aprendizaje significativo : “Ausubel afirma el aprendizaje del alumno depende de la estructura cognitiva previa relacionada con la nueva información, debe entenderse por "estructura cognitiva", al conjunto de conceptos, ideas que un individuo posee en un determinado campo del conocimiento, así como su organización.”

.Motivar al estudiante es uno de los principios básicos para el éxito de la educación pues es una variable substancial en el proceso de aprendizaje aunque varios docentes afirmen lo contrario y se reafirmen en las teorías tradicionalistas y nieguen que la motivación deba ser operante en el proceso educativo teniendo en cuenta que a primera motivación la debe dar el educando mostrando su sed de a conocimiento y ganas de aprender cosas nuevas e interesantes es decir debe articular ideas en su propio contexto o referente.

El papel del docente dentro de este aprendizaje significativo radica en las metas que este se proponga conseguir con su grupo de educandos, es decir metas tangibles, realizables que se ajusten a la capacidad de desarrollo de los estudiantes.

De esta manera tomamos la teoría de Ausubel público en 1963 su obra "Psicología del aprendizaje verbal significativo". Su teoría hace referencia el concepto de aprendizaje significativo y que para este es relevante los conocimientos previos del estudiante en la adquisición de nuevas teorías.

Se dice que en la teoría de Ausubel aprender significa comprender y para ello es relevante e indispensable tener en cuenta lo que el niño o educando ya sabe sobre aquello que se quiere enseñar. Por esto es necesario que los educadores diseñen y creen acciones para desarrollar la parte cognitiva, donde los individuos establezcan relaciones y se apropien de nuevos contenidos

Es decir que lo fundamental es conocer las ideas antepuestas de los oyentes. Por lo anterior el autor habla sobre la importancia de los mapas conceptuales en la etapa de enseñanza aprendizaje, pues el individuo puede capturar estos contenidos de una manera as fácil .es decir que cuando el individuo aprende va cambiado algunos conceptos que ya ha hecho propios y los va reestructurando

Es decir que esta variación hace que cada vez los conceptos sean modificados, o ampliados que van formando cada vez una red más amplia de conceptos o temáticas.

Ausubel planteó que las tres fases necesarias para que la persona o el individuo llegaran a un aprendizaje significativo son:

- Los materiales de enseñanza deben estar planteados a partir de un orden jerárquico conceptual desde lo más general a los más diferenciados.
- Se debe organizar la información de acuerdo a los conocimientos previos que trae el individuo
- Debe haber una necesidad y motivación por aprender.

La metodología de la teoría del aprendizaje significativo es la que se planteara en el siguiente esquema:

La educación contemporánea exige la excelencia académica de los docentes, para lo cual requieren de una continuada formación y actualización de los conocimientos metodológicos en la dirección, organización, activación, investigación y ejecución del proceso pedagógico y así poder ejercer la docencia con una alta preparación profesional siendo entes innovadores y creadores de nuevas formas del proceso enseñanza aprendizaje .

La escuela constituye la vía fundamental en la preparación para la vida. Durante su paso por la escuela los estudiantes no sólo deben adquirir los conocimientos necesarios sino también dominar los medios que les permitan ampliar y enriquecer estos conocimientos por esta razón es importante tener en cuanto todo lo que nos ofrece el ministerio de las tecnologías educativas como medio innovador.

Los problemas que se presentan al hombre en la vida requieren que el estudiante adquiera la habilidad de trabajar independientemente en la apropiación de los conocimientos y métodos de la actividad, solo así estará a la altura de su tiempo para poder asimilar tanto en la escuela como fuera de ella, el caudal de la cultura acumulada por la sociedad y que él necesita para reflexionar y solucionar cada problema nuevo que surja en su trabajo y la vida en general lo cual llevara en un futuro a tener hombres de sociedad capacitados para desempeñarse en diferentes áreas de gran exigencia . Es importante conocer las características básicas de las competencias básicas y a que nos enfrentamos en esta nueva era los pedagogos.

2.1 El origen de las Competencias Básicas

El informe el autor enfatiza de la siguiente manera “los principios educativos tales como el potencial democratizador de la educación, la autonomía del alumno y la importancia del diálogo alumno-profesor, y la necesidad de una formación permanente en un mundo que cambia rápida y continuamente”³

A partir de los cuatro pilares básicos de la educación de los que hablamos en el (aprender a ser, aprender a conocer, aprender a aprender y aprender a vivir juntos), pueden extraerse tres áreas fundamentales en torno a las cuales se articularán las competencias básicas

3. DELORS, Jacques .la educación encierra un tesoro. Worldpapers, Estados unidos, 1999

Estas áreas fundamentales se denominaron “competencias clave”, y serían las actitudes, conocimientos, hábitos y destrezas que un individuo necesita para atender las demandas complejas de la realidad que tendrá que enfrentar a lo largo de la vida. Las competencias clave se organizan en tres campos:

1. Competencias que permiten dominar los instrumentos necesarios para interactuar con el conocimiento (lenguaje, números, información, computadores...).
2. Competencias que permiten relacionarse bien con otros, cooperar y trabajar en equipo, y administrar y resolver conflictos.
3. Competencias que permiten actuar autónoma y reflexivamente (comprender el contexto, crear y administrar proyectos personales, defender los propios derechos...).

Estos serían los tres campos generales a partir de los que concretar las distintas competencias básicas. En la Ley Orgánica de Educación (LOE) de 2006 quedaron recogidas de esta manera:

2.2. – Competencia en comunicación lingüística

Hace referencia a la utilización el lenguaje como instrumento de comunicación oral y escrita. Su objetivo es organizar el propio pensamiento, comprender lo que oímos y leemos y saber comunicar nuestras ideas, pensamientos y sentimientos de forma oral y escrita.

2.3 – Competencia matemática

Consiste en el uso de elementos (números, operaciones, medidas, símbolos...) o razonamientos matemáticos para producir e interpretar informaciones, para conocer aspectos cuantitativos y espaciales de la realidad y para resolver problemas cotidianos.

2.4 – Competencia en el conocimiento y la interacción del mundo físico

Comprende la capacidad de analizar y conocer mejor la naturaleza y de interaccionar con ella de una manera respetuosa, responsable y saludable, así como el uso de procesos de investigación científica y análisis de resultado

2.5– Tratamiento de la información y competencia digital (TIC)

Se trata de todas aquellas habilidades necesarias para buscar, obtener, procesar y comunicar la información y transformarla en conocimiento, mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

2.6 – Competencia social y ciudadana

Incorpora comportamientos individuales que permiten a las personas convivir, relacionarse, cooperar, comprometerse y prevenir los conflictos o afrontarlos y resolverlos de forma pacífica. Requiere respeto, tolerancia y empatía.

2.7 – Competencia cultural y artística

Supone el conocimiento de técnicas, corrientes y expresiones artísticas, y el desarrollo de la creatividad y la imaginación necesarias para hacer creaciones personales o dar con soluciones ingeniosas para resolver problemas cotidianos.

2.8– Competencia para aprender a aprender

Se vincula a la toma de conciencia de las propias capacidades intelectuales para adquirir conocimiento de forma autónoma o con la ayuda de otras personas, y el desarrollo de diversas técnicas, herramientas y procesos de aprendizaje. Requiere autoconocimiento, curiosidad y esfuerzo.

2.9- Autonomía e iniciativa personal

Persigue el desarrollo del criterio propio, valores personales, la capacidad de emprender, de transformar las ideas en actos y asumir aciertos y errores con sentido de la responsabilidad. Supone una actitud positiva hacia el cambio, la innovación y la búsqueda de soluciones.

A continuación se presenta un ejemplo de las posibles guías que se diseñaran para los niños:

INSTITUCION EDUCATIVA

TEMATICA: LOS PIRATAS

NOMBRE: -----

Esta es la historia de un viejo pirata de altamar llamado Crispeta, él era un pirata gordo y pequeño lleno de arrugas y de una linda sonrisa que recordaba a las Antillas menores de América. Un día cuando realizaba su último viaje hacia el golfo de Guinea en el océano Atlántico con límites a África con toda su embarcación que estaba compuesta por Galileo un mulato proveniente de Haití que había sido expulsado de su país por no practicar sus creencias, él era el encargado de manejar el timón del barco, y aunque era un hombre de pocas palabras todos lo querían mucho por su gran sabiduría acerca del mar; a su lado se encontraba Fausto el conserje del barco, un individuo muy particular pues era alegre y espontáneo y tal vez muy imprudente, le era cubano y gozaba cada minuto a bordo pues decía que cuando volviera a su patria quería contar a todos lo que había al otro lado del mundo visto desde los siete mares.

Un día cualquiera donde la marea estaba baja y no había mucho hacer, Crispeta vio como a lo lejos un barco enemigo atacaba al pueblo de Costa de Oro, y el grito:

- Galileo!!!!!!! Mira lo que pasa allí en Costa de Oro, los atacan!!!!!!!¿qué haremos?
- Crispeta tendremos que aguardar un poco pues... la verdad según mis cálculos más adelante habrá una gran tormenta y si aceleremos a todo vapor podremos chocar y causar un naufragio.
- - no es justo esa población es de nuestra gente, de nuestros aliados... tendré que atacar!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!pese a tus pronósticos
- Faustoooo!!!! Fausto!!!!Comunícate a los demás hombres que aproximadamente en 5 velas de distancia atacaremos al malvado Barbas de Oro.
- Jajajaja mi capitán a 5 velas... ¡si ya vamos a llegar este negro del Galileo hoy si no le atino al clima!
- Ya yaya deja de molestar y dile a los hombres que se preparen pues Barbas de Oro no tendrá clemencia de este pueblo.

Al llegar a tierra firme Crispeta dio la orden de atacar a Barbas de Oro y toda su tripulación... cuando diviso a su amada Miel; Ella era el amor de su vida que vivía en Costa de Oro y Barbas de Oro la tenía bajo su poder, capturada y amordazada, al ver esto Crispeta le dijo a Fausto que atacara con toda la tripulación a los hombres de Barbas de Oro mientras él se enfrentaría al malvado pirata. Cuando se encontraron cara a cara se atacaron y Miel gritaba, muy asustada:

- No mi valiente pirata Crispeta... No desfallezcas recuerda que juntos seremos el mejor crucero de amor que jamás se haya visto en los siete mares...

Después de un largo enfrentamiento .entre las dos tripulaciones, Fausto y galileo derrotaron el enemigo y crispeta derroto a barbas de oro, le corto su pata de palo y la arrojó como signo de triunfo al fondo del mar, se llevó a miel a bordo de su barco y en una tarde soleada y como único escenario el amor se casaron y vivieron muchas aventuras en las aguas azules del planeta tierra.

ACTIVIDADES:

1. Une con líneas la imagen con su significado :



Objeto que utiliza el pirata para observar de lejos sus tesoros o enemigos.



Conjunto de dinero, joyas u otros objetos de valor, reunidos y guardados en un sitio.



Persona que navega por los siete mares en busca de tesoros

2 Se puede hacer un sopa de letras donde se saquen palabras inmersas en el texto como:

L	M	L	A	A	Ñ	J	S	U	D
E	F	I	E	R	O	S	D	D	A
O	O	K	R	A	N	J	R	B	D
N	K	M	A	G	O	L	T	O	A
L	M	P	R	G	N	L	T	P	L
Y	M	U	T	J	O	V	E	N	D
H	M	T	T	G	N	B	B	O	B
A	N	I	M	A	L	E	S	G	J

- LEON 

- MAGO 

FIERA 

6. Atención telefónica:

Se establece una línea móvil de atención al cliente para resolver inquietudes pero así mismo se utiliza para ofertar el producto a diversas entidades educativas o personas.

7. Participación en ferias educativas

CLOUD DIGITAL hace presencia en las ferias educativas programadas por las instituciones y universidades dando a conocer el producto y ofreciendo el servicio de asesoría al mismo.

Cabe resaltar que los anteriores canales de información y distribución del producto se desarrollan inicialmente por el equipo integrador de **CLOUD DIGITAL**, posteriormente al incrementar la cobertura del mercado será necesario la contratación de personal idóneo para la distribución y seguimiento del uso del MED.

Política de Producto.

CLOUD DIGITAL ofrecer al mercado **Material Educativo Digital** pensado para el beneficio de estudiantes de segundo ciclo de básica primaria y a su vez se consolide como una herramienta útil para el desempeño de la labor docente en la promoción del desarrollo de competencias del lenguaje, que le permita enriquecer su práctica pedagógica tanto en el aula como fuera de ella y a su vez desarrolle los contenidos programáticos del currículo con el uso de estrategias metodológicas que incluyan el componente tecnológico e interactivo como parte importante del mismo.

Se describen los atributos específicos que hacen parte del producto:

- ✓ **Interactivo:** Ya que el estudiante recibe una información inmediata del uso del producto en términos de resultados con la interacción del mismo (feedback)
- ✓ **Modular:** En tanto permite una mayor exploración didáctica en la secuencia de actividades para desarrollar
- ✓ **Multimedia:** En donde no solo el texto y las imágenes sino el video y la animación hacen parte de la puesta didáctica que permite vivir a los usuarios del MED una experiencia multisensorial en su proceso de aprendizaje
- ✓ **Flexible:** Ya que se brinda la oportunidad de utilizar el MED en diversos escenarios de aprendizaje: en el espacio del aula de clase, salas de tecnología o sistemas, en casa, en bibliotecas, y puede utilizarse como herramienta pedagógica en el desarrollo del currículo por parte de los docentes

- ✓ **Teórico-Práctico:** Los estudiantes llevan a la práctica las actividades propuestas a partir de la contextualización de las mismas
- ✓ **Actividades diversas:** Con las cuales los estudiantes interactúan desde diferentes acciones a realizar y objetivos por alcanzar
- ✓ **Entorno Visual:** Llamativo con simbología, iconografía y tipografía acordes a la población beneficiaria

Es así como el MED se constituye a partir de características generales como:

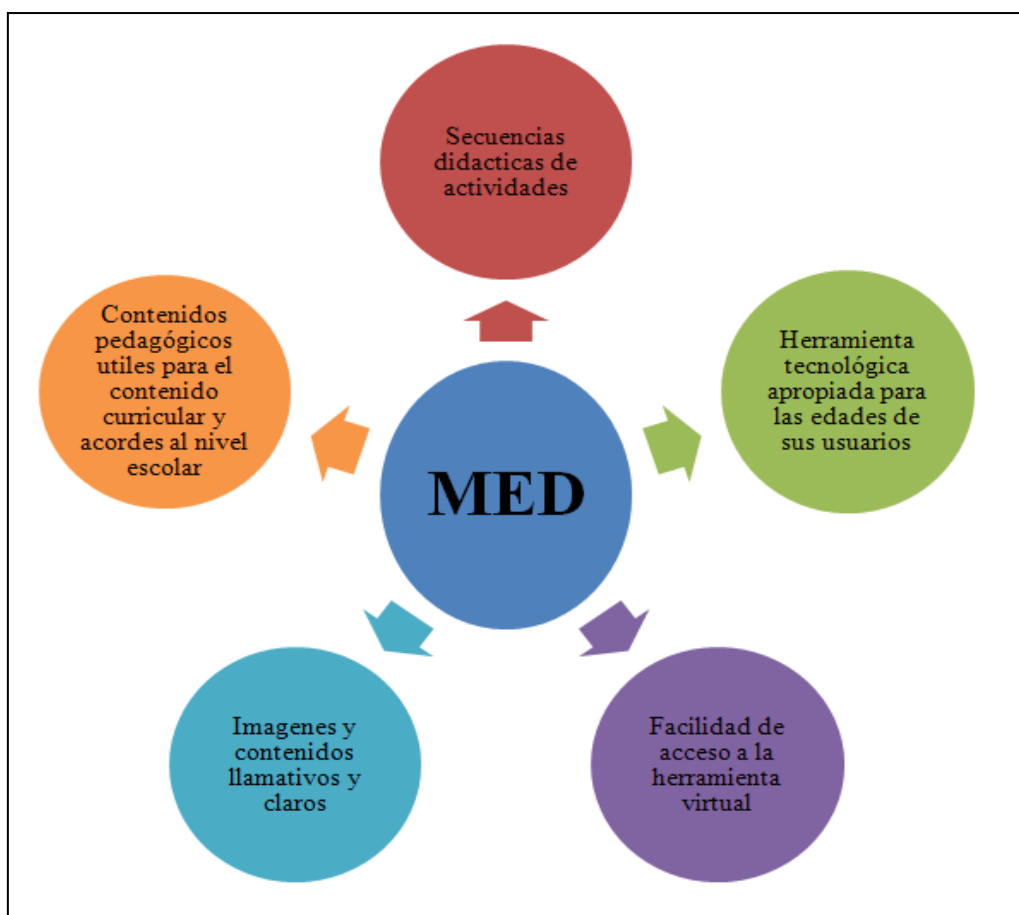


Imagen 11

Política de Precios.

Dentro de la estrategia de marketing se establece una política de Precios donde a partir de la previa entrega en diferentes instituciones de la prueba piloto de nuestro software, se determina un valor comercial del MED en las diferentes instituciones de la localidad de Bosa inicialmente. En este sentido el costo del producto será:

Tabla de precios y condiciones.

Costo	Acceso	Observaciones.
\$60.000	Ilimitado	Acceso a la totalidad de las aplicaciones y contenidos. Accesos a variables y datos del sistema. Asistencia técnica.
\$40.000	Ilimitado.	Publicidad y ventanas emergentes. Accesos a variables y datos del sistema. Asistencia técnica.
\$30.000	Limitado – según especificaciones de contenidos y aplicaciones.	Se limita los accesos a datos y progreso a solo el proceso propio del usuario. Asistencia técnica.
Gratuita	Tiempo Limitado 30 días de prueba.	Publicidad y ventanas emergentes. No tiene acceso a datos de ningún proceso. Se restringe asistencia técnica.

Tabla 1

Estos precios pueden variar según el canal y cliente final, ya que según las características de este podría ser un usuario con acceso individual o tener accesos como cliente institucional lo que implica que sus accesos a la plataforma serán mayores y a su vez reducirá el costo final.

Por tanto las licencias estarán directamente enlazadas a un usuario y una clave, que tendrá un tiempo limitado de funcionamiento, lo que permitirá tanto a los individuos como a las instituciones y a nuestra empresa tener un control sobre las licencias y códigos adquiridos para el uso de las herramientas disponibles.

Estos precios podrían variar ya que estarán ligados en negociaciones que variarían en tiempo de uso, número de usuarios, herramientas necesarias, poblacional que la utilizaran y si sus contenidos serán completos o específicos y si se requiere especificaciones por fuera de las herramientas actuales de la página.

Cada propuesta debe ser desarrollada con anterioridad ya que si se llega en frío sin conocer la población y las necesidades de cada institución, se podría percibir por parte del posible cliente en un gasto innecesario.

El precio full facilitará una navegación completa sin publicidad en ventanas emergentes o contenidos externos a la finalidad de las aplicaciones, lo que será mucho más amigable al momento de interactuar con dichas aplicaciones; por tanto las pruebas y los accesos gratuitos que se generen tendrán publicidad y otras finalidades de un tercero generando ingresos adicionales a la compañía.

Para dar inicio a las operaciones debe estar a un 100% la plataforma tanto en aplicaciones, accesos y servicio técnico; ya que nuestro producto estrella será el acceso full lo cual implica que no hay restricciones y las primeras opiniones serán fundamentales para crear una expectativa con nuestros futuros clientes.

Siendo el plus de nuestras aplicaciones el seguimiento a toda la plataforma, indicando uso de aplicaciones, datos y servicio técnico lo cual nos permitirá enriquecernos de forma intelectual

y de igual manera hacer una exhaustiva recolección de datos para la continua evolución y una posible fuente de investigación.

Este precio es fijado basados en las siguientes variables las cuales serán especificadas en el informe financiero del proyecto.

Variables internas.

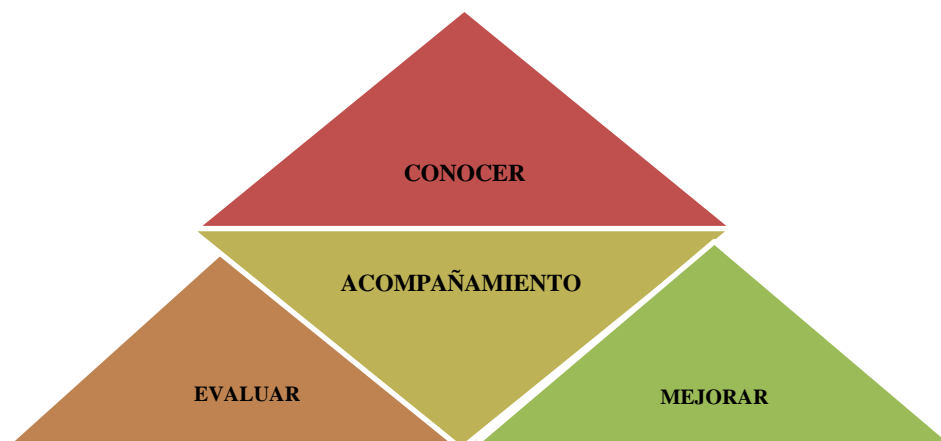
- ✓ Costo de producción.
- ✓ Proyección de ventas.
- ✓ Margen de utilidad esperado.
- ✓ Demanda.
- ✓ Publicidad.

Variables Externas.

- ✓ Nicho de mercado.
- ✓ Ubicación Geográfica.
- ✓ Canales de Distribución.
- ✓ Competencia.

Política de Servicio al Cliente.

En vista de la importancia que tiene los clientes para todo plan de negocios, nuestra política de servicio al cliente se fundamenta principalmente en las siguientes pautas:



- Todos los miembros de **CLOUD DIGITAL** se relacionan de manera respetuosa, íntegra y con espíritu de trabajo en equipo
- Todos los clientes deben ser tratados con total respeto e imparcialidad
- Se brinda asesoría y acompañamiento al cliente vía presencial, telefónica, redes sociales o correo electrónico según la disponibilidad del equipo de trabajo y la necesidad del cliente
- Se brinda a los clientes un producto de calidad
- Todo cliente que aporte referidos recibe un descuento especial en la compra de su producto
- **CLOUD DIGITAL** se esfuerza constantemente por ofrecer a sus clientes un software con las condiciones tecnológicas y pedagógicas necesarias para el éxito en el desarrollo de las actividades por parte de los estudiantes
- Confiabilidad y apropiación responsable del uso de la información de las bases de datos de los clientes

Proyección de Ventas.

Partiendo del costo de venta del material educativo digital y las características del mercado potencial con quien se oferta nuestro producto, se estima un total de ventas mensuales por unidad de producto así:

Material Educativo Digital.	Ventas mensuales:
Costo de Venta: \$60.000	200 unidades

PLAN OPERATIVO

La materia prima que se invierte en este proyecto es:

1. Computadora de 1 Tb. Con 16 RAM, INTEL CORE I7
 2. El beneficio tangible es el ahorro de recursos de papelería y artículos de oficina
 - a) Requerimiento de browser del cliente.
 - b) Requerimientos de base de datos.
 - c) Software del servidor.
 - d) Servidor UNIX/Linux.
 - e) Servidor Windows.
-
- 2) Precio/Licenciamiento
 - a) Costos.
 - b) Software libre.
 - c) Open source.
 - d) Versiones.

DATOS POR VIATICOS - VISITA (COMIDA - TRANSPORTE)		
PERSONA	CANTIDAD	TOTAL
4	\$12.000	\$48.000

EQUIPO PARA EL DESARROLLO DE SOFTWARE EDUCATIVO		
1	Computadora de 1 Tb. Con 16 RAM, INTEL CORE I7	\$ 2.000.000

PROGRAMAS PARA EL DESARROLLO DEL SOFTWARE EDUCATIVO		
1	JCLIC	GRATUITO

Materia prima.

Licencia servers ultimate:

Su función principal es la de ser utilizado como servidor sin limitaciones de espacio y de puntos de acceso.

Licencia para lenguaje de programación java:

Es un lenguaje de programación de propósito general.

Licencia Professional Android:

Es un conjunto de herramientas para el desarrollo de aplicaciones y ejecución de emuladores el cual es compatible para cualquier dispositivo móvil con sistema operativo android.

Computador.

Será el elementó donde se hará el desarrollo y pruebas a proyectos de la compañía.





Se especifica que la materia prima para este proyecto varía según la cantidad de licencias que quisiéramos obtener respecto al crecimiento de la organización, por tal motivo, al iniciar este proyecto solo será necesario una licencia por herramienta y a medida que se vea un aumento en los proyectos y en las necesidades de la organización se deberán obtener adicionalmente equipos de cómputo con las licencias respectivas.

La variación de las materias primas es mínima lo cual implicara que los escenarios que serán manejados para proyecciones no se verán afectados de mayor manera.

Insumos.

Papelería, Servicios públicos, Equipos de oficina, Oficina

Diagrama de análisis del procesos

CLOUD DIGITAL		
DIAGRAMA 1	RESUMEN	
Producto: Programación y elaboración de aplicaciones.	Actividad:	Propuesto:
Actividad: Diseño y programación		Tiempo hombre:
Lugar: Oficina central	Operaciones. 	160 horas
	Trasporte. 	
Operarios: vea ficha de observaciones.	Espera. 	
	Inspección. 	


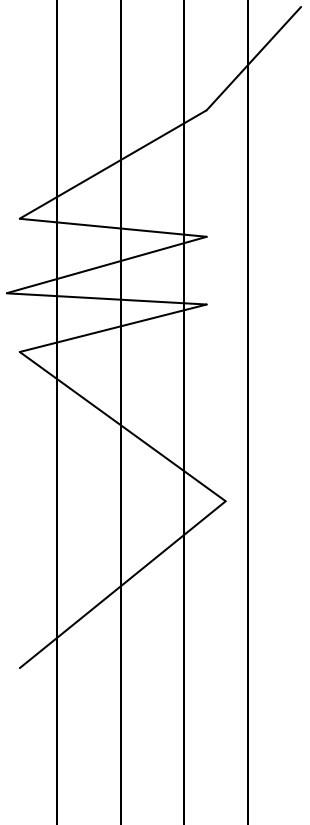
<p>Compuesto y aprobado por</p> <p>Adriana Benavides, Sandra Gonzales, Lyda luz Garzón, Maryuri Ávila 01/08/2015</p>	<p>Almacenamiento. ▲</p>					
Descripción:	Responsable	Horas Hombre				
<p>1) Compra de licencias.</p> <p>2) Se verifica el acceso a programas obtenidos.</p> <p>3) Diseño de aplicación.</p> <p>4) Desarrollo de aplicaciones.</p> <p>5) Prueba de aplicaciones desde varios dispositivos.</p> <p>6) Actualización de aplicaciones en plataformas virtuales.</p>	<p>Programador</p> <p>programador</p> <p>Diseñador</p> <p>Programador</p> <p>Administrador, diseñador, programador</p> <p>Administrador</p>	<p>1</p> <p>7</p> <p>48</p> <p>48</p> <p>48</p> <p>8</p>				

Tabla 2.

Costos Generales.

Referencia.	Costos.	Periodicidad.
-------------	---------	---------------

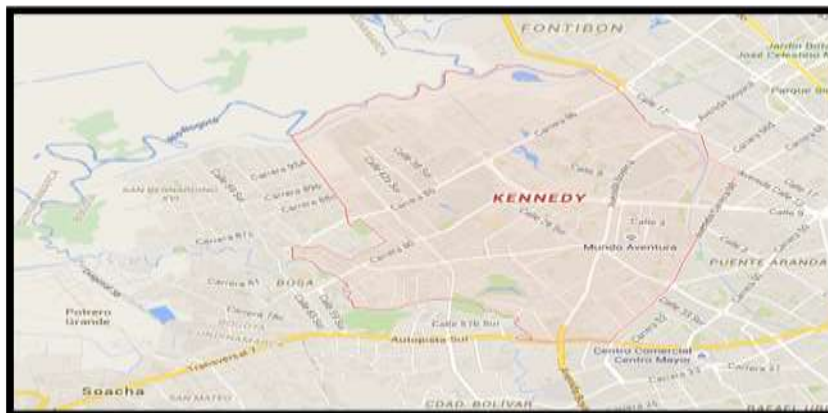
Computador.	\$1`700.000	Único pago
Papelería.	\$200.000	Trimestral
Servicios públicos.	\$460.000	Mensual
Equipos de oficina.	\$1`800.000	Único pago

Tabla 3

Proveedores:

Google play, Carvajal Pulpa y Papel, Epson Colombia, Intermedia Desing office.

Localización.



Nuestra empresa se encontrara ubicada en el barrio Castilla en la localidad de Kennedy.

Ventajas: Es una de las localidades más pobladas de Bogotá.

Limita con: Fontibón al norte, Bosa al sur, Puente Aranda, Tunjuelito y Ciudad Bolívar

ASPECTOS LEGALES Y RECURSOS HUMANOS

En toda organización ya sea empresarial o social el recurso humano es uno de sus mayores activos, ya es partir del grupo de personas que la conforman que tanto la Misión y Visión encuentran cumplimiento. En este apartado se tendrán en cuenta aspectos tan importantes como el personal, organigrama, las condiciones laborales del personal, que posibiliten la actividad económica de **CLOUD DIGITAL**.

Personal:

<i>PROFESIONAL DEL EQUIPO</i>	<i>FORMACIÓN Y APTITUDES</i>	<i>CARGO A DESEMPEÑAR:</i>
Adriana Benavides	Lic. en Lengua Castellana y Comunicaciones. -Posee grandes habilidades comunicativas en su entorno - Muestra gran sentido de responsabilidad - Cuenta con amplia experiencia en el ejercicio docente	Miembro del Equipo Creativo y Producción
Sandra González	Lic. en Preescolar - Docente con amplia experiencia en su ejercicio docente - Muestra gran sentido de responsabilidad.	Miembro del Equipo Creativo y Producción

	- Propicia la comunicación	
Lida Luz Garzón	<p>Lic. en Preescolar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Docente con amplia experiencia en su ejercicio docente - Cuenta con experiencia en el ámbito administrativo y directivo del sector educativo y social - Propicia la comunicación 	Gerente Administrativa
Maryuri Ávila Torres	<p>Lic. Psicología y Pedagogía</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posee grandes habilidades comunicativas siendo asertiva en sus intervenciones - Cuenta con experiencia en el ámbito administrativo y directivo del sector educativo y social - Direcciona procesos pedagógicos dando herramientas de apoyo y acompañamiento 	Gerente Financiera y asesora pedagógica.

Tabla 4.

Organigrama.

La estructura organizacional para la conformación de **CLOUD DIGITAL** es:



Imagen 13

CARGO.	FUNCIONES PRINCIPALES.
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> - Dirige y coordina las gestiones administrativas - Define el derrotero de comercialización del materia educativo digital - Verifica el cumplimiento de las funciones de las gestiones financiera y diseño - Vela por el cumplimiento de la Misión y Visión organizacionales
GERENTE	<ul style="list-style-type: none"> - Dirige y coordina las gestiones financieras - Controla los procesos de comercialización del materia educativo digital - Verifica el cumplimiento de las funciones de las gestiones financiera y diseño

FINANCIERA	- Vela por el cumplimiento de la Misión y Visión organizacionales
INVESTIGADORA	- Controla los procesos de comercialización del materia educativo digital - Verifica el cumplimiento de las funciones de las gestiones financiera y diseño - Vela por el cumplimiento de la Misión y Visión organizacionales - Diseña las actividades propias del material educativo digital
VENTAS E INVESTIGACION	- Controla los procesos de comercialización del materia educativo digital - Verifica el cumplimiento de las funciones de las gestiones financiera y diseño - Vela por el cumplimiento de la Misión y Visión organizacionales - Diseña las actividades propias del material educativo digital

Tabla 5

Condiciones laborales del personal:**Contrato laboral**

Entidad contratante: Cloud digital	Contrato por término indefinido	N° 001 De: Agosto 22 de 2015
Empleado(a): Adriana Benavidez CC		
Representante legal: Lyda Luz Garzón Poveda CC 52 370 929 Bta. Quien hará las veces de empleador.		
Ingreso mensual: \$1.300.000 En letras: UN MILLON TRECIENTOS MIL PESOS M/C.		
Objeto Contractual: Prestar los servicios como profesional de investigación en educación básica primaria en el área de investigación.		
CONSIDERACIONES		

ARTICULO 47.**Contrato por término indefinido: del Decreto 2351 de 1965.**

1. El contrato de trabajo no estipulado a término fijo o cuya duración no esté determinada por la de la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio, será contrato a término indefinido.

2. El contrato a término indefinido tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo. Con todo, el trabajador podrá darlo por terminado mediante aviso escrito con la antelación no inferior a treinta (30) días, para que el empleador lo reemplace. En caso de no dar el aviso oportunamente o de cumplirse solo parcialmente, se aplicará lo dispuesto en el artículo 8o, numeral 7o, para todo el tiempo, o para el lapso dejado de cumplir. Texto original del Código Sustantivo del Trabajo: ARTÍCULO 47.

PLAZO PRESUNTIVO. Los contratos cuya duración no haya sido expresamente estipulada o no resulte de la naturaleza de la obra o servicio que debe ejecutarse, se presumen celebrados por términos sucesivos de seis (6) en seis (6) meses.

ARTICULO 5.

1. El contrato de trabajo no estipulado a término fijo o cuya duración no esté determinada por la de la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio, será contrato a término indefinido.

2. El contrato a término indefinido tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo. Con todo, el trabajador podrá darlo por terminado mediante aviso escrito con la antelación no inferior a treinta (30) días, para que el empleador lo reemplace. En caso de no dar el aviso oportunamente o de cumplirse solo parcialmente, se aplicará lo dispuesto en el artículo 8o, numeral 7o, para todo el tiempo, o para el lapso dejado de cumplir.

ARTICULO 6. TERMINACION DEL CONTRATO.

1. El contrato de trabajo termina:

a). Por muerte del trabajador; b). Por mutuo consentimiento; c). Por expiración del plazo fijo pactado; d). Por terminación de la obra o labor contratada; e). Por liquidación o clausura definitiva de la empresa o establecimiento; f). Por suspensión de actividades por parte del empleador durante más de ciento veinte (120) días; g). Por sentencia ejecutoriada; h). Por decisión unilateral en los casos, de los artículos 7o. y 8o., de este Decreto; i). Por no regresar el trabajador a su empleo, al desaparecer la causa de la suspensión del contrato. 2. En los casos contemplados en los literales e) y f) de este artículo, el patrono debe notificar al trabajador la fecha precisa de la suspensión de actividades o de la liquidación definitiva de la empresa. Texto original del Código Sustantivo del Trabajo: ARTÍCULO 48.

ARTICULO 50. REVISION. Todo contrato de trabajo es revisable cuando quiera que sobrevengan imprevisibles y graves alteraciones de la normalidad económica. Cuando no haya acuerdo entre las partes acerca de la existencia de tales alteraciones, corresponde al la justicia del Trabajo decidir sobre ella y, mientras tanto, el contrato sigue en todo su vigor.

ARTICULO 51. SUSPENSION. El contrato de trabajo se suspende: 1. Por fuerza mayor o caso fortuito que temporalmente impida su ejecución. 2. Por la muerte o la inhabilitación del empleador, cuando éste sea una persona natural y cuando ello traiga como consecuencia necesaria y directa la suspensión temporal del trabajo. 3. Por suspensión de actividades o clausura temporal de la empresa, establecimiento o negocio, en

todo o en parte, hasta por ciento veinte (120) días por razones técnicas o económicas u otras independientes de la voluntad del empleador, mediante autorización previa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. De la solicitud que se eleve al respecto el empleador deberá informar en forma simultánea, por escrito, a sus trabajadores. 4. Por licencia o permiso temporal concedido por el empleador al trabajador o por suspensión disciplinaria. 5. Por ser llamado el trabajador a prestar el servicio militar. En este caso el empleador está obligado a conservar el puesto del trabajador hasta por {treinta (30) días} después de terminado el servicio. Dentro de este término el trabajador puede reincorporarse a sus tareas, cuando lo considere conveniente, y el empleador está obligado a admitirlo tan pronto como éste gestione su reincorporación. 6. 6. Por detención preventiva del trabajador o por arresto correccional que no exceda de ocho (8) días por cuya causa no justifique la extinción del contrato. 7. Por huelga declarada en la forma prevista en la Ley. Texto original del Código Sustantivo del Trabajo:

ARTICULO 51.

SUSPENSION. El contrato de trabajo se suspende: 1. Por fuerza mayor o caso fortuito que temporalmente impida su ejecución. 2. Por la muerte o la inhabilitación del patrono, cuando éste sea una persona natural y cuando ella traiga como consecuencia necesaria y directa la suspensión temporal del trabajo. 3. Por suspensión de actividades o clausura temporal de la empresa, establecimiento o negocio, en todo o en parte, hasta por ciento veinte (120) días y por razones técnicas o económicas, independientes de la voluntad del patrono, siempre que se notifique a los trabajadores la fecha precisa de la suspensión o clausura temporal, con anticipación no inferior a un (1) mes, o pagándoles los salarios correspondientes a este período. 4. Por licencia o permiso temporal concedido por el patrono al trabajador o por suspensión disciplinaria. 5. Por ser llamado el trabajador a prestar el servicio militar. En este caso el patrono está obligado a conservar el puesto al trabajador hasta por treinta (30) días después de terminado el servicio. Dentro de esos treinta (30) días el trabajador puede reincorporarse a sus tareas, cuando lo considere conveniente, y el patrono está obligado a admitirlo tan pronto como éste gestione su reincorporación. 6. Por detención preventiva del trabajador o por arrestos correccionales que no excedan de ocho (8) días y cuya causa no justifique la extinción del contrato. 7. Por huelga declarada en la forma prevenida por la Ley.

ARTICULO 52. REANUDACION DEL TRABAJO. Desaparecidas las causas de la suspensión temporal del trabajo, el empleador debe avisar a los trabajadores, en los casos de que tratan los tres (3) primeros ordinales del artículo anterior, la fecha de la reanudación del trabajo, mediante notificación personal o avisos publicados no menos de dos veces en un periódico de la localidad, y debe admitir a sus ocupaciones anteriores a todos los trabajadores que se presenten dentro de los tres (3) días siguientes a la notificación o aviso. Texto modificado por el Decreto 3743 de 1950: **ARTICULO 52. REANUDACION DEL TRABAJO.** Desaparecidas las causas de la suspensión temporal del trabajo, y si esta suspensión excede de ocho (8) días, el patrono debe avisar a los trabajadores, en los casos de que tratan los tres primeros ordinales del artículo anterior, la fecha de la reanudación del trabajo, mediante notificación personal o avisos publicados no menos de dos (2) veces en un periódico de la localidad, y debe admitir a sus ocupaciones anteriores a todos los trabajadores que se presenten dentro de los tres (3) días siguientes a la notificación o aviso. Texto original Código Sustantivo del Trabajo: **ARTICULO 52. REANUDACION DEL TRABAJO.** Desaparecidas las causas de la suspensión temporal del trabajo, y si esta suspensión excede de ocho (8) días, el patrono debe avisar a los trabajadores, en los casos de que tratan los tres primeros ordinales del artículo anterior, la fecha de la reanudación del trabajo, mediante notificación personal o avisos publicados no menos de dos (2) veces en un periódico de la localidad, y debe admitir a sus ocupaciones anteriores a todos los trabajadores

que se presenten dentro de los tres (3) días siguientes a la notificación o aviso.

ARTICULO 53. EFECTOS DE LA SUSPENSION. Durante el período de las suspensiones contempladas en el artículo 51 se interrumpe para el trabajador la obligación de prestar el servicio prometido, y para el {empleador} la de pagar los salarios de esos lapsos, pero durante la suspensión corren a cargo del {empleador}, además de las obligaciones ya surgidas con anterioridad, las que le correspondan por muerte o por enfermedad de los trabajadores. Estos períodos de suspensión pueden descontarse por el {empleador} al liquidar vacaciones, cesantías y jubilaciones.

Obligaciones contractuales del empleado:

1. Participar en la construcción, evaluación, actualización e implementación de MED a la luz de la implementación de las TIC en la educación.
2. Diseñar de manera articulada con el equipo de trabajo las acciones necesarias para el desarrollo e implementación del plan de trabajo, guías, software entre otros que propendan en el desarrollo de estrategias de apoyo educativos.
3. Registrar, sistematizar de manera continua los avances y hallazgos de investigación diligenciando los instrumentos creados para tal fin.
4. Asistir y participar en las jornadas de cualificación del personal programadas por gerencia y talento humano.
5. Conocer, apropiarse e implementar dentro de sus competencias las leyes, los lineamientos, estándares educativos.
6. Los derechos de propiedad intelectual sobre las investigaciones que se lleven a cabo serán de propiedad de cloud digital.
7. El empleado deberá guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre las investigaciones, información y otras que propendan en el desarrollo e implementación de MED en cloud digital.
8. Hacer buen uso de los instrumentos y equipos a su cargo para el desarrollo de las obligaciones contractuales.
9. Mantener las mejores relaciones con el talento humano de cloud digital con el fin de mantener un excelente clima laboral.

10. Conocer, interiorizar y poner en práctica el manual de convivencia de cloud digital.

Son obligaciones contractuales del empleador:

1. Cancelar la remuneración acordado mensualmente durante los 5 primeros días de cada mes consignando en la cuenta de nómina creada para tal fin.
2. Suministrar la información requerida para el desarrollo de sus funciones.
3. Suministrar a los empleados los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
4. Brindar a los empleados los elementos adecuados de protección contra los accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar inmediatamente los primeros auxilios en caso de accidente o de enfermedad.
4. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias en los casos contemplados por la ley y con los soportes pertinentes.
7. Dar al trabajador que lo solicite, una certificación laboral.
8. Pagar al trabajador subsidio de transportes.
9. Afiliar al empleado a la EPS, Fondo de pensiones, ARL y Caja de compensación, realizando los aportes en los tiempos establecidos por la ley.
10. Cumplir el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

Tabla 6

Condiciones Laborales.		
CARGO	HORARIO LABORAL	TIPO DE CONTRATO Y REMUNERACION SALARIAL
Lida Luz Garzón Gerente Administrativa	Lunes a Viernes 7:00am – 4:00 pm	Contrato a término indefinido + prestaciones sociales. Salario: \$ 1.000.000
Maryuri Ávila Gerente Financiera	Lunes a Viernes 7:00am – 4:00 pm	Contrato a término indefinido + prestaciones sociales. Salario: \$ 700.000
Adriana Benavides Diseñadora	Lunes a Viernes 7:00am – 4:00 pm	Contrato a término indefinido + prestaciones sociales. Salario: \$ 1.300.000
Sandra González Diseñadora	Lunes a Viernes 7:00am – 4:00 pm	Contrato a término indefinido + prestaciones sociales. Salario: \$ 1.300.000

Tabla 7

NOMINA MENSUAL DEL 1 AL 30 DE SEPTIEMBRE DEL 2015

CO D	NOMBRE Y APELLIDO	CARGO	BASIC O	OTROS INGRESOS	AUX.TRA NS	D.TR AB	H.E. D.	H.E. N.	TOTAL DEVENGADO	D.SAL UD	D.PENSI ON	NETO A PAGAR
1	MaryuryÁvila	Financiera	70000 0	0	74000	30	0	0	774000	28000	28000	726000
2	Adriana Benavides	Investigadora	13000 00	0	0	30	0	0	1300000	52000	52000	1196000
3	Lyda Garzón Poveda	Gerente	10000 00	0	74000	30	0	0	1074000	40000	40000	994000
4	Sandra Gonzalez	Investigadora	13000 00	0	0	30	0	0	1300000	52000	52000	1196000
5	Marysol herrera	Vendedora	64435 0	2% sobre ventas\$80.0 00	74000	30	0	0	798350	25800	25800	\$746'750
6	Laura Sambrano	Servicios generales	64435 0	0	74000	30	0	0	718350	25800	25800	666750
	GRAN TOTAL											5525500

Tabla 8

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Para la consolidación de **CLOUD DIGITAL** el capital financiero se constituye en un eje fundamental para el desarrollo de nuestra actividad económica, así como determinar su viabilidad; en este apartado se evidencian todos los recursos económicos y de inversión necesarios para la producción y comercialización de nuestro material educativo digital, estos recursos se discriminan en aspectos como: la inversión inicial, el presupuesto de compras y ventas, los gastos de funcionamiento, el balance general inicial, el estado de resultados, y el flujo de caja.

Proyecciones e Inversión Inicial.

Propiedad de Fonade								
	Un.	0	1	2	3	4	5	
Variables Macroeconómicas								
Inflación	%		3,50%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	
Devaluación	%		2,16%	1,85%	2,17%	2,68%	3,00%	
PAGG	%		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
IPP	%		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	
Crecimiento PIB	%		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	
DTF T.A.	%		6,00%	6,00%	7,00%	8,00%	9,00%	
Ventas, Costos y Gastos								
Precio Por Producto								
Precio Producto 1	\$/ unid		60.000	61.800	63.500	65.400	67.500	
Unidades Vendidas por Producto								
Ventas Producto 1	unid		2.400	2.470	2.540	2.620	2.700	
Total Ventas								
Precio Promedio	\$		60.000,0	61.800,0	63.500,0	65.400,0	67.500,0	
Ventas	unid		2.400	2.470	2.540	2.620	2.700	
Ventas	\$		144.000.000,0	152.646.000,0	161.290.000,0	171.348.000,0	182.250.000,0	

Rebajas en Ventas						
Rebaja	% vent as		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Costos Unitarios Materia Prima						
Costo Materia Prima Producto 1	\$/ unid .		4.447	4.647	4.856	5.075
Costos Unitarios Mano de Obra						
Costo Mano de Obra Producto 1	\$/ unid .		13.500	14.108	14.743	15.406
Costos Variables Unitarios						
Materia Prima (Costo Promedio)	\$/ unid .		4.447,0	4.647,0	4.856,0	5.075,0
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$/ unid .		13.500,0	14.108,0	14.743,0	15.406,0
Materia Prima y M.O.	\$/ unid .		17.947,0	18.755,0	19.599,0	20.481,0
Otros Costos de Fabricación						
Otros Costos de Fabricación	\$		8.000	8.000	8.000	8.000
Costos Producción Inventariables						
Materia Prima	\$	10.672.800	11.478.090	12.334.240	13.296.500	14.318.100
Mano de Obra	\$	32.400.000	34.846.760	37.447.220	40.363.720	43.467.300
Materia Prima y M.O.	\$	43.072.800	46.324.850	49.781.460	53.660.220	57.785.400
Depreciación	\$	896.050	1.203.711	1.514.554	1.828.676	2.146.174
Agotamiento	\$	0	0	0	0	0
Total	\$	43.968.850	47.528.561	51.296.014	55.488.896	59.931.574
Margen Bruto	\$	69,47%	68,86%	68,20%	67,62%	67,12%
Gastos Operacionales						
Gastos de Ventas	\$	300.000	313.500	327.608	342.350	357.756
Gastos Administración	\$	24.120.760	25.341.206	26.624.672	27.974.481	29.394.133
Total Gastos	\$	24.420.760	25.654.706	26.952.280	28.316.831	29.751.889
Capital de Trabajo						

Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	días		1	1	1	1	1
Cartera Clientes	\$	0	400.000	424.017	448.028	475.967	506.250
Cartera Clientes (Var.)	\$		-400.000	-24.017	-24.011	-27.939	-30.283
Provisión Cuentas por Cobrar	%		2%	2%	2%	2%	2%
Provisión C. por Cobrar	\$		8.000	8.480	8.961	9.519	10.125
Provisión Período	\$		8.000	480	480	559	606
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		2	2	2	2	2
Invent. Prod. Final	\$	0	244.271	264.048	284.978	308.272	332.953
Invent. Prod. Final Variación	\$		-244.271	-19.776	-20.930	-23.294	-24.682
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		1	1	1	1	1
Invent. Prod. Proceso	\$	0	122.136	132.024	142.489	154.136	166.477
Invent. Prod. Proceso Variación	\$		-122.136	-9.888	-10.465	-11.647	-12.341
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		1	1	1	1	1
Invent. Materia Prima	\$	0	29.647	31.884	34.262	36.935	39.773
Invent. Materia Prima Variación	\$		-29.647	-2.237	-2.378	-2.673	-2.838
Total Inventario	\$		396.054	427.955	461.729	499.342	539.202
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	0	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		30	45	60	60	60
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	3.589.400	5.790.606	8.296.910	8.943.370	9.630.900
Cuentas por Pagar Proveedores (Var.)	\$		3.589.400	2.201.206	2.506.304	646.460	687.530
Activos iniciales							

Maquinaria y Equipo							
Valor Ajustado	\$	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000
Depreciación Período	\$		190.000	190.000	190.000	190.000	190.000
Depreciación acum.	\$		190.000	380.000	570.000	760.000	950.000
Valor neto	\$		1.710.000	1.520.000	1.330.000	1.140.000	950.000
Muebles y Enseres							
Valor Ajustado	\$	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depreciación Período	\$		400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Depreciación acum.	\$		400.000	800.000	1.200.000	1.600.000	2.000.000
Valor neto	\$		1.600.000	1.200.000	800.000	400.000	0
Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	1.900.000	1.957.000	1.957.000	1.957.000	1.957.000	1.957.000
Muebles y Enseres	\$	2.000.000	500.000	515.000	530.450	546.364	562.754
Total Inversiones	\$		2.457.000	2.472.000	2.487.450	2.503.364	2.519.754
Otros Activos							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Variación			0	0	0	0	0
Impuestos							
Renta							
Patrimonio	\$	25.000.000	75.705.858	128.989.895	187.165.389	248.491.560	313.335.026
Renta Presuntiva sobre patrimonio Líquido	%		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Renta Presuntiva	\$		750.000	2.271.176	3.869.697	5.614.962	7.454.747
Renta Líquida	\$		75.680.386	79.528.413	83.107.849	87.608.815	92.633.523
Renta Presuntiva	%		33,00%	33,00%	30,00%	30,00%	30,00%
Impuesto Renta	\$		24.974.527	26.244.376	24.932.355	26.282.645	27.790.057
Impuestos por Pagar	\$		24.974.527	26.244.376	24.932.355	26.282.645	27.790.057
Pago de Impuesto Renta	\$		0	24.974.527	26.244.376	24.932.355	26.282.645
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Capital Adicional Socios	\$						
Obligaciones Fondo Emprender	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0

Balance general.

Activo Corriente						
Efectivo	21.100.000	97.934.786	153.291.991	211.556.944	274.065.082	340.584.781
Cuentas X Cobrar	0	400.000	424.017	448.028	475.967	506.250
Provisión Cuentas por Cobrar		-8.000	-8.480	-8.961	-9.519	-10.125
Inventarios MP e Insumos	0	29.647	31.884	34.262	36.935	39.773
Inventarios de Producto en Proceso	0	122.136	132.024	142.489	154.136	166.477
Inventarios Producto Terminado	0	244.271	264.048	284.978	308.272	332.953
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	21.100.000	98.722.840	154.135.483	212.457.740	275.030.872	341.620.108
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	1.900.000	3.532.946	4.954.535	6.174.554	7.193.001	8.009.878
Muebles y Enseres Neto	2.000.000	2.014.000	1.934.860	1.762.361	1.493.702	1.125.998
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	3.900.000	5.546.946	6.889.395	7.936.914	8.686.703	9.135.875
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	25.000.000	104.269.786	161.024.878	220.394.654	283.717.575	350.755.983
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	3.589.400	5.790.606	8.296.910	8.943.370	9.630.900
Impuestos X Pagar	0	24.974.527	26.244.376	24.932.355	26.282.645	27.790.057
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	0	28.563.927	32.034.983	33.229.265	35.226.015	37.420.957
Patrimonio						
Capital Social	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	5.070.586	10.398.990	12.500.000	12.500.000
Utilidades Retenidas	0	0	45.635.272	93.590.906	149.665.389	210.991.560
Utilidades del Ejercicio	0	50.705.858	53.284.037	58.175.494	61.326.171	64.843.466
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	25.000.000	75.705.858	128.989.895	187.165.389	248.491.560	313.335.026
TOTAL PAS + PAT	25.000.000	104.269.786	161.024.878	220.394.654	283.717.575	350.755.983

Estado de Resultados.

	1	2	3	4	5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	144.000.00 0	152.646.00 0	161.290.00 0	171.348.00 0	182.250.00 0
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	43.072.800	46.324.850	49.781.460	53.660.220	57.785.400
Depreciación	896.050	1.203.711	1.514.554	1.828.676	2.146.174
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Utilidad Bruta	100.023.15 1	105.109.44 0	109.985.98 6	115.851.10 4	122.310.42 6
Gasto de Ventas	300.000	313.500	327.608	342.350	357.756
Gastos de Administracion	24.120.760	25.341.206	26.624.672	27.974.481	29.394.133
Provisiones	8.000	480	480	559	606
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	75.594.391	79.454.253	83.033.226	87.533.714	92.557.931
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	85.995	74.160	74.624	75.101	75.593
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	85.995	74.160	74.624	75.101	75.593
Utilidad antes de impuestos	75.680.386	79.528.413	83.107.849	87.608.815	92.633.523
Impuestos (35%)	24.974.527	26.244.376	24.932.355	26.282.645	27.790.057
Utilidad Neta Final	50.705.858	53.284.037	58.175.494	61.326.171	64.843.466

Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		75.594.391	79.454.253	83.033.226	87.533.714	92.557.931
Depreciaciones		896.050	1.203.711	1.514.554	1.828.676	2.146.174
Provisiones		8.000	480	480	559	606
Impuestos		0	24.974.527	26.244.376	24.932.355	26.282.645
Neto Flujo de Caja Operativo		76.498.440	55.683.917	58.303.884	64.430.594	68.422.066
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		-400.000	-24.017	-24.011	-27.939	-30.283
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		-29.647	-2.237	-2.378	-2.673	-2.838
Variación Inv. Prod. En Proceso		-122.136	-9.888	-10.465	-11.647	-12.341
Variación Inv. Prod. Terminados		-244.271	-19.776	-20.930	-23.294	-24.682
Variación Cuentas por Pagar		3.589.400	2.201.206	2.506.304	646.460	687.530
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	2.793.346	2.145.288	2.448.519	580.907	617.387
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	1.900.000	1.957.000	1.957.000	1.957.000	1.957.000	1.957.000
Inversión en Muebles	2.000.000	-500.000	-515.000	-530.450	-546.364	-562.754
Inversión Activos Fijos	3.900.000	2.457.000	2.472.000	2.487.450	2.503.364	2.519.754
Neto Flujo de Caja Inversión	3.900.000	336.346	-326.712	-38.931	1.922.456	1.902.368
Flujo de Caja Financiamiento						
Capital	25.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	25.000.000	0	0	0	0	0
Neto Periodo	21.100.000	76.834.786	55.357.205	58.264.953	62.508.138	66.519.699
Saldo anterior		21.100.000	97.934.786	153.291.991	211.556.944	274.065.082
Saldo siguiente	21.100.000	97.934.786	153.291.991	211.556.944	274.065.082	340.584.781

ANALISIS DE RIESGO

En el interior de toda organización confluyen muchos factores que pueden beneficiar a no el desempeño de las labores y alcance de las metas propuestas, en este sentido el análisis de riesgos pretende identificar de manera general cuales serían los posibles riesgos a los cuales podría enfrentarse **CLOUD DIGITAL** en el ejercicio de su actividad económica con el objeto de prevenir situaciones futuras que podrían ser desafortunadas.

- La caída de los precios en mercado
- Sobrealza en el costo de vida
- Disminución del mercado potencial
- Dificultades con el suministro de la red de Internet
- Saturación de la red de usuarios cibernéticos
- Dificultades con la ejecución del Software
- Sobrecarga de actividades alternas a las laborales, lo que puede ocasionar incumplimiento.

Cada una de las anteriores situaciones pueden prevenirse en la medida que el equipo humano que conforma **CLOUD DIGITAL** no solo cumpla las funciones asignadas sino además contribuya de manera asertiva para el logro de metas comunes como:

- Mantener reservas de capital o activos para suplir en momentos que se requiera
- Mantener siempre relaciones laborales de respeto, colaboración y tolerancia
- Informar oportunamente sobre alguna novedad en cuanto al producto ofertado
- Prever con plan B y C, si el plan original falla

- Trabajar siempre en equipo

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

En aras de atender necesidades hoy por hoy muy importantes dentro de las comunidades como lo son aquellas que propendan por la calidad de vida para un desarrollo humano integral y la preservación del medio ambiente CLOUD DIGITAL vincula de manera directa el desarrollo mismo de nuestra actividad económica con elementos tan importantes como la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social. Estos dos elementos combinados dentro de nuestro proyecto productivo generan un mayor impacto dentro del mercado educativo en el que hacemos presencia, ya que este sector es uno de los principales actores frente a lo que cuidado del entorno físico y social se refiere. Es claro que toda actividad humana tiene la responsabilidad no solo de preservar los recursos sino además mejorar la calidad de todos en el entorno. Es decir que toda entidad, empresa o institución debe y tiene la obligación legal de velar por un ambiente sano indistintamente de la actividad económica que esta realice.

CLOUD DIGITAL como empresa con ánimo de lucro y preocupada por la preservación del medio ambiente y el buen uso de los recursos considera lo expuesto en la Ley 1341 del 30 de julio de 2009 donde en sus principios orientadores numeral 2 insta a toda organización empresarial a dar: *“Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos. El Estado fomentará el despliegue y uso eficiente de la infraestructura para la provisión de redes de telecomunicaciones y los servicios que sobre ellas se puedan prestar, y promoverá el óptimo aprovechamiento de los recursos escasos con el ánimo de generar competencia, calidad y eficiencia, en beneficio de los usuarios, siempre y cuando se remunere dicha infraestructura a*

costos de oportunidad, sea técnicamente factible, no degrade la calidad de servicio que el propietario de la red viene prestando a sus usuarios y a los terceros, no afecte la prestación de sus propios servicios y se cuente con suficiente infraestructura, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y la remuneración a costos eficientes del acceso a dicha infraestructura. Para tal efecto, dentro del ámbito de sus competencias, las entidades de orden nacional y territorial están obligadas a adoptar todas las medidas que sean necesarias para facilitar y garantizar el desarrollo de la infraestructura requerida, estableciendo las garantías y medidas necesarias que contribuyan en la prevención, cuidado y conservación para que no se deteriore el patrimonio público y el interés general.”

Nuestra organización desarrolla su actividad económica no solo en función de atender una necesidad educativa en los procesos de enseñanza-aprendizaje sino también reconociendo la relevancia de impactar positivamente nuestro entorno a partir del aprovechamiento eficiente de los recursos físicos con los que contamos, es así como propendemos por el cuidado tanto de los equipos con los cuales se diseña el Material Educativo Digital sino además, realizando las debidas y oportunas revisiones requeridas por las empresas prestadoras de servicios como telecomunicaciones (telefonía e internet) y energía .

Por lo anterior podemos decir que CLOUD DIGITAL genera un impacto ambiental positivo en tanto nuestra empresa no diseña su línea de producto con material impreso (papel) lo que implica una significativa reducción de uso del recurso en un 95%, de otra parte es importante destacar que el gasto de energía generado por el uso de los equipos tecnológicos es mínimo ya que estos recursos físicos incorporan dentro de su hardware toda la infraestructura necesaria para un mayor ahorro del consumo y amigables con el medio ambiente. Es claro que

nuestra organización está en la obligación de contribuir de manera responsable con la preservación del entorno, respondiendo a la cada vez mayor crisis ambiental que gracias al calentamiento global se viene presentando e indudablemente nos afecta a todos. Al respecto de este llamado a la sostenibilidad ambiental, el Ministerio del Medio Ambiente desde su programa SOY ECOLOMBIANO (2011) propone:

- 1. Hacer un estudio detallado de cada uno de los procesos del ciclo de vida del bien o servicio que se pone en el mercado y los impactos ambientales que estos generan.*
- 2. Hacer un análisis detallado del ciclo de vida del bien o servicio que se pretende comercializar.*
- 3. De acuerdo con el análisis que se realice del ciclo de vida del bien o servicio, tomar acciones para prevenir y disminuir el impacto.*
- 4. Tener en cuenta los criterios de sostenibilidad establecidos para la adquisición de bienes o servicios de la entidad.*
- 5. Implementar prácticas sostenibles al interior de su entidad que vayan más allá del cumplimiento de la normativa vigente.*
- 6. Concientizar y capacitar a todos los integrantes de la empresa hacia la sostenibilidad ambiental (todos trabajen de la mano)*

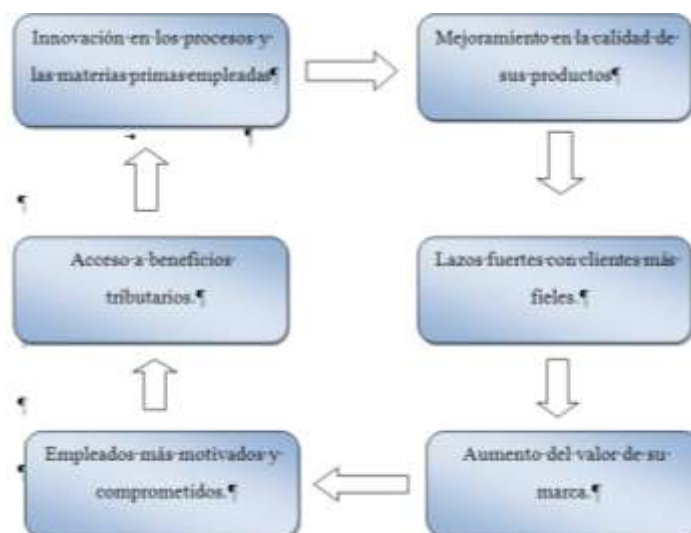
7. Capacitar a los integrantes de la empresa en todo lo relacionado con buenas prácticas ambientales. El equipo técnico encargado del departamento de gestión ambiental deberá definir los criterios que definirán las buenas prácticas para esa entidad.

8. Integrar a todas las partes, internas y externas a la empresa, para ajustarse a esas acciones de prevención y mitigación, es decir, validar e implementar en la medida de lo posible las buenas prácticas ambientales.

9. Plantear un plan de compensación ambiental para generar un beneficio, en recompensa por el daño ocasionado por los impactos que definitivamente no se pueden reducir o prevenir.

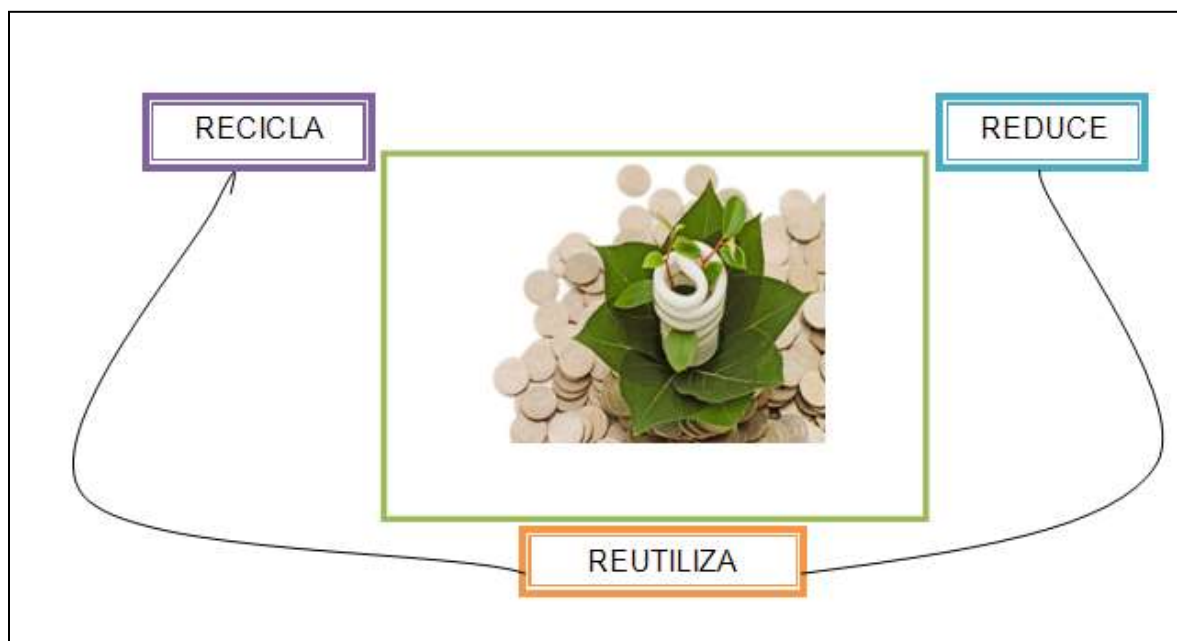
10. Difundir y promover entre los diferentes actores de la empresa, y aquellas partes interesadas, buenas prácticas ambientales. De esta manera, las empresas que logran adoptar alternativas preventivas, innovan en sus procesos adquiriendo beneficios económicos y ambientales, van a sobresalir en el mercado local, nacional e internacional, logrando obtener el valor agregado de la integración de los criterios ambientales en sus políticas.

Al preocuparnos por la sostenibilidad y el ambiente estamos garantizando:



De otra parte es importante destacar el interés de nuestra organización en aportar con el desarrollo de la actividad económica al sentido de responsabilidad social que integra nuestra labor, ya que instamos a los mercados con los cuales interactuamos no solo a preservar los recursos disponibles del entorno sino además a promover el uso de herramientas tecnológicas de manera razonable y responsable, máxime cuando nuestro producto se fundamenta en el uso de equipos tecnológicos. Así mismo, cabe destacar que nuestros productos son útiles y amigables al medio ambiente, lo que significa invitar de manera constante a nuestros clientes y beneficiarios a asumir una postura ecológica y sostenible en el tiempo y que a su vez afecte positivamente sus entornos inmediatos.

En CLOUD DIGITAL reconocemos nuestra responsabilidad social y ambiental frente a la actividad económica que desarrollamos y es por ello que la creación, producción y distribución de material educativo en formato digital aporta al mejoramiento de la calidad de vida tanto en la estructura interna de nuestra organización como también la de nuestros usuarios.



RESUMEN EJECUTIVO	
¿Qué es CLOUD DIGITAL?	<p>Empresa con ánimo de lucro ubicada en la Localidad Kennedy Barrio Castilla, se constituye a partir de un equipo interdisciplinar Diseñamos y comercializamos material educativo digital que permita innovar afianzar y estimular mejores prácticas educativas tanto en docentes, estudiantes y padres de familia a partir del desarrollo de diversas actividades interactivas, las cuales apoyadas en herramientas tecnológicas potencian en los estudiantes de segundo ciclo de básica primaria las competencias del lenguaje propias de este nivel escolar.</p>
¿Quiénes la conforman?	<p>Conformado por docentes Licenciadas en las áreas de Lengua Castellana y Comunicaciones, Educación Preescolar, Psicología y Pedagogía con un espíritu emprendedor que incursiona en el mercado educativo.</p>
Puntos clave de la idea de negocio.	<ul style="list-style-type: none"> - Se elabora y distribuye en colegio de la Localidad de Bosa inicialmente el paquete de actividades digitales a las cuales el cliente puede acceder por medio de una plataforma virtual. - El uso de estas herramientas pedagógicas

	<p>digitales contribuye significativamente al estudiante en su proceso de aprendizaje y al docente en su proceso de enseñanza para promover las competencias del lenguaje en el segundo ciclo de básica primaria.</p> <p>- CLOUD DIGITAL diseña y comercializa el MEP. Material Educativo Digital.</p>										
<p>Rendimientos y Factibilidad de la idea de negocio.</p>	<p>Rendimientos por periodo en años (5), Cifras en Miles.</p> <table border="1" data-bbox="821 825 1421 1157"> <tr> <td>AÑO 1</td> <td>240.000</td> </tr> <tr> <td>AÑO 2</td> <td>302.400</td> </tr> <tr> <td>AÑO 3</td> <td>320.544</td> </tr> <tr> <td>AÑO 4</td> <td>400.146</td> </tr> <tr> <td>AÑO 5</td> <td>493.894</td> </tr> </table> <p>Factibilidad.</p> <p>El crecimiento del mercado anual aumenta directamente la producción de material digital, ya que su costo de venta es asequible para cliente de todos los niveles socioeconómicos.</p>	AÑO 1	240.000	AÑO 2	302.400	AÑO 3	320.544	AÑO 4	400.146	AÑO 5	493.894
AÑO 1	240.000										
AÑO 2	302.400										
AÑO 3	320.544										
AÑO 4	400.146										
AÑO 5	493.894										

Tabla 9

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

CARDONA, L. (2015) Política de Estado: Inclusión, igualdad y desarrollo social. Revista Inclusión & Desarrollo. Vol. 2 (2), 14-17.

CERDA, H. (2002). Los elementos de la investigación. El búho. Buenos Aires.

CRUZ, E. (2014). El vivir bien-buen vivir: una alternativa. Revista Inclusión & Desarrollo. Vol. 1 (1), 78-92.

DEMO, Pedro. (1985). Investigación participante. Kapelusz, Buenos Aires.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. “Visión Colombia, Segundo Centenario”, Cap. 3, p. 2.

Documentos CONPES 2540 de 1991, 2739 de 1994, CONPES 2848 de 1996. CONPES 3072 y 3080 de 2000.

PORTER, M. (2000). Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de competencia. CECSA.

LEY 1341 DE 2009 “principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC TITULO 1.
Documentos CONPES 2540 de 1991, 2739 de 1994, CONPES 2848 de 1996,

ROMERO, X, RODRÍGUEZ, L y CORTES, J. (2015). TIC en la vida escolar de estudiantes que presentan discapacidad visual. Revista Inclusión & Desarrollo. Vol. 2 (1), 88-95.

PINZON, M. (2007). “El creative commons y la devolución como instrumentos alternativos para incentivar la innovación en la Sociedad del Conocimiento”, en: Revista Contexto, N° 22, Universidad Externado de Colombia, p. 15.

TOVAR, M. (2014). Factores asociados al uso de las TIC en estudiantes de programas de pregrado, modalidad presencial, en universidades de Neiva, Colombia. Revista Inclusión & Desarrollo. Vol. 1 (2), 87-97.