



**TO DIDACTIC**

ENSEÑAME A ENSEÑAR



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios

**Vicerrectoría Llanos  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Programa de Administración de Empresas**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA,  
COMERCIALIZADORA Y ASESORA DE MATERIAL DIDÁCTICO ECOLÓGICO,  
EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO**

**Para optar al título de Administrador de Empresas**

Presenta:

**Katherine Hernández Bermúdez  
María Fernanda Riveros Pérez  
Narciso Argemiro Daza Toloza**

Asesor:

**Jair David Marín Martínez**

Villavicencio, Meta

Junio, 2016

## Introducción

El presente plan de negocios evalúa la creación de una empresa productora, comercializadora y asesora de material didáctico ecológico, en la ciudad de Villavicencio, dirigido a instituciones educativas de carácter privado, a niños y niñas en la primera infancia, según la Secretaría de Educación del Meta se encuentran activas hasta la fecha 192 de éstas, con una aproximación total de 11.520 estudiantes; en donde se pretende llegar al 60% de dichas instituciones para un total de 115. La empresa tendrá su sede administrativa y operativa en el barrio barzal bajo, siendo un lugar central y de fácil acceso.

El uso del material didáctico en los niños influye sustancialmente en su desarrollo porque actúa como mediador entre ellos y sus aprendizajes; el hecho de que los materiales didácticos sean recursos que van directamente a sus manos refuerzan la experiencia del aprendizaje. Los niños requieren la estimulación temprana mediante objetos que impulsen sus habilidades y los lleven a progresar en otras, con el fin de lograr un mayor dominio psicomotriz que facilite la apropiación de nuevas competencias.

El valor de los materiales didácticos son los siguientes:

- Material centrado en el aprendizaje de los niños.
- Peso y tamaño adecuados con respecto a las edades de los niños.
- Colores atractivos.

- No tóxicos.
- Cada material tendrá una guía didáctica que orienta la labor educativa.
- Los empaques facilitaran la identificación, guardado y conservación de los materiales.

Se encontró una gran oportunidad de negocio llevando a cabo la creación de la empresa Productora, Comercializadora y Asesora de Material Didáctico Ecológico; debido a que en la Ciudad de Villavicencio solo existen dos empresas comercializadoras de este tipo de material, sin valor ecológico, haciendo que la demanda insatisfecha opte por hacer la adquisición del material a ciudades más cercanas como Bogotá.

## **Agradecimientos**

Agradecemos a Dios por permitirnos llegar a este momento tan importante de nuestras vidas.

A nuestro asesor Jair David Marín Martínez por su valioso acompañamiento, paciencia y dedicación en la realización de nuestro proyecto.

A todos los docentes que a lo largo de la carrera han fomentado conocimientos, habilidades y destrezas, que han sido piezas clave para la realización de nuestro proyecto.

A nuestros padres por ser la motivación y el apoyo durante nuestro trayecto por la universidad, por ser nuestros ejemplos a seguir.

## Tabla de contenido

Introducción.....	3
Lista de Tablas.....	9
Objetivos.....	12
Antecedentes.....	13
Justificación.....	17
<b>CAPÍTULO 1: ESTUDIO DE MERCADOS.....</b>	<b>19</b>
1.1 Análisis del sector.....	19
1.2 Análisis del mercado.....	22
1.3. Análisis de la competencia.....	27
1.4 Investigación de Mercado.....	34
1.4.1 Planteamiento del Problema.....	35
1.4.2 Análisis del contexto.....	36
1.4.3 Método.....	38
1.4.4 Diseño de la investigación.....	39
1.4.5 Resultados de la investigación.....	41
<b>Capítulo 2: Plan de Mercadeo.....</b>	<b>45</b>
2.1 Concepto del producto o servicio.....	45
2.2 Estrategias de distribución.....	45
2.3 Estrategia de precio.....	46
2.4 Estrategia de promoción.....	47
2.5 Estrategia de comunicación.....	48
2.6 Estrategias de servicio.....	48
2.7 Presupuesto de la mezcla de mercados.....	49
2.8 Estrategia de aprovisionamiento.....	50
2.9 Proyección de venta.....	50
2.10 Política de cartera.....	53
<b>Capítulo 3: Estudio Técnico.....</b>	<b>54</b>
3.1 Operación.....	54
3.1.1 Ficha técnica del producto o servicio.....	54
3.1.2 Estado de desarrollo.....	58

3.1.3 Descripción del proceso .....	63
3.1.4 Necesidades y requerimientos (materias primas e insumos).....	64
3.1.5 Plan de producción (programa de producción) .....	65
3.2 Plan de compras .....	65
3.2.1 Consumo por unidad de producto.....	67
3.2.2 Costos de Producción.....	73
3.3 infraestructura (requerimientos y parámetros técnicos) .....	73
3.3.1 Parámetros técnicos especiales.....	75
<b>Plano</b> .....	75
<b>CAPÍTULO 4: ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>76</b>
4.1 Estrategia Organizacional.....	76
4.1.1 análisis FODA .....	78
4.1.2 Organismos de Apoyo.....	79
4.2 Estructura Organizacional .....	80
4.3 Aspectos Legales (constitución de la empresa) .....	88
4.4 Costos Administrativos .....	91
4.4.1 Gastos de Personal.....	91
4.4.2 Gastos de puesta en marcha .....	92
4.4.3 Gastos Anuales de Administración.....	92
<b>CAPITULO 5 ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>93</b>
5.1 Análisis de los Ingresos.....	93
5.1.1 Fuentes de Financiación.....	93
5.2 Análisis de los Egresos.....	94
5.3 Capital de Trabajo .....	95
5.4 Modelo Financiero.....	96
5.4.1 modelo financiero .....	96
5.4.2 Base de Cálculo .....	98
5.4.3 Balance General.....	99
5.4.4 Estado De Pérdidas Y Ganancias .....	100
5.4.5 Flujo De Caja.....	100
5.4.6 Indicadores .....	101

CAPÍTULO 6. PLAN OPERATIVO .....	102
6.1 Cronograma de Actividades .....	102
6.2 Metas Sociales .....	102
6.2.1 Plan Nacional de Desarrollo .....	103
6.2.2 Plan Regional de Desarrollo .....	103
6.2.3 Clúster o Cadena Productiva .....	104
6.2.4 Empleo .....	105
6.2.5 Emprendedores .....	105
CAPITULO 7. IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.	106
7.1 Impacto Económico Y Regional .....	106
7.2 Impacto Social .....	107
7.3 Impacto Ambiental.....	107
RESUMEN EJECUTIVO .....	108
Estrategias de distribución .....	108
PROPUESTA DE VALOR MODELO CANVAS .....	110
Bibliografía .....	112



## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Principales países proveedores de material didáctico a Colombia .....	21
<b>Tabla 2. Segmentación demográfica</b> .....	25
Tabla 3. Segmentación Geográfica .....	25
Tabla 4. Segmentación Pictográfica.....	26
Tabla 5. Segmentación Conductual .....	26
Tabla 6. Principales participantes y competidores potenciales .....	27
Tabla 7. Análisis de Empresas Competidoras.....	28
Tabla 8. Línea de estimulación temprana.....	30
Tabla 9. Productos de la Línea de Percepción y Memoria .....	32
Tabla 10. Materiales de la Línea de Motricidad Fina y Gruesa.....	33
Tabla 11. Segmentación de la Competencia.....	34
Tabla 12. Modelo Encuesta.....	40
Tabla 13. Resultados de la Encuesta.....	41
Tabla 14. Estrategias Promoción .....	47
Tabla 15. Presupuesto de la Mezcla de Mercados.....	49
Tabla 16. Cantidad de productos .....	50
Tabla 17. Precio de Venta de las tres Líneas.....	51
Tabla 18. Datos.....	51
Tabla 19. Proyección de ventas línea “Estimulación Temprana” a 5 años. ....	52
Tabla 20. Proyección de ventas línea “Percepción y Memoria” a 5 años.....	52
<b>Tabla 21. Proyección de ventas línea “Motricidad Fina y Gruesa” a 5 años ..</b>	<b>52</b>
Tabla 22. Cartera activa .....	53
Tabla 21. Ficha técnica línea Estimulación Temprana .....	54
Tabla 22. Ficha didáctica de línea de motricidad fina y gruesa .....	56
Tabla 23. Tabla de Materiales de Percepción y Memoria.....	57
Tabla 24. Ficha técnica del servicio .....	58
Tabla 25. Características del trabajo del docente.....	59
Tabla 26. Tipo de Materiales Educativos.....	61

Tabla 27. Necesidades y Requerimientos.....	64
Tabla 28. Plan de producción de las tres líneas.....	65
Tabla 29. Tabla de Requerimientos .....	66
Tabla 30. Consumo por unidad movil.....	67
Tabla 31. Consumo por unidad franelógrafo .....	68
Tabla 32. Consumo por Unidad juego de Asociación.....	68
Tabla 33. Consumo por unidad de libro.....	68
Tabla 34 Mano de obra por unidad de producto “Línea Estimulación Temprana”	69
Tabla 35. Consumo por Unidad Juego de Integración .....	69
Tabla 36. Consumo por Unidad Domino .....	69
Tabla 37. Consumo por Unidad Rompecabezas.....	70
Tabla 38. Consumo por Unidad Ruleta del Saber .....	70
Tabla 39. Mano de obra por Unidad de Producto “Línea Percepción y Memoria”.	71
Tabla 40. Consumo por unidad Túnel .....	71
Tabla 41. Consumo por unidad juegos de palos .....	71
Tabla 42. Consumo por unidad cubos.....	72
Tabla 43. Consumo por unidad juego de hilos de madera .....	72
Tabla 44. Mano de obra por unidad de producto “Línea Motricidad Fina y Gruesa”	72
Tabla 45. Construcciones y Edificios.....	73
Tabla 46. Requerimiento de Maquinaria y Equipo.....	73
Tabla 47. Muebles y enseres .....	74
Tabla 48. Equipo de transporte .....	75
Tabla 49 Matriz EFI.....	76
Tabla 50. Matriz EFE.....	77
Tabla 51 Análisis FODA.....	78
Tabla 52. Organismos de Apoyo .....	79
Tabla 53. Manual de funciones del gerente.....	81
Tabla 54. Manual de Funciones de Jefe Comercial .....	81
(DAZA, RIVEROS, & BERMUDEZ).....	81
Tabla 54. Manual de Funciones Jefe Administrativo y Financiero.....	82
Tabla 55. Manual de Funciones Jefe de Producción.....	83

Tabla 56. Manual de Funciones Coordinador de Ventas .....	83
Tabla 57. Manual de Funciones Coordinador de Mercadeo.....	84
Tabla 58. Manual de Funciones Coordinador de Producción.....	85
Tabla 59. Manual de Funciones Coordinador de Producción.....	86
Tabla 60. Manual de Funciones Coordinador de Diseño .....	87
Tabla 61. Manual de Funciones Operario de Producción .....	88
Tabla 62. Ventajas y desventajas de la constitución de una SAS .....	90
Tabla 63. Nomina.....	91
Tabla 64. Dotación del personal al año.....	91
Tabla 6. Gastos de puesta en marcha .....	92
Tabla 66 Presupuestos de gastos de Administración.....	92
Tabla 68 Primer fuente de Financiación.....	93
Tabla 70. Costos de puesta en marcha.....	94
Tabla 71. Inversión Capital de Trabajo.....	95
<b>Tabla 72. Resumen ejecutivo .....</b>	<b>108</b>

## Objetivos

### *General*

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa productora, comercializadora y asesora de material didáctico ecológico, dirigido a las instituciones educativas de carácter privado en la Ciudad de Villavicencio.

### *Específicos*

- Analizar la oferta y la demanda del material didáctico con el fin de determinar la penetración que éste puede tener en el mercado real.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño de la empresa, y conocer el sitio estratégico para el establecimiento de la misma.
- Hacer un estudio organizacional para determinar la estructura y aspectos legales para la implementación y operación del proyecto.
- Diseñar un estudio financiero, con proyección a 4 años, para la toma de decisión acerca de la conveniencia de la inversión en este proyecto.
- Elaborar un plan operativo para establecer la asignación de recursos y metas sociales del plan de negocios.
- Describir el impacto económico, regional, social y ambiental que tendrá el plan de negocios.

## **Antecedentes**

En la educación tradicional no existía algún tipo de material que ayudara al niño en el proceso de aprendizaje, los conocimientos eran impartidos por sus profesores, y los alumnos eran obligados a adquirir los conocimientos sin ser parte de ellos.

La pionera en elaborar un tipo de material didáctico que ayudara a los niños a adquirir de mejor manera los conocimientos fue María Montessori, al trabajar con niños especiales sintió la necesidad de crear un material didáctico adecuado y específico el cual ayudará a los niños a llevar de mejor manera el proceso de enseñanza – aprendizaje.

Martínez & Sánchez (2015), señalan que Montessori elaboró un material didáctico específico que constituye el eje fundamental para el desarrollo e implantación de su método, dicho material está diseñado para ser manipulado por los alumnos en un ambiente estructurado y ordenado donde se fomenta la libertad, la adquisición de confianza en sí mismos, la independencia, coordinación, orden, concentración y autodisciplina.

Moreira (2007) Señala que la historia del material educativo o didáctico es casi tan antigua como la propia enseñanza, aunque suele citarse como referente del primer material propiamente didáctico la obra *Irbis Sensualismo Rictus* de J.A. Comenio , elaborada en el siglo XVII, ya que representa la creación del primer texto o manual generado con la intencionalidad de facilitar la transmisión de conocimiento combinando el texto escrito con representaciones pictóricas así como incorporar la lengua

Vernácula del alumnado a las páginas impresas. Este libro tenía dos peculiaridades que lo convertían en “didáctico”: una era la combinación del texto escrito con la imagen, y el otro rasgo era que estaba escrito en la lengua “vernácula” propia de los lectores. Frente a los libros escritos exclusivamente en latín, esta obra de Comenio supuso un salto cualitativo en generar materiales comprensibles para un público amplio y diverso. En épocas históricas anteriores como en la Grecia Antigua, como durante el Imperio Romano o posteriormente a lo largo de la Edad Media, la enseñanza se apoyaba en las demostraciones y explicaciones orales ofrecidas por el maestro. Era la transmisión del saber personal. El adulto enseñaba lo que conocía y había ido adquiriendo a lo largo de su experiencia vital, no lo que estaba en los libros. La entrada, presencia y generalización de los textos impresos y otros materiales didácticos en la enseñanza fue un proceso lento y gradual desarrollado a lo largo de varios siglos (aproximadamente desde el siglo XVI hasta el siglo XIX) que fue creciendo de modo paralelo a la consolidación de la obra impresa como canon del saber occidental, y a la aparición de una racionalidad didáctica que teorizaba y pretendía sistematizar la acción y procesos de enseñanza. Sin embargo, el material didáctico no alcanza su plenitud o al menos sus señas de identidad hasta la aparición de los sistemas escolares a mediados del siglo XIX. La escolaridad, es decir, la educación institucionalizada dirigida a toda la población, es un fenómeno histórico relativamente reciente que surgió en Europa, en plena revolución industrial, a mediados del siglo XIX. A partir de entonces, sobre todo a lo largo del siglo XX, el material didáctico impreso se convirtió en el eje vertebrador de gran parte de las acciones de enseñanza y aprendizaje en

Cualquiera de los niveles y modalidades de educación. Desde la educación infantil hasta la enseñanza universitaria; en la educación a distancia, en la educación no formal, en definitiva, en cualquier actividad formativa suele existir un material impreso de referencia para docentes y alumnos. Unas veces adoptan el formato de un conjunto de fichas de actividades (como en la citada educación infantil); otras veces el formato de un manual (como en la enseñanza universitaria); otras como una guía práctica (como en un texto de enseñanza de habilidades prácticas como por ejemplo para aprender a escribir a máquina o para manejar un determinado software); otras veces como material de autoaprendizaje (como en el caso de la educación a distancia), o como los libros de texto (material propio de la enseñanza primaria y secundaria).

En los últimos años de modificaciones tan aceleradas en numerosos aspectos de la realidad, es tal vez la tecnología la que ha mostrado más su cambiante cara; el lapso de una vida se ha convertido en la posibilidad de asistir en nuestra madurez a realizaciones que resultaban fantásticas, o por lo menos impensables, en nuestra niñez.

Según García (2006), la tecnología ha revolucionado el desarrollo de materiales didácticos, tanto por la enorme amplitud de sus ofrecimientos como por la versatilidad de muchas de sus aplicaciones. Pero como no todo marcha al mismo ritmo y no todo, por ser nuevo, es tan bueno, seguimos manejándonos también con elementos que nos vienen desde hace mucho tiempo, y cuya validez es indudable. "No por viejo, desechable." En esta situación están también los materiales didácticos.

Las investigaciones sobre el material didáctico han sido relativamente extensas y han tenido enfoques variados. Hoy día, incluye una gran cantidad de diferentes aspectos, por lo que especialistas de varios campos se han interesado por el área.

Según Castro & Guzmán (2007) entre los documentos más importantes de la Universidad de Los Andes se encuentra una monografía de grado en la cual los temas principales son: el juego para el desarrollo de procesos cognitivos que llevan al aprendizaje de una lengua, donde se proponen dos juegos grupales que sirvan para fomentar el aprendizaje.

En la Universidad La Gran Colombia se encuentra un artículo llamado: “Algunas orientaciones pedagógicas en torno a la enseñanza por competencias en lengua extranjera 1” publicado en una de la revistas de la universidad titulada: “El educador Gran colombiano # 3”. Donde su autor Carlos Rico reseña la importancia del uso y enfoque comunicativo del material en la enseñanza en una lengua extranjera, hacia un sistema individualizado de aprendizaje.

En cuanto a la Universidad Pedagógica se encontró una monografía de grado donde el tema principal es el diseño de guías como material de apoyo pedagógico para la enseñanza de una segunda lengua dentro de un sistema de autoaprendizaje.

Finalmente, en la Universidad Libre se encuentra una monografía de grado, la cual está relacionada con una propuesta pedagógica para la enseñanza del inglés en la etapa preescolar a partir del juego de roles.



## **Justificación**

La educación en la primera infancia es considerada como parte fundamental en la formación del niño, debido a que es su primer contacto con la educación formal y es desde aquí donde comenzará su recorrido escolar, por esto es importante que esta experiencia sea significativa para el niño; donde su enseñanza no sea de forma tradicional, sino por el contrario que se vea al niño como un sujeto que no solo aprende conceptos sino que se forma como persona, con valores y principios que le ayudarán a tener una convivencia más pacífica y armónica con su medio; por tal motivo es importante que en su proceso de aprendizaje se utilicen materiales didácticos que faciliten este proceso.

La investigación de la socióloga Milkie (2000) de la Universidad de Maryland en la que evaluó la salud mental de 10.700 estudiantes de los primeros grados en Estados Unidos, determino que los niños que estudian con materiales escolares inadecuados y bajo la tutela de profesores con problemas de autoestima laboral presentan un índice de trastornos mentales mayor que el de los niños que reciben una educación en ambientes sanos.

El ambiente escolar debe tener un docente con una intencionalidad pedagógica clara de impulsar el desarrollo de niños y niñas, haciendo que el aprendizaje sea significativo y que los pequeños sientan amor por el conocimiento, enriquecido además con material didáctico acorde a la edad, al interés y al tema, utilizado como herramienta fundamental para inquietar intelectualmente a niños y niñas.

Actualmente la ciudad de Villavicencio abarca gran demanda que requiere de este material, con múltiples necesidades insatisfechas, ninguna de las empresas dedicadas a la comercialización de materiales didácticos en la ciudad han podido solventar dichas necesidades. Es importante destacar que la existencia de materiales didácticos tradicionales como arma todo, rompecabezas básicos no cumplen con las exigencias del cliente en un 100%, debido a que no hay gran variedad de estos materiales.

Este proyecto surge de la necesidad de brindarles a las instituciones de educación infantil de carácter privado, ubicados en la ciudad de Villavicencio; un material didáctico de excelente calidad, caracterizado por ser ecológico.

El valor agregado que tendrá este proyecto es el de producir y comercializar una gran variedad de materiales didáctico que cubran todas las áreas de desarrollo del niño, apoyado en materias primas recicladas y a su vez ofrecer servicios de asesoría personalizada sobre el uso adecuado del mismo, debido a que en la ciudad no hay empresas que presten este servicio; haciendo que este mercado objetivo opte por adquirir el material a las principales distribuidoras ubicadas en la ciudad de Bogotá mediante catálogo.

# CAPÍTULO 1: ESTUDIO DE MERCADOS

## *1.1 Análisis del sector*

### **A Nivel Nacional**

Dentro de la clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU); la fabricación de juegos y juguetes corresponde a la 3694. La información sobre el sector es escasa y limitada los empresarios desconocen el precio de la juguetería en la economía nacional. De hecho, no existen cifras agrupadas por los productores o comercializadores que permitan medir o proyectar el crecimiento en el mediano o largo plazo, se notan esfuerzos individuales por hacer rentable las empresas que intervienen en el negocio de los juguetes, basándose en el gran tamaño de este mercado, una población infantil proporcionalmente elevada y potencial enorme del consumo de estos artículos.

El sector de maquinaria para juguetes es informal, la mayoría de los juguetes son elaborados en pequeñas industrias con tecnologías rudimentarias que no involucran economías de escala ni un alto nivel de tecnificación, lo cual hace de la adaptación a la industria casera una de las más utilizadas por estas empresas de acuerdo a las necesidades del cliente y del producto.

Según Acosta (2013) el sector ha mostrado un crecimiento importante en los últimos años, alcanzando un nivel de formalización y ofreciendo cada vez mayores posibilidades al consumidor. “Después de años de constante crecimiento y la llegada

De nuevos competidores, hacen que el comprador colombiano hoy pueda encontrar en el país la gran mayoría de los juguetes que se venden en el mundo, los productos importados siguen creciendo en Colombia. En 2013, las importaciones de juguetes crecieron cerca de 40% y representaron más de US\$88 millones. La oferta de juguetes producida en Colombia aún es muy pequeña, si se compara con la de los productos importados”.

En cuanto a la distribución, cada vez más las marcas líderes en el ámbito mundial están haciendo presencia en el mercado nacional a través de subsidiarias o de grandes superficies que apoyan la gestión comercial y de comunicaciones. A través de las negociaciones internacionales los países alrededor del mundo han logrado la diversificación de sus mercados y economías, permitiendo el acceso e intercambio de productos y servicios que los demás países les ofrecen. Colombia ha sido uno de los países beneficiarios de esta expansión comercial que le ha permitido aumentar su balanza comercial logrando un desarrollo continuo a través del tiempo.

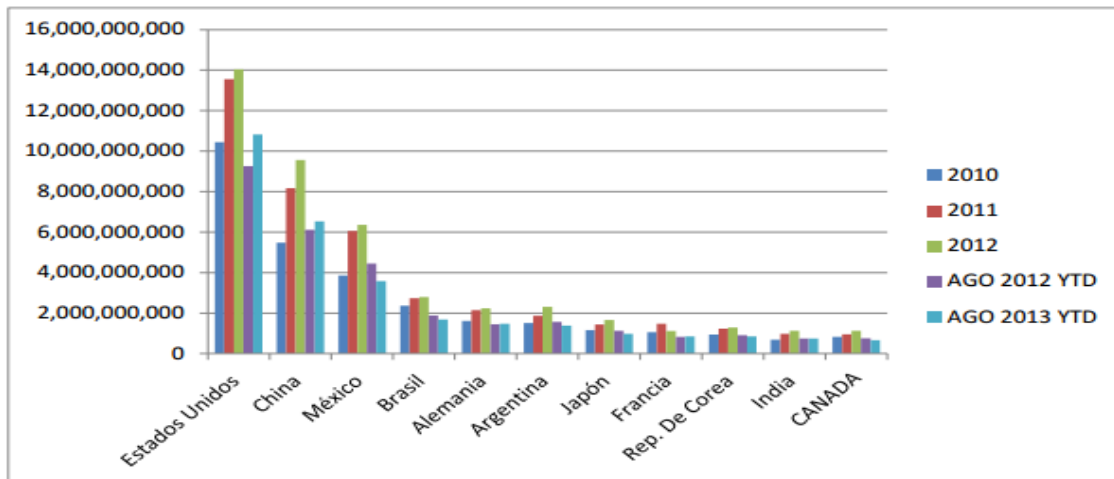
A continuación, se presenta un breve análisis sobre las importaciones realizadas por Colombia desde diferentes países del mundo resaltando los principales para el país:

**Tabla 1.** Principales países proveedores de material didáctico a Colombia

Ranking	Descripción	2010	2011	2012	Ago-12	Ago-13
	Total Proveedores	40,485,555,690	54,232,569,162	58,087,784,797	38,813,733,375	38,932,816,480
1	Estados Unidos	10,437,149,453	13,548,917,735	14,035,449,773	9,256,857,514	10,823,846,135
2	China	5,477,436,796	8,176,439,719	9,564,689,735	6,118,653,915	6,533,266,702
3	México	3,856,674,125	6,059,027,213	6,362,175,608	4,446,863,230	3,581,151,869
4	Brasil	2,369,636,539	2,740,248,067	2,795,907,727	1,875,492,684	1,685,905,482
5	Alemania	1,611,427,478	2,147,272,510	2,239,577,201	1,455,323,371	1,471,068,475
6	Argentina	1,509,263,035	1,871,900,185	2,312,510,117	1,568,911,121	1,385,988,476
7	Japón	1,156,642,575	1,437,708,535	1,654,100,248	1,130,820,046	973,578,018
8	Francia	1,062,901,601	1,477,012,362	1,119,457,853	828,404,782	855,646,212
9	Rep. De Corea	940,499,768	1,233,976,569	1,288,115,633	910,933,715	846,880,509
10	India	686,257,020	975,628,653	1,123,795,602	747,395,550	745,026,862
12	<b>CANADA</b>	<b>823,442,190</b>	<b>959,744,751</b>	<b>1,132,704,254</b>	<b>752,845,569</b>	<b>667,204,022</b>

Fuente: DANE (2015)

**Grafica 1.** Variación de las importaciones de principales países proveedores del mundo para Colombia.



Fuente: DANE (2015)

## 1.2 Análisis del mercado

### **Mercado Objetivo**

Es importante tener en cuenta que se producirán 3 líneas de materiales didácticos: estimulación temprana, percepción - memoria y motricidad fina y gruesa; que ayudarán a desarrollar la capacidad intelectual del niño. El material puede ser percibido por el público infantil (0-6 años) como un juguete, el cual brindará diversión, compañía, mejor autoestima, entre otros.

El mercado objetivo está comprendido por las instituciones educativas de carácter privado que tengan niveles de preescolar, jardín y pre jardín en la ciudad de Villavicencio, según la Secretaria de Educación del Meta (2016) en funcionamiento hasta la fecha. Existen 192 de estas instituciones educativas privadas, con un total de 11.520 niños.

### **Estimación del mercado potencial**

Se pretende llegar al 60% de las instituciones educativas privadas, para un total de 115 instituciones y en un 30% a los niños para un total de 3.456 niños.

### **Magnitud de la Necesidad**

Los materiales didácticos son instrumentos indispensables en la formación académica, proporcionan información y guían el aprendizaje, desarrollan la continuidad del pensamiento, hacen que el aprendizaje sea más duradero y brindan una experiencia real que estimula la actividad de los niños y niñas. Proporcionan

Experiencias que se obtienen fácilmente mediante diversos materiales y esto ofrece un alto grado de interés para los niños y niñas; evalúan conocimientos y habilidades.

Dichas instituciones; ubicadas en la ciudad de Villavicencio al no tener acceso directo a este tipo de material, y que además no les presten servicios de asesoría sobre el uso adecuado del mismo, hace que sea factible la creación de una empresa dedicada a la comercialización de material didáctico ecológico; con un alto impacto ambiental debido a la reutilización de residuos (papel, cartón y plástico), al momento de volver a producir el material ayudando a mitigar el deterioro del medio-ambiente, adicionalmente ofreciendo servicios de asesoría personalizada este mercado objetivo sobre el uso adecuado del mismo.

### **Perfil del consumidor y/o cliente**

El material didáctico está orientado a los niños de las instituciones educativas de carácter privado, que estén interesados en tener una herramienta que les permita desarrollar la capacidad intelectual de sus niños y así mismo desarrollar el proceso de aprendizaje- enseñanza. El cliente potencial recibirá asesoría sobre el uso adecuado del material didáctico.

### **Productos sustitutos**

Un producto sustituto del material didáctico es el material multimedia los cuales son programas y/o aplicaciones para instalar en los ordenadores y usarlos con los más pequeños.

## **Productos Complementarios**

Un producto complementario del material didáctico es el material educativo el cual va dirigido directamente al docente, estos son elementos concretos físicos que portan mensajes educativos. El docente debe usarlos en el aprendizaje de sus niños para desarrollar estrategias cognoscitivas, que permitan enriquecer la experiencia sensorial, facilitar el desarrollo, adquisición y fijación del aprendizaje; aproximando a los alumnos a la realidad de lo que se quiere encontrar, motivar el aprendizaje significativo, estimular la imaginación y la capacidad de abstracción de los alumnos, economizar el tiempo en explicaciones como en la percepción y elaboración de conceptos y estimular las actividades de los educandos.

De igual modo, la utilización de los materiales educativos por parte del docente permite a los niños: establecer relaciones interactivas, cultivar el poder de observación, cultivar el poder de exposición creadora, cultivar el poder de comunicación, enriquecer sus experiencias, favorecer su comprensión y análisis del contenido y desarrollar su espíritu crítico y creativo.

Los materiales curriculares son elementos que se utilizan en el diseño, desarrollo y evaluación del currículum con el fin de comunicar contenidos o de favorecer y orientar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Dentro de la Educación infantil, se pueden distinguir distintos tipos de materiales curriculares: los materiales impresos, los recursos materiales y los medios audiovisuales e informáticos, en sí mismos no son



Elementos educativos, sino que el significado educativo se alcanza cuando se combina con estrategias metodológicas y dentro de un determinado proyecto curricular. Los materiales curriculares son mediadores entre el contenido curricular seleccionado y la práctica educativa, sirven para realizar actividades y transmiten valores y conocimiento intencionado e intencionadamente.

**Tabla 2. Segmentación demográfica.**

CRITERIO	EXPECTATIVA
Edad	0-6 Años
Genero	Masculino y femenino
Tamaño De La Familia	N/A
Ciclo De Vida Familiar	N/A
Rentas O Ingresos	SMMLV
Condiciones De Ocupación Económica	N/A
Educación	Primera infancia
Raza	Cualquiera
Religión	Cualquiera
Nacionalidad	Colombiana

**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

**Tabla 3. Segmentación Geográfica**

CRITERIO	EXPECTATIVA
País	Colombia
Región	Orinoquía
Departamentos	Meta
Ciudades	Villavicencio
Características (Geográficas)	Capital del departamento del Meta, está ubicada en el piedemonte de la Cordillera Oriental, al noroccidente del departamento del Meta, en la margen izquierda del rio Guatiquía.
Tamaño De La Población	141 Instituciones educativas de carácter privado.
Densidad (Rural O Urbana)	N/A
Clima	Tropical húmedo

**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 4. Segmentación Pictográfica

CRITERIO	EXPECTATIVA
Grupos De Referencia	N/A
Estilo De Vida	N/A
Personalidad	N/A

**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 5. Segmentación Conductual

CRITERIO	EXPECTATIVA
BENEFICIOS BUSCADOS	Altos
FRECUENCIA DE USO	Diaria
LEALTAD HACIA EL PRODUCTO	Alta
ACTITUD HACIA EL PRODUCTO	Positiva
USO DE MEDIOS INFORMATIVOS	Semanal
MÉTODOS DE PAGO	Contado y/o crédito

**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

### 1.3. Análisis de la competencia

Tabla 6. Principales participantes y competidores potenciales

Competidores Potenciales	Productos Categorías	Ofrece Servicio de Asesoría Personalizada
<p>BEST STOCK</p> <p><b>Bogotá D.C Colombia</b></p> <p><b>Sucursal en Villavicencio</b></p>	<p><b>Material educativo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mapas</li> <li>-Laboratorios mentales,</li> <li>-Aulas inteligentes,</li> <li>-Libros y cuentos</li> <li>-Material de educación sexual,</li> <li>-Modelos anatómicos.</li> </ul> <p><b>Material didácticos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ludotecas</li> <li>-Estimulación temprana</li> <li>-Motricidad fina,</li> <li>-Iniciación matemática</li> <li>-Lecto-escritura</li> <li>-Percepción y memoria</li> <li>-Sellos didácticos</li> <li>-Terapia</li> <li>-Educación especial</li> <li>-Instrumentos musicales</li> <li>-Juegos de tecnología</li> </ul>	<p>N/A</p>
<p>PRODIDACTICOS</p> <p><b>Villavicencio-Meta</b></p>	<p><b>Material Educativo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mapas</li> <li>-Laboratorios escolares</li> <li>-Aulas inteligentes</li> <li>-Libros y cuentos</li> <li>-Material de educación sexual</li> <li>-Modelos anatómicos</li> </ul>	<p>N/A</p>

**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 7. Análisis de Empresas Competidoras

FACTOR	Best Stock					Pro didácticos				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Calidad				X					X	
Precio			X							X
Servicio				X					X	
Localización				X					X	
Reconocimiento		X							X	
Exclusividad			X						X	
Relaciones con los clientes				X						X
Oferta de productos			X						X	
Confiabilidad			X						X	
Disponibilidad			X						X	
Distribución			X						X	
Formas de pago				X						X
Garantías				X					X	
Servicio post venta				X				X		
Conocimiento del mercado			X					X		
Imagen			X						X	
Administración			X						X	
Finanzas				X				X		
Estrategias de mercadeo			X						X	
Políticas de precio			X					X		
Ventas			X						X	
Personal				X					X	

**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

### BEST STOCK

BEST STOCK cuenta con buena ubicación geográfica, su sede principal y fábrica se encuentran en la capital del país, con un impacto medio en cada uno de sus productos, al igual que su calidad; esto no significa que sus productos sean malos, sino

que por el contrario los valores agregados a los productos como pequeños consejos de uso y asesoría, hacen que el calificativo baje.

Los precios son altos debido al transporte, y otros factores externos que hacen que lleguen al consumidor final alto, lo mencionado anteriormente influye de manera directa en la calificación del servicio por los clientes.

## **PRODIDÁCTICOS**

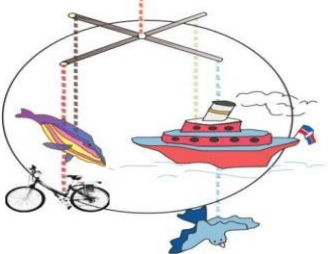
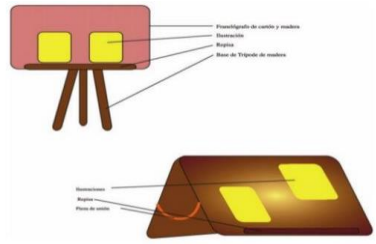
Empresa encargada de diseñar, fabricar, comercializar productos didácticos y de tecnología para la educación y la salud. La misión se soporta en las necesidades de los clientes con relación a productos de alta calidad, en un contexto didáctico donde se ofrecen soluciones de construcción, adecuación y manejos de espacios en las instituciones educativas, hogares de bienestar familiar, fundaciones y empresas privadas. (Prodidacticos, 2016).

Cuenta con una mejor ubicación lo cual requiere mayor atención por parte de la organización debido a que lo hace un competidor más fuerte, además su concepto por encima de 0,5 puntos en la parte de clientes; implica encaminar los máximos esfuerzos para combatir de manera directa.

### **Análisis de precios de venta de mi producto/servicio frente a la competencia.**

A continuación se relacionan las categorías de materiales didácticos con sus respectivos productos que ofertará TO DIDACTIC y por consiguiente los precios de venta a los que los ofrecen los dos principales competidores ubicados en la ciudad de Villavicencio.

Tabla 8. Línea de estimulación temprana

<p><b>Nombre del recurso: Estimulación Temprana</b></p>	<p><b>Materiales a Utilizar</b></p>	<p><b>Uso</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>Móviles</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartón y/o cartulina</li> <li>• Papel de construcción</li> <li>• Revistas en desuso</li> <li>• Papel crepe</li> <li>• Lana</li> <li>• Alambre de dulce</li> <li>• Alambre de bobina</li> <li>• Ilustraciones o imágenes.</li> </ul>	<p>La figura de los móviles debe arreglarse de manera tal que puedan balancearse con equilibrio, cuando el viento sople. A los niños les fascina observar sus movimientos. Los móviles deben colocarse al alcance de los niños y niñas para que puedan discriminar lo mismo. Este recurso favorece el desarrollo de la atención, la observación, la percepción visual, la coordinación.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Fanelógrafo</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartón</li> <li>• Madera fina</li> <li>• Tela de franela</li> <li>• Lanilla</li> <li>• Alambre</li> <li>• Pedazos de madera</li> <li>• Pegamento</li> <li>• Tomillos</li> <li>• Papel de construcción</li> <li>• Papel de lija</li> <li>• Revistas en desuso</li> <li>• Cadillo</li> </ul>	<p>El uso del fanelógrafo consiste en la aparición escalonada de cada ilustración, que forma parte de la narración, cuento, historieta, según van apareciendo las figuras.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Juego de Asociación de figuras geométricas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablero de múltiple uso</li> <li>• Tarjetas con figuras geométricas y con distintas figuras</li> </ul>	<p>En la parte superior del tablero se colocan las 4 tarjetas básicas (las figuras geométricas). Luego, los niños buscarán las restantes 16 tarjetas, para ubicar donde le corresponde a cada figura según la similitud de su forma; cuando logran colocarlas todas, se termina el juego.</p>



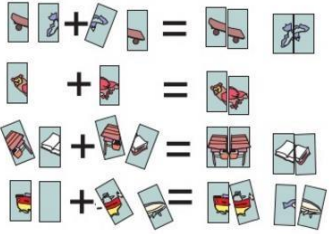

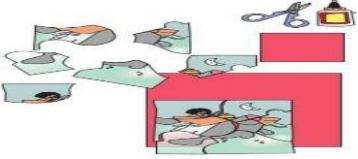
		
<p><b>Libro de diversas actividades</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papel Foamy</li> <li>• Lana</li> <li>• Botones</li> <li>• Alambre</li> <li>• Pegante</li> <li>• Tijeras</li> <li>• Papel crepe</li> <li>• Tempera</li> </ul>	<p>Al pasar cada página del libro el niño encontrará una actividad diferente que la ayudará a desarrollar su capacidad intelectual, motricidad y estimulación; no podrá pasar a la siguiente página sin terminar la actividad.</p>

Tabla 9. Productos de la Línea de Percepción y Memoria



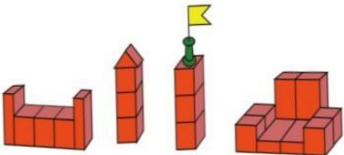

Nombre del Recurso (Percepción y Memoria)	Materiales a Utilizar	Uso
<p><b>Juego de Integración Parte de todo</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartón</li> <li>• Cartulina</li> <li>• Revistas y libros en desuso</li> <li>• Tijeras</li> <li>• Pegamento</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Tableros de múltiple uso</li> </ul>	<p>Se coloca las primeras mitades de cada tarjeta en el cuadrante del tablero, y las otras Mitades restantes se echan en una funda o canasta. Los niños y niñas sacan de la funda las mitades y observan cual es la parte que falta y la colocan en el cuadrante correspondiente hasta completar el todo de cada figura.</p>
<p><b>Domino relación</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartón o cartón piedra.</li> <li><input type="checkbox"/> Pegamento</li> <li>• Papel de construcción</li> <li><input type="checkbox"/> Papel de lija</li> <li><input type="checkbox"/> Cartulina</li> <li><input type="checkbox"/> Tijeras</li> <li><input type="checkbox"/> Cinta o papel de plastificar</li> </ul>	<p>Los niños y las niñas colocan las tarjetas según les toque jugar y van buscando cual es el número que le corresponde a cada tarjeta que jugaran. Los números están del 1 al 9.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Rompecabezas</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartón</li> <li><input type="checkbox"/> Madera</li> <li><input type="checkbox"/> Cinta o papel para plastificar</li> <li><input type="checkbox"/> Lamina de libros</li> <li><input type="checkbox"/> Calendarios en desuso</li> <li><input type="checkbox"/> Tijeras</li> </ul>	<p>Con el desarrollo de este juego el niño y la niña arman las piezas del rompecabezas, con el objetivo de obtener la figura completa.</p>
--	---	--

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )



Tabla 10. Materiales de la Línea de Motricidad Fina y Gruesa

Nombre del Recurso Motricidad Fina y Gruesa	Materiales a Utilizar	Uso
<p style="text-align: center;"><b>Túnel</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hula -Hula</li> <li>• Tul</li> <li>• Ajugas gruesas</li> <li>• Lana o cota de ratón</li> </ul>	<p>Cada niño al pasar por el túnel producirá ciertos movimientos ya sean acostado, gateando, etc. que le ayudaran a desarrollar su motricidad tanto fina como gruesa.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Juego de palos</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madera</li> </ul>	<p>Los niños y las niñas construyen carros, molinos, carreteras, torres, etc. Encajando los palos dentro de las perforaciones de los círculos, rectángulos y cilindros. Cuando los niños arman y desarman estas construcciones, se divierten y pueden durar más tiempo en esa actividad.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Cubos</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartón industrial</li> <li>• Corrospun</li> <li>• Pegamento de contacto</li> <li>• Tijera</li> </ul>	<p>El cartón para elaborar bloques debe ser bastante resistente, se le da la forma y tamaño que se considere, con este material el niño desarrolla su capacidad debido a que deben armar torres, mesas, sillones, edificios, puentes, etc.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Juego de Hilos en madera</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Triples de 40 cm</li> <li>• Taladro eléctrico</li> <li>• Brocas</li> <li>• Barniz</li> <li>• Brocha</li> <li>• Lija fina</li> <li>• Serrucho</li> <li>• Metro</li> <li>• Hilos</li> </ul>	<p>En la aplicación de este material didáctico se estimula el desarrollo de la motricidad fina en los niños y niñas.</p>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

## Imagen de la competencia ante los clientes

Los clientes de la competencia tienen una imagen favorable en cuanto al diseño y variedad del material didáctico que ofertan; pero a su vez piensan que sería conveniente que éstos prestaran servicio de asesoría personalizada a las instituciones para darle el uso adecuado de estos mismos, debido a que solo brindan información de su contacto y productos por la página web. Ahora bien el paso a seguir es investigar si optarían por un material didáctico ecológico por encima del tradicional.

Tabla 11. Segmentación de la Competencia

Segmento Al Cual Está Dirigida La Competencia	
BEST STOCK	PRODIDACTICOS
Jardines Infantiles	Jardines Infantiles
Colegios	Colegios
Papelerías,	Universidades
Sector Empresarial.	Sector Salud

**Fuente:** (Prodidacticos, 2016)

### *1.4 Investigación de Mercado*

Para esta investigación se realizó una encuesta que permitió obtener información acerca de los materiales didácticos más utilizados por las instituciones educativas de carácter privado en la Ciudad de Villavicencio. Para obtener una mayor confianza en la información se tuvieron en cuenta datos suministrados por entidades públicas como la secretaria de Educación del Meta.

#### *1.4.1 Planteamiento del Problema*

El mercado ofrece una amplia variedad de materiales que contribuyen con el desarrollo del aprendizaje y enseñanza de los niños, pero si se realiza un análisis detallado de la oferta de materiales didácticos en la Ciudad de Villavicencio, se puede decir que son pocas las empresas que brindan a estas instituciones infantiles de carácter privado materiales que satisfagan al 100% sus necesidades, debido a que no son materiales que contribuyen a mejorar los estándares de calidad de la educación, adicionando que son materiales convencionales, un ejemplo de ello es la falta de material para niños en condiciones de discapacidad.

A partir de estas condiciones nace este proyecto que busca producir, comercializar y prestar servicio de asesoría personalizada de material didáctico escolar que cubra las expectativas de este mercado objetivo y que además sea accesible para todas las áreas de desarrollo del niño como: cognitiva o de inteligencia, lenguaje, socio-emocional y motora.

En última instancia cabe mencionar que todos los materiales didácticos existentes en el mercado son de carácter industrial; no amigables con el medio ambiente, lo cual también se pretende dar un valor agregado al utilizar materia prima reciclada, apoyado en la nuevas tendencias de mercados verdes, creando en el escolar la cultura del reciclaje.

## Formulación del problema

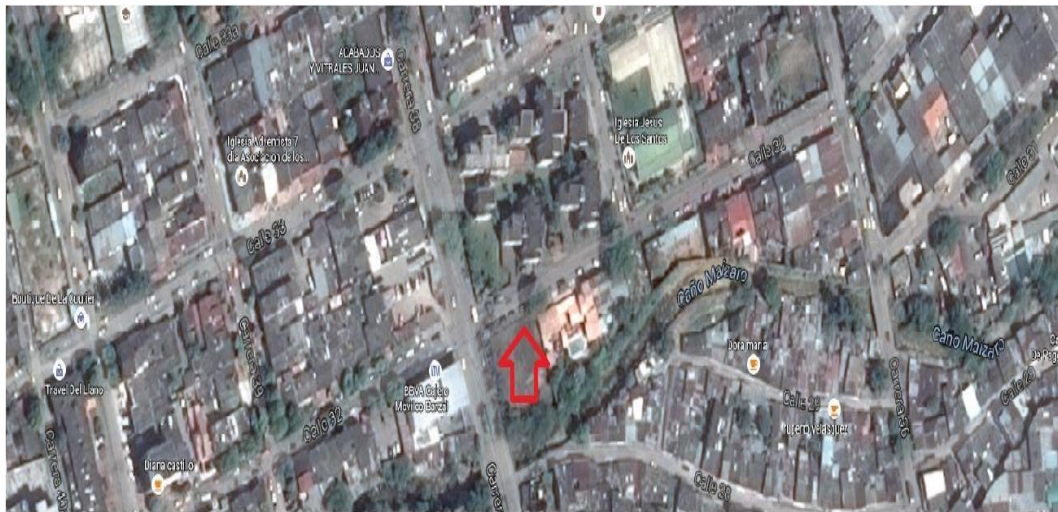
¿Es factible crear una empresa productora, comercializadora y Asesora de Material didáctico ecológico en la Ciudad de Villavicencio?

### 1.4.2 Análisis del contexto

El proyecto se desarrollará en la Ciudad de Villavicencio Capital del Departamento del Meta. El entorno de la investigación de la productora, comercializadora y asesora de materiales didácticos ecológicos se describe a continuación:

**Físico:** La empresa TO DIDACTIC; tendrá sus instalaciones en la ciudad de Villavicencio en la dirección Calle 32 #37-1 a 37-103 barrio barzal;

### Figura 1. Ilustración Micro Geográfica



Este lugar es apropiado para poner en marcha la empresa TO DIDACTIC, debido a que se encuentra en el centro de la ciudad con una vía de fácil acceso, además de todas las empresas interesadas en trabajar con la organización se beneficiaran de esta locación estratégica.

**Económico:** Villavicencio sigue siendo el principal centro de acopio y abastecimiento de los municipios del Departamento del Meta y de los Municipios de la Orinoquia Colombiana, a la vez que es el principal municipio productor de petróleo y gas, sin embargo, la mayoría de los empleos se están generando en la actividad comercial y de servicios, es decir, en sectores no productivos y no transables.

Las grandes construcciones, las vías, los recursos financieros y el turismo giran en torno a esta dinámica mercantil y a los servicios. Esto hace que el aporte del Departamento al PIB Nacional sea menor al 2%, cifra que se mantiene en los últimos 49 años, es decir, desde 1960 a 2009.

**Político:** Como capital departamental, alberga las sedes de la Gobernación del Meta, la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Villavicencio, la Electrificadora Del Meta, la sucursal del Banco de la República de Colombia y la Cámara De Comercio De Villavicencio. La ciudad se encuentra a 86 kilómetros al sur de la capital de Colombia, Bogotá, a dos horas y media por la Autopista al Llano. De momento la consolidación de Villavicencio como Área Metropolitana está descartada, de ser posible la integraría los municipios de Acacías, Cumaral y Restrepo.

**País:** Colombia  
**Departamento:** Meta  
**Región:** Orinoquía  
**Código DANE:** 50001  
**Ubicación:** 04°09 N 73°38 O  
**Altitud:** 467 msnm  
**Distancia:** 86 km a Bogotá  
**Superficie:** 1.328 km<sup>2</sup>  
**Temperatura media:** 27 °C  
**Fundación:** 1840  
**Población:** 452.472 habitantes  
**Densidad:** 332,80 hab/km<sup>2</sup>  
**Gentilicio:** Villavicense  
**Alcalde:** Wilmar Orlando Barbosa Rozo  
**Fuente:** Villavicencio (2016)

#### *1.4.3 Método*

**Pregunta de investigación:** ¿Cuántas Instituciones de educación infantil de carácter privado estarían dispuestas adquirir el material didáctico ecológico, recibiendo el servicio de asesoría personalizada en la Ciudad de Villavicencio?

**Hipótesis:** ¿será que hay una alta demanda de materiales didácticos ecológicos en la Ciudad de Villavicencio?

**Necesidad:** hay una demanda de materiales didácticos ecológicos insatisfecha en la Ciudad de Villavicencio.

#### 1.4.4 *Diseño de la investigación*

La investigación se desarrolló en la ciudad de Villavicencio, dirigido a Instituciones educativas de carácter privado que cuenten con niños y niñas entre los 0 a 6 años de edad.

Para determinar el número de encuestas a realizar se utilizó el siguiente modelo estadístico, adecuado para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones finitas cuando se estiman proporciones.

$$n = N \cdot T^2 \cdot Z^2 / [(N - 1) \cdot e^2] + [(T^2 \cdot Z^2)]$$

**Dónde:**

**T**= Nivel de desviación estándar= 4%

**Z**= Nivel de confianza= 95%

**E**= Margen de Error de muestreo= 5%

**N**= Tamaño de la población. 192

**Entonces**

$$n = [(192) \cdot (0,05)^2 \cdot (0,95)^2] / [(192 - 1) \cdot (0,04)^2] + [(0,05)^2 \cdot (0,95)^2] = 128$$

La muestra corresponde a la aplicación de 128 encuestas; en el que se obtuvo un margen de confianza del 95% y un margen de error de muestreo del 5%; fueron aplicadas a las Instituciones educativas de carácter privado en la Ciudad de Villavicencio.

## MODELO DE ENCUESTA

Tabla 12. Modelo Encuesta

Encuestas para medir la aceptación de los productos de la empresa TO DIDACTIC. RESPONDA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS				
1. ¿En el desarrollo de las actividades escolares se implementa el uso de material didáctico?				
SI		NO		
2. De acuerdo a la calidad de educación que brinda la institución. ¿Qué tipo de material didáctico utilizan en el desarrollo de las actividades escolares?				
Estimulación temprana		Percepción y Memoria		
Otro		motricidad fina y gruesa		
¿Cuál?				
3. ¿Cuántos niños se encuentran matriculados dentro del rango de 0 a 6 años en la institución?				
Menos de 20		Entre 21 y 50		
Entre 51 y 100		Más de 100		
4. ¿Cuál es el presupuesto que la institución destina a la compra de material didáctico?				
Entre 0 y \$400,000		Entre \$400,001 y \$800,000		
Entre \$800,001 y \$1,000,000		Entre \$1,000,0001 y \$1,500,000		
5. ¿Cada cuánto realiza usted la compra de material didáctico?				
Quincenal		Mensual		Trimestral
Semestral		Otro		
6. ¿Cuál de los siguientes criterios influye en el momento de del material didáctico?				
Precio		Calidad		
Contenido educativo		Valor Ecológico		
Otro		¿Cuál?		
7. Considera que el material didáctico disponible en el mercado es:				
Muy completo		Suficiente		
Incompleto		Deficiente		
8. ¿Está dispuesto a adquirir material didáctico con materias primas recicladas?				
SI		NO		



9. ¿Está usted satisfecho con el material didáctico que actualmente le ofrecen y con las empresas que lo ofrecen?			
SI		NO	
10. Indique ¿En qué ciudad adquiere el material didáctico?			
Villavicencio		Bogotá	
Barranquilla		Medellín	
Otro		cual	
11. Indique ¿A qué empresa realiza la adquisición del material didáctico?			
Pro didácticos		Best Stock	
Soluinted del oriente Ltda.			
Otro		¿Cuál?	
12. ¿Estaría dispuesto a adquirir el material didáctico con valor ecológico con la empresa TO DIDACTIC?			
Si		No	

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

#### 1.4.5 Resultados de la investigación

### Encuesta Tabulada

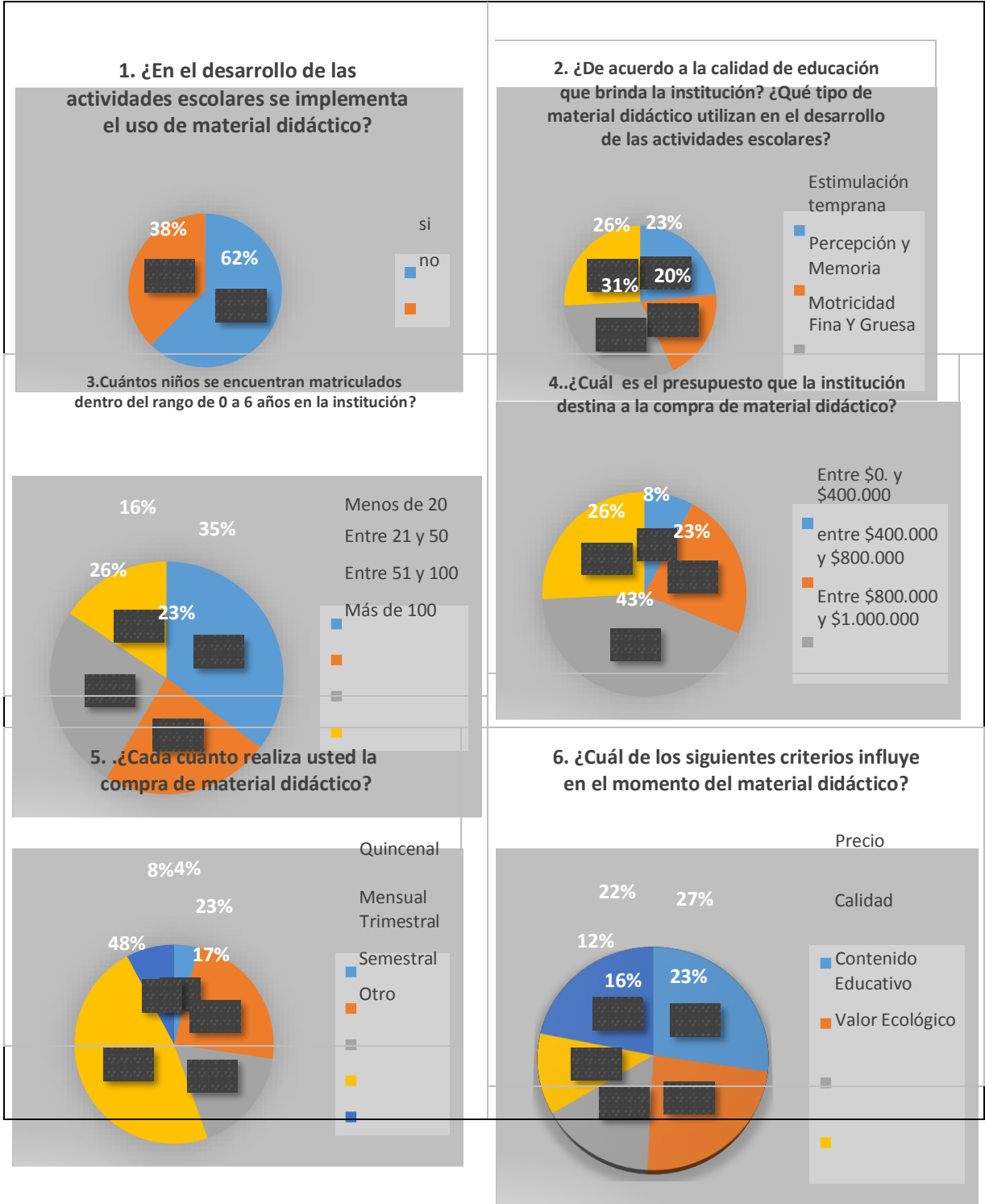
Tabla 13. Resultados de la Encuesta

Nª	PREGUNTA	RESPUESTA	CANTIDAD
1	¿En el desarrollo de las actividades escolares se implementa el uso de material didáctico?	Si	80
		No	48
2	¿De acuerdo a la calidad de educación que brinda la institución? ¿Qué tipo de material didáctico utilizan en el desarrollo de las actividades escolares?	Estimulación temprana	30
		Percepción y memoria	25
		Motricidad fina y gruesa	40
		Otro	33
3	¿Cuántos niños se encuentran matriculados dentro del rango de 0 a 6 años en la institución?	Menos de 20	45
		Entre 21 y 50	30
		Entre 51 y 100	33
		Más de 100	20
4	¿Cuál es el presupuesto que la institución destina a la compra de material didáctico?	Entre 0 y \$400,000	10

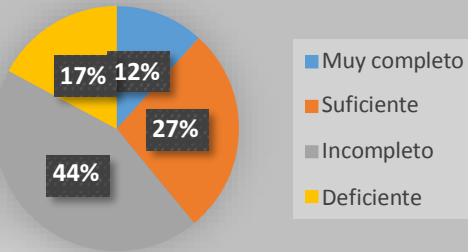
		Entre \$400,001 y \$800,000	30
		Entre \$800,001 y \$1,000,000	55
		más de 1,000,000	33
5	¿Cada cuánto realiza usted la compra de material didáctico?	Quincenal	5
		Mensual	30
		Trimestral	22
		Semestral	61
		Otro	10
6	¿Cuál de los siguientes criterios influye en el momento de del material didáctico?	Precio	35
		Calidad	30
		Contenido educativo	20
		Valor ecológico	15
		Otro	28
7	¿Considera usted que el material didáctico disponible en el mercado es?	Muy completo	15
		Suficiente	35
		Incompleto	56
		Deficiente	22
8	¿Está usted dispuesto a adquirir material didáctico con materias primas recicladas?	Si	95
		No	33
9	¿Está usted satisfecho con el material didáctico que actualmente le ofrecen y con las empresas que lo ofrecen?	Si	38
		No	90
10	¿Indique usted en que ciudad adquiere el material didáctico?	Villavicencio	43
		Bogotá	35
		Barranquilla	10
		Medellín	20
		Otro	20
11	¿Indique usted a que empresa realiza la adquisición del material didáctico?	Pro didácticos	15
		Best stock	20
		Soluinted del oriente Ltda.	29
		Otro	64
12	¿Estaría usted dispuesto a adquirir el material didáctico con valor ecológico con la empresa TO DIDACTIC?	Si	95
		No	33

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

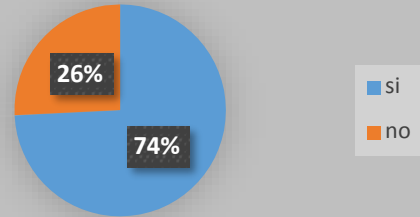
# GRAFICAS



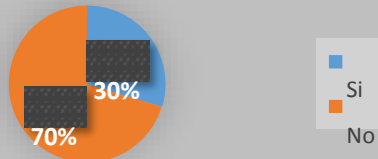
7. ¿Considera usted que el material didáctico disponible en el mercado es?



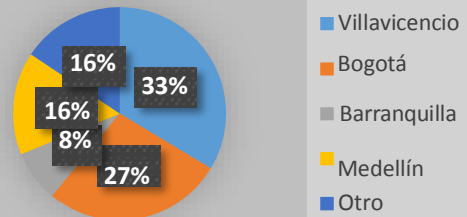
8. ¿Está usted dispuesto a adquirir material didáctico con materias primas recicladas?



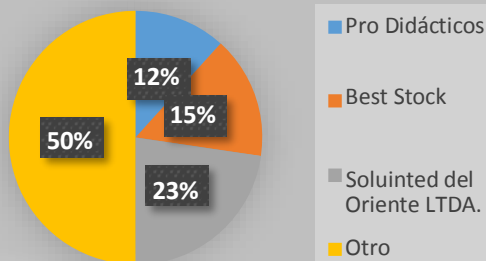
9. ¿Está usted satisfecho con el material didáctico que actualmente le ofrecen y con las empresas que lo ofrecen?



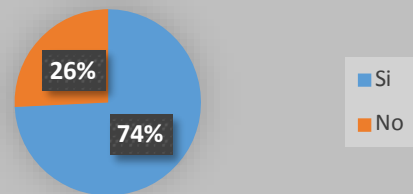
10. ¿Indique usted en que ciudad adquiere el material didáctico?



11. ¿Indique usted a que empresa realiza la adquisición del material didáctico?



12. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el material didáctico con valor ecológico con la empresa TO DIDACTIC? .



## **Capítulo 2: Plan de Mercadeo**

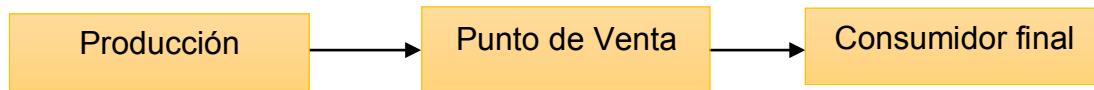
### *2.1 Concepto del producto o servicio*

Los materiales didácticos son aquellos utilizados para alcanzar los fines concretos del currículo, que se orienta hacia la formación integral del niño; reúne medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje; Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas; además este material será producido con material reciclado, por el cual este aprovechamiento puede hacerse a través de su utilización, a fin de explotar su estructura y hacerlos participes del proceso educativo en aras de mejorar la calidad de la enseñanza y el aprendizaje.

### *2.2 Estrategias de distribución*

La empresa manejará una distribución directa, será TO DIDACTIC la encargada de fabricar los materiales didácticos ecológicos y la encargada de venderlos al consumidor final. Este canal es el más apropiado, puesto que de esta manera los materiales llegaran en mejor estado y no maltratados por los intermediarios y con precios más bajos.

**Figura 2. Canal de distribución**



**Fuente:** (Daza & Hernández & Riveros)

Una vez terminado el material didáctico ecológico en la planta de producción, se abastece el punto de venta, y finalmente son llevados a las instituciones educativas de carácter privado, que requieran de dicho material.

### *2.3 Estrategia de precio*

La empresa al iniciar su operación; establecerá un precio bajo para atraer a los consumidores y ganar participación en el mercado; después subirá sus precios, aplicando descuentos a clientes que compran con regularidad, esta estrategia ayudará a la empresa a mantenerse estable, también se maneja descuento por volumen de compra, debido a que el costo por unidad se reduce a medida que la cantidad del producto aumenta, y finalmente descuento por temporada, como incentivo a los consumidores para que compren durante épocas en que se refleja una merma en las ventas.

El establecimiento del precio por unidad de producto se tomara teniendo en cuenta el costo de la materia prima más el costo de la mano de obra directa; junto con un 35% de utilidad.

## 2.4 Estrategia de promoción

Tabla 14. Estrategias Promoción

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Costo</b>
<b>PUBLICIDAD MASIVA</b>	Lograr que la penetración mediante publicidad masiva mediante la entrega de folletos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contactar y designar un repartidor de volantes.</li> <li>2. Diseñar e imprimir folletos.</li> <li>3. Identificar horas y sitios de mayor impacto para la repartición de folletos</li> <li>4. Coordinar fechas de entrega quincenales de folletos.</li> <li>5. Realizar entrega de volantes.</li> </ol>	<p>Repartidor</p> <p>Impresión folletos</p>	<p>30.000 día</p> <p>300.000</p>
<b>REDES SOCIALES</b>	Dar a conocer la empresa en las redes sociales y plataformas virtuales destinadas a tal fin.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar videos publicitarios e instructivos para uso de la página web.</li> <li>2. abrir y completar información de redes sociales (twitter, Facebook, YouTube)</li> <li>3. enviar invitaciones de redes sociales</li> <li>4. Realizar promociones especiales para clientes que sigan a la empresa en las redes sociales.</li> </ol>	<p>provisión descuentos redes sociales</p>	<p>\$400.000</p>
<b>FECHAS ESPECIALES</b>	Penetración del 20% del mercado objetivo mediante el uso intensivo de las herramientas tecnológicas en las redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingresar a la base de datos la información específica del cliente.</li> <li>2. Realizar un calendario de fechas especiales en el año en curso.</li> <li>3. cruzar la información de cumpleaños de los clientes y de las fechas especiales a fin de tener una matriz de fechas por cliente.</li> <li>4. realizar paquetes especiales de promociones para las fechas especiales</li> <li>5. Diseñar folletos alusivos a las fechas especiales más relevantes.</li> <li>6. comunicar a través de la página web y correos electrónicos de las fechas especiales.</li> </ol>	<p>provisión fechas especiales</p>	<p>\$300.000</p>
<b>CONOCENOS</b>	Dar a conocer los servicios ofrecidos por la empresa al mercado que no está especialmente familiarizado con los mismos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer cantidades fijas y regalos determinados para los clientes.</li> <li>2. Dar mensualmente nuevos regalos, así como obsequios de diferente naturaleza para entregar con los pedidos a realizar.</li> <li>3. Llevar registro de clientes referidos a través de la estrategia y almacenar en base de datos los clientes que realizan el modelo de voz a voz.</li> </ol>	<p>provisión de gasto regalos</p>	<p>\$1.000.000</p>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Las estrategias de promoción diseñadas para la empresa productora, comercializadora y Asesora de material didáctico ecológico están especialmente dirigidas a realizar una correcta penetración en el mercado, siendo así necesario un alto contenido de publicidad.

### *2.5 Estrategia de comunicación*

Para el plan de mercadeo una de las características fundamentales es el manejo de la imagen corporativa y la administración por la calidad. Por lo tanto, para la empresa productora, comercializadora y Asesora de Material didáctico ecológico, se creara una imagen corporativa eficaz, para ello es necesario adoptar tácticas como:

Usar una combinación de colores en el logo, esto con el fin de generar también una alta recordación. Se indicó en la estrategia de distribución, la creación de un sitio web es fundamental, de igual forma la generación de búsqueda de la empresa a través de los motores de búsqueda más utilizados en internet: Google, Yahoo! y AltaVista.

### *2.6 Estrategias de servicio*

Para la empresa productora, comercializadora y Asesora de material didáctico ecológico; las estrategias de servicios se plantearan así:

**Ventas personales:** Se centrará una fuerza de ventas que llegará directamente a las instituciones de educación infantil de carácter privado teniendo contacto directo



con las personas encargadas de estas mismas y por consiguiente se les prestará el servicio de asesoría personalizada por la compra del material.

**Entrega de portafolio:** A través de correo masivo, con una base de datos establecida, se entregará el portafolio de materiales didácticos ecológicos a las instituciones de educación infantil de carácter privado, esto con el fin de crear expectativa del material y en el momento de la visita se explicaran a profundidad los beneficios del material.

**Desayuno de trabajo:** Cada tres meses se realizará un desayuno de trabajo con los miembros de la empresa el cual permitirá conocer las inquietudes de los clientes y de esta manera facilitar el intercambio de ideas y mejoras.

### 2.7 Presupuesto de la mezcla de mercados

Tabla 15. Presupuesto de la Mezcla de Mercados

<b>PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR INICIAL</b>
<b>ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN</b>	\$ 9.000.000
IMPLEMENTACIÓN PAGUINA WEB	
<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	\$ 2.000.000
IMPRESIÓN FOLLETOS	
REPARTIDOR	
PROVISION GASTOS DE REGALOS	
PROVISIÓN DESCUENTOS POR REDES SOCIALES	\$ 2.000.000
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>	
CREACIÓN IMAGEN CORPORATIVA	
LOGO – SLOGAN	\$ 1.500.000
SUSCRIPCIÓN MOTORES DE BUSQUEDA INTERNET	
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$ 14.500.000</b>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

## 2.8 Estrategia de aprovisionamiento

La empresa establecerá la siguiente estrategia de aprovisionamiento que seguirá un lineamiento de campañas con nuestros clientes para incentivar el reciclaje dentro de los mismos establecimientos que serán nuestros clientes finales; interviniendo de manera directa, recolectando de forma directa toda la parte de papelería escolar para reutilizar la como materia prima en la producción; este ciclo de aprovisionamiento tiene la misma vigencia del año escolar; es así que para no retrasar la producción se hace necesario ampliar el alcance de la campaña a todo el nivel de las empresas para tener un aprovisionamiento constante de materias primas. Desarrollaremos un modelo de gestión de inventarios para controlar el nivel de existencias y el ritmo de pedidos, para lograr volver la compañía dinámica.

## 2.9 Proyección de venta

Esta proyección permite identificar, elaborar y evaluar el presupuesto de las ventas, con el fin de saber cuánto se va a producir, y con esto justificar en que periodos se va hacer TO DIDACTIC producirá un total de 13.824 unidades de materiales didácticos en primer año los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 16. Cantidad de productos

LÍNEA	UNIDADES
ESTIMULACIÓN TEMPRANA	5.520
PERCEPCIÓN Y MEMORIA	4.152
MOTRICIDAD FINA Y GRUESA	4.152

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

El precio de venta por unidad de producto, está ajustado por el costo de la materia prima más el costo de la mano de obra, junto con un 35% de utilidad. Representado de la siguiente manera:

Tabla 17. Precio de Venta de las tres Líneas

LÍNEA	MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA	UTILIDAD	total
ESTIMULACIÓN TEMPRANA	36.000	7.033	35%	58.095
PERCEPCIÓN Y MEMORIA	20.000	9.351	35%	39.624
MOTRICIDAD FINA Y GRUESA	28.000	9.351	35%	50.424

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Estas cifras son producto del promedio del costo de la materia prima de cada uno de los materiales de cada línea, el índice de crecimiento en la cantidad de materiales será del 8% anual, y en el precio con crecimiento del 6%, hasta llegar a los 5 años proyectados. Los datos anteriores se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 18. Datos

DATOS	
MATERIALES DIDÁCTICOS (ANUAL)	13.824
PROYECCIÓN	5 años
ÍNDICE DE CRECIMIENTO CANTIDAD	8%
INDICE DE CRECIMEINTO PRECIO	6%

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Estas cifras son producto de un promedio de inflación en los últimos tres años, así como también el crecimiento del sector; el número promedio de estudiantes con los

que cuenta los 115 colegios a los cuales se encaminan los esfuerzos en el inicio de la organización.

Tabla 19. Proyección de ventas línea “Estimulación Temprana” a 5 años.

AÑOS	AÑO 1	INC	AÑO 2	INC	AÑO 3	INC	AÑO 4	INC	AÑO 5
<b>CANTIDAD</b>	5.520	8%	5.962	8%	6.439	8%	6.954	8%	7.510
<b>PRECIO</b>	49.703	6%	52.685	6%	55.846	6%	59.197	6%	62.749
<b>TOTAL</b>	274.360.560		314.109.043		359.594.266		411.656.413		471.244.181

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 20. Proyección de ventas línea “Percepción y Memoria” a 5 años.

AÑOS	AÑO 1	INC	AÑO 2	INC	AÑO 3	INC	AÑO 4	INC	AÑO 5
<b>CANTIDAD</b>	4.152	8%	4.484	8%	4.843	8%	5.230	8%	5.649
<b>PRECIO</b>	34.012	6%	36.053	6%	38.216	6%	40.509	6%	42.939
<b>TOTAL</b>	141.217.824		161.660.396		185.079.522		211.861.213		242.564.481

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 21. Proyección de ventas línea “Motricidad Fina y Gruesa” a 5 años.

	AÑO 1	INC	AÑO 2	INC	AÑO 3	INC	AÑO 4	INC	AÑO 5
<b>CANTIDAD</b>	4.152	8%	4.484	8%	4.843	8%	5.230	8%	5.649
<b>PRECIO</b>	44.266	6%	46.922	6%	49.737	6%	52.722	6%	55.885
<b>TOTAL</b>	183.792.432		210.398.069		240.877.635		275.733.520		315.693.264

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

## 2.10 Política de cartera

La política de cartera está sustentada en una cartera de recuperación activa, donde se pretende una rápida recuperación para que genere rendimientos altos cuidando de esta manera el flujo de activos de la compañía, dando estímulo a los clientes por pago oportuno, esta estrategia nos permite disminuir el riesgo beta, y también generando una buena relación con los clientes donde se prevé el beneficio para las partes interesadas.

Dejando abierta la posibilidad a créditos con tiempos exactos de acuerdo a la capacidad de endeudamiento y apalancamiento de los clientes, con cupos máximos justificados por un estudio previo. Estableciendo los siguientes límites para la recuperación de cartera:

Tabla 22. Cartera activa

CARTERA ACTIVA		
días	interés	% interés
8	N/A	3%
15	N/A	3%
30	SI	3%
45	SI	3%
60	SI	3%
90	SI	3%

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

## Capítulo 3: Estudio Técnico

En este capítulo se expondrán las características técnicas, requerimientos y lineamientos para la producción y operación de la empresa.

### 3.1 Operación

#### 3.1.1 Ficha técnica del producto o servicio

La ficha técnica de los materiales didácticos contiene la definición, presentación, cualidades y/o características, condiciones de empaque-embalaje y factor ambiental de cada una de las 3 líneas que se producirán.

Tabla 21. Ficha técnica línea Estimulación Temprana

<b>TD DIDACTIC.</b>	<b>Ficha Técnica del producto Terminado</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Línea “Estimulación Temprana”
<b>DEFINICIÓN</b>	Material elaborado para toda actividad de contacto o juego a niños en la primera infancia que propicie, fortalezca y desarrolle adecuada y oportunamente sus potenciales humanos.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Este material será elaborado con relación al Manual de Estimulación Temprana para Agentes Comunitarios, que es el elemento visual que facilita la comprensión de los contenidos.
<b>CUALIDADES/CARACTERÍSTICAS</b>	Se estimularan las áreas de desarrollo
	Psicomotriz:
	1. Motora.
	2. Cognitiva.
3. Lenguaje.	
4. Socialización.	

<b>MATERIALES PARA LA SESIÓN DE ESTIMULACIÓN</b>	1. Móviles
	2. Fanelógrafo
	3. Juego de asociación de figuras geométricas
	4. Libro de Diversas Actividades
<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>	Empacar los materiales en una (1) bolsa plástica tipo cremallera que permita la visibilidad del producto, (empaque secundario), cajas que permitan acumular volumen del mismo producto en pilas de tamaño que su peso sea el adecuado para que no se averíen los productos.
<b>FACTOR AMBIENTAL</b>	El material es de carácter netamente ecológico, fabricado con materias primas recicladas con un proceso de des acidificación, para eliminar los ácidos tóxicos.
<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>	Certificado PEFC, (gestión forestal sostenible).

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 22. Ficha didáctica de línea de motricidad fina y gruesa

<b>TD DIDACTIC.</b>	<b>Ficha técnica del producto terminado</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Línea "Motricidad Fina y Gruesa"
<b>DEFINICIÓN</b>	Materiales elaborados para todas aquellas actividades del niño que necesitan de una precisión y un elevado nivel de coordinación, es decir, una actividad armónica de partes que cooperan en una función, especialmente la cooperación de grupos musculares bajo la dirección cerebral.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Este material será elaborado con relación a la guía de material didáctico para desarrollar la motricidad fina, que es el elemento visual que facilita la comprensión de los contenidos.
<b>CUALIDADES Y/O CARACTERÍSTICAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constituyen un medio eficaz que brinda al promotor diferentes vías para potenciar el trabajo con las ejecutoras y de estas a las familias.</li> <li>2. Preparan al promotor en función de obtener mejoras en su accionar.</li> <li>3. Ofrecen variantes que le permiten comprender la importancia de realizar un trabajo sistemático.</li> <li>4. Propician un estado emocional positivo en niñas y niños, manteniéndolos activos.</li> </ol>
<b>MATERIALES PARA LA SESIÓN DE MOTRICIDAD</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Túnel</li> <li>2. Juego de palos</li> <li>3. Cubos</li> <li>4. Juego de hilos en madera</li> </ol>
<b>FACTOR AMBIENTAL</b>	El material es de carácter netamente ecológico, fabricado con materias primas recicladas con un proceso de des acidificación, para eliminar los ácidos tóxicos.
<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>	Empacar los materiales en una (1) bolsa plástica tipo cremallera que permita la visibilidad del producto, (empaquete secundario), cajas que permitan acumular volumen del mismo producto en pilas de tamaño que su peso sea el adecuado para que no se averíen los productos.
<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>	Certificado PEFC, (gestión forestal sostenible).

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)



Tabla 23. Tabla de Materiales de Percepción y Memoria

<b>TO DIDACTIC.</b>	<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Línea "Percepción y Memoria"
<b>DEFINICIÓN</b>	Materiales elaborados para todas aquellas actividades del niño que les permite desarrollar su capacidad intelectual-cognitivo, además desarrollar la creatividad y espontaneidad.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Este material será elaborado con relación a la guía de material didáctico para desarrollar la Percepción y Memoria, que es el elemento visual que facilita la comprensión de los contenidos.
<b>CUALIDADES Y/O CARACTERÍSTICAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Simplicidad</li> <li>2- Consistencia</li> <li>3- Eliminación del riesgo en la manipulación</li> <li>4- Atractivo, tanto en su aspecto visual como táctil</li> <li>5- Aproximación a la etapa evolutiva del niño</li> <li>6- Utilización de la simbología apropiada</li> <li>7- Adecuado a contenidos y metodología</li> <li>8- Abierto a la acción y la imaginación</li> <li>9- Motivador, que lleve al éxito</li> <li>10- Que mantenga un carácter progresivo en la dificultad.</li> </ol>
<b>MATERIALES PARA LA SESIÓN DE PERCEPCIÓN Y MEMORIA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jugo de Integración Parte de Todo</li> <li>2. Domino Relación</li> <li>3. Rompecabezas</li> <li>4. Ruleta del Saber</li> </ol>
<b>FACTOR AMBIENTAL</b>	El material es de carácter netamente ecológico, fabricado con materias primas recicladas con un proceso de des acidificación, para eliminar los ácidos tóxicos.
<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>	Empacar los materiales en una (1) bolsa plástica tipo cremallera que permita la visibilidad del producto, (empaquete secundario), cajas que permitan acumular volumen del mismo producto en pilas de tamaño que su peso sea el adecuado para que no se averíen los productos.

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 24. Ficha técnica del servicio

<b>TO DIDACTIC.</b>	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Servicio de asesoría para el correcto uso de los materiales didácticos.
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	ENSÉÑAME A ENSEÑAR SERVICIO DE ASESORÍA.
<b>GENERALIDADES</b>	El servicio de asesoría se basa en el correcto uso de los materiales didáctico, a través de charlas, capacitaciones, investigaciones, innovaciones en enseñanza para lograr mejorar la calidad de la educación.
<b>CALIDAD Y/O CARACTERÍSTICAS</b>	Los más altos conocimientos en cada tema específico están representados en profesionales, esto es sinónimo de calidad, y además ayudar a mejorar los sistemas de enseñanza.
<b>REQUISITOS GENERALES</b>	Las conferencias serán 100% avaladas por el ministerio nacional de educación.

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

### 3.1.2 Estado de desarrollo

Los recursos trabajados dentro del aula de clase y catalogados como materiales didácticos son un gran medio lúdico y dinamizador para el proceso de aprendizaje del estudiante, del que el docente se apropia autónomamente con el fin de transferir aprendizajes significativos de una manera más práctica y cercana a la realidad de los estudiantes. A partir de la observación realizada en la investigación se pudo comprender la didáctica como un conjunto de técnicas y procedimientos de los que los

docentes se deben apropiarse para orientar con seguridad a los estudiantes en su aprendizaje.

En cuanto al material utilizado por las diferentes instituciones colombianas, hay un predominio por el libro de texto. Se destaca el hecho de que según este informe en los docentes colombianos predomina el uso de materiales propios de la institución diseñados por ellos mismos:

Tabla 25. Características del trabajo del docente

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO DOCENTE	
CLASIFICACIÓN	RESULTADOS
MATERIALES UTILIZADOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 83,3% materiales propios de la institución.</li> <li>• 41,7% materiales comprados, disponibles en el mercado.</li> <li>• 33,3% texto/libro guía.</li> <li>• 41,7% otros.</li> </ul>

(Tomado de IEEC, 2009:53)

Son evidentes las posibilidades que existen para vincular el juego con la implementación del material didáctico, inmerso en las actividades pedagógicas orientadas y que exige el currículo basado en el juego libre, la indagación e investigación con las que se busca motivar al niño para que él mismo construya sus propios aprendizajes. De igual forma, es pertinente pensar en la educación de los sentidos, que es posible mediante el empleo de diversos objetos clasificados, de acuerdo con sus cualidades. Los materiales que estimulan los sentidos y ejercitan el conocimiento, combinados con la capacidad mental y motriz del niño, son los que en realidad lo preparan en el aprestamiento lógico matemático y lecto-escritural que necesita como base para su desempeño en la vida escolar, como lo argumenta

Montessori (1967):Manrique Orozco, A. M. y Gallego Henao, A. M. (enero-junio, 2013). El material didáctico para la construcción de aprendizajes significativos. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 4(1), 101-108.

Sin embargo, de acuerdo con la encuesta realizada, el principal material usado es el libro de texto, seguido por el material multimedia y finalmente las guías diseñadas en cada institución.

Las instituciones, también lo tienen los materiales propios de los docentes. Creemos que esto se debe a que no existe una gran difusión de los materiales producidos localmente; es decir, hay una amplia y valiosa producción de material didáctico colombiano, pero este no se difunde a la misma escala que el material de origen español. En este punto González (2010) afirma que en respuesta a la carencia de material adaptado a la situación de aprendizaje de estudiantes en el medio colombiano, el nodo Antioquia del SICELE2 propone la creación de materiales propios de apoyo para los cursos que se imparten en esta región del país. De acuerdo a la autora, se han creado algunos ejercicios de gramática y juegos didácticos; dicho nodo también ha recolectado propuestas para la consolidación de un material propio. Otras instituciones que han avanzado en este tema son, por ejemplo, la Universidad Autónoma de Colombia y la Universidad Nacional de Colombia, la primera está a punto de publicar el primer libro de didáctica del español como lengua extranjera, mientras que la segunda ha creado cartillas para niveles principiantes e intermedios tituladas ¡Así se dice!. En resumen, a pesar de la poca difusión del material elaborado en el país, es evidente que las instituciones colombianas vienen trabajando en la creación

de material propio que se adapte al contexto de cada región. La falta de divulgación hace que muchas veces las mismas instituciones desconozcan lo que se está generando localmente y tiendan a tomar como referencia aquellos materiales creados en el exterior. Es relevante, entonces, empezar a implementar políticas educativas que promuevan la divulgación del material producido. Si investigadores como Díaz consideran que “El diseño de material didáctico es una de las tareas más reclamadas por quienes encuentran que los libros de texto con los que se enseña no son los más adecuados, ya que las condiciones de producción son muy diferentes al contexto en que son utilizados, Garcia, Javier; Buitrago (2010).

Tabla 26. Tipo de Materiales Educativos

<b>TIPO DE MATERIALES EDUCATIVOS DIDACTICOS</b>	
<b>MATERIAL PERMANENTE DE TRABAJO</b>	Tales como el tablero y los elementos para escribir en él, video proyector, cuadernos, reglas, compases, computadores personales.
<b>MATERIAL INFORMATIVO</b>	Mapas, libros, diccionarios, enciclopedias, revistas, periódicos.
<b>MATERIAL ILUSTRATIVO AUDIOVISUAL</b>	Posters, videos, discos.
<b>MATERIAL EXPERIMENTAL</b>	Aparatos y materiales variados, que se presten para la realización de pruebas o experimentos que deriven en aprendizajes
<b>MATERIAL TECNOLÓGICO</b>	Todos los medios electrónicos que son utilizados para la creación de materiales didácticos. Las herramientas o materiales permiten al profesor la generación de diccionarios digitales, biografías interactivas, y la publicación de documentos en bibliotecas digitales, es decir, la creación de contenidos e información complementaria al material didáctico.

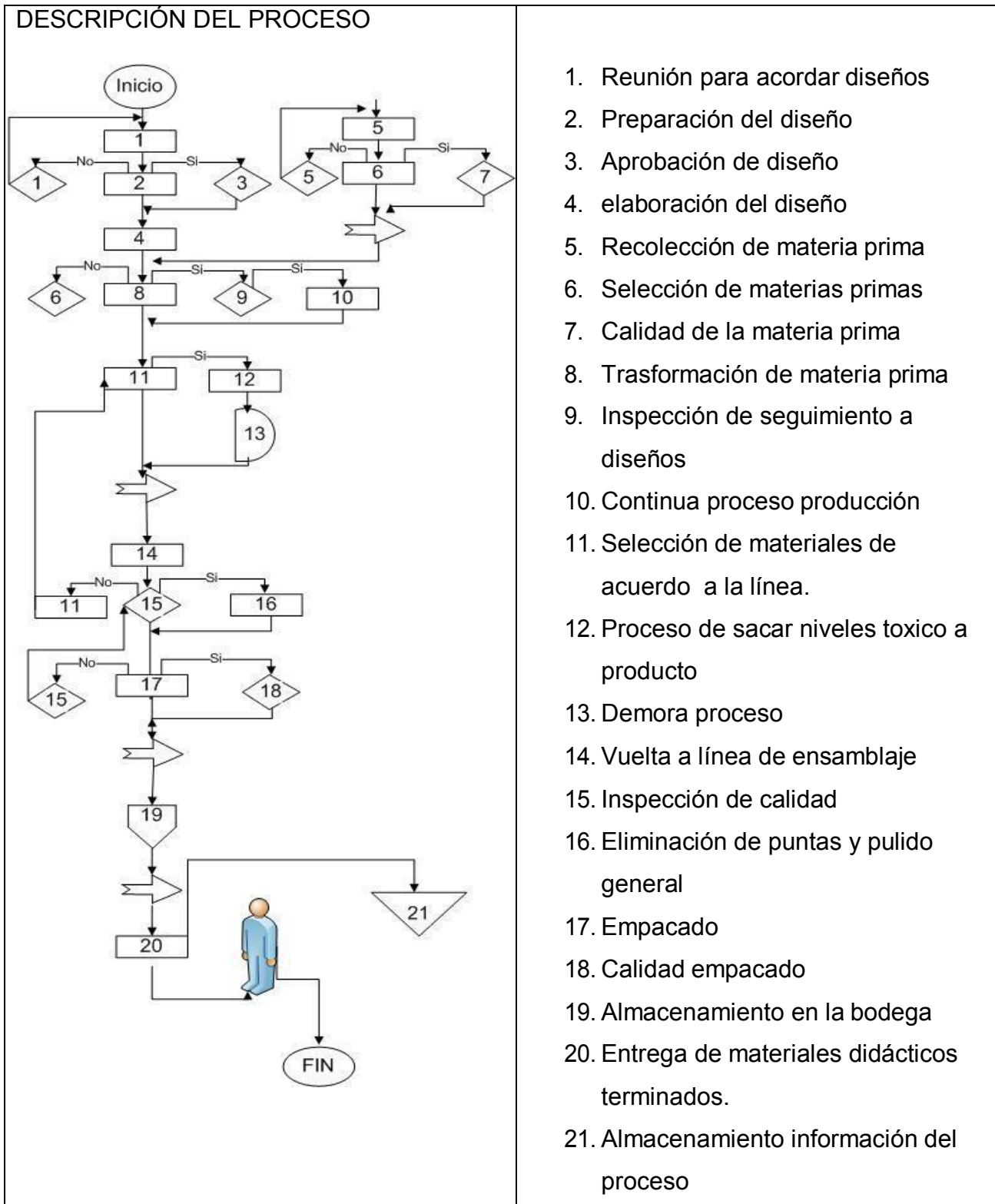
(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

El reciclaje de papel es el proceso de recuperación de papel ya utilizado para transformarlo en nuevos productos de papel. Existen tres categorías de papel que pueden utilizarse como materia prima para papel reciclado: molido, desechos de pre-

consumo y desecho de post-consumo. El papel molido son recortes y trozos provenientes de la manufactura del papel, y se reciclan internamente en una fábrica de papel. Los desechos pre-consumo son materiales que ya han pasado por la fábrica de papel, y que han sido rechazados antes de estar preparados para el consumo. Los desechos post-consumo son materiales de papel ya utilizados que el consumidor rechaza, tales como viejas revistas o periódicos, material de oficina, guías telefónicas, etc. El papel que se considera adecuado para el reciclaje es denominado "desecho de papel".

Por otro lado están las propuestas del ministerio de educación. Los Modelos Educativos Flexibles son propuestas de educación formal que permiten atender a poblaciones diversas o en condiciones de vulnerabilidad, que presentan dificultades para participar en la oferta educativa tradicional. En esta oportunidad, se pone a disposición de la comunidad educativa los materiales tanto para estudiantes como para docentes de los Modelos Educativos Flexibles actualizados por la Subdirección de Referentes y Evaluación de la Calidad Educativa. Los materiales educativos de estos modelos están actualizados y son coherentes con los referentes de calidad actuales y con el enfoque de competencias. Se constituyen en pautas orientadoras curriculares y didácticas para la educación colombiana. (MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL, 2016)

### 3.1.3 Descripción del proceso



Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

### 3.1.4 Necesidades y requerimientos (materias primas e insumos)

A continuación se encuentra la descripción de la respectiva materia prima e insumos con su respectivo costo, al primer mes de funcionamiento de la empresa.

Tabla 27. Necesidades y Requerimientos

<b>INVENTARIOS</b>	<b>CANT</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
MATERIA PRIMA			\$2.425.700
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$2,425,700</b>
<b>MAQUINARIA</b>			
Garlopa manual	2	\$85,000	\$170,000
Sierra Escuadradora	1	\$4,000,000	\$4,000,000
Taladro eléctrico	2	\$320,000	\$640,000
Espigadora	2	\$120,000	\$2,400,000
Sierra circular eléctrica para madera	2	\$178,000	\$356,000
Impresora 3d	1	\$1,850,000	\$1,850,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$9,416,000</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Sillas	10	\$70,000	\$700,000
Escritorio	3	\$110,000	\$330,000
Computador	3	\$900,000	\$2,700,000
Teléfono	3	\$80,000	\$240,000
Impresora	1	\$400,000	\$400,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$4,370,000</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
Pisos			\$2,000,000
Enchape			\$2,500,000
Ventanas			\$1,500,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$6,000,000</b>
<b>EQUIPO DE TRANSPORTE</b>			
Furgón			\$40,000,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$40,000,000</b>



<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
Matricula Mercantil			\$90,000
Escritura de Constitución			\$650,000
Certificado de Sayco y Acinpro			\$320,000
Certificado de Bomberos			\$110,000
Certificado de Sanidad			\$95,000
Transporte			\$250,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$1,515,000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$63,726,700</b>

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

### 3.1.5 Plan de producción (programa de producción)

Tomando como referencia el plan de ventas, se estableció la cantidad de materiales didácticos en los primeros cinco años, teniendo en cuenta el incremento anual del 8%.

Tabla 28. Plan de producción de las tres líneas

<b>CANTIDAD/ PERIODO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>INC</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>INC</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>INC</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>INC</b>	<b>AÑO 5</b>
ESTIMULACIÓN TEMPRANA	5.520	8%	5.962	8%	6.439	8%	6.954	8%	7.510
PERCEPCIÓN Y MEMORIA	4.152	8%	4.484	8%	4.843	8%	5.230	8%	5.649
MOTRICIDAD FINA Y GRUESA	4.152	8%	4.484	8%	4.843	8%	5.230	8%	5.649
<b>TOTAL</b>	<b>13.824</b>	<b>8%</b>	<b>14.930</b>	<b>8%</b>	<b>16.125</b>	<b>8%</b>	<b>17.414</b>	<b>8%</b>	<b>18.808</b>

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

### 3.2 Plan de compras

Las compras estarán a cargo de los administrativos de la empresa y serán ellos quienes realicen los acuerdos con los proveedores, para obtener la materia prima a tiempo. Las compras de materia prima se realizaran cada 15 días para no tener

sobrecostos. A continuación se relaciona el plan de compras de la productora, comercializadora y asesora de materiales didácticos ecológicos.

Tabla 29. Tabla plan de Compras

<b>INVENTARIOS</b>	<b>CANT</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
MATERIA PRIMA			\$2.425.700
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$2,425,700</b>
<b>MAQUINARIA</b>			
Garlopa manual	2	\$85,000	\$170,000
Sierra Escuadradora	1	\$4,000,000	\$4,000,000
Taladro eléctrico	2	\$320,000	\$640,000
Espigadora	2	\$120,000	\$2,400,000
Sierra circular eléctrica para madera	2	\$178,000	\$356,000
Impresora 3d	1	\$1,850,000	\$1,850,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$9,416,000</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Sillas	10	\$70,000	\$700,000
Escritorio	3	\$110,000	\$330,000
Computador	3	\$900,000	\$2,700,000
Teléfono	3	\$80,000	\$240,000
Impresora	1	\$400,000	\$400,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$4,370,000</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
Pisos			\$2,000,000
Enchape			\$2,500,000
Ventanas			\$1,500,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$6,000,000</b>
<b>EQUIPO DE TRANSPORTE</b>			
Furgón			\$40,000,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$40,000,000</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			

Matricula Mercantil			\$90,000
Escritura de Constitución			\$650,000
Certificado de Sayco y Acinpro			\$320,000
Certificado de Bomberos			\$110,000
Certificado de Sanidad			\$95,000
Transporte			\$250,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$1,515,000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$63,726,700</b>

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

### 3.2.1 Consumo por unidad de producto

#### 3.2.1.2 Estimulación Temprana

Tabla 30. Consumo por unidad movil

<b>MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R UNIDAD</b>	<b>TOTAL V/R</b>	<b>TOTAL</b>
LAMINA CARTÓN	5	3.200	16.000	31.000
PAPEL DE CONSTRUCCIÓN	5	500	2.500	
REVISTA	1	1.000	1.000	
PAPEL CREPE	5	500	2.500	
LANA	1	600	600	
ALAMBRE DE DULCE	1	2.200	2.200	
ALAMBRE DE BOBINA	1	3.000	3.000	
IMÁGENES	4	800	3.200	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 31. Consumo por unidad franelógrafo

FRANELÓGRAFO				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
LAMINA CARTÓN	4	3.012	12.048	40.348
MADERA FINA	1	8.500	8.500	
TELA DE FRANELA	1	2.500	2.500	
LANILLA	1	800	800	
ALAMBRE	2	3.000	6.000	
PEGAMENTO	1	1.000	1.000	
PAPEL DE CONSTRUCCIÓN	2	1.500	3.000	
PAPEL LIJA	2	2.500	5.000	
REVISTA	1	1.500	1.500	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 32. Consumo por Unidad juego de Asociación

JUEGO DE ASOCIACION				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
TABLERO DE MULTIPLE USO	1	15.000	15.000	27.800
TARJETAS FIGURAS	16	800	12.800	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 33. Consumo por unidad de libro

LIBRO				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
PAPEL FOAMY	50	600	30.000	44.850
LANA	4	600	2.400	
BOTONES	15	50	750	
ALAMBRE	1	3.200	3.000	
PEGANTE	1	900	900	
TIJERA	1	1.000	1.000	
PAPEL CREPE	10	500	5.000	
CAJA TEMPERA	1	1.800	1.800	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

A continuación se calculará el costo de la mano de obra directa por unidad de producto de la línea de Estimulación Temprana, teniendo en cuenta los sueldos de dos operarios y de un coordinador de producción.

Tabla 34 Mano de obra por unidad de producto “Línea Estimulación Temprana”

MANO DE OBRA POR UNIDAD DE PRODUCTO				
SALARIO MENSUAL TOTAL	INCREMENTO	MESES	CANTIDAD	TOTAL
2.128.700	1.52	12	5.520	7.033.965

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

El costo de producir una unidad de material para la línea de estimulación temprana en el primer año es de \$43033

### 3.2.1.3 Percepción y Memoria

Tabla 35. Consumo por Unidad Juego de Integración

JUEGO DE INTEGRACIÓN				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
CARTÓN	1	3.200	3.200	28.400
REVISTA	1	1.500	1.500	
TIJERA	1	1.000	1.000	
PEGANTE	1	1000	1.000	
MARCADOR	4	1.300	5.200	
TABLERO DE MULTIPLE USO	1	16.500	16.500	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 36. Consumo por Unidad Domino

DOMINO				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
CARTON	2	3.475	6.950	20.950
PEGAMENTO	1	1.000	1.000	
PAPEL DE CONSTRUCCIÓN	4	1000	4.000	
PAPEL LIJA	3	1000	3.000	

PAPEL DE PLASTIFICAR	5	800	4.000	
CARTULINA	4	500	2.000	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 37. Consumo por Unidad Rompecabezas

ROMPECABEZAS				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
CARTÓN	1	3.200	3.200	19.650
MADERA	1	8.500	8.500	
PAPEL PARA PLASTIFICAR	3	1450	4.350	
LAMINA DE LIBROS	3	800	2.400	
TIJERA	1	1.200	1.200	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 38. Consumo por Unidad Ruleta del Saber

RULETA DEL SABER				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
CARTÓN	1	3.200	3.200	11.000
REGLA	1	1.200	1.200	
CINTA ENMASCARAR	1	2.500	2.500	
CAJA DE TEMPERAS	1	2.000	2.000	
PAPEL COMETA	3	500	1.500	
CARTON PAJA	1	600	600	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

A continuación se calculará el costo de la mano de obra directa por unidad de producto de la línea “Percepción y Memoria”, teniendo en cuenta los sueldos de dos operarios y de un coordinador de producción.

Tabla 39. Mano de obra por Unidad de Producto “Línea Percepción y Memoria”

MANO DE OBRA POR UNIDAD DE PRODUCTO				
SALARIO MENSUAL TOTAL	INCREMENTO	MESES	CANTIDAD	TOTAL
2128700	1.52	12	4.152	9.351.514

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

El costo de producir una unidad de material para la línea de Percepción y Memoria en el primer año es de \$29351

### 3.2.1.4 Motricidad Fina y Gruesa

Tabla 40. Consumo por unidad Túnel

TÚNEL					
MATERIALES	CM/MTS	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
HULA-HULA	UND	6	2.000	12.000	30.200
TUL	MTRS	4	1.800	7.200	
AGUJAS GRUESAS	UND	2	1.500	3.000	
LANA O COLA DE RATÓN	MTRS	10	800	8.000	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 41. Consumo por unidad juegos de palos

JUEGOS DE PALOS				
MATERIALES	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
MADERA	3	8.500	25.500	25.500

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 42. Consumo por unidad cubos

CUBOS					
MATERIALES	CM/MTS	CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
CARTÓN INDUS.	PLIEGOS	4	2.275	9.100	17.800
CORROSPUN	MTRS	2	2.500	5.000	
PEGAMENTO DE CONTACTO	UND	1	2.500	2.500	
TIJERA	UND	1	1200	1.200	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 43. Consumo por unidad juego de hilos de madera

JUEGOS DE HILOS EN MADERA					
MATERIALES		CANTIDAD	V/R UNIDAD	TOTAL V/R	TOTAL
TRIPLES		2	3.300	6.600	38.500
BROCAS		4	2.800	11.200	
BARNIZ		1	1.500	1.500	
LIJA FINA		1	1.800	1.800	
SERRUCHO		1	10.000	10.000	
METRO		1	2.000	2.000	
HILOS		3	1.800	5.400	

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

A continuación se calculará el costo de la mano de obra directa por unidad de producto de la línea “Percepción y Memoria”, teniendo en cuenta los sueldos de dos operarios y de un coordinador de producción.

Tabla 44. Mano de obra por unidad de producto “Línea Motricidad Fina y Gruesa”

MANO DE OBRA POR UNIDAD DE PRODUCTO				
SALARIO MENSUAL TOTAL	INCREMENTO	MESES	CANTIDAD	TOTAL
2128700	1.52	12	4.152	9.351.514

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

El costo de producir una unidad de material para la línea de Motricidad Fina y Gruesa en el primer año es de \$37351



### 3.2.2 Costos de Producción



Tabla 45. Costos De Produccion

Costos De Producción					
Variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	398.016.000	464.245.862	541.496.374	631.601.371	736.699.839
Mano De Obra	116.472.864	129.941.786	144.968.254	161.732.383	180.435.116
TOTAL	514.488.864	594.187.648	686.464.628	793.333.754	917.134.955

**Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)**

### 3.3 infraestructura (requerimientos y parámetros técnicos)

Tabla 46. Requerimiento de Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	IMAGEN	VALOR TOTAL
<p><b>Garlopa manual X 2</b></p> <p>Es un tipo de cepillo de carpintero que consiste en un paralelepípedo rectángulo de madera llamado caja procurando que la altura vaya disminuyendo un poco hacia las extremidades. La superficie inferior es perfectamente plana. A algunas pulgadas de la extremidad posterior se acopla una especie de puño para impeler el instrumento y cerca de la extremidad delantera se fija un botón.</p>		\$170.000
<p><b>Sierra Escuadradora</b></p> <p>Son máquinas muy empleadas en la industria de muebles, realizan una función relativamente básica pero muy provechosa para los procesos que requiere la fabricación de muebles y sus derivados: cortar láminas y piezas de madera para reducir su tamaño a piezas específicas.</p>		\$ 4.000.000

<p><b>Taladro Eléctrico X2</b></p> <p>Herramienta que sirve para hacer agujeros en materiales duros mediante una broca; la broca se hace girar (por procedimientos mecánicos o eléctricos) y horada la superficie.</p>		<p>\$640.000</p>
<p><b>Espigadora X2</b></p> <p>Esta máquina es simplemente una acopladora. Con ella pueden hacerse con precisión los calados necesarios en las piezas de madera para acoplarlas a otras usando espigas encoladas o con pines.</p>		<p>\$ 2.400.000</p>
<p><b>Sierra eléctrica para madera X2</b></p> <p>La sierra circular es una de las herramientas más utilizadas en la carpintería, y también pueden aplicarse para cortar materiales como plásticos, metales no ferrosos, yeso, o incluso concreto. Consiste en un disco dentado que, al girar rápidamente, permite el corte de los materiales.</p>		<p>\$356.000</p>
<p><b>Impresora 3D</b></p> <p>Es una máquina capaz de realizar réplicas de diseños en 3D, creando pieza o maquetas volumétricas a partir de un diseño hecho por ordenador, descargado de internet o recogido a partir de un escáner 3D. Surgen con la idea de convertir archivos de 2D en prototipos reales o 3D.</p>		<p>\$1.850.000</p>
<p><b>TOTAL</b></p>		<p><b>\$9.416.000</b></p>

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

Tabla 47. Muebles, enseres y adecuaciones

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	10	\$70,00	\$700,00
ESCRITORIO	3	\$110,00	\$330,00
COMPUTADOR	3	\$900,00	\$2,700,000
TELEFONO	3	\$80,00	\$240,00
IMPRESORA	1	\$400,00	\$400,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$4,370,000</b>

ADECUACIONES			
	METRO/UNIDADES		
ENCHAPES	22	45.000	990.000
LUMINARIA	15	160.000	2.400.000
DIVISIONES SÚPER BOARD	74	30.000	2.220.000
PUERTAS CORREDIZAS	12	32.500	390.000
TOTAL		267.500	6.000.000

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

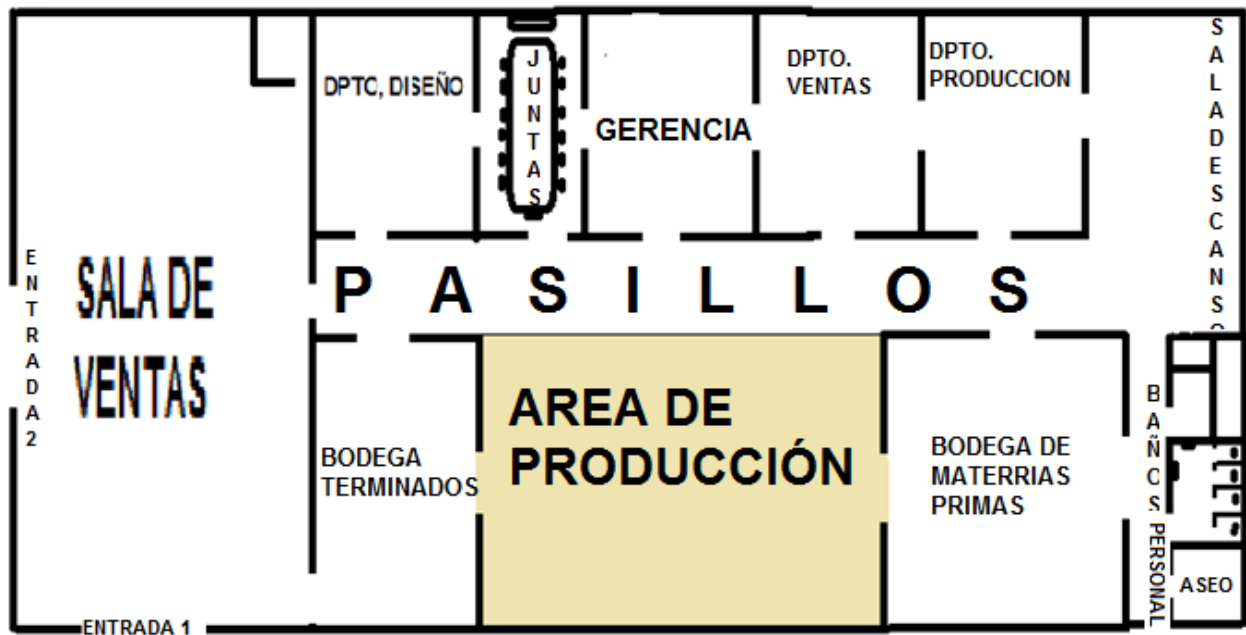
Tabla 48. Equipo de transporte

Equipo de Transporte	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
FURGÓN	1	\$40,000,000	\$40,000,000

Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)

### 3.3.1 Parámetros técnicos especiales

#### Plano



Fuente: (COLOMBIA Patente nº 001, 2016, pág. 54)

## CAPÍTULO 4: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 4.1 Estrategia Organizacional

Evaluación de Factores Internos – Matriz EFI; Con esta matriz se pretende evaluar las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales que se van a desarrollar dentro de la organización TO DIDACTIC; además es la forma base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

Tabla 49 Matriz EFI

MATRIZ EFI			
<b>FUERZAS</b>			
Mercado innovador	6%	4	0,24
Inversión recuperable a corto tiempo	16%	4	0,64
La moral de los administradores es buena	18%	4	0,72
Nuevo modelo de producción con material reciclado.	8%	3	0,24
Penetración de mercado con estrategia de precios.	12%	3	0,36
<b>DEBILIDADES</b>			
Nuevos en el mercado	5%	2	0,1
Nuevas empresas competidoras	15%	2	0,3
Falta de sistema para la administración estratégica	6%	1	0,06
Demanda limitada en un comienzo	8%	1	0,08
No aceptación rápida al producto.	6%	1	0,06
<b>Total</b>	100%		2,8

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

## MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE)

La matriz EFE, permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Tabla 50. Matriz EFE

MATRIZ EFE			
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Trato directo con las instituciones educativas para implementar reciclaje	8%	3	0,24
El crecimiento de capital esperado es aceptable	6%	2	0,12
Demanda insatisfecha	11%	1	0,11
Los consumidores quieren la mejor educación para sus hijos	14%	4	0,56
Altos costos de materiales didácticos	9%	4	0,36
<b>AMENAZAS</b>			
La competencia trate de blindar el mercado	10%	2	0,2
Intervención de mercados extranjeros	12%	4	0,48
No aceptación del producto	7%	3	0,21
Aumentos de las tasas de interés e impuestos	13%	2	0,26
Legislaciones (leyes que afecten el proyecto)	10%	1	0,1
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>2,64</b>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

#### 4.1.1 análisis FODA

Tabla 51 Análisis FODA

ANÁLISIS	OPOTUNIDADES	AMENAZAS
FODA	1. Trato directo con los colegios privados.	1. Comercio Informal
	2. Facilidad para incrementar ventas a colegios privados.	2. Mercancía Importada.
		3. Devolución de los productos
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. Innovación en el mercado	1. Alianzas estratégicas para la innovación del mercado en colegios privados y públicos en convenio con el estado.	1. Precios con descuentos por volumen de compra.
2. Espacio disponible para actividades lúdicas.	2. Distribución directa	
		2. Descuentos por temporadas.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Baja demanda en el primer momento de penetración al mercado.	1. Incrementar la demanda participando en las licitaciones con el gobierno Para colegios públicos	1. Aumentar la demanda de los productos, dando a conocer aquello mediante juegos y uso de ellos por medio del espacio lúdico para los niños. Que vayan con sus padres a comprar.
	2. Publicidad Masiva	
	3. Fechas Especiales de clientes.	
	4. Redes sociales e Implementación de página web.	

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

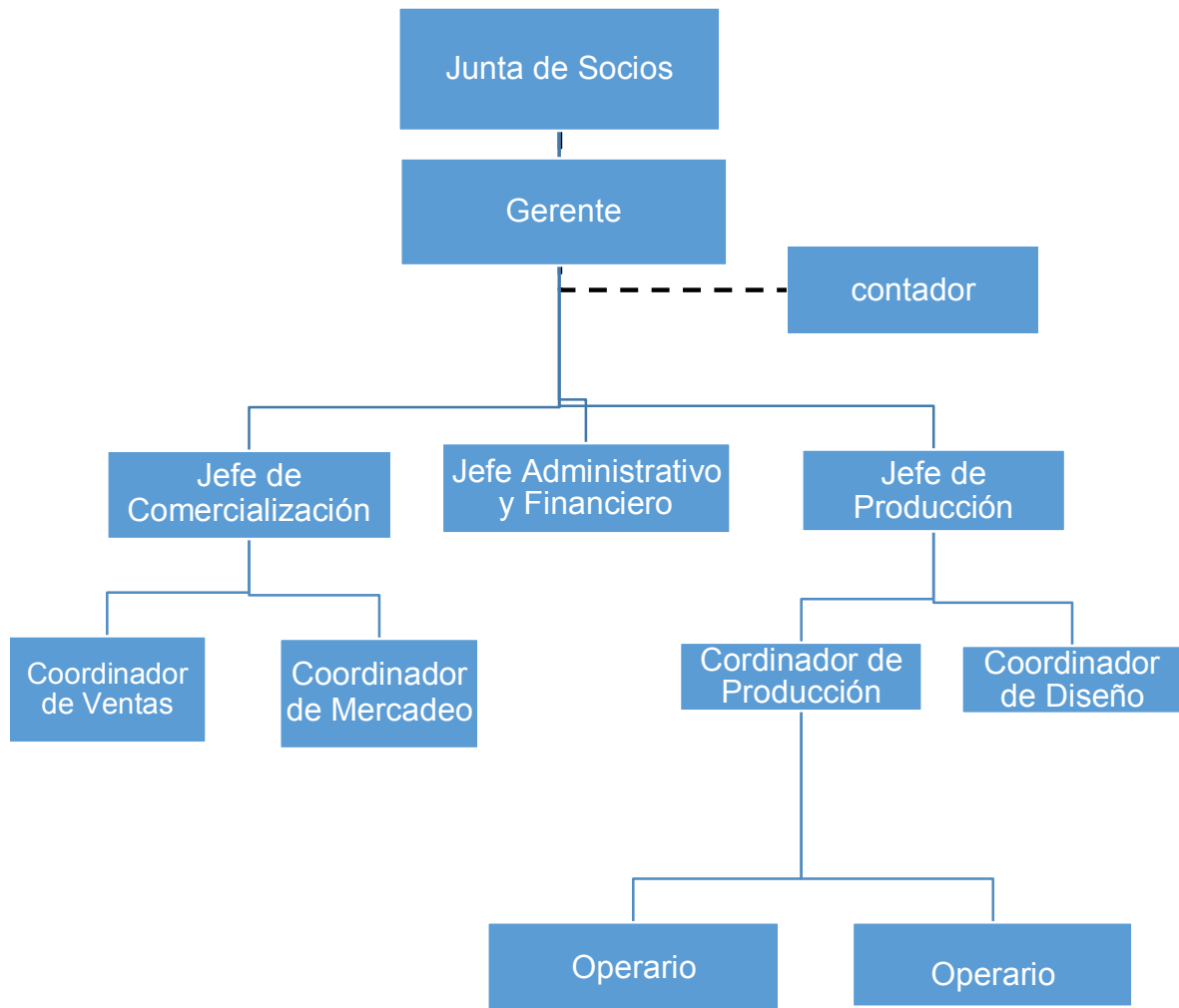
#### 4.1.2 Organismos de Apoyo

Tabla 52. Organismos de Apoyo

<b>Organismos de Apoyo</b>	<b>Características</b>
Corporación Universitaria Minuto de Dios	El apoyo que nos brindara será en cuanto a la proporción de conocimiento y seguimiento del proyecto si es o no factible.
Ministerio de Educación Nacional	Nos proporciona información de primer mano para saber hacia dónde se en ruta el futuro de la educación del país; como lo indican sus objetivos misionales Brindar educación inicial de calidad en el marco de una atención integral, desde un enfoque diferencial, de inclusión social y con perspectiva de derechos a niños y niñas.
Secretaria de Educación del Meta	Con su programa EDUDACTIC, nos permite información privilegiada; de exámenes requerimientos y nuevas técnica de enseñanza que se quieren implementar en el departamento.
Carvajal Educación S.A	Permite obtener información sobre innovación y nuevos materiales educativos a aplicar en el país así como también sirve de guía para diseños exclusivos y apoyo directo.

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

## 4.2 Estructura Organizacional



(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )



Tabla 53. Manual de funciones del gerente

DESCRIPCIÓN DE CARGOS		
IDENTIFICACION DEL CARGO: GERENTE		
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE ADMINISTRATIVO		
DEPARTAMENTO: N/A	DIVISIÓN: GERENTE	SECCIÓN: GENERAL
<b>FUNCIONES DEL CARGO:</b> * REVISAR CONSTANTEMENTE LA CALIDAD DEL MATERIAL Y EL DESEMPEÑO DE TRABAJO REALIZADO. * VIGILAR EL FUNCIONAMIENTO ADECUADO DE CADA UNA DE LAS AREAS DE LA EMPRESA. * IMPLEMENTAR MECANISMOS QUE AYUDEN AL MEJORAMIENTO DE LA EMPRESA.		
ESPECIFICACIONES DEL CARGO:		
FACTORES		ESPECIFICACIONES
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	EDUCACIÓN	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
	EXPERIENCIA	MINIMA DE 2 AÑO

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 54. Manual de Funciones de Jefe Comercial

<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> JEFE COMERCIAL		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> JEFE DE COMERCIAL		
<b>DEPARTAMENTO:</b> COMERCIAL	<b>DIVISION:</b> GERENCIA	<b>SECCION:</b> GENERAL
<b>1. NATURALEZA DEL CARGO:</b>		
VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DEL MATERIAL DIDÁCTICO ECOLÓGICO		
<b>2. FUNCIONES DEL CARGO:</b>		
* GENERAL CLIENTES POTENCIALES Y TENER COBERTURA CON EL MATERIAL.		
* CERRAR CADA VENTA CON LA ASESORÍA PERSONALIZADA A CADA CLIENTE.		
* ABRIR NUEVOS MERCADOS.		
* ENTREGA OPORTUNA DEL MATERIAL.		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b>		
FACTORES		ESPECIFICACIONES
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	EDUCACIÓN	Alta: debe ser profesional en comercio, siendo esto una habilidad para moverse en el área comercial.
	EXPERIENCIA	2 años de experiencia debido a que debe tener amplio desenvolvimiento en el área comercial
	HABILIDAD MENTAL	alta: requiere tener buenas estrategias y un alto nivel de convencimiento para con los clientes

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 54. Manual de Funciones Jefe Administrativo y Financiero

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b> JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO		
<b>DEPARTAMENTO:</b> ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	<b>DIVISIÓN:</b> GERENCIA	<b>SECCIÓN:</b> GENERAL
<b>2. naturaleza del cargo:</b> VERIFICAR CUENTAS, REVISAR, CLASIFICAR Y REGISTRAR DOCUMENTOS, A FIN DE MANTENER ACTUALIZADOS LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS QUE SE ORIGINAN EN LA EMPRESA, ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES Y SELECCIÓN DEL PERSONAL.		
<b>1. FUNCIONES DEL CARGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>* ELABORAR Y VERIFICAR RELACIONES DE GASTOS E INGRESOS.</li> <li>* ELABORAR INFORMES PERIODICOS EN LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.</li> <li>* LIQUIDACIÓN A LOS EMPLEADOS.</li> </ul> CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b>		
<b>FACTORES</b>		<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	ADMINISTRADOR FINANCIERO
	<b>EXPERIENCIA</b>	IMPORTANTE DADO A QUE EN ESTA ÁREA SE REALIZA TODO EL MOVIMIENTO ECONÓMICO Y ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA.
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA PARA REALIZAR CADA LABOR ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA ASIGNADA.

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 55. Manual de Funciones Jefe de Producción

DESCRIPCIÓN DE CARGOS		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> JEFE DE PRODUCCIÓN		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> JEFE DE PRODUCCIÓN		
<b>DEPARTAMENTO:</b> PRODUCCIÓN	<b>DIVISION:</b> PRODUCCIÓN <b>SECCIÓN:</b> GENERAL	
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> Gestionar y delegar funciones a los operarios de producción, minimizar los costos y aumentar la productividad del personal mediante estrategias que ayuden a mejorar la calidad de los productos.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar las funciones de los operarios y minimizar los tiempo de ocio</li> <li>• Aumentar la productividad y la calidad de la producción</li> <li>• Custodiar la seguridad de los operarios y que cumplan con el uso de los elementos de seguridad.</li> </ul>		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b> Orientar a los operarios en las actividades específicas a realizar dentro de sus actividades laborales		
FACTORES	ESPECIFICACIONES	
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<b>EDUCACIÓN</b>	PROFESIONAL
	<b>EXPERIENCIA MINIMA</b>	1 AÑO
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA PARA EL CONTROL Y MANEJO DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN.

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 56. Manual de Funciones Coordinador de Ventas

DESCRIPCIÓN DE CARGOS		
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE VENTAS		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE VENTAS		
<b>DEPARTAMENTO:</b> COMERCIAL	<b>DIVISIÓN:</b> GERENCIAL <b>SECCIÓN:</b> GENERAL	
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> Diseñar El Proceso De Obtención De Vendedores: Selección, Entrevista Personal, Capacitación Y Adoctrinamiento, Que Produzcan La Elección De Vendedores Idóneo.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b> <p>Preparar Los Pronósticos De Ventas Preparar Los Pronósticos De Gastos Buscar Y Elegir Otros Canales De Distribución Y Venta</p>		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b>		
FACTORES	ESPECIFICACIONES	
	<b>EDUCACIÓN</b>	Título de bachiller.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	Experiencia	10 meses
	HABILIDAD MENTAL	Bajo por solo llevar un registro del material almacenado.

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 57. Manual de Funciones Coordinador de Mercadeo

DESCRIPCIÓN DE CARGOS		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE MERCADEO		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE VENTAS		
<b>DEPARTAMENTO:</b> COMERCIAL	<b>DIVISIÓN:</b> GERENCIAL	<b>SECCIÓN:</b> GENERAL
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> LIDER EN LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL CON LIDERAZGO EN TRABAJO EN EQUIPO CON LTOMA DE DECISIONES IMPORTNTATES DE CARÁCTER CREATIVO Y PROACTIVO.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b>		
* DEFINIR UN PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING, ACORDE CON LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES.		
*ESTABLECER UN MODELO DE EVALUACIÓN EN COORDINACIÓN CON LA GERENCIA DE VENTAS, QUE PERMITA CONOCER EL AVANCE Y LOS RESULTADOS DE LAS VENTAS.		
*REALIZAR ANÁLISIS DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES QUE INCLUYA CLIENTES, PROVEEDORES, COMPETENCIA, SERVICIOS SUSTITUTOS Y A LOS POSIBLES INGRESANTES AL MERCADO.		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b>		
	<b>FACTORES</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<b>EDUCACIÓN</b>	TITULO DE BACHILLER.
	<b>EXPERIENCIA</b>	6 MESES
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 58. Manual de Funciones Coordinador de Producción

<b>DESCRIPCIÓN DE CARGOS</b>		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE PRODUCCIÓN		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE PRODUCCIÓN		
<b>DEPARTAMENTO:</b> PRODUCCIÓN	<b>DIVISIÓN:</b> PRODUCCIÓN	<b>SECCIÓN:</b> GENERAL
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> Delegar funciones a los operarios de producción, minimizar los costos y aumentar la productividad del personal mediante estrategias que ayuden a mejorar la calidad de los productos.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar las funciones de los operarios y minimizar los tiempo de ocio</li> <li>• Aumentar la productividad y la calidad de la producción</li> <li>• Custodiar la seguridad de los operarios y que cumplan con el uso de los elementos de seguridad.</li> <li>• Ayudar al embalaje de los productos</li> <li>• Implementar sistemas de control de riesgos en el trabajo.</li> <li>• Demás que se apliquen a su cargo.</li> </ul>		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b> orientar a los operarios en las actividades específicas a realizar dentro de sus actividades laborales		
<b>FACTORES</b>		<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	PROFESIONAL
	<b>EXPERIENCIA MINIMA</b>	1 AÑO
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA CONTROL Y MANEJO DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN.

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 59. Manual de Funciones Coordinador de Producción

<b>DESCRIPCION DE CARGOS</b>		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE PRODUCCIÓN		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE PRODUCCIÓN		
<b>DEPARTAMENTO:</b> PRODUCCIÓN	<b>DIVISIÓN:</b> PRODUCCIÓN	<b>SECCIÓN:</b> GENERAL
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> Delegar funciones a los operarios de producción, minimizar los costos y aumentar la productividad del personal mediante estrategias que ayuden a mejorar la calidad de los productos.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar las funciones de los operarios y minimizar los tiempo de ocio</li> <li>• Aumentar la productividad y la calidad de la producción</li> <li>• Custodiar la seguridad de los operarios y que cumplan con el uso de los elementos de seguridad.</li> <li>• Ayudar al embalaje de los productos</li> <li>• Implementar sistemas de control de riesgos en el trabajo.</li> <li>• Demás que se apliquen a su cargo.</li> </ul>		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b> orientar a los operarios en las actividades específicas a realizar dentro de sus actividades laborales		
<b>FACTORES</b>		<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	PROFESIONAL
	<b>EXPERIENCIA MINIMA</b>	1 AÑO
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA CONTROL Y MANEJO DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN.

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 60. Manual de Funciones Coordinador de Diseño

<b>DESCRIPCIÓN DE CARGOS</b>		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE DISEÑO		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> COORDINADOR DE DISEÑO		
<b>DEPARTAMENTO:</b> PRODUCCIÓN	<b>DIVISIÓN:</b> PRODUCCIÓN	<b>SECCIÓN:</b> GENERAL
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> DISEÑAR LOS MODELOS Y AYUDAR A CREAR MOLDES Y FIGURAS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS MATERIALES DIDACTICOS.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b> DISEÑAR LOS MATERIALES DIDACTICOS ELABORAR MOLDES DE LOS MATERIALES DIDACTICOS DISEÑO Y MEJORA EN LA IMAGEN O LOGO DE LA EMPRESA DEMÁS QUE SEAN DE SU NATURALEZA		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b> ENSEÑAR LOS DISEÑOS DE LOS MATERIALES PARA SU CORRECTA ELABORACIÓN.		
<b>FACTORES</b>		<b>ESPECIFICACIONES</b>
<b>CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES</b>	<b>EDUCACIÓN</b>	PROFESIONAL EN DISEÑO
	<b>EXPERIENCIA MINIMA</b>	1 AÑO
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA POR MANEJO DE EQUIPOS E IMPRESORAS DE ALTA TECNOLOGIA

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 61. Manual de Funciones Operario de Producción

DESCRIPCIÓN DE CARGOS		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO:</b> OPERARIO DE PRODUCCIÓN		
<b>NOMBRE DEL CARGO:</b> OPERARIO DE PRODUCCIÓN		
<b>DEPARTAMENTO:</b> PRODUCCIÓN	<b>DIVISIÓN:</b> PRODUCCIÓN <b>SECCIÓN:</b> GENERAL	
<b>2. NATURALEZA DEL CARGO:</b> ELABORAR LOS MATERIALES QUE ESTEN EN LINEA DE CONSTRUCCIÓN Y AYUDAR A QUE ESTOS ESTEN EN LAS BODEGAS DE MATERIAL TERMINADO.		
<b>3. FUNCIONES DEL CARGO:</b> ELABORACIÓN DE LOS MATERIALES IMPLEMENTACIÓN Y USO DE SUS TECNICAS EN EL MANEJO DE LAS MAQUINAS DEMÁS QUE SEAN DE SU NATURALEA		
<b>4. ESPECIFICACIONES DEL CARGO:</b>		
FACTORES	ESPECIFICACIONES	
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<b>EDUCACIÓN</b>	BACHILER TECNICO
	<b>EXPERIENCIA MINIMA</b>	1 AÑO EN MANEJO DE MAQUINARIA
	<b>HABILIDAD MENTAL</b>	ALTA POR TENER CONTACTO DIRECTO CON MAQUINARIA

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

#### 4.3 Aspectos Legales (constitución de la empresa)

El marco legal es un conjunto de normas que se establecen de acuerdo a cada país para formar o crear una empresa, esta determina de cierta manera si el proyecto es viable o no dependiendo de la cantidad de recursos necesarios a utilizar, también depende de las disposiciones legales establecidas para el establecimiento, ya sea



sanitaria, de impuestos entre otras. Unas de las más importantes a tener en cuenta se muestran a continuación:

•**Verificar el nombre o razón social:** En la cámara de comercio se debe buscar si existe una empresa con el nombre de “TO DIDACTIC”, si existe debemos cambiarlo.

•**Adquirir el formulario de matrícula mercantil:** Esta es una instancia legal que deben efectuar todas las personas naturales, sociedades comerciales y civiles, empresas unipersonales, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, sucursales de sociedades extranjeras y empresas asociativas de trabajo que ejerzan actividades comerciales.

**Para la matrícula mercantil se necesita:**

- Formulario o preinscripción en el registro único tributario RUT.
- Escritura pública de constitución de la sociedad
- Original y fotocopia del documento de identidad de la persona natural o del representante legal.

Después de realizar la matrícula mercantil y la asignación del NIT, el asesor del Centro de Atención Empresarial (CAE), asigna el código de industria y comercio igualmente informa sobre las tarifas a cancelar según la actividad comercial, estas tarifas se deberán liquidar bimestral o anualmente

Tabla 62. Ventajas y desventajas de la constitución de una SAS

VENTAJAS SAS	DESVENTAJAS SAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inscripción de la sociedad por documento privado, <b>no tiene que dar fe pública, a menos que posea bienes inmuebles que si es obligación. Este disminuye los costos de transacción.</b></li> <li>➤ Carácter siempre comercial, <b>existen empresas que se les aplica el derecho comercial y otras el civil según el art. 1258 de 2008 siempre serán de carácter simple comercial.</b></li> <li>➤ Eliminación del requisito que exige un mínimo de dos personas para conformar una sociedad, <b>según la ley 1258 de 2008</b></li> <li>➤ Limitación de la responsabilidad, <b>se consagra la limitación del riesgo de los accionistas según el monto de capital aportado excepto lo estipulado por la ley 1258 de 2008 con respeto a fraudes deben responder de forma solidaria, sin ser responsables de las obligaciones laborales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Las acciones y demás valores que emita la SAS</b>, no podrán inscribirse en el registro nacional de valores y emisores ni negociarse en la bolsa ya que no se tiene la garantía de transparencia con que son manejadas estos valores</li> <li>➤ <b>Por su misma flexibilidad en la constitución y forma de administración</b>, las SAS pueden prestarse para que personas inescrupulosas adulteren la figura inicial, para 3 poder cometer actividades ilícitas. Lo cual hace que la SAS sea muy desprotegida ante los delitos.</li> <li>➤ <b>La SAS igual que las otras figuras societarias</b>, pueden acudir a mecanismos como la transformación – cuando una sociedad cambia su tipo social y adopta un tipo diferente – la fusión – reforma estatutaria en la cual una sociedad se disuelve sin liquidarse y traspasa todos sus activos y pasivos para ser absorbidas por otra u otras sociedades o para crear una nueva– o la escisión – es una reforma estatutaria por medio la cual una sociedad, según la ley 1607 del 2012,</li> <li>➤ <b>Resolución de conflictos a cargo de una entidad administrativa:</b> No se puede ocultar que en la ley colombiana se necesita una ejecución más efectiva de las normas sustantivas. Para la SAS,</li> <li>➤ <b>Administración de hecho: según la ley 1258 del 2008</b>, se extendieron las responsabilidades legales de los administradores a otras personas que igualmente realicen actividades que afecten a las sociedad de manera positiva o negativa, sin tener cargos formales en la empresa.</li> </ul>

#### 4.4 Costos Administrativos

##### 4.4.1 Gastos de Personal

Tabla 63. Nomina

Cargos	SALARIO	Incremento Prestacional	Salario mensual	Salario Anual	Tipo de Gasto
Gerente	\$1.300.000	1,52	\$1.976.000	\$23.712.000	Adm
Jefe Comercial	\$950.000	1,52	\$1.444.000	\$17.328.000	Gastos en ventas
Jefe Administrativo Y Financiero	\$950.000	1,52	\$1.444.000	\$17.328.000	Adm
Jefe De Producción Y Diseño	\$950.000	1,52	\$1.444.000	\$17.328.000	Adm
Coordinador De Ventas	\$750.000	1,52	\$1.140.000	\$13.680.000	Gastos en ventas
Coordinador De Mercadeo	\$750.000	1,52	\$1.140.000	\$13.680.000	Adm
Coordinador De Producción	\$750.000	1,52	\$1.140.000	\$13.680.000	Producción
2. Operarios	\$1.378.910	1,52	\$2.095.943	\$25.151.318	Producción

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tabla 64. Dotación del personal al año

CANT.	PRESENTACIÓN	DETALLE	VR. UNIT	VR. TOTAL
12	Unidad	Jean dotación	24137	289655
12	Unidad	Camisa dotación	28448	341379
12	Unidad	Buzo azul cuello redondo	7327	87924
2	Unidad	Careta visor	24568	49136
2	Unidad	Fono diadema	21300	42600
6	Par	Botas	68300	136600
			<b>Total</b>	<b>947,294</b>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

#### 4.4.2 Gastos de puesta en marcha

A continuación se relacionaran los gastos por concepto de arranque y puesta de operación de la empresa.

Tabla 6. Gastos de puesta en marcha

<b>Descripción</b>	<b>VALOR</b>
Matricula Mercantil	\$90.000
Escritura De Constitución	\$650.000
Certificado De Sayco Y Acinpro	\$320.000
Certificado De Bomberos	\$110.000
Certificado De Sanidad	\$95.000
Transporte	\$250.000
<b>Total</b>	<b>\$1.515.000</b>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

#### 4.4.3 Gastos Anuales de Administración

Tabla 66 Presupuestos de gastos de Administración

<b>PRESUPUESTOS DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>DETALLES</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Sueldo de Administrativos	\$72,048,000
Servicios públicos	\$3,000,000
Arriendo	\$30,000,000
Seguridad	\$6,000,000
Seguro contra riesgos	\$5,460,000
Comunicaciones y traslados	\$4,680,000

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

## CAPITULO 5 ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 Análisis de los Ingresos

La obtención del capital necesario para poner en funcionamiento TO DIDACTIC; será una parte en efectivo con valor de \$30.000.000 aportados por los socios de la empresa y el faltante por medio del fondo emprendedor.

#### 5.1.1 Fuentes de Financiación

El siguiente es el aporte inicial de los emprendedores para iniciar la empresa, todos los aportes son en efectivo, estos aportes se implementarán en la etapa de constitución de la empresa en el primer mes:

Tabla 68. Primer fuente de Financiación

<b>Capital</b>	<b>Aporte</b>
María Fernanda Riveros Pérez	\$ 10.000.000
Narciso Daza Toloza	\$ 10.000.000
Katherine Hernández Bermúdez	\$ 10.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 30.000.000</b>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Para obtener el resto del capital requerido,

Tabla 69. Segunda Fuente de Financiación

<b>Capital</b>	<b>Aporte</b>
Fondo Emprender	50.000.000
<b>Total</b>	50.000.000

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

El total de la inversión inicial es de \$ 80.000.000 el cual aplica a la etapa de operación del primer mes de funcionamiento de la empresa; los aportes de los emprendedores serán en efectivo \$30.000.000 y lo faltante, es decir; \$50.000.000 se solicitará al fondo emprendedor. La tasa de rentabilidad efectiva anual a la cual aspiran los emprendedores es del 10%.

### 5.2 Análisis de los Egresos

Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar.

A continuación se relacionan los costos indirectos de fabricación:

Tabla 70. Costos de puesta en marcha

<b>Materia Prima</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	<b>Total</b>
\$5.049.400	\$2.128.70	\$10.416.274	\$17.594.3

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

<b>Construcciones Y Edificios</b>	<b>Muebles Y Enseres</b>	<b>Requerimientos De Maquinaria</b>	<b>Equipo De Transporte</b>	<b>Total</b>
\$6.000.000	\$4.370.000	\$9.416.000	\$40.000.000	\$59.786.000

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

El costo de puesta en marcha de TO DIDACTIC será de \$77.380.374, más un colchón en efectivo de \$2.619.626, para un total de \$80.000.000 que fue lo previsto anteriormente.

### 5.3 Capital de Trabajo

Tabla 71. Inversión Capital de Trabajo

<b>INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Materia Prima	2.425.700
Mano De Obra	6.063.971
Arriendo	1.250.000
Transporte	300.000
Material De Empaque	800.000
<b>TOTAL</b>	<b>10.839.671</b>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

En la anterior tabla se proyecta la inversión en cuanto al capital de trabajo con valor de \$10.839.671, la primera quincena.

## 5.4 Modelo Financiero

### 5.4.1 modelo financiero

edad de Fonade - Valora-CE. No es de Uso Obligatorio. Solo se pueden modificar las celdas amarillas.

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VARIABLES MACROECONÓMICAS</b>							
Inflación	%			7.93%	6.33%	5.53%	4.73%
Devaluación	%			4.50%	3.90%	3.60%	3.30%
IPP	%			4.39%	3.72%	3.80%	3.50%
Crecimiento PIB	%			3.20%	4.55%	4.60%	4.70%
DTF T.A.	%			6.74%	6.24%	5.74%	5.24%
<b>VENTAS, COSTOS Y GASTOS</b>							
<b>Precio Por Producto</b>							
Precio Linea Estimulacion Temprana	\$ / unid.		58.095	61.581	65.276	69.192	73.344
Precio Linea Percepcion y Memoria	\$ / unid.		39.624	42.001	44.522	47.193	50.024
Precio Linea motricidad fina y gruesa	\$ / unid.		50.424	53.449	56.656	60.056	63.659
Precio	\$ / unid.						
Precio	\$ / unid.						
<b>Unidades Vendidas por Producto</b>							
Unidades Linea Estimulacion Temprana	unid.		5.520	5.962	6.439	6.954	7.510
Unidades Linea Percepcion y Memoria	unid.		4.152	4.484	4.843	5.230	5.649
Unidades Linea motricidad fina y gruesa	unid.		4.152	4.484	4.843	5.230	5.649
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
<b>Total Ventas</b>							
Precio Promedio	\$		50.243,3	53.257,9	56.453,4	59.840,6	63.431,0
Ventas	unid.		13.824	14.930	16.124	17.414	18.807
Ventas	\$		694.563.696	795.136.519	910.272.287	1.042.079.714	1.192.972.857
<b>Rebajas en Ventas</b>							
Rebaja	% ventas						0,6%
Pronto pago	\$		0	0	0	0	7.157.837
<b>Costos Unitarios Materia Prima</b>							
Costo Materia Prima Linea Estimulacion Temprana	\$ / unid.		36.000	38.880	41.990	45.350	48.978
Costo Materia Prima Linea Percepcion y Memoria	\$ / unid.		20.000	21.600	23.328	25.194	27.210
Costo Materia Prima Linea motricidad fina y gruesa	\$ / unid.		28.000	30.240	32.659	35.272	38.094
Costo Materia Prima	\$ / unid.						
Costo Materia Prima	\$ / unid.						
<b>Costos Unitarios Mano de Obra</b>							
Costo Mano de Obra Linea Estimulacion Temprana	\$ / unid.		7.033	7.265	7.505	7.752	8.008
Costo Mano de Obra Linea Percepcion y Memoria	\$ / unid.		9.351	9.660	9.978	10.308	10.648
Costo Mano de Obra Linea motricidad fina y gruesa	\$ / unid.		9.351	9.660	9.978	10.308	10.648
Costo Mano de Obra	\$ / unid.						
Costo Mano de Obra	\$ / unid.						
<b>Costos Variables Unitarios</b>							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		28.791,7	31.095,0	33.582,6	36.269,2	39.170,7
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		8.425,4	8.703,4	8.990,7	9.287,4	9.593,8
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		37.217,1	39.798,4	42.573,3	45.556,6	48.764,6
<b>Otros Costos de Fabricación</b>							
Otros Costos de Fabricación	\$						0
<b>Costos Producción Inventariables</b>							
Materia Prima	\$		398.016.000	464.245.862	541.496.374	631.601.371	736.699.839
Mano de Obra	\$		116.472.864	129.941.786	144.968.254	161.732.383	180.435.116
Materia Prima y M.O.	\$		514.488.864	594.187.648	686.464.628	793.333.754	917.134.954
Depreciación	\$		10.067.600	10.067.600	10.067.600	10.067.600	10.067.600
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		524.556.464	604.255.248	696.532.228	803.401.354	927.202.554
Margen Bruto	\$		24,48%	24,01%	23,48%	22,90%	22,28%
<b>Gastos Operacionales</b>							
Gastos de Ventas	\$		45.508.000	48.921.100	52.590.183	56.534.446	58.795.824
Gastos Administración	\$		124.995.294	134.369.941	144.447.687	155.281.263	161.492.514
Total Gastos	\$		170.503.294	183.291.041	197.037.869	211.815.709	220.288.338
<b>Capital de Trabajo</b>							
<b>Cuentas por cobrar</b>							
Rotación Cartera Clientes	días						
Cartera Clientes	\$		0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%						
<b>Inventarios</b>							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo						
Invent. Prod. Final	\$		0	0	0	0	0
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días						
Invent. Prod. Proceso	\$		0	0	0	0	0
Invent. Materia Prima Rotación	días compras						
Invent. Materia Prima	\$		2.524.700	0	0	0	0
Total Inventario	\$		0	0	0	0	0



<b>Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar</b>							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$		0	0	0	0	0
<b>Gastos Anticipados</b>							
Gastos Anticipados	\$		0	0	0	0	0
<b>Cuentas por Pagar</b>							
Cuentas por Pagar Proveedores	días						
Cuentas por Pagar Proveedores	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
<b>Inversiones (Inicio Período)</b>							
Terrenos	\$		0				
Construcciones y Edificios	\$		6.000.000				
Maquinaria y Equipo	\$		8.936.000				
Muebles y Enseres	\$		4.370.000				
Equipo de Transporte	\$		40.000.000				
Equipos de Oficina	\$		0				
Semovientes pie de Cría	\$		0				
Cultivos Permanentes	\$		0				
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0
<b>Otros Activos</b>							
Valor Ajustado	\$						
Variación			0	0	0	0	0
<b>Impuestos</b>							
<b>Renta</b>							
Patrimonio	\$	30.000.000	29.503.938	37.094.168	53.796.358	80.659.009	118.983.137
Renta Presuntiva sobre patrimonio Líquido	%						
Renta Presuntiva	\$		0	0	0	0	0
Renta Líquida	\$		-496.062	7.590.230	16.702.190	26.862.651	38.324.128
Tarifa Impuesto de Renta	%						
Tarifa a pagar sobre impuesto renta(Según ley 1429)	%						
<b>CREE</b>							
tarifa de impuesto CREE							
<b>Estructura de Capital</b>							
Capital Socios	\$	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Capital Adicional Socios	\$						0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0
<b>Patrimonio</b>							
Capital Social	\$	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Utilidades Retenidas	\$		0	-496.062	6.335.145	21.367.116	45.543.502
Utilidades del Ejercicio	\$		-496.062	7.590.230	16.702.190	26.862.651	38.324.128
<b>Dividendos</b>							
Utilidades Repartibles	\$		0	0	6.335.145	21.367.116	45.543.502
Dividendos	%						
Dividendos	\$		0	0	0	0	0

### 5.4.2 Base de Cálculo

PARAMETRO	VALOR	EXPLICACION
<b>Nombre de los Productos</b>		
Linea Estimulacion Temprana		
Linea Percepcion y Memoria		
Linea motricidad fina y gruesa		
<b>Información del Proyecto</b>		
Indique la Tasa de Descuento del emprendedor	10%	Tasa Efectiva Anual
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	3 mes	
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	36 mes	
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	60 mes	
<b>Condiciones de la Deuda</b>		
Gracia	1	Gracia a Capital (Años)
Plazo	5	Plazo de la Deuda (Años)
Tasa en pesos	10%	Puntos por encima del DTF
<b>Depreciación Activos Fijos</b>		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	5	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	5	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	3	Vida útil (años)
Semovientes	0	Agotamiento (años)
Cultivos Permanentes	0	Agotamiento (años)
<b>Otros</b>		
Gastos Anticipados	5	Amortización (años)
<b>Impuestos</b>		
Indique si se acoge a la ley 1429	Si	Selecciones Si o No

### 5.4.3 Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	18.169.300	30.265.538	47.923.368	74.693.158	111.623.409	160.015.137
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	2.524.700	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>20.694.000</b>	<b>30.265.538</b>	<b>47.923.368</b>	<b>74.693.158</b>	<b>111.623.409</b>	<b>160.015.137</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	6.000.000	5.700.000	5.400.000	5.100.000	4.800.000	4.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	8.936.000	8.042.400	7.148.800	6.255.200	5.361.600	4.468.000
Muebles y Enseres	4.370.000	3.496.000	2.622.000	1.748.000	874.000	0
Equipo de Transporte	40.000.000	32.000.000	24.000.000	16.000.000	8.000.000	0
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>59.306.000</b>	<b>49.238.400</b>	<b>39.170.800</b>	<b>29.103.200</b>	<b>19.035.600</b>	<b>8.968.000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>80.000.000</b>	<b>79.503.938</b>	<b>87.094.168</b>	<b>103.796.358</b>	<b>130.659.009</b>	<b>168.983.137</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Empreder (Contingente)	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
<b>PASIVO</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	759.023	2.429.242	5.115.507
Utilidades Retenidas	0	0	-496.062	6.335.145	21.367.116	45.543.502
Utilidades del Ejercicio	0	-496.062	7.590.230	16.702.190	26.862.651	38.324.128
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>30.000.000</b>	<b>29.503.938</b>	<b>37.094.168</b>	<b>53.796.358</b>	<b>80.659.009</b>	<b>118.983.137</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>80.000.000</b>	<b>79.503.938</b>	<b>87.094.168</b>	<b>103.796.358</b>	<b>130.659.009</b>	<b>168.983.137</b>

#### 5.4.4 Estado De Pérdidas Y Ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	694.563.696	795.136.519	910.272.287	1.042.079.714	1.192.972.857
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	7.157.837
Materia Prima, Mano de Obra	514.488.864	594.187.648	686.464.628	793.333.754	917.134.954
Depreciación	10.067.600	10.067.600	10.067.600	10.067.600	10.067.600
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>170.007.232</b>	<b>190.881.271</b>	<b>213.740.059</b>	<b>238.678.361</b>	<b>258.612.465</b>
Gasto de Ventas	45.508.000	48.921.100	52.590.183	56.534.446	58.795.824
Gastos de Administracion	124.995.294	134.369.941	144.447.687	155.281.263	161.492.514
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-496.062</b>	<b>7.590.230</b>	<b>16.702.190</b>	<b>26.862.651</b>	<b>38.324.128</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-496.062</b>	<b>7.590.230</b>	<b>16.702.190</b>	<b>26.862.651</b>	<b>38.324.128</b>
Impuesto renta +CREE	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>-496.062</b>	<b>7.590.230</b>	<b>16.702.190</b>	<b>26.862.651</b>	<b>38.324.128</b>

#### 5.4.5 Flujo De Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		-496.062	7.590.230	16.702.190	26.862.651	38.324.128
Depreciaciones		10.067.600	10.067.600	10.067.600	10.067.600	10.067.600
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>9.571.538</b>	<b>17.657.830</b>	<b>26.769.790</b>	<b>36.930.251</b>	<b>48.391.728</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		2.524.700	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	2.524.700	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-6.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-8.936.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-4.370.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-40.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-59.306.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-59.306.000</b>	<b>2.524.700</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Empezar	50.000.000					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	30.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>80.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>20.694.000</b>	<b>12.096.238</b>	<b>17.657.830</b>	<b>26.769.790</b>	<b>36.930.251</b>	<b>48.391.728</b>
Saldo anterior		18.169.300	30.265.538	47.923.368	74.693.158	111.623.409
Saldo siguiente	20.694.000	30.265.538	47.923.368	74.693.158	111.623.409	160.015.137

## 5.4.6 Indicadores

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Supuestos Macroeconómicos</b>						
Variación Anual IPC	0,00%	7,93%	6,33%	5,53%	5,53%	4,73%
Devaluación	0,00%	4,50%	3,90%	3,60%	3,60%	3,30%
Variación PIB	0,00%	3,20%	4,55%	4,60%	4,60%	4,70%
DTF ATA	0,00%	6,74%	6,24%	5,74%	5,74%	5,24%
<b>Supuestos Operativos</b>						
Variación precios	N.A.	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%
Variación Cantidades vendidas	N.A.	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%
Variación costos de producción	N.A.	15,2%	15,3%	15,3%	15,3%	15,4%
Variación Gastos Administrativos	N.A.	7,5%	7,5%	7,5%	7,5%	4,0%
Rotación Cartera (días)	0	0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)	0	0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)	0	0	0	0	0	0
<b>Indicadores Financieros proyectados</b>						
Liquidez - Razón Corriente	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Prueba Acida	0	0	0	0	0	0
Rotacion cartera (días),	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotacion Proveedores (días)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total	62,9%	57,4%	48,2%	38,3%	38,3%	29,6%
Concentración Corto Plazo	0	0	0	0	0	0
Ebitda / Gastos Financieros	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional	-0,1%	1,0%	1,8%	2,6%	2,6%	3,2%
Rentabilidad Neta	-0,1%	1,0%	1,8%	2,6%	2,6%	3,2%
Rentabilidad Patrimonio	-1,7%	20,5%	31,0%	33,3%	33,3%	32,2%
Rentabilidad del Activo	-0,6%	8,7%	16,1%	20,6%	20,6%	22,7%
<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>						
Flujo de Operación		9.571.538	17.657.830	26.769.790	36.930.251	48.391.728
Flujo de Inversión	-80.000.000	2.524.700	0	0	0	0
Flujo de Financiación	80.000.000	0	0	0	0	0
<b>Flujo de caja para evaluación</b>	<b>-80.000.000</b>	<b>12.096.238</b>	<b>17.657.830</b>	<b>26.769.790</b>	<b>36.930.251</b>	<b>48.391.728</b>
<b>Flujo de caja descontado</b>	<b>-80.000.000</b>	<b>10.996.580</b>	<b>14.593.248</b>	<b>20.112.539</b>	<b>25.223.859</b>	<b>30.047.456</b>
<b>Criterios de Decisión</b>						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor		10%				
TIR (Tasa Interna de Retorno)		17,75%				
VAN (Valor actual neto)		20.973.681				
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)		2,82				
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación) en meses		3 mes				
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)		62,50%				
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )		36 mes				
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )		60 mes				

## CAPÍTULO 6. PLAN OPERATIVO

### 6.1 Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
CREACIÓN DE LA EMPRESA, SEGÚN REQUISITOS DE LEY						
COMPRA DE LOS ACTIVOS REQUERIDOS FIJOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA						
INSTALAR LAS AREAS ADMINISTRATIVA, FINANCIERA, COMERCIAL Y OPERATIVA DE LA EMPRESA						
PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DEL PERSONAL Y CAPACITACIÓN						
COMPRA DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS MATERIALES DIDÁCTICOS						
IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PRECIO, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN						
PAGO A LOS EMPLADOS PRIMER MES DE TRABAJO						

**Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)**

### 6.2 Metas Sociales

Con el plan de negocios de la productora, comercializadora y asesora de material didáctico ecológico, se pretende generar diez empleos asegurándoles a los colaboradores un ambiente de trabajo de calidad y bienestar.

Las metas sociales serán en primera instancia para los miembros de la empresa, tratando a los empleados de forma justa, compensándolos con beneficios tangibles como bonificaciones e intangibles como esparcimiento familiar dándoles un ambiente laboral agradable basado en el respeto y con salarios justos.

### *6.2.1 Plan Nacional de Desarrollo*

El plan de negocios de materiales didácticos se enmarca dentro de los pilares del plan Nacional de desarrollo, contenido en el Artículo III, donde establece que la educación se asume como el más poderoso instrumento de igualdad social y crecimiento económico, en el largo plazo, con una visión orientada a cerrar brechas en acceso y calidad al acceso educativo, entre individuos, grupos poblacionales y entre regiones, acercando al país a altos estándares internacionales y logrando la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos.

### *6.2.2 Plan Regional de Desarrollo*

Nuestro negocio se desarrollará en la ciudad de Villavicencio, capital del Departamento del Meta, y dentro del Plan Regional de Desarrollo denominado “juntos construyendo sueños y realidades” se enmarca en lo siguiente:

Como ciudadanos metenses nos vinculamos por medio de ideas innovadoras que permitan apoyar al desarrollo del departamento en cuanto a la gestión para traer nuevos recursos pero así mismo organizar instituciones empresariales con impacto social, cultural, educación y el factor de mayor importancia el económico, para lograr estos objetivos del proyecto basamos las reglas a seguir en eje n°2 del Plan Regional de Desarrollo, en la estrategia número 1.

**ESTRATEGIA 1.** Fomento y apoyo a las iniciativas de emprendimiento, empresario e innovación para mejorar la capacidad de generación de ingresos y empleo

Cuyo objetivo principal es Fortalecer y promover nuevas fuentes de ingreso y de empleo para el bienestar de la población metense, con participación del sector público y privado, a través de la construcción de una cultura empresarial, la innovación, el emprendimiento y empresarios; de esta manera promoviendo y apoyando la creación, consolidación y formalización de empresas conformadas preferencialmente por pequeños y medianos empresarios. Fortalecer los procesos productivos y de transformación para sectores de clase mundial en servicios, manufactura y agroindustria e iniciativas de las empresas existentes en el Meta, articulados con los programas nacionales y en unión con la Cámara de Comercio de Villavicencio, Sena, universidades, Fenalco y demás entidades u organizaciones gremiales y sectoriales.

### *6.2.3 Clúster o Cadena Productiva*

Comienza por la adquisición de la materia prima, la que es utilizada para la elaboración de los materiales didácticos, luego son comercializados a las instituciones educativas de carácter privado que cuenten con los grados de preescolar, prejardín y jardín en la Ciudad de Villavicencio; y por último se brindará una asesoría sobre el uso pertinente del material.



#### 6.2.4 Empleo

Las proyecciones sociales de la organización TO DIDACTIC, se ven reflejadas en el interés por afectar de manera positiva a comunidades vulnerables de la región mediante la creación de la política de contratación, donde se busca priorizar empleos para madres cabezas de familia, aportando así un grano de arena a la economía de las familias y al mismo tiempo de la región, debido a que estas últimas son la base de toda las economías.

Por esta razón con la puesta en marcha del plan de negocio para la creación de una Empresa productora, comercializadora y asesora de material didáctico Ecológico, En La Ciudad De Villavicencio. TO DIDACT, se crean 10 empleos de forma directa.

#### 6.2.5 Emprendedores

Estudiantes de IX semestre del programa de administración de empresas

- Narciso Argemiro Daza Toloza
- María Fernanda Riveros Pérez
- Katherine Hernández Bermúdez

Docente Asesor: docente del programa de administración de empresas

- Jair David Marín Martínez.

## **CAPITULO 7. IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.**

### *7.1 Impacto Económico Y Regional.*

Este proyecto surge de una necesidad creada dentro de una población, que presenta la oportunidad para hacer parte de la economía regional; mediante la puesta en marcha de TO DIDACTIC, empresa que en pleno funcionamiento genera empleos directos a personas vulnerables, siendo el caso las madres cabezas de familia, a quienes se afectará su economía de una forma radical al mantenerles una estabilidad laboral.

En la parte de las ventas en las dos primeras fases del proyecto se pretende llegar en una etapa inicial al municipio de Villavicencio y en la segunda a todo el departamento y en una tercera a nivel regional, en cada una de estas etapas se pretende impactar un 5% de la población objetivo, lo cual nos permitirá mantener un equilibrio comercial en la parte de oferta de producto frente a la demanda que resulte de los mismos.

Por otro lado a nivel macro al formar parte de la economía regional se pretende la consecución de la mejora continua, y crear clouster's productivos que permitan organizar la economía dentro de la región fortaleciendo cada vez la empresa para afrontar los cambios que presente el mercado.

## *7.2 Impacto Social*

El impacto social con la empresa es bien amplio gracias a mejorar la estabilidad de las familias que estarán vinculadas de forma directa y las familias que indirectamente se verán afectadas; por ser el sector de la educación en la primera infancia y desarrollo de la niñez el eje fundamental del proyecto que está planteado en cuestión la responsabilidad por aplicar las mejores prácticas empresariales para organizar, dirigir, planear, y ejecutar con los más altos estándares de calidad, lo anterior nos asigna parte de la responsabilidad sobre la educación inicial de los futuros profesionales del departamento del Meta.

## *7.3 Impacto Ambiental*

Los mercados verdes; una creciente economía mundial, en la cual Colombia tiene un lugar privilegiado y aún más el proyecto en que sus lineamiento lo impulsa a implementar alianzas comerciales para la consecución de materias primas para el desarrollo de la actividad económica de la organización, estos planes estratégicos buscan aprovechar todos los desperdicios representados en papel, cartón y demás materiales llegasen a tener utilidad dentro del proceso, la alianza se pacta con empresas, colegios y grandes superficies comerciales; que son las que más cantidad de estos materiales aportan como basura a un medio ambiente en deterioro, esta estrategia además de representar un beneficio para TO DIDACTID representara un beneficio colectivo ya que todas las organizaciones vinculadas se tendrán parte del mismo pero además se genera un clúster de mercados verdes.

## RESUMEN EJECUTIVO

**Tabla 72. Resumen ejecutivo**

<b>Información general</b>	
Proyecto	Plan de Negocio para la creación de una empresa productora, comercializadora y asesora de material didáctico ecológico, en la Ciudad de Villavicencio.
Año De Constitución	2016
Ubicación Del Proyecto	Ciudad de Villavicencio; Capital del Departamento del Meta.
Sector De La Actividad	Sector Juguetería
Responsables Del Proyecto	María Fernanda Riveros Pérez Katherine Hernández Bermúdez Narciso Argemiro Daza Toloza
<b>Descripción del proyecto</b>	
El presente proyecto se muestra el desarrollo de un proyecto para la creación de una empresa Productora, Comercializadora Y Asesora De Material Didáctico Ecológico, En La Ciudad De Villavicencio.	

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

<b>Mercados</b>	
Mercado objetivo	192 Instituciones educativas de carácter privado 11.520 niños entre los 0 – 6 años de edad.
Tasa de crecimiento	Crecimiento del mercado del 8% anual
Tipología de Clientes:	Todas las instituciones educativas de carácter privado, que a su vez cuenten con niños y niñas entre los 0-6 años.
Nivel de Competencia:	Empresas del sector encargadas de diseñar, fabricar y comercializar productos didácticos y de tecnología para la educación y la salud; ofrecen soluciones de construcción, adecuación y manejos de espacios en las instituciones educativas, hogares de bienestar familiar, fundaciones, etc., ubicadas en la Ciudad de Villavicencio, una de ellas con sede principal en Bogotá.
Investigación utilizada	Investigación mixta (cualitativa y cuantitativa), de ambos enfoques se enfocó en la características numéricas y de opinión, se tomó la muestra población se realizó encuestas y se analizaron los resultados obtenidos.
Estrategias utilizadas	<i>Estrategias de distribución</i> La empresa maneja una distribución directa, debido a que es ella quien produce los materiales didácticos y también será la encargada de venderlos al consumidor final. Este canal es el más apropiado, puesto que de esta manera los materiales llegaran en mejor estado y no maltratados por los intermediarios y con precios más bajos.
	<b>Estrategia de Precios</b> La empresa al iniciar su operación; establecerá un precio bajo para atraer a los consumidores y ganar participación en el mercado; después subirá sus precios, aplicando descuentos a clientes que compran con regularidad, esta estrategia ayudara a la empresa a mantenerse estable, también se maneja descuento por volumen de compra, debido a que el costo por unidad se reduce a medida que a cantidad del producto aumenta, y finalmente descuento por temporada, como incentivo a los consumidores

	<p>para que compren durante épocas en que se refleja una merma en las ventas.</p> <p>El establecimiento del precio por unidad de producto se tomara teniendo en cuenta el costo de la materia prima más el costo de la mano de obra directa; junto con un 30% de utilidad.</p>
	<p><b>Estrategia de Promoción</b></p> <p>Las estrategias de promoción diseñadas para la empresa productora, comercializadora y Asesora de material pedagógico están especialmente dirigidas a realizar una correcta penetración en el mercado, siendo así necesario un alto contenido de publicidad. Divididas así:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad masiva: Folletos</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Fechas especiales</li> <li>• conócenos</li> </ul>
Proyección de ventas	<p>TO DIDACTIC producirá un total de 13,824 unidades de materiales didácticos en primer año los cuales se distribuyen de la siguiente manera: 5,520 unidades de Estimulación temprana, 4,152 unidades de Percepción y memoria y 4,152 Unidades de Motricidad fina y gruesa.</p> <p>El índice de crecimiento en la cantidad de materiales será del 8% anual, y en el precio con crecimiento del 6%, hasta llegar a los 5 años proyectados.</p>

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Ventajas Competitivas	
VENTAJAS COMERCIALES	<p>TO DIDACTIC mantendrá un considerable stock en cada punto de venta, ofrecerá servicio de asesoría personalizada; además de la implementación de la página web, y finalmente ofrecerá formas de pago especial a los clientes; como descuento por cantidad de material didáctico.</p>
VENTAJAS FINANCIERAS	<p>TO DIDACTIC busca multiplicar la rentabilidad, para ello tendrá un apalancamiento financiero, reduciendo el riesgo de la inversión, abriendo puerta a determinados mercados y aumentando la TIR de la operación.</p>

**Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)**

## PROPUESTA DE VALOR MODELO CANVAS

Es una idea de negocio que tiene como objetivo principal la creación de una empresa productora, comercializadora y asesora de material didáctico ecológico, dirigido a las instituciones educativas de carácter privado en la Ciudad de Villavicencio.

Los productos están diseñados con altos estándares de calidad e innovación que se acomodan a las necesidades de los clientes, cobijados en políticas productivas que permiten el trabajo directo con comunidades vulnerables ayudando a disminuir el flagelo de la pobreza que entorpece la economía regional.

Cuenta con página web que permite la interacción con otro tipo de clientes; incursionando en otras apuestas productivas innovadoras en tecnología (páginas web, redes sociales y blogs), y otro tipo mercados de explotación como mercados.



**Fuente:** (DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Inversiones Requeridas	
Aportes de los socios	\$30.000.000
Fondo Emprender	\$50.000.000
<b>Total</b>	<b>\$80.000.000</b>

**Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)**

### Conclusiones Financieras Y Evaluación De La Viabilidad

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	14%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	20,47%
VAN (Valor actual neto)	60.510.312
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,83
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	0 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	50,44%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	0 mes

(DAZA , RIVEROS, & BERMUDEZ )

Tasa interna de retorno TIR	La TIR es la tasa de interés máxima a la que es posible endeudarse para el financiamiento del proyecto, sin que se generen perdidas, la TIR de la cafetería Agro turística es de 20,47% lo cual indica que el proyecto es viables, teniendo en cuenta que la tasa mínima a la que aspira el emprendedor es del 14%.
Valor actual neto VAN	El valor actual neto del proyecto es de \$60.510.312 lo que indica que generara ganancias por encima de la rentabilidad esperada.
Periodo de recuperación de la inversión PRI	Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión, en la cafetería el periodo es de 2,84, lo que indica que en 3 años se recupera la inversión del proyecto.

**Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)**

**Tabla 37. Equipo de trabajo.**

<b>EQUIPO DE TRABAJO</b>	
<b>MONBRES Y APELLIDOS</b>	<b>OCUPACION</b>
Katherine Hernández Bermúdez	Estudiante de Administración de Empresas
María Fernanda Riveros Pérez	Estudiante de Administración de Empresas
Narciso Daza Toloza	Estudiante de Administración de Empresas
Jair David Marín Martínez	Asesor proyecto de grado

**Fuente: (Daza & Hernández & Riveros)**



## Bibliografía

- Cámara de Comercio de Villavicencio.
- Secretaria de Educación del Meta.
- (Daza & Hernández & Riveros).
- Habilidades y destrezas S.A. (2016). Material educativo para niños. México: Recuperado de <https://www.habilidadesydestrezas.com/material-didactico/>.
- Martínez & Sánchez. (2015). MARIA MONTESSORI la pedagogía de la responsabilidad y de la autoformación. Italia: Recuperado de [http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0\\_montessori.htm](http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_montessori.htm).
- Moreira. (2007). LOS MATERIALES EDUCATIVOS: ORIGEN Y FUTURO. México: Recuperado de
- [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/DirEducCont/mateducdig/unidad%201/act1.1\\_origenyfuturo\\_meduc.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/DirEducCont/mateducdig/unidad%201/act1.1_origenyfuturo_meduc.pdf).

- García. (2006). Guía de trabajo para la planeación y organización de la docencia. México: Recuperado de <https://edgargomezbonilla.files.wordpress.com/2010/10/mc3b3dulo-iv-el-material-didc3a1ctico-en-la-ensec3b1anza-de-la-historia.pdf>.
- Castro & Guzmán. (2007). Material de apoyo para la enseñanza del inglés como lengua extranjera en 4° y 5° de educación básica primaria. Universidad de la Salle, Bogotá.
- Arisma S.A. (2016). La importancia del material didáctico. Colombia: SAINET INGENIERIA. Recuperado de [http://www.arismasa.com/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=28&Itemid=51](http://www.arismasa.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=51).
- Acosta. (2013). Negocio de los juguetes mueve \$660 mil millones cada año. Colombia: Vanguardia, Recuperado de <http://www.vanguardia.com/economia/nacional/186921-negocio-de-los-juguetes-mueve-660-mil-millones-cada-ano>.
- Escobar. (2014). Perfil de importaciones de Colombia desde el resto del Mundo. Universidad de la Salle, Bogotá.
- [http://www.villavicencio.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=98&Itemid=188](http://www.villavicencio.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=98&Itemid=188)