

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca



El presente formulario debe ser diligenciado en su totalidad como constancia de entrega del documento para ingreso al Repositorio Digital (Dspace).

TITULO	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMPRA DE UNA FRANQUICIA DE CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA – GYMBOREE		
SUBTITULO			
AUTOR(ES) Apellidos, Nombres (Completo) del autor(es) del trabajo	SALLEG BARRERA AMELIA		
	PARRA PARRA NELLY		
PALABRAS CLAVE (Mínimo 3 y máximo 6)	FRANQUICIA		NEIVA
	ESTIMULACION TEMPRANA		FAMILIA
	GYMBOREE		
RESUMEN DEL CONTENIDO (Mínimo 80 máximo 120 palabras)	Este trabajo está basado en la idea de negocio de la adquisición de una franquicia de la marca Gymboree Play & Music que ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. Hoy en día existen más de 550 sedes en 30 países, que los convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, las actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Los programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres – lo que refuerza la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.		

Autorizo (amos) a la Biblioteca Octavio Arizmendi Posada de la Universidad de La Sabana, para que con fines académicos, los usuarios puedan consultar el contenido de este documento en las plataformas virtuales de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMPRA DE UNA FRANQUICIA DEL
CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA GYMBOREE PLAY AND MUSIC EN
LA CIUDAD DE NEIVA**

**NELLY PARRA PARRA
AMELIA SALLEG BARRERA**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS - FORUM
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CHÍA- CUNDINAMARCA
2012**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMPRA DE UNA FRANQUICIA DEL
CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA GYMBOREE PLAY AND MUSIC EN
LA CIUDAD DE NEIVA**

**NELLY PARRA PARRA
AMELIA SALLEG BARRERA**

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Finanzas y Negocios Internacionales**

**Asesor del Proyecto
JULIO DUARTE
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS - FORUM
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CHÍA- CUNDINAMARCA
2012**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C., agosto de 2012

*A a mi esposo Carlos y a mis hijos
Cristhyam y Julián, quienes me apoyaron
en este nuevo reto de crecimiento personal y
laboral, siempre conté con su comprensión y
amor..
Nelly*

*A mi hijo Juan Pablo que me motiva cada
día a ser una mejor persona, a mi esposo
Hernan por su apoyo incondicional, a mis
padres por su influencia a ser una mejor
profesional.
Los amo...
Amelia*

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Cada una de las personas que fueron partícipes en esta etapa de sus vidas, unos transmitiéndoles la fuerza, otros conocimientos y otros apoyándolas incansablemente, para alcanzar la meta propuesta: a todos ellos muchas Gracias.

A:

- Dios
- Sus seres queridos
- Universidad de la Sabana
- Sus compañeros de especialización
- Julio Duarte, asesor del proyecto.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. PRIMER MÓDULO: IDEA DEL NEGOCIO	15
1.1 PROCESO CREATIVO	15
1.1.1 Lluvia de ideas	15
1.1.2 Evaluación de ideas	15
1.1.3 Selección de idea	16
1.2 PROPUESTA DE VALOR	16
1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA	16
1.4 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	16
1.5 MISIÓN	17
1.6 VISIÓN	17
1.7 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	17
1.7.1 Objetivo corto plazo	17
1.7.2 Objetivos a mediano plazo	17
1.7.3 Objetivo a largo plazo	17
1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS	17
1.9 ANÁLISIS DEL SERVICIO	17
1.10 CONCEPTO DE FRANQUICIA	18
1.10.1 Características de las franquicias	18
1.10.2 Ventajas de las franquicias	20
1.10.2.1 Ventajas para el franquiciante	21
1.10.2.2 Ventajas para el franquiciado	22
1.10.3 La estimulación temprana	23
1.10.3.1 Historia de la estimulación temprana	23
1.10.3.2 Concepto de estimulación temprana	23
1.10.3.3 fundamentos de la estimulación temprana	24
1.10.3.4 Material de estimulación	25
1.10.3.5 Los padres son los mejores maestros	26
1.11 FRANQUICIAS GYMBOREE	26
1.11.1 Historia	26
1.11.2 ¿Quién puede ser dueño de una franquicia Gymboree?	27
1.11.3 Pasos para convertirse en un franquiciado Gymboree	27
2. SEGUNDO MÓDULO: ANÁLISIS DEL ENTORNO MUNDIAL Y NACIONAL	30
2.1 ECONOMÍA MUNDIAL	30
2.2 COLOMBIA	31
2.2.1 Oportunidad de negocios	35
3. TERCER MÓDULO: EL MERCADO	37

	pág.	
3.1	TAMAÑO DEL MERCADO	37
3.1.1	Actividades económicas	37
3.1.2	Vías de comunicación	37
3.1.3	Cultura y turismo	37
3.1.4	Clase social	41
3.1.5	Participación de la competencia en el mercado	42
3.1.6	Estudio del mercado	43
3.1.6.1	Metodología	43
3.1.6.2	Muestra	43
3.1.6.3	Trabajo de campo	43
3.1.6.4	Resultados de la investigación	44
3.1.7	Conclusiones	52
3.2	UBICACIÓN DE GYMBOREE PLAY & MUSIC EN LA CIUDAD DE NEIVA	53
3.3	PROMOCIÓN DEL SERVICIO	53
3.3.1	Publicidad	53
3.3.1.1	Objetivo	53
3.3.1.2	Estrategias y tácticas	53
3.3.2	Fijación y políticas de precio	54
3.3.3	Plan de introducción al mercado	55
3.3.4	Sistema y plan de ventas	55
4.	MÓDULO CUARTO: PRODUCCIÓN DEL SERVICIOS	56
4.1	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	56
4.2	INSTALACIONES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	57
4.2.1	Diseño del espacio para la prestación del servicio	57
5.	MÓDULO QUINTO: ESTUDIO ADMINISTRATIVO	59
5.1	ORGANIZACIÓN	59
5.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	59
5.2.1	Gerente administrativa	60
5.2.2	Asistente administrativa	60
5.2.3	Contabilidad y finanzas	61
5.2.4	Instructores	61
5.2.5	Servicios generales	62
5.3	CAPTACIÓN DEL PERSONAL	62
5.3.1	Reclutamiento	62
5.3.2	Selección	62
5.3.3	Contratación	63
5.3.4	Inducción	63
5.3.5	Desarrollo del personal	64
5.3.6	Capacitación	64
5.3.7	Administración de sueldos y salarios	64

	pág.	
6.	MÓDULO SEXTO: MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	65
6.1	PASOS PARA CREAR LA SAS	65
6.2	OTROS TRÁMITES	66
7.	MÓDULO SÉPTIMO: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	67
7.1	SERVICIOS A PRESTAR	67
7.2	DATOS ESTIMADOS DE INGRESOS	67
7.3	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	68
7.4	GASTOS DE VENTAS	68
7.5	PUNTO DE EQUILIBRIO	69
7.6	GASTOS PRE-OPERATIVOS	70
7.7	ESTADO DE RESULTADOS	70
7.8	FLUJO DE CAJA	71
7.9	BALANCE GENERAL	72
7.10	INDICADORES FINANCIEROS	72
8.	CONCLUSIONES	73
9.	RESUMEN EJECUTIVO	74
	BIBLIOGRAFÍA	77
	ANEXOS	79

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Lluvia de ideas	15
Tabla 2. Evaluación de ideas	16
Tabla 3. Centros educativos	42
Tabla 4. Número de niños por edad	45
Tabla 5. Costo de la publicidad	54
Tabla 6. Relación de costos/ingresos	54
Tabla 7. Punto de equilibrio	55
Tabla 8. Ventas mensuales por pensión	55
Tabla 9. Plan de capacitación	64
Tabla 10. Administración de sueldos y salarios	64
Tabla 11. Tarifas de precios por servicio	67
Tabla 12. Datos estimados de ingresos	67
Tabla 13. Gastos administración del año 1 al año 5	68
Tabla 14. Gastos de venta año 1 a año 5	68
Tabla 15. Porcentaje del costo/ingresos	69
Tabla 16. Punto de equilibrio	69
Tabla 17. Gastos preoperativos	70
Tabla 17. Estado de resultado proyectado	70
Tabla 18. Flujo de caja proyectado	71
Tabla 19. Cálculo de VP-VPN-TIR	71
Tabla 19. Balance general proyectado	72
Tabla 20. Indicadores financieros	72

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Tipo de vivienda en Neiva	38
Figura 2. Hogares según número de personas	38
Figura 3. Población por sexo	39
Figura 4. Tasa de alfabetismo de la población, cabecera, resto	40
Figura 5. Establecimientos según actividad	40
Figura 6. Estratificación de neiva realizado	42
Figura 7. Número de hijos entre 0 y 5 años	44
Figura 8. Edad de los niños entre 0 a 5 años	44
Figura 9. ¿Ha escuchado hablar de estimulación temprana?	45
Figura 10. Beneficios de estimulación temprana	45
Figura 11. Cuánto ha utilizado el servicio de estimulación temprana	45
Figura 12. Sitios donde ha utilizado el servicio de ET	46
Figura 13. Tiempo de utilización del servicio	47
Figura 14. Frecuencia de la utilización	47
Figura 15. Valor que ha pagado por el servicio de ET	48
Figura 16. Por qué no se ha utilizado un servicio de ET	48
Figura 17. Conocimiento de Gymboree	49
Figura 18. Productos o servicios utilizados de la marca Gymboree	49
Figura 19. Disposición de participar en programa de ET	50
Figura 20. Cuánto ha considerado pagar por el servicio de ET	50
Figura 21. ¿Quién cuida a su hijo?	51
Figura 22. ¿Cual es su ocupación?	51
Figura 23. Horario de trabajo de los encuestados	52
Figura 24. Diseño del espacio para la prestación del servicio	58
Figura 25. Estructura organizacional	59

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Cuestionarios de encuestas	79
Anexo B. Decreto 4904/2009	81

RESUMEN

Con el presente plan de negocios se pretende analizar la factibilidad económica y financiera, en la compra de una franquicia de un centro de estimulación temprana llamado GYMBOREE, situada en la ciudad de Neiva.

Para determinar la factibilidad del Plan de Negocios, se desarrollaron 7 módulos.

En el Módulo uno se analizan varios factores importantes en la adquisición de una franquicia sus ventajas y desventajas, se estudia la compra de la franquicia Gymboree y los pasos que se deben hacer para su adquisición. También en este módulo, se realizó una investigación de la estimulación temprana y la importancia en los niños.

En el Módulo dos, se analiza el entorno económico nacional y global, y la oportunidad de negocios de acuerdo a la actualidad.

En el Módulo tres, se realiza una investigación y estudio de mercado en la ciudad de Neiva, de acuerdo a este estudio se hacen estrategias en la prestación del servicio.

En los Módulos cuatro y cinco se desarrolla todo lo relacionado con la prestación del servicio y la estructura organizacional de la empresa, así como se establecen cargos, funciones, capacitación, administración de sueldos y salarios.

El marco legal y jurídico fue desarrollado en el Módulo seis, en donde se establece el marco legal y jurídico de la empresa.

En el Módulo siete, se desarrolla el estudio económico y financiero, en donde se realizan los estados financieros proyectados y sus indicadores.

PALABRAS CLAVE: ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES-TRABAJOS DE GRADO; ADMINISTRACION; DEPARTAMENTALIZACION; PLANES DE NEGOCIOS; ANÁLISIS EMPRESARIAL.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo está basado en la idea de negocio de la adquisición de una franquicia de la marca Gymboree Play & Music que ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. Hoy en día existen más de 550 sedes en 30 países, que los convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, las actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Los programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres – lo que refuerza la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.

Entre las características de las franquicias, el principal y primer elemento es el contrato que debe ser muy estudiado, detallado, claro, preciso y de seguro cumplimiento, se define el uso de la marca, la transmisión de conocimientos por medio de la capacitación, se define los parámetros económicos y la exclusividad territorial.

Se analizaron las principales ventajas del franquiciado entre las que se destacan la agilidad y rapidez en la expansión, menores gastos publicitarios y mayor difusión, innovación permanente en aspectos metodológicos y tecnológicos.

Hace ya 50 años que el Dr. Glenn Doman descubrió la capacidad casi ilimitada de los bebés e infantes de absorber conocimiento en bruto y luego procesarlo para descubrir las reglas que lo rigen.

Cuanta menos edad tenga un bebé, mayor será su capacidad de aprendizaje. Desde muy temprana edad, su hijo puede aprender a leer, adquirir conocimientos enciclopédicos, matemáticas, y cualquier cosa que se le pueda enseñar de manera concreta, directa y agradable (natación, ballet, a tocar violín, etc.). Pero no sólo eso es cierto: a mayor conocimiento adquirido en forma ordenada y predecible, mayor desarrollo de la capacidad del cerebro para procesar toda esa información, ordenarla, jerarquizarla y descubrir las reglas que la rigen, en suma mayor desarrollo de la inteligencia sin excepción.

Colombia posee actualmente un favorable entorno económico, que ofrece un ambiente muy adecuado para hacer negocios.

Colombia así como todos los países emergentes, se encuentran en una coyuntura propicia para emprender nuevos negocios. La economía colombiana se ha estimulado por condiciones tanto internas como externas. Entre las internas se encuentra el bajo nivel de desempleo, los niveles de las tasas de interés en los cuales se pueden conseguir créditos a buen precio, y la política del gobierno de apoyo económico y consultoría a los ciudadano que tengan un plan de negocios

con factibilidad económica y financiera; podemos mencionar el fondo emprender entre otros.

La economía del Huila se basa principalmente en la producción agrícola, y ganadera, la explotación petrolera y el comercio. La carretera troncal atraviesa el Departamento y lo comunica con el departamento del Caquetá. Todos los municipios se encuentran conectados por carretera entre sí y con Neiva, la cual, a su vez, se conecta con las principales ciudades del país. El río Magdalena permite la navegación; Neiva y Aipe son los principales puertos fluviales. Neiva, Garzón y Pitalito, disponen deservicio aéreo.

La franquicia trabaja dos servicios que son las clases de estimulación temprana para lo cual hay una matrícula único pago para iniciar y una pensión mensual la cual abarca un numero de 4 horas semanales, el otro servicio es la organización y atención de fiestas infantiles las cuales se venden por horas, Gymboree ha desarrollado productos didácticos y decorativos de su marca y se tendrán disponibles para la venta.

Basados en el estudio de mercado, se realizaron las proyecciones y estimaciones financieras a 5 años las cuales arrojan datos muy positivos, se dio inicio con un capital de trabajo de \$160 millones de pesos. Se estiman los gastos pre operativos incluida la compra de la Franquicia, en la que se incluye gastos de trámites, nacionalización de equipos, documentación, capacitación, material didáctico, y elementos para el desarrollo de las actividades la cual asciende a 135 millones de pesos m.c, en 27 millones de pesos m.c. Como gastos adicionales pre operativos en los que se tuvo en cuenta dos meses de adecuaciones, puesta en marcha y lanzamiento del centro de estimulación temprana Gymboree.

En las estimaciones financieras se concluyó que durante el primer año se va a tener una pérdida de \$5,5 millones de pesos m.c., y a partir del segundo año obtener resultados positivos pasando a utilidades en el año dos de \$32,4 millones de pesos m.c., en el año tres de \$45,9 millones de pesos m.c. en el año 4 de \$57,8 millones de pesos m.c. y en el año 5 de 70,6 millones de pesos m.c.

Se proyectó el flujo de caja observando que no se va a tener problemas de liquidez ya que se va a contar con los recursos para cubrir los gastos del negocio, y tenerlo en completa actividad, incluido cubrir el pago de deuda y obligaciones tributarias. Es así como al cabo de los 4 años se ha recuperado la inversión inicial y se han obtenido utilidades importantes para los inversionistas.

1. PRIMER MÓDULO: IDEA DEL NEGOCIO

1.1 PROCESO CREATIVO

1.1.1 Lluvia de ideas. Se elaboró un listado de nueva ideas de negocio y se seleccionaron las tres que más atrajeron y las cuales se consideraron tendrían mayor impacto para la autoras, el mercado y la sociedad.

Tabla 1. Lluvia de ideas.

Nº	NOMBRE DE LA IDEA	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA	NECESIDAD QUE SATISFACERÁ
1	RESTAURANTE BAR BRASILEÑO	Abrir restaurante típico brasileño - trago principal la caipiriña de sabores de distintas frutas y comida variada de Brasil.	Personas con gustos de comida, bebida y música brasileña y extranjeros de origen brasilero
2	FINANCIERA	Cooperativa multiactiva con sección de aporte y crédito- Córdoba y Sucre	Desarrollar una actividad económica organizada, sostenible y rentable, en el sector solidario atendiendo las necesidades de financiamiento tanto de personas naturales como jurídicas de la región. Ofrecer servicios adicionales que generen bienestar a los asociados y a la comunidad en general
3	CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA "GYMBOREE" EN LA CIUDAD DE NEIVA- DPTO. DE HUILA.	Compra de franquicia para la ciudad de Neiva del centro de estimulación temprana Gymboree para ofrecer diferentes servicios que ayuden a los niños entre 0 a 5 años a tener un mayor potencial psicológico, social, intelectual, motor.	En la ciudad de Neiva no existe un centro de estimulación temprana que satisfaga un mercado que consideramos está insatisfecho. Familias que desean un desarrollo integral para sus hijos.

Fuente: las autoras.

1.1.2 Evaluación de ideas. Las tres ideas fueron evaluadas de acuerdo a un modelo de análisis de ideas de negocios elaborado por la Universidad de la Sabana, Y arrojaron los siguientes datos:

Tabla 2. Evaluación de ideas.

	RESTAURANTE BAR BRASILEÑO	FINANCIERA	CENTRO DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA EN LA CIUDAD DE NEIVA “GYMBOREE”
	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3
DESARROLLO DEL PRODUCTO / SERVICIO	15	12	20
MERCADO	23	18	25
SECTOR INDUSTRIAL	18	17	26
ASPECTOS ECONÓMICO- FINANCIEROS	13	13	14
CUALIDADES DEL EMPRESARIO	13	15	17
Subtotal	82	75	102
TOTAL (Subtotal/5)	16,4	15	20,4

Fuente: las autoras.

1.1.3 Selección de idea. La idea seleccionada es la del “Centro de Estimulación Temprana Gymboree, en la ciudad de Neiva Departamento de Huila”. De acuerdo al análisis de la idea se ve una posibilidad de un negocio rentable. Este Centro de Estimulación Temprana, está dirigido a un mercado de familias compuestas por profesionales jóvenes, con un nivel educativo alto, el cual está en crecimiento por el desarrollo de los sectores en la región como el petróleo y la agricultura.

1.2 PROPUESTA DE VALOR

Fomentar la creatividad y confianza en los niños de cero a cinco años, desarrollando destrezas sociales, físicas y cognitivas por medio del juego; con un enfoque en la participación de los padres o personas que lo cuidan.

1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA

Por ser la compra de una franquicia se toma el nombre de esta. Para el caso presente es “Gymboree Play & Music”.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Es una empresa de servicios de educación no formal. La ubicación de la empresa es en la ciudad de Neiva, Departamento del Huila- Colombia.

1.5 MISIÓN

Ofrecer una experiencia Gymboree única, que nos permita entablar relaciones fuertes y a largo plazo con nuestros clientes.

1.6 VISIÓN

Impulsar el desarrollo de los niños en los primeros y más importantes años de vida, a través de la potencialización de sus capacidades y habilidades. Todo esto para tener niños más seguros, felices y capaces y en un futuro mejores personas.

1.7 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Ayudar a las futuras generaciones de niños a desarrollarse social, intelectual y físicamente a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos.

1.7.1 Objetivo corto plazo. Comprende un lapso de 3 meses, y pensamos llegar a nuestro mercado objetivo por medio de actividades de mercadeo.

1.7.2 Objetivos a mediano plazo. En un término de 6 meses, contar con 20 niños matriculados, ingreso por pensión de 40 niños y 10 fiestas infantiles.

1.7.3 Objetivo a largo plazo. En el término de un año, contar con el reconocimiento en la ciudad de Neiva como centro de estimulación temprana y Organización de fiestas infantiles, llegando un 80% de nuestra capacidad instalada.

1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS

- No existe un centro especializado de estimulación temprana en la ciudad de Neiva.
- Ofrecer actividades innovadoras y especializadas para celebraciones y festejos a los niños.
- Franquicia Internacional con alto reconocimiento

1.9 ANÁLISIS DEL SERVICIO

Se escogió la adquisición de una franquicia especialista en Estimulación Temprana llamada Gymboree Play & Music. En el siguiente capítulo se explicará qué es una franquicia, sus principales características, sus ventajas y desventajas.

Luego se analiza el concepto de estimulación temprana, y se finaliza el capítulo describiendo la Marca Gymboree Play & Music.

1.10 CONCEPTO DE FRANQUICIA

Las franquicias, son contratos, a través de los cuales, una empresa concede derechos y entrega obligaciones a otra empresa o persona, para que esta obtenga ganancias por medio de la explotación de una marca, producto o servicio. ¿Qué gana el franquiciador? Aparte de permitir que su marca siga creciendo, el franquiciado deberá pagar una comisión o royalty, de las ventas efectuadas durante cada mes que dure la franquicia.

Quien sede los derechos y entrega obligaciones sobre una licencia de marca, será llamado franquiciador. Por su parte, quien obtiene la franquicia, se llamará franquiciado.

Lo atractivo de las franquicias es que son una manera bastante rápida de adquirir un negocio y al mismo tiempo, obtener un knowhow que se ha desarrollado por años¹.

1.10.1 Características de las franquicias. El sistema de franquicia cuenta con unas premisas básicas para poder desarrollarse en perfectas condiciones:

- El contrato es la pieza fundamental de todo el sistema de franquicia. Debe ser muy estudiado, detallado, claro, preciso y de seguro cumplimiento.
- Concesión del uso de marca registrada. La fortaleza y solidez de una red de franquicias se apoya en la imagen de marca homogénea que se transmite al público en general a través de todos y cada uno de los centros (logotipos, adecuación y decoración, rótulos y signos distintivos). Esta imagen de marca proporciona además reconocimiento delante de futuros clientes.
- Transmisión del conjunto de saberes y experiencias que constituyen el Saber-hacer (Know-how), que son el conjunto de conocimientos, métodos y sistemas desarrollados por el franquiciador de una forma práctica, no patentados, y derivados de la experiencia de éste en el desarrollo de su fórmula o concepto de negocio de éxito.
- Concesión de una exclusividad territorial y tiempo de duración de la misma.
- Definición de los parámetros económicos de acceso a la red de franquicia: canon de entrada, “Royalties” o cánones de explotación sobre ventas y de

¹ ¿QUÉ SON LAS FRANQUICIAS? [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.misrespuestas.com/que-son-las-franquicias.html>>. [Citado: 15, abr., 2012].

publicidad, que serán las obligaciones financieras del franquiciado. Estos pagos se justifican por el derecho de uso de la marca, la formación y asistencia recibida y el beneficio resultante por la participación en las economías de escala generadas por la propia cadena.

- Que el objeto de la franquicia sea un concepto de negocio original, reproducible de manera homogénea y durable en el tiempo.
- Formación inicial completa y amplia del franquiciado y su personal. El franquiciador actuará como guía y asesor en los inicios de la actividad, apoyando al franquiciado en la selección, adecuación y decoración del local, proporcionándole herramientas de comunicación y, en definitiva, solucionando cualquier problema que surgiera.
- Servicio de atención y asistencia continuada a los franquiciados.
- Finalmente definir lo que constituirá el "package", que se trata de la documentación a entregar al franquiciado y una guía práctica sobre el funcionamiento cotidiano del negocio. El citado "package" de la franquicia se compone de los siguientes elementos²:
 - Folleto de franquicia.
 - Dossier de presentación.
 - Manual de adecuación y decoración del local.
 - Manual de identidad corporativa.
 - Manual de funcionamiento.
 - Manual de productos y servicios.
 - Pre-contrato de franquicia.
 - Contrato de franquicia.

² ¿QUÉ SON LAS FRANQUICIAS? [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.misrespuestas.com/que-son-las-franquicias.html>>. [Citado: 15, abr., 2012].

1.10.2 Ventajas y desventajas de las franquicias.³ El rápido crecimiento del sector de las Franquicias en el mundo tiene su explicación en las múltiples ventajas que esta figura presenta, tanto para el franquiciador como para el franquiciado. A continuación se comentarán las más representativas.

1.10.2.1 Ventajas para el franquiciante.⁴

- Agilidad y rapidez en la expansión.
- Fortalecimiento de la marca.
- Agilidad en el desarrollo y mantenimiento de nuevos mercados y/o de mercados lejanos. .
- Mayor facilidad y eficiencia en la operación general del negocio.
- Los franquiciarios proveen de una invaluable fuente de talento.
- Cobro de una cuota inicial por derechos de uso de la marca.
- Baja inversión de capital en la expansión del negocio.
- Innovación permanente en aspectos metodológicos y tecnológicos.
- Incremento en la cobertura y desarrollo de mercados.

- Acceso a sistemas administrativos de control y evaluación de desempeño del franquiciado.
- Cobro de regalías sobre la base de las ventas brutas de los artículos o servicios de las franquicias otorgadas.

- La mayor agilidad y rapidez en la expansión del negocio del Franquiciante está relacionada con la trasmisión que hace el franquiciante hacia el franquiciado de la responsabilidad de aportar el capital y la fuerza de trabajo necesarios para la instalación y operación de cada nuevo punto de venta. Con ello, el franquiciante amplía la cobertura o penetración de su producto o servicio en uno o más territorios en una forma ágil.

³ Ibíd.

⁴ CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA FRANQUICIA. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.laboris.net/static/franquicias_aseso3.aspx>. [Citado: 16, abr., 2012].

- Fortalecimiento de la marca. Uno de los requisitos para el desarrollo de una Franquicia es, precisamente, que la marca o nombre comercial que la distinguen sea sólida y que su penetración dentro de un territorio se haya realizado en forma plena. Ello significa que, para empezar, si no existe una marca o nombre comercial sólido, no es concebible el desarrollo de una franquicia. La ventaja en el desarrollo y otorgamiento de franquicia en el ejemplo de una cadena de restaurantes es el fortalecimiento de la imagen institucional del restaurante. Encontramos pues, que con la franquicia, se beneficia la imagen institucional del franquiciante en una forma increíble. Además, se transmite una imagen de mayor servicio y apoyo al cliente, al acercar más dichos productos y servicios al consumidor. En otras palabras, la franquicia refuerza la identidad y penetración de la marca, relacionándola con el producto y el punto de venta.
- Agilidad en el desarrollo y mantenimiento de nuevos mercados y/o de mercados lejanos: Los costos de apertura de nuevas tiendas se incrementan desmesuradamente cuando se trata de mercados remotos. Las distancias, así como las diferencias culturales y de consumo, encarecen y dificultan las expansiones en zonas geográficas distantes del centro de operación. De la misma forma, el mantenimiento adecuado y la operación en estos mercados lejanos se dificulta, inclusive en países desarrollados donde los medios de comunicación son mejores que los que aún se tiene en América Latina. Así pues, la operación en mercados distantes y el consiguiente desarrollo de un concepto en dichos mercados se facilita y agiliza través de las franquicias, ya que éstas son operadas y controladas por habitantes del país que conocen sus necesidades y puntos débiles, además de estar a cargo personalmente del negocio.
- Mayor facilidad y eficiencia en la operación general del negocio. Con la Franquicia, encontramos que la operación se facilita y aumenta la eficiencia en la medida en que se delega la minuciosa y absorbente operación diaria de las unidades o negocio franquiciados; es un hombre de negocios, que además de contar con la capacitación y procedimientos adecuados, cuenta con la motivación de ser su propio jefe. Los intereses y motivaciones del franquicitario son los mismos que los del franquiciante.
- Los franquicitarios proveen de una invaluable fuente de talento. Uno de los principales beneficios al trabajar en un sistema de franquicia, es obtener la creatividad e imaginación de hombres de negocios con los más diversos perfiles y experiencias en las áreas más variadas; son personas que comparten los sueños y objetivos del franquiciante: el éxito del negocio. Además, los franquicitarios están más cerca del mercado y sus propuestas de cambios y mejoras (nuevos productos), estarán más basados en las necesidades del consumidor. Es decir, que para el franquiciante, el franquicitario será en muchos casos el vehículo de comunicación más importante con el mercado. Es por este simple hecho que operar mediante un sistema de Franquicia nos permite convertirnos en una gran

empresa, pero nunca se debe perder la orientación hacia el mercado, punto estratégico para el éxito de cualquier gran negocio.

- Satisfacción personal. Existen pocas formas de llegar a impactar en una forma contundente al mercado y de desarrollar un concepto a escala nacional e inclusive internacional. Una de ellas es el sistema de franquicias. Una franquicia exitosa es una clara evidencia de que su producto o servicio y en general su concepto de negocios, es válido, y de que trabaja y satisface una necesidad en el mercado ya que atrajo la imaginación, el interés y dinero de una comunidad.
- Baja inversión de capital en la expansión del negocio.
- Incremento en la cobertura y desarrollo de mercados.
- Cobro de una cuota inicial por derechos de uso de la marca, con lo que se recupera en el mediano plazo la inversión del desarrollo del sistema de franquicias.

1.10.2.2 Ventajas para el franquiciado.⁵

- Menores gastos publicitarios y mayor difusión.
- Posibilidad de explotar un negocio acreditado y de menor riesgo comercial.
- Formación y capacitación inicial y permanente
- Asistencia técnica y empresarial y apoyo en la selección y formación del personal.
- Seguridad en el aprovisionamiento y mejora en los precios de compra.
- Sentido de pertenencia en una red consolidada de franquiciados.
- Menores gastos publicitarios y mayor difusión: No es necesario recordar lo desproporcionados que suelen ser los gastos publicitarios en medios masivos como la televisión, la radio y la prensa. Sin embargo, la comunicación con los mercados es necesaria para educar al consumidor, hablarle de los beneficios del producto y finalmente, motivarlo para que visite el negocio. La única forma de poder absorber gastos de esta naturaleza es en equipo, repartiendo la carga y además, justificando los esfuerzos dentro un territorio, lo cual generará mayores economías de escala. La mayoría de las compañías con mayor desarrollo en el

⁵ MOREJÓN GRILLO, Ailed. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eumed.net/libros/2009a/478/VENTAJAS%20Y%20DESVENTAJAS%20DE%20LAS%20FRANQUICIAS>>. [Citado: 16, abr., 2012].

área de Franquicias, llevan a cabo programas locales, regionales y nacionales de publicidad compartida.

1.10.3 La estimulación temprana.⁶

1.10.3.1 Historia de la estimulación temprana. Hace ya 50 años que el Dr. Glenn Doman descubrió la capacidad casi ilimitada de los bebés e infantes de absorber conocimiento en bruto y luego procesarlo para descubrir las reglas que lo rigen.

Cuanta menos edad tenga un bebé, mayor será su capacidad de aprendizaje. Desde muy temprana edad, su hijo puede aprender a leer, adquirir conocimientos enciclopédicos, matemáticas, y cualquier cosa que se le pueda enseñar de manera concreta, directa y agradable (natación, ballet, a tocar violín, etc.) Pero no solo eso es cierto, a mayor conocimiento adquirido en forma ordenada y predecible, mayor desarrollo de la capacidad del cerebro para procesar toda esa información, ordenarla, jerarquizarla y descubrir las reglas que la rigen, en suma mayor desarrollo de la inteligencia sin excepción.

Tenga en cuenta que el Dr. Doman trabajó inicialmente en niños con algún problema de desarrollo cerebral (Síndrome de Down, parálisis cerebral, etc.) consiguiendo en ellos logros intelectuales que superaban a los de sus pares sanos, y ha obtenido resultados mejores o iguales con niños sin problemas de desarrollo cerebral también.

Con tal que el proceso sea ordenado, vaya de lo concreto (lo que se puede ver, oír, tocar, etc.) a lo abstracto (ideas de complejidad creciente), se de en las mejores condiciones de motivación, respeto y de ambiente, y teniendo en cuenta las limitaciones sensoriales de cada etapa, será exitoso.

1.10.3.2 Concepto de estimulación temprana.⁷ No existe una definición única de estimulación temprana, ni se refiere a técnicas uniformes. Más bien el término recoge una serie de procedimientos usados para estimular el desarrollo de los niños en edad preescolar (generalmente antes de los seis años de edad) en aspectos tan variados como su motricidad, lectura, desenvolvimiento social, desarrollo afectivo, etc. Tampoco hay uniformidad en cuanto a los principios en que se basa esta variada gama de procedimientos.

Las autoras prefieren seguir el enfoque original del Dr. Doman. En tal sentido, estimulación temprana para nosotros se refiere a la aplicación de procedimientos y

⁶ ESTIMULA A LOS BEBÉS DE 1 A 5 AÑOS. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.mailxmail.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/introduccion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

⁷ DEFINICIÓN DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/definicion-estimulacion-temprana>>. [Citado: 17, abr., 2012].

técnicas que tienen la finalidad de desarrollar el inmenso potencial del cerebro humano, que se inician y ofrecen durante el periodo de crecimiento y desarrollo del cerebro, es decir antes de los seis años de vida, además de basarse y aprovechar las peculiares características del aprendizaje, y de sortear las limitaciones sensoriales de la edad. La estimulación propuesta por estos procedimientos y técnicas deberá, además, ser integral, promoviendo el aspecto intelectual, emocional y social simultáneamente.

1.10.3.3 Fundamentos de la estimulación temprana.⁸ La efectividad de la estimulación temprana tiene su soporte en varios componentes. Es importante que se tengan en cuenta todos, tanto para comprender; pero, sobre todo para aplicar la estimulación.

Estos componentes son:

- El cerebro humano. El soporte principal de la estimulación temprana es el cerebro humano. Sin sus enormes posibilidades de desarrollo en miles de sentidos, ningún programa tendría efecto.

Genéticamente determinada, en todos los seres humanos, está la posibilidad de la genialidad, que hasta hace poco y que aún muchos creen exclusiva de un reducido número de personas.

No hay hasta el momento ninguna computadora ni sistema que supere sus capacidades. Para que tenga una idea de la capacidad de memoria del cerebro humano (Fuente: Laboratorio de tecnología avanzada RCA): la capacidad de almacenamiento de un solo cerebro es diez veces mayor que la de los Archivos Nacionales de los EE .UU.

Con todo lo que pudo hacer, se supone que ni el genio más grande de la historia, Leonardo Da Vinci, haya logrado usar siquiera una milésima parte de esa capacidad.

He aquí tres características de las funciones del cerebro: 1) El potencial de inteligencia se desarrolla hasta los seis años de edad, 2) La estimulación de cualquiera de sus funciones, también desarrolla las demás, 3) A mayor estimulación recibida, mayor capacidad y desarrollo de sus funciones

- Ambiente de estimulación adecuado. Los infantes son muy sensibles a todo tipo de estímulos. Es imposible e ineficaz tratar de ofrecer una sesión de estimulación temprana si, por ejemplo, en el área donde se ofrecerá

⁸ FUNDAMENTOS DE LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/fundamentos-estimulacion-temprana>>. [Citado: 17, abr., 2012].

la estimulación hay lapiceros, CDs, disquetes, cuadernos o libros al alcance, o si hay ajetreo en esa sala, o el volumen de la radio está muy alto, o el tema musical es movido y provoca bailar, etc.

Resulta crucial concentrar la atención del bebé en la sesión de estimulación. Elegirá, entonces, momentos de tranquilidad, despejará el área de estimulación de objetos de distracción, preferirá el silencio (en todo caso, música suave y de bajo volumen), será mejor si no hay otras personas (si las hay, que estén en una actividad que no despierte la atención de su hijo) y tendrá lista la sesión de estimulación.

- Refuerzos positivos. La estimulación temprana debe ser alentada con refuerzos positivos durante todo el proceso. En general, el reconocimiento a su hijo por las buenas acciones, ideas e iniciativas es fundamental no solo para motivar el deseo y gusto por aprender (que de forma natural ya lo tiene); también para desarrollar la autoestima.

Los refuerzos positivos a que nos referimos aquí, son cualquier expresión afectiva verbal o corporal (abrazos, besos, etc.) de cariño, admiración, reconocimiento, felicitación y amor.

Desestimamos el valor de los siguientes refuerzos: regalo de objetos y juguetes, regalo de dulce, concesiones, condicionamientos para conseguir tal o cual juego, exoneraciones de castigos (p. e. "te habíamos indicado que no verías tu programa de TV, pero si hacemos una sesión de números, lo verás").

En el otro extremo, desalentamos, absolutamente, convertir un programa de estimulación en obligación.

Como ven, se trata de estimular y desarrollar el deseo innato por aprender y de evitar convertirlo en obligación y tarea.

1.10.3.4 Material de estimulación.⁹ Para que un programa de estimulación temprana sea efectivo, el material debe adaptarse a la rapidez de aprendizaje de los bebés, pero también a sus limitaciones sensoriales.

Los bebés e infantes tienen una capacidad de absorción de conocimientos asombrosa y de tipo fotográfica. No necesitan quedarse viendo una imagen por más de un segundo para captarla. Más bien, si se les expone demasiado tiempo, tienden a aburrirse y perder atención. Eso sí, para fijar la imagen necesitan verla un mínimo de veces.

⁹ MATERIAL DE ESTIMULACIÓN. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimulacion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

El material de estimulación tendrá inicialmente imágenes grandes, claras y llamativas, si no fuera así, su bebé no las percibiría. Conforme avance la estimulación, las imágenes se irán adaptando a la maduración de las vías sensoriales (cuya velocidad es acelerada por el programa). Es importante que su bebé se centre en lo que desea enseñarle para no confundirlo con fondos, títulos, leyendas ni adornos.

A este respecto en el Portal de estimulación Temprana Espabilados se ofrece material de estimulación electrónico listo para aplicar, que cumple con todas estas características.

1.10.3.5 Los padres son los mejores maestros. No hay nadie mejor para aplicar un programa de estimulación temprana que los propios padres (y en específico que las madres). Es un mito común creer que el rol de los padres en la educación inicial es secundario.

Tenemos cuatro razones para considerar que los padres son los más indicados para darle estimulación a su hijo:

No hay persona que sepa más sobre la crianza de sus hijos que sus propios padres.

No hay persona más indicada para inculcarle valores e ideales a sus hijos que los padres (el grado de confianza y respeto que se afianza con la estimulación temprana en casa es tal, que se crean las condiciones para una comunicación sincera y fluida).

La familia se fortalece con esta relación afectiva más intensa y frecuente.

Ayuda a mejorar a los padres en cuanto (respeto hacia sus hijos, la comunicación verbal, la disposición a explicar y dar respuestas claras y sinceras a preguntas, y a iniciativa en el proceso de su formación.)

1.11 FRANQUICIAS GYMBOREE

1.11.1 Historia. Gymboree¹⁰ comenzó en 1976 cuando Joan Barnes, una madre del condado de Marin, California, intentó encontrar un lugar seguro y divertido con actividades apropiadas según la edad para que los padres y los niños pudiesen jugar juntos. Sin poder lograrlo, realizó lo que cualquier empresario haría;

¹⁰ THE GYMBOREE CORPORATION. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.gymboree.com/our_company/cs_home.jsp?FOLDER%3C%3Efolder_id=2534374302778197&ASSORTMENT%3C%3EEast_id=1408474395917465&bmUID=1344063787815>. [Citado: 20, abr., 2012].

¡comenzó su propio programa! Desde ese entonces, nos hemos encargado con orgullo de inspirar a padres y niños.

- ¿Por qué compra una franquicia Gymboree? Gymboree Play & Music ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. Hoy en día existen más de 550 sedes en 30 países, que los convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, las actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Los programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres – lo que refuerza la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.
- Líderes mundiales en clases para niños - expertos en el desarrollo infantil temprano. El currículo de clases ha sido desarrollado por un equipo de directores en colaboración con el experto internacional en desarrollo infantil, Zero toThree®, para asegurarse de que los programas suministren el mejor apoyo y enriquecimiento temprano para la educación de los niños y sus padres.
- Las sedes son lugares seguros para jugar y aprender. Suministran un medioambiente en donde los niños poseen libertad para moverse, jugar y explorar en un modo seguro. El equipo fue diseñado por Jay Beckwith, un reconocido diseñador internacional de recreación, que creó cada estructura teniendo en cuenta la necesidad de los niños. El ambiente de recreación ha sido diseñado para suministrar los estándares de alta calidad que esperan los padres para sus niños.

1.11.2 ¿Quién puede ser dueño de una franquicia Gymboree? Nuestros franquiciados provienen de distintas áreas de trabajo: maestros, vendedores, gerentes de empresas, educadores. Pero todos ellos comparten una especial pasión por manejar su propio negocio y por sobre todas las cosas, por ayudar a los más pequeños a desarrollarse.

Naturalmente ser dueño de un centro Gymboree es para personas que se preocupan por los niños. Para manejar un negocio como Gymboree también requiere tener conocimientos de marketing, atención al cliente, manejo de personal y finanzas. Brindamos al franquiciado un entrenamiento completo en todas estas áreas del negocio.

Si está buscando un negocio que ayude a futuras generaciones de niños a desarrollarse social, intelectual y físicamente, entonces te sugerimos que conozcas como funciona una franquicia Gymboree.

- ¿Por qué invertir en una franquicia Gymboree? Hace más de 30 años que somos líderes mundiales en programas de desarrollo infantil y estimulación temprana.

En Gymboree hemos evolucionado para estar a la par de las cambiantes necesidades de los padres y de los niños de hoy. Pero lo más importante es que hemos trabajado muy duro para mantener nuestra creencia principal y nuestro espíritu: los niños necesitan desarrollarse a su propio ritmo a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos.

1.11.3 Pasos para convertirse en un franquiciado Gymboree.*

- Paso 1. Envío de solicitud del candidato.
 - Objetivo: Contacto inicial personal. Breve explicación de Gymboree. Preguntas y respuestas. Información general acerca del negocio (dos modelos).
 - Entrega de carpeta con folletos explicativos y documentos confidenciales para llenar (Carta de Notificación de Investigación - Acuerdo de Confidencialidad - Datos personales).
 - Slide show explicativo con todas las generalidades del negocio a fondo.Recepción de documentación firmada por los candidatos, previa a la presentación. Sugerencias para el armado de una Investigación de Mercado y de un Business Plan.
- Paso 2. Discovery Day.
 - Presentación formal de todo el plantel Gymboree.
 - Preguntas y Respuestas.
 - Observaciones de Clases.
 - Acuerdo para la obtención de Franquicia: entrega de Modelo de Contrato.
- Paso 3. Firma de reserva.
 - Preguntas y respuestas acerca del Contrato de Franquicias.
 - Acuerdo para compra de equipamiento/productos e importación.
- Paso 4. Firma de Contrato de Franquicias

* Ver: <http://www.gymboree.com>- Camila Gutiérrez, representante en Colombia de Gymboree Corporation.

- Orden de compra de equipamiento y productos.
- Pago de los mismos.
- Fijar fecha entrenamiento.

- Paso 5. Initial Franchise Training. Duración 80 horas aproximadamente en lugar a determinar.

- Paso 6. Apertura del Site Gymboree. Apertura al público de la franquicia.

2. SEGUNDO MÓDULO: ANÁLISIS DEL ENTORNO MUNDIAL Y NACIONAL

2.1 ECONOMÍA MUNDIAL

Después de la crisis del año 2008¹¹, pensamos que la economía mundial había superado la crisis. En el año 2010 se alcanzó un crecimiento del PIB Mundial de 5,2%; sin embargo en el año 2011 hubo una desaceleración de la economía básicamente por la crisis económica de Europa, alcanzando apenas un crecimiento de 3,8%.

La situación económica de Grecia empeoró ante la falta de un plan de rescate de la Comunidad Europea; esta crisis se extendió a las grandes economías de Italia y España lo que hizo llegar a temer por la propia viabilidad del euro, ante el peligro de una insostenibilidad generalizada de la deuda pública en esos países. También se presentaron algunos choques transitorios, como el desastre natural de Japón y los altos precios del petróleo de principios de 2011, los cuales tuvieron efectos negativos sobre la actividad real de las economías avanzadas.

La economía de Estados Unidos ha venido mostrando un mayor dinamismo, aunque su producto interno bruto (PIB) se desaceleró de 3% en 2010 a 1,7% en 2011. En el primer semestre de 2011 la interrupción de la cadena de suministros japonesa, el debate alrededor del techo de la deuda pública y los elevados precios del petróleo se reflejaron en un lento ritmo de la actividad económica estadounidense, que apenas alcanzó un crecimiento (trimestral anualizado) de 0,4% en el primer trimestre y de 1,3% en el segundo.

Muchos de los factores mencionados anteriormente, se han venido superando, el desempleo ha empezado a descender, el gasto interno de los hogares se visto con mayor dinamismo así como las empresas manufactureras.

Es importante analizar el precio del petróleo, las tensiones geopolíticas de Oriente Medio y el Norte de África, así como la interrupción en la producción de crudo en Libia incrementaron de manera significativa los precios durante la primera parte del año, situación que se revirtió paulatinamente con la mayor producción por parte de otros países petroleros. De esta forma, en 2011 el precio promedio del petróleo se ubicó en niveles relativamente altos (para la referencia Brent este fue US\$111,5 el barril y para el West Texas Intermediate (WTI) US\$95 por barril).

Ante el débil desempeño del mundo desarrollado, las economías emergentes se han convertido en el soporte de la recuperación mundial, aunque a un ritmo menor que en el año 2010. Durante el año 2010 alcanzaron en conjunto un crecimiento

¹¹ BANCO DE LA REPÚBLICA. Informe de la junta directiva al Congreso de la República: julio de 2011. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimulacion>>. [Citado: 20, abr., 2012].

de 7,4%, liderados por China e India, con cifras anuales superiores a 10%. El desempeño de Latinoamérica y El Caribe fue igualmente sobresaliente al lograr en 2010 un crecimiento de 6,1%, con expansiones superiores a 7,5% anual en los casos de Argentina, Perú y Brasil, y mayores a 4% en México, Chile y Colombia.

Durante 2011 las economías emergentes continúan creciendo a un ritmo elevado gracias al estímulo de fuertes entradas de capital, la recuperación del consumo interno, una política macroeconómica aún laxa y, en algunos casos, la mejora en los términos de intercambio. El menor ritmo de esta actividad es en parte por el deterioro de la demanda externa el cual moderó el alza en los precios internacionales de los bienes básicos. Así como políticas monetarias y fiscales restrictivas contribuyeron a que las tasas de crecimiento se moderaran.

Durante el año pasado productos como el cobre y el carbón presentaron valorizaciones promedio de 17% y 22%, respectivamente, inferiores a la variación promedio anual del precio del petróleo, que fue cercana al 32%. Sin embargo, en los últimos meses de 2011 y las primeras semanas de 2012 los precios de estos bienes registraron una tendencia decreciente como consecuencia de la desaceleración mundial, especialmente en China.

2.2 COLOMBIA

De acuerdo con el DANE, en 2011 el PIB colombiano¹² creció 5,9%, lo que representa el mejor desempeño en cuatro años. La economía nacional comenzó 2011 registrando una tasa de expansión; continuó ganando conforme avanzaba el año y alcanzó su pico en el tercer trimestre, cuando creció 7,5%, uno de los mayores aumentos de las últimas décadas.

A grandes rasgos se puede afirmar que en el segundo semestre de 2011 Colombia supo resistir en buena medida los embates de los problemas económicos internacionales y en particular los provenientes de Europa. A pesar de que algunas de las economías de esta región figuran entre los principales socios comerciales del país, sus problemas no parecen haber golpeado de manera significativa las exportaciones colombianas. La situación externa tampoco parece haber afectado de manera importante la confianza de los inversionistas y de los consumidores, ni se vio reflejada en un incremento de la prima de riesgo.

El desempeño de la economía colombiana se ha visto estimulado por condiciones externas e internas favorables. Entre las primeras cabe mencionar el mejoramiento de los términos de intercambio y las mayores entradas de capital. A esto se añade el **otorgamiento del grado de inversión para Colombia** que

¹² DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

constituye un estímulo para la inversión extranjera y permite a los inversionistas locales el acceso a recursos de financiamiento externo abundantes y más baratos. Entre los factores internos se destacan la alta disponibilidad de crédito en un contexto de tasas de interés reales que aún se mantienen en niveles bajos, y los avances registrados en el mercado laboral, al ocurrir especialmente en el segmento asalariado. Este buen ambiente económico ha propiciado el fortalecimiento de la demanda privada, lo que se ha reflejado en el incremento del consumo de los hogares, principalmente en bienes durables, y en el dinamismo de la inversión en los rubros de equipo de transporte, maquinaria y equipo, y construcción y edificaciones (la cual muestra una gradual recuperación).¹³

También cabe resaltar la firma el **Tratado de Libre Comercio (TLC)**, entre Colombia y Estados Unidos, el cual se prevé un mayor dinamismo en la economía. Entre los beneficios están¹⁴:

- El TLC abre para Colombia el mercado más grande del mundo en bienes y servicios, con más de 308 millones de habitantes con un ingreso per cápita anual de US\$47.400 dólares.
- El TLC crea un marco normativo de largo plazo, promoviendo así la inversión nacional y extranjera en Colombia.
- El esquema de desgravación arancelaria acordado para el ámbito industrial maximiza las oportunidades competitivas de nuestro aparato productivo. Abre el acceso libre de aranceles para el 99% de los productos de exportación colombiana de manera inmediata. Colombia otorga desgravación inmediata para el 82% de nuestras importaciones de EEUU, la mayor parte bienes de capital o bienes no producidos en el país.
- El TLC garantiza un mayor acceso del aparato productivo colombiano a la adquisición de bienes de capital, fundamentalmente maquinaria y equipo importado de los Estados Unidos por la eliminación inmediata de la gran mayoría de los aranceles (entre 5% y 20%). El efecto será un incremento de competitividad para todo el aparato productivo nacional tanto industrial como agropecuario y un beneficio especial para las Pymes.
- Los consumidores serán uno de los grupos más beneficiados con este tratado. En todos los segmentos de la economía los consumidores tendrán mayores

¹³ BANCO DE LA REPÚBLICA. Informe de la junta directiva al Congreso de la República: julio de 2011. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimulacion>>. [Citado: 20, abr., 2012].

¹⁴ BENEFICIOS DEL TLC ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS. En: Revista Portafolio. Agosto, 2012, no. 1256, p. 3-4.

opciones en términos de calidad y precio, con lo cual se incrementará el poder adquisitivo de los colombianos.

Otro factor importante es el reconocimiento de Colombia en el ámbito internacional. Analistas económicos incluyen a Colombia en el **grupo denominado CIVETS**, grupo compuesto por los países de Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Sudáfrica, cuya característica común es su economía emergente con gran potencial de desarrollo, con una población joven que se abre poco a poco al mundo.

Para Colombia, el hecho de pertenecer al grupo de los CIVETS, es un gran paso para dejar un poco de lado la reputación de violencia y tráfico de drogas que tanto daño le ha causado al país y a sus habitantes. Colombia es ahora vista como un país confiable para invertir, demostrando en la pasada crisis económica “mundial” del dos mil ocho que tiene una economía relativamente estable al no verse tan afectada, pues mostró cifras positivas cuando muchos países en el mundo se encontraban en recesión.¹⁵

Dentro de los factores internos, cabe resaltar la demanda interna, el gasto más dinámico y el que más contribuyó a la expansión del PIB fue la inversión en capital fijo, la cual creció a una tasa de 16,6%; la segunda más alta desde el año 2000. El buen desempeño de este agregado se explicó, a su vez, por la dinámica que mostraron las inversiones en maquinaria y equipo de transporte, que aumentaron a tasas muy por encima de sus promedios. Durante 2011 estos componentes se vieron favorecidos por unas tasas de interés comerciales que se mantuvieron bajas durante todo el año, así como por una apreciación de la tasa de cambio que en términos relativos ayudó a abaratar los bienes de capital importados.

La inversión destinada a la construcción de edificaciones (incluida vivienda) y a trabajos de obras civiles también creció, pero menos que el grupo anterior. Contrastando con las disminuciones de los dos años anteriores, el primero de estos agregados aumentó 5,3% en todo 2011. En cuanto a la inversión en obras civiles, esta mantuvo un ritmo de expansión importante (6,7%), superior al observado en promedio en los dos años anteriores. Este comportamiento se explicó por una fuerte dinámica en el segundo semestre, que compensó el lento comienzo de año.

Al igual que la inversión, en 2011 el consumo de los hogares mostró un dinamismo solo comparable con el observado en períodos de auge económico. En el año este

¹⁵ RÍOS CALDERÓN, Yaizza Tatiana. CIVETS: países emergentes, economías en potencia. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/bufete-financiero/Documents/CIVETS%20PAISES%20EMERGENTES,%20ECONMIAS%20EN%20POTENCIA.pdf>>. [Citado: 26, abr., 2012].

agregado se expandió 6,5%, casi 2 pp más que en 2010. Los grandes impulsores de dicho consumo fueron los bienes durables y semidurables, los cuales crecieron a una tasa promedio de 20% anual. Las compras de estos tipos de bienes se vieron beneficiadas por tasas de interés que durante todo el año permanecieron por debajo de sus promedios históricos calculados desde 1998 y por un sistema financiero sólido que estuvo en capacidad de ofrecer suficientes fondos para cubrir las necesidades de crédito de los agentes (la cartera de consumo en términos reales creció cerca del 20% en 2011). De igual forma, tal como en el caso de la inversión, el consumo privado se vio beneficiado por la leve apreciación del tipo de cambio que contribuyó a abaratar los bienes durables, con los vehículos como ítem principal. Es así como en 2011 se rompieron de nuevo los récords de ventas de estos bienes, aunque en el segundo semestre del año se registró una desaceleración en su tasa de crecimiento.

Los bienes no durables y los servicios también mostraron un buen desempeño. Estos gastos se aceleraron en 2011 y contribuyeron en conjunto con más de la mitad del crecimiento del consumo de los hogares. En términos generales, este último aumentó en un contexto caracterizado por un mercado laboral que mostró menores tasas de desempleo, una confianza de los hogares, que, a pesar de su dispar comportamiento durante el año, mostró niveles que pueden considerarse altos, y por un leve incremento de las remesas.

El reto que enfrenta la economía en Colombia es preservar esta buena dinámica de la economía en un contexto de inflación estable. Los progresos que ya empiezan a observarse en cuanto a reducción del desempleo, mayor capacidad de consumo de los hogares e incremento de la inversión privada, solo lograrán consolidarse con un crecimiento económico sostenido en el mediano plazo que mejore el bienestar y reduzca la pobreza.

Al igual que para el resto de países emergentes, en 2012 el crecimiento de la economía colombiana dependerá de la magnitud y el desenvolvimiento de la crisis europea y de la manera como esta repercute en el desempeño de la producción local, mediante los distintos canales de transmisión. En la medida en que no se observe un deterioro más profundo en Europa, lo que se considera como más probable, es de esperar un efecto limitado sobre la economía colombiana. Esto excluiría la posibilidad de un contagio fuerte en 2012 para el país, tal como ocurrió en el segundo semestre de 2011¹⁶.

¹⁶ RÍOS CALDERÓN, Yaizza Tatiana. CIVETS: países emergentes, economías en potencia. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/bufete-financiero/Documents/CIVETS%20PAISES%20EMERGENTES,%20ECONMIAS%20EN%20POTENCIA.pdf>>. [Citado: 26, abr., 2012].

2.2.1 Oportunidad de negocios. Colombia posee actualmente un favorable entorno económico, que ofrece un ambiente muy adecuado para hacer negocios.

Colombia así como todos los países emergentes, se encuentran en una coyuntura propicia para emprender nuevos negocios. La economía colombiana se ha estimulado por condiciones tanto internas como externas. Entre las internas se encuentra el bajo nivel de desempleo, los niveles de las tasas de interés en los cuales se pueden conseguir créditos a buen precio, y la política del gobierno de apoyo económico y consultoría a los ciudadano que tengan un plan de negocios con factibilidad económica y financiera; podemos mencionar el fondo emprender entre otros.

Entre los factores externos nos encontramos con el otorgamiento al grado de inversión extranjera que permite a los inversionistas locales el acceso a recursos de financiamiento externo en mayor cantidad y más baratos. Así mismo la entrada en vigor el 15 de mayo de 2012 el TLC con los estados unidos y se espera que antes del 2.013 Colombia tendrá tratados con la Unión Europea además de los cinco acuerdos que están negociados con Corea del Sur, Turquía, Panamá, Israel y Japón.

Otro factor importante es la seguridad en Colombia, esta ha disminuido desde el año 2.002: el número de asesinatos ha caído por el 45 % y los asesinatos políticos en un 87%; secuestros son 91%; y los ataques terroristas son 91 %.(nota al pie). Además, 54.000 paramilitares y guerrilleros se han desmovilizado y ataques contra oleoductos ha caído en un 71%.

En el 2011-2012, el Foro Económico Mundial del índice Global de competitividad (FEM) dio Colombia altas calificaciones por la estabilidad macroeconómica, la protección de los inversionistas, el gran tamaño de su mercado y la innovación y la sofisticación de los negocios. Sin embargo, advirtió que los problemas de seguridad siguen siendo muy altos en la lista de factores que arrastra hacia abajo su potencial competitivo, junto con las deficiencias de infraestructura y transporte, dificultando la competencia doméstica.

Sin embargo el actual Presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, está comprometido a mejorar la seguridad, tanto para personas y empresas. Después de asumir el cargo en agosto de 2010, la administración de Santos ha demostrado que va a crear las condiciones para el desarrollo económico, el crecimiento de empleo y reducciones en la pobreza. Por primera vez en muchos años, Colombia alcanzó una tasa de desempleo en septiembre de 2.011 de un dígito, 9.7%, debido a la creación de mas de 820.000 puestos de trabajo. Para 2014, el Presidente ha prometido crear 2,50 millones de empleos y formalizar 500.000 empleos informales y conseguir 3 millones de colombianos de la pobreza.

El Presidente Santos anunció una inversión en infraestructura de aproximadamente \$26 billones, una inversión de 3,7% del PIB. Este plan de inversión ambicioso creará enormes oportunidades para las empresas dispuestas y capaces de emprender el dragado de ríos, construcción de carreteras y puertos y aeropuertos.

Este buen ambiente económico genera una mayor demanda de los hogares y un mayor consumismo de bienes y servicios. Con mayor seguridad, un mercado de más de 45 millones de personas, una abundancia de recursos naturales y una clase media educado y creciente, el Gobierno de Colombia ha abierto el país hasta el comercio global y la inversión.

Por estos factores, los colombianos nos encontramos en un momento propicio para emprender empresas.

3. TERCER MÓDULO: EL MERCADO

3.1 TAMAÑO DEL MERCADO

3.1.1 Actividades económicas.¹⁷ La economía del Huila se basa principalmente en la producción agrícola, y ganadera, la explotación petrolera y el comercio. La población ganadera se centra principalmente en la cría, levante y engorde de ganado vacuno. Los campos de petróleo se encuentran en el norte del departamento; para la distribución de gas, está conectado por el gasoducto Vasconia - Neiva. De la cordillera Central se extraen plata y oro; otros minerales no preciosos que se explotan, son: cuarzo, calcita, mármol y azufre. En Neiva se han instalado fábricas de productos alimenticios, bebidas, jabones, cigarros y licores. Los centros de gran actividad comercial son Neiva y Garzón.

3.1.2 Vías de comunicación. La carretera troncal atraviesa el Departamento y lo comunica con el departamento del Caquetá. Todos los municipios se encuentran conectados por carretera entre sí y con Neiva, la cual, a su vez, se conecta con las principales ciudades del país. El río Magdalena permite la navegación; Neiva y Aipe son los principales puertos fluviales. Neiva, Garzón y Pitalito, disponen deservicio aéreo¹⁸.

3.1.3 Cultura y turismo. Los diferentes pisos térmicos ofrecen a los visitantes hermosos paisajes. El departamento del Huila posee un gran patrimonio arqueológico heredado de los pueblos prehispánicos, que constituye el lugar más espectacular del país reflejado en el testimonio mítico del parque arqueológico de San Agustín.¹⁹

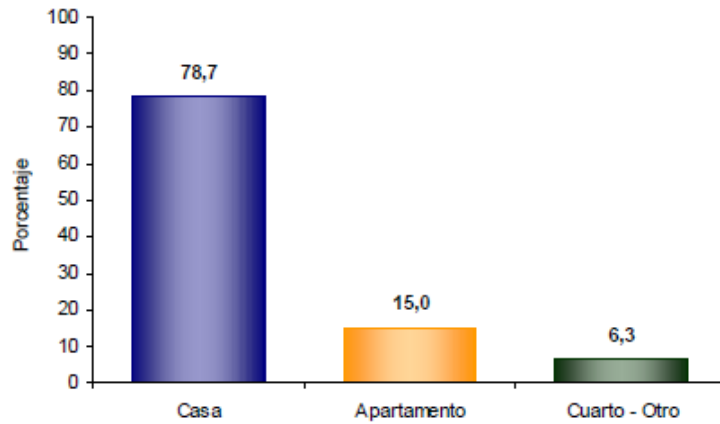
¹⁷ ACTIVIDADES ECONÓMICAS-HUILA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

¹⁸ VÍAS DE COMUNICACIÓN-HUILA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

¹⁹ Ibíd.

Figura 1. Tipo de vivienda en Neiva.

Tipo de vivienda

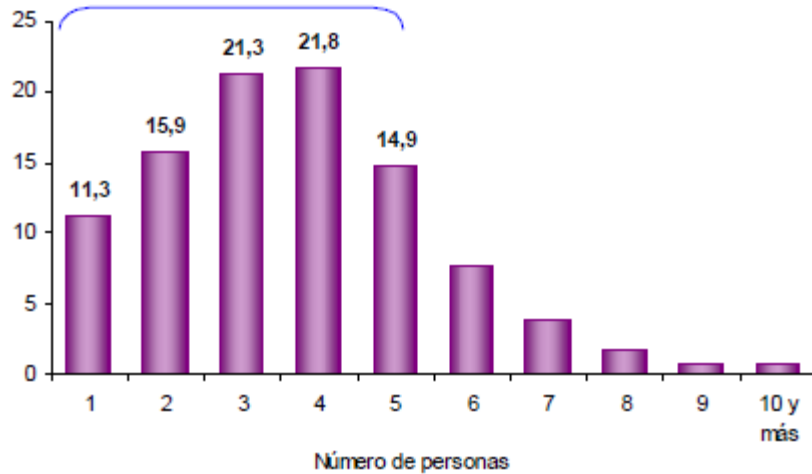


El 78,7% de las viviendas de Neiva son casas.

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

Figura 2. Hogares según número de personas.

Hogares según número de personas



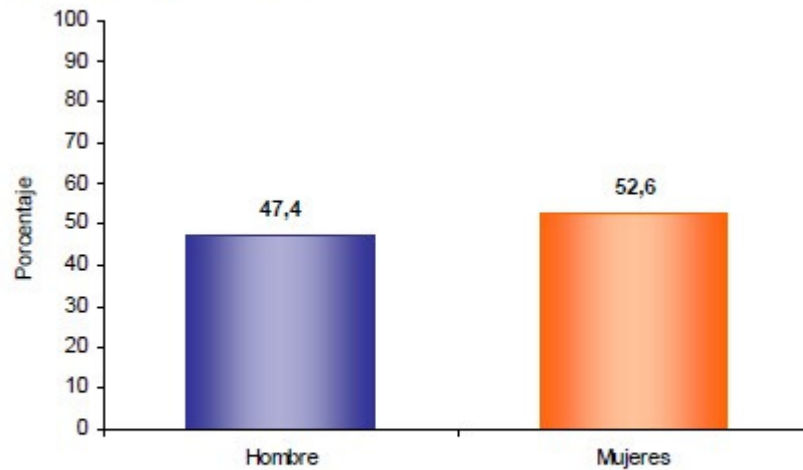
Aproximadamente el 70,2% de los hogares de Neiva tiene 4 o menos personas.

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

Como se puede observar esta es una variable muy importante ya que nos indican que los hogares en un 43,1% están compuestas por 3 o 4 personas lo que nos da un indicador muy importante que las familias no son numerosas y buscan un bienestar y calidad de vida, esta es una oportunidad para nuestro negocio.

Figura 3. Población por sexo.

Población por sexo

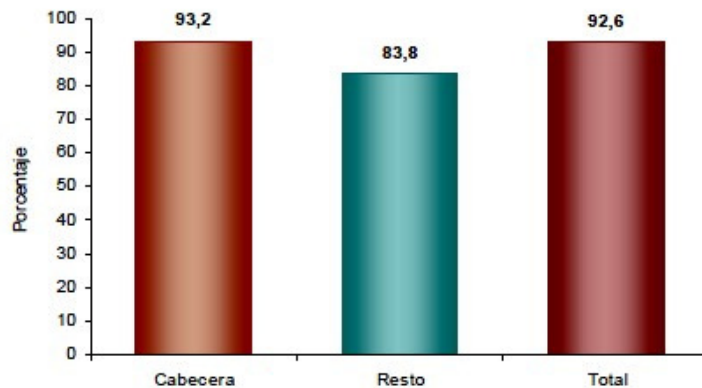


Del total de la población de Neiva el 47,4% son hombres y el 52,6% mujeres.

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

Figura 4. Tasa de alfabetismo de la población, cabecera, resto.

**Tasa de alfabetismo de la población, cabecera
resto**



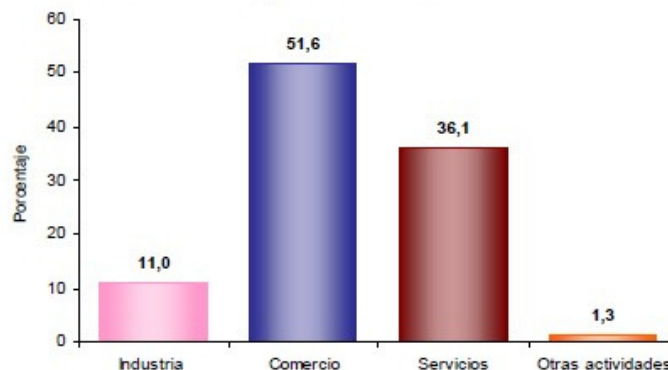
☞ El 92,6% de la población de 5 años y más de Neiva sabe leer y escribir.

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

Importante el indicador de mujeres, quienes en un 50% son madres que no trabajan. El 25% madres que trabajan medio tiempo, y un 20% de trabaja tiempo completo, son madres que quieren compartir tiempo con sus hijos en actividades especiales y les preocupa el crecimiento intelectual de sus hijos.

Figura 5. Establecimientos según actividad.

Establecimientos según actividad



☞ El 11,0% de los establecimientos se dedican a la industria; el 51,6% a comercio; el 36,1% a servicios y el 1,3% a otra actividad.

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

Estas actividades nos muestran todo el potencial de la ciudad para el crecimiento y desarrollo de otras actividades, teniendo en cuenta que Neiva cuenta con grandes sitios turísticos y una industria petrolera, hidroeléctrica y agrícola bastante alta.

3.1.4 Clase social. Un estrato social está constituido por un conjunto de personas, agregados sociales, que comparten un sitio o lugar similar dentro de la jerarquización o escala social, donde comparten similares creencias, valores, actitudes, estilos y actos de vida.

Se caracterizan por su relativa cantidad de poder, prestigio o privilegios que poseen.

Si bien el punto central de la estratificación se refiere a la distribución de bienes y atributos sociales.

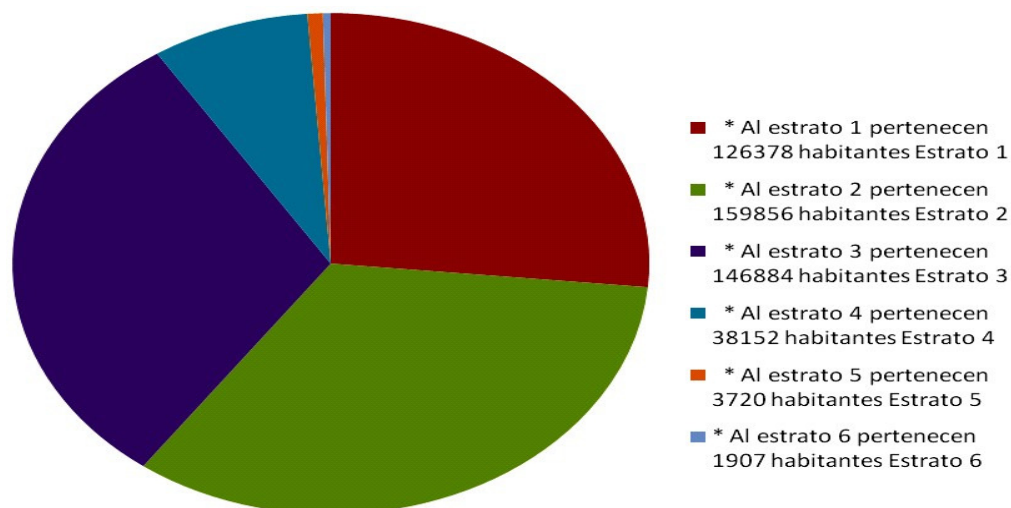
En una vivienda, la estratificación depende de la ubicación, y la importancia que tenga en su entorno, estas posibles variables pueden ser: cercanía a zonas comerciales, establecimientos educativos y/o gubernamentales, avenidas principales u otros factores fundamentales.

El estudio de Estratificación de Neiva realizado por Planeación Municipal, para las 10 comunas, los centros poblados y la zona rural dispersa, que se ha dividido la ciudad, vinculan cerca de 316 barrios, urbanizaciones y condominios, que tienen como características especiales la mezclas de estratos económicos, con zonas en donde se observan diferentes tipologías y diferentes grados de urbanización.²⁰

La totalidad de los habitantes de Neiva son 476.897, estratificados así:

²⁰ ALCALDÍA DE NEIVA. Departamento Administrativo de Planeación Municipal. Plan de desarrollo 2008-2011. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.csircolombia.org/apc-aa-files/495aa9a254573b59d33063bb32b6ce5f/Plan_Desarrollo__Mpio_Neiva_2008_2011.pdf>. [Citado: 26, abr., 2012].

Figura 6. Estratificación de Neiva.



Fuente: ALCALDÍA DE NEIVA. Departamento Administrativo de Planeación Municipal. Plan de desarrollo 2008-2011. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.csircolombia.org/apc-aa-files/495aa9a254573b59d33063bb32b6ce5f/Plan_Desarrollo__Mpio_Neiva_2008_2011.pdf>. [Citado: 26, abr., 2012].

Como se puede observar, se tendría un mercado potencial de 190.663 habitantes, correspondientes en promedio 47.668 familias de los estratos 3 al 6.

3.1.5 Participación de la competencia en el mercado. Actualmente en la ciudad de Neiva, existen 6 centros de educación que manifiestan trabajar estimulación temprana. Pero no cuentan con la infraestructura ni programas especiales con que cuenta Gymboree; estos centros están desarrollando actividad continua con programas de pre kínder, kínder y transición, y hacen énfasis en estimulación temprana por medio del Juego.

Tabla 3. Centros educativos.

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	COSTO MENSUAL	VALOR TRASPORTE
Castillo Mágico	Cra. 5 No. 21- 31	8745139	225,000	130,000
Jardín Infantil Años Mágicos	Cra. 5 No. 21- 30	8756732	275,000	120,000
Gimnasio Los Robles	Cra. 5B No. 21- 79	8627979	277,000	132,000
Gimnasio Los Ángeles	Cll 22 No. 5a-69	8744805	250,000	95,000
Colegio la Gotica del Saber	Cll 23 No. 5a-18	8756331	330,000	125,000
Colegio Guipas y Chavos	Cra. 7 No. 19-54	8756898	226,000	120,000

Fuente: las autoras.

3.1.6 Estudio del mercado. El estudio de mercado se realizó en los barrios Altico y Conjunto residencial San Silvestre. Los días 28 y 29 de febrero de 2012. La investigación tenía como objetivo:

- Determinar el grado de conocimiento del grupo objetivo sobre la estimulación temprana.
- Averiguar si las familias con niños entre 0 y 5 años, utilizarían el servicio.
- El valor que pagaría por el servicio.

Se propusieron como temas de la investigación:

- Conocimiento de la estimulación temprana.
- Los beneficios de la estimulación temprana.
- La importancia de la estimulación temprana.
- Si no ha utilizado el servicio por qué no lo ha hecho.
- Conocimiento de la marca Gymboree.
- La disposición de utilizar el servicio Gymboree.
- El precio justo por el que pagaría por este servicio.

3.1.6.1 Metodología.

- Diseño. Se realizó una investigación cuantitativa por medio de encuestas. Se realizaron dos cuestionarios. El cuestionario A para las personas que si han oído hablar de estimulación temprana y el cuestionario B para las personas que no han oído hablar de estimulación temprana. Los cuestionarios fueron leídos por el encuestador a las personas entrevistadas en los barrios Altico y Conjunto residencial San Silvestre. (Anexo A).

- Universo. Familias en la ciudad de Neiva en estrato social 4-5-6, con hijos entre 0 y 5 años. Un total de 25.326.

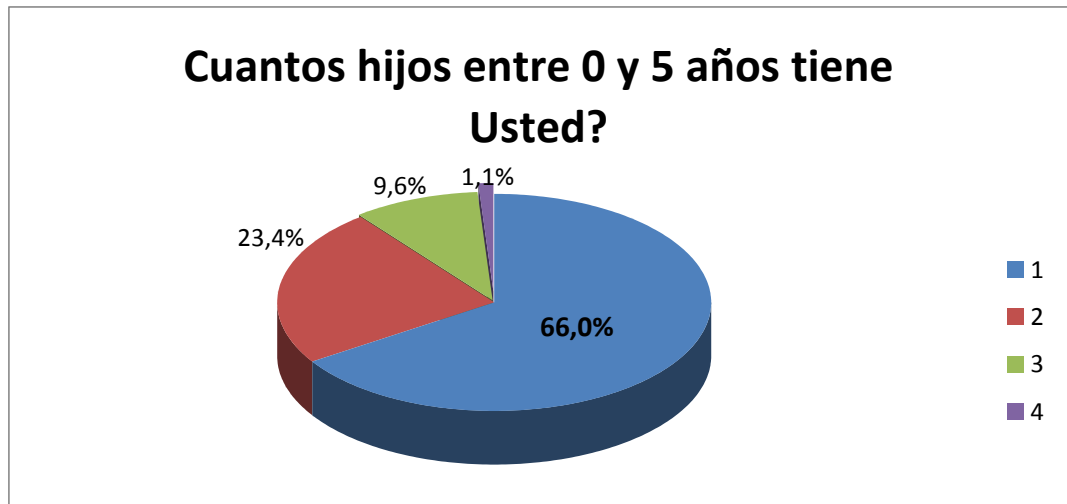
3.1.6.2 Muestra. Se pasó el cuestionario a una muestra de 94 familias con niños entre 0 y 5 años de estrato social 4-5-6.

3.1.6.3 Trabajo de campo. El trabajo de campo fue realizado por personas de la ciudad de Neiva. Las cuales se desplazaron al sector de los estratos objeto de estudio y realizaron las encuestas puerta a puerta.

Después de obtenidos los cuestionarios diligenciados, se tabularon los datos en una hoja de Excel. Luego se realizaron gráficos de cada pregunta para poder analizar la información de una forma más clara.

3.1.6.4 Resultados de la investigación.

Figura 7. Número de hijos entre 0 y 5 años.



Fuente: las autoras.

El 66% de las familias tienen un solo hijo en edad de asistir a Gymboree. El 23.4% tienen dos hijos. El 9.6% tienen 3 hijos y solo el 1.1% tienen 3 hijos. Y solo el 1.1% tienen más de 3 hijos.

Figura 8. Edad de los niños entre 0 a 5 años.



Fuente: las autoras.

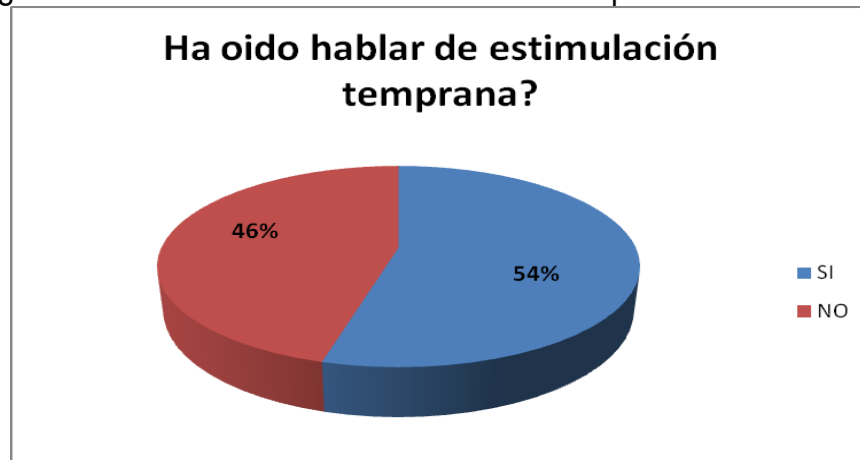
El total de los encuestados, nos arrojó que es total 137 niños, entre 0 y 5 años. Los cuales relacionamos en la siguiente tabla:

Tabla 4. Número de niños por edad.

¿Qué edad tienen?	0	1	2	3	4	5
Nº	23	20	20	22	35	17
%	16,8%	14,6%	14,6%	16,1%	25,5%	12,4%

Fuente: las autoras.

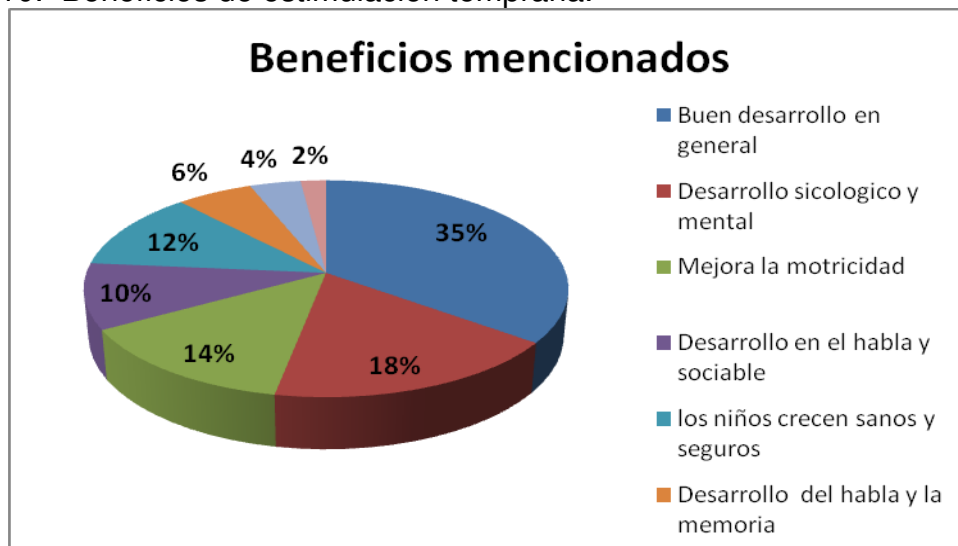
Figura 9. ¿Ha escuchado hablar de estimulación temprana?



Fuente: las autoras.

Del total de encuestados el 46% no han escuchado del concepto de estimulación temprana y el 54% si han escuchado. El 48.8% de las familias encuestadas que no ha escuchado hablar de estimulación temprana han oído mencionar los beneficios enumerados en el cuestionario.

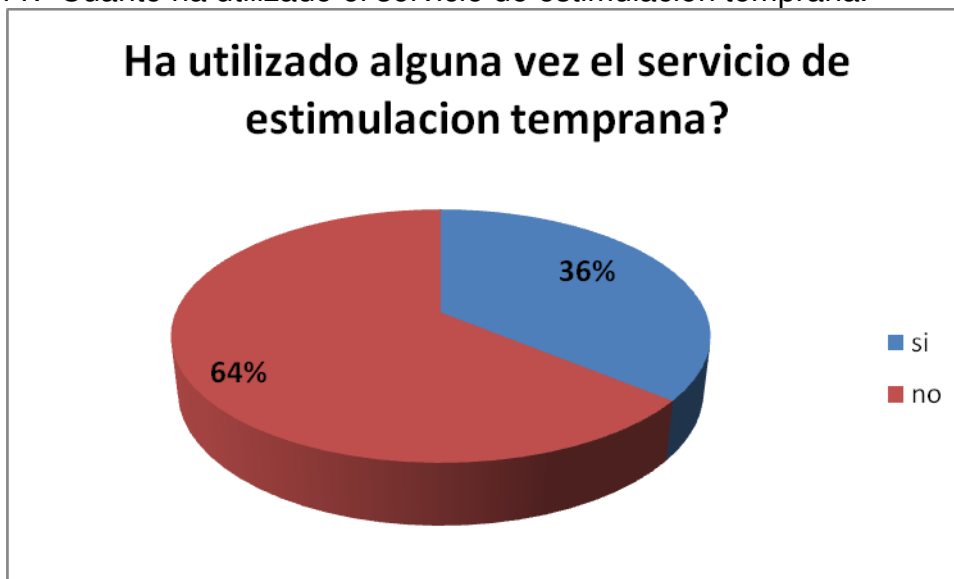
Figura 10. Beneficios de estimulación temprana.



Fuente: las autoras.

El buen desarrollo en general (psicomotriz, social, confianzas, memoria, etc.) es lo que más mencionaron los encuestados. En segundo lugar con 18% el desarrollo psicológico y mental.

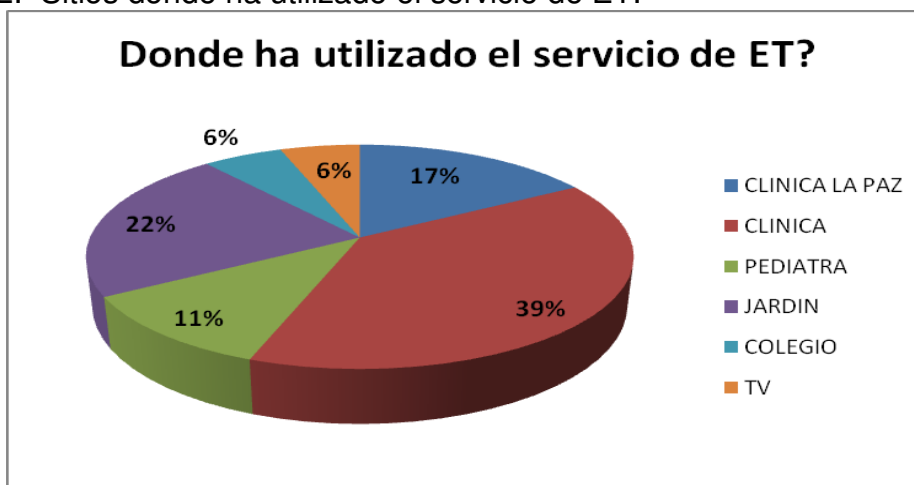
Figura 11. Cuánto ha utilizado el servicio de estimulación temprana.



Fuente: las autoras.

El 36% de los encuestados ha utilizado un servicio de estimulación temprana. Lo que indica que no hay costumbre de uso de este servicio en el mercado de Neiva. El 100% de los que han oído hablar de estimulación temprana, consideran importante que sus hijos reciban estimulación temprana después de oír los beneficios, por lo que existe un gran potencial para el programa de estimulación temprana.

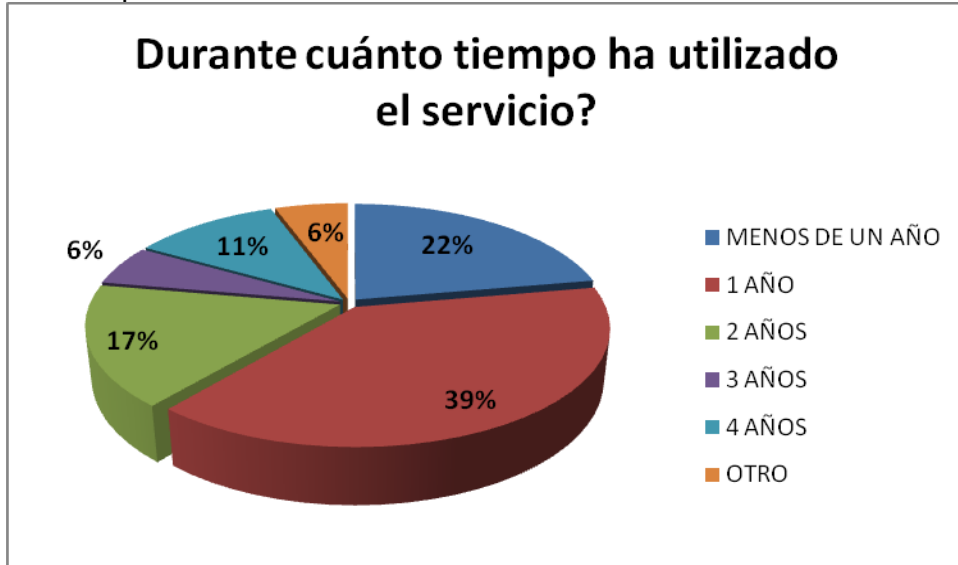
Figura 12. Sitios donde ha utilizado el servicio de ET.



Fuente: las autoras.

En Neiva no existe como tal un centro de estimulación temprana. Los sitios donde existe este servicio son en clínicas y médicos pediatras que corresponde el 50%, seguido de colegios y jardines un 29%. Y un 6% lo reciben de programas de TV.

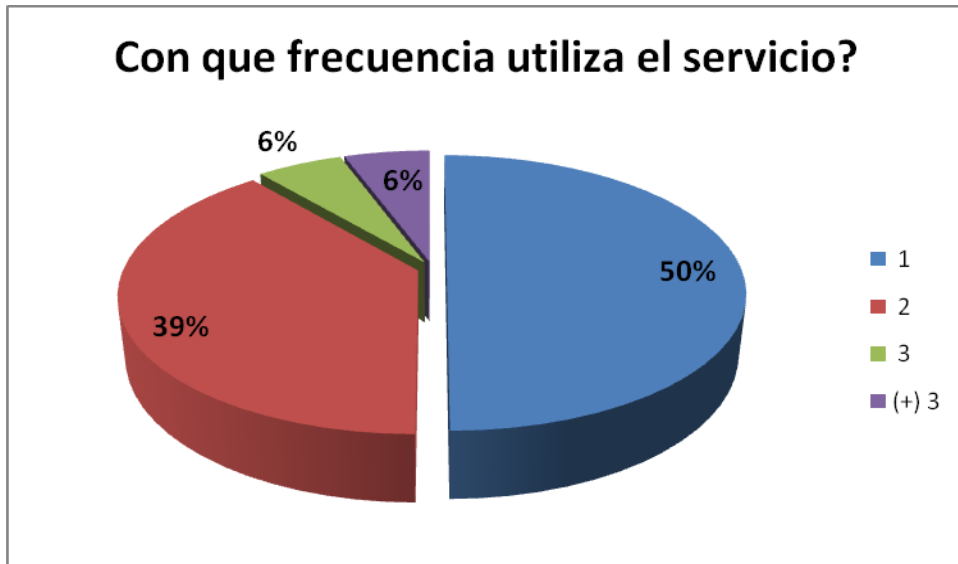
Figura 13. Tiempo de utilización del servicio.



Fuente: las autoras.

El 56% ha utilizado el servicio entre uno y dos años. Las personas que han utilizado el servicio por más de dos años son porque llevan a sus hijos a colegios o jardines donde les dan estimulación temprana. El 22% lo han utilizado menos de un año y lo ha llevado a clínicas o al pediatra.

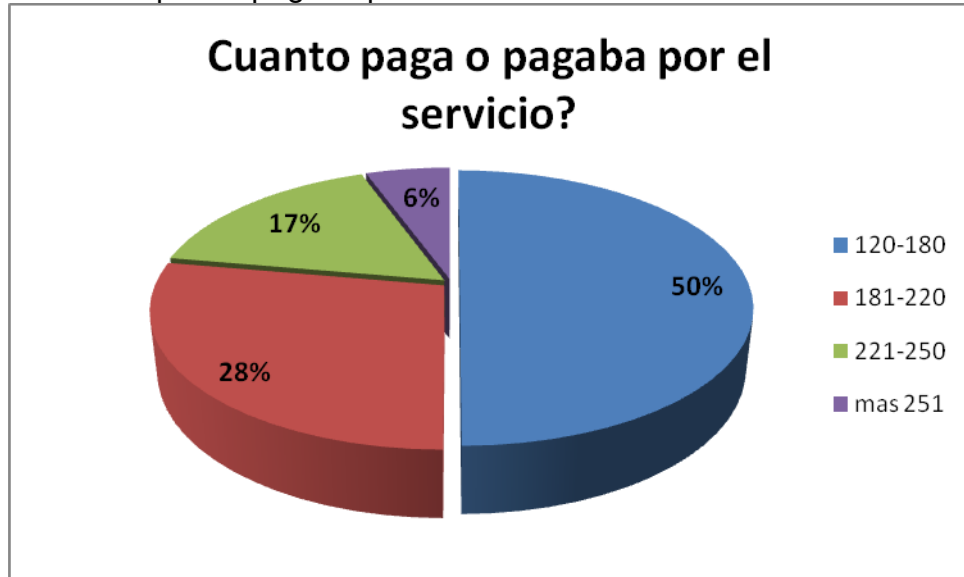
Figura 14. Frecuencia de la utilización.



Fuente: las autoras.

Dentro del 36% que ha utilizado el servicio, el 50% lo utilizan 1 vez a la semana y el 39% lo utilizan 2 veces a la semana.

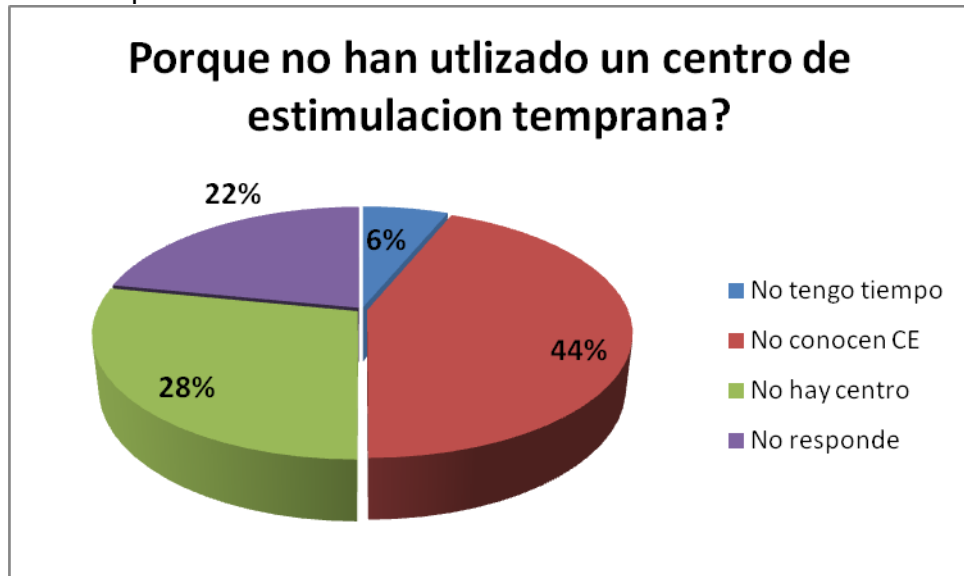
Figura 15. Valor que ha pagado por el servicio de ET.



Fuente: las autoras.

El 50% de los entrevistados pagan entre \$120.000 y \$180.000 estos son programas que dan en las clínicas, el 28% donde el pediatra y pagan entre \$181.000 y \$220.000 y el 23% pagan más de \$221.000 que son programas en los colegios o jardines.

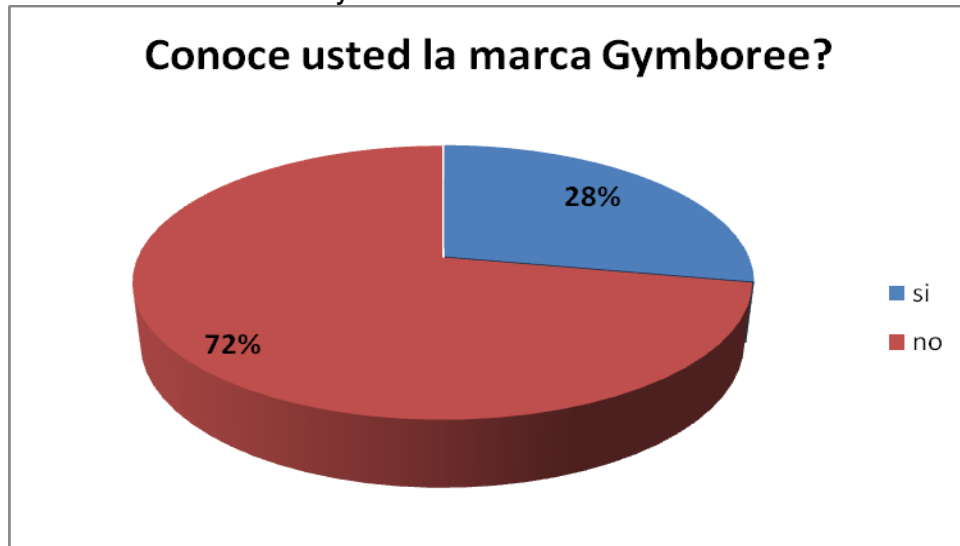
Figura 16. Por qué no se ha utilizado un servicio de ET.



Fuente: las autoras.

El 44% de los encuestados no conocen un centro de estimulación temprana y el 28% dicen que no hay centros de estimulación temprana en Neiva. Este 72% podrían ser los clientes de Gymboree y se podría llegar a convencer al 6% de los encuestados que no saben porque no lo utilizan, mostrándoles los beneficios de la estimulación temprana. El 22% es por falta de tiempo, este es un porcentaje bastante importante ya que podemos darles opciones de llevar al niño (a) con el cuidador o recibir clases en distintos horarios (sábados y domingos).

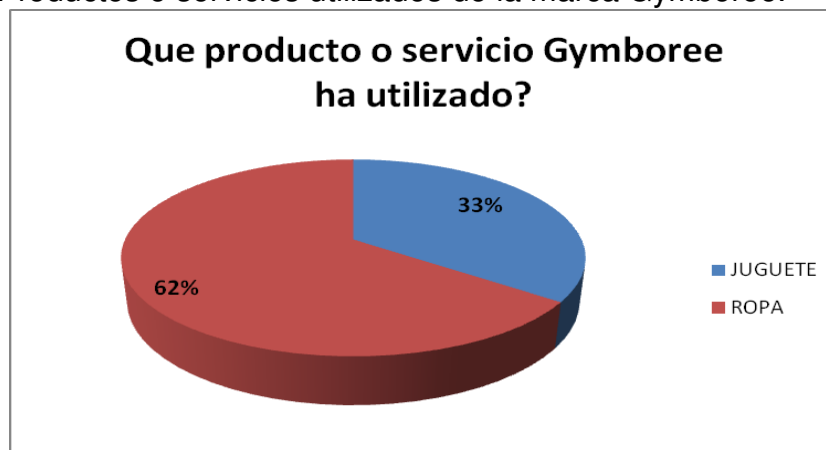
Figura 17. Conocimiento de Gymboree.



Fuente: las autoras.

El 72% no conoce la marca Gymboree, este dato es de mucha importancia porque nos da a conocer el esfuerzo en publicidad para que conozcan la marca. El 28% conoce la marca por compras de algún producto, por lo tanto conocen su calidad. Esto podría generar confianza para utilizar el centro de estimulación Gymboree.

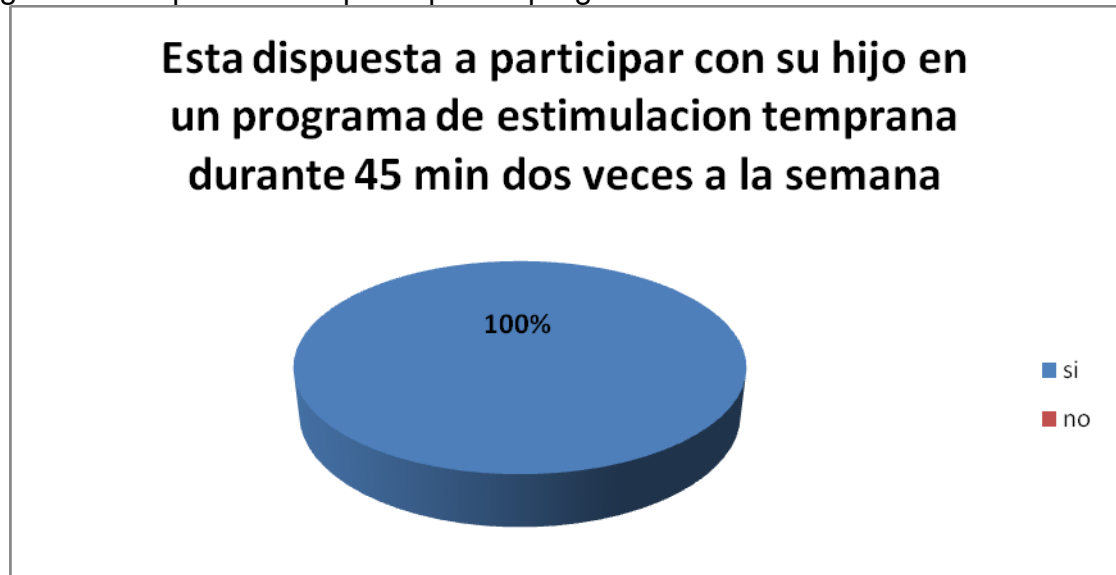
Figura 18. Productos o servicios utilizados de la marca Gymboree.



Fuente: las autoras.

El 62% de los encuestados que han utilizado la marca Gymboree han comprado ropa.

Figura 19. Disposición de participar en programa de ET.



Fuente: las autoras.

El 100% esta dispuestos a participar en un programa de estimulación temprana con su hijo durante 45 minutos dos veces a la semana. Con este dato corroboramos que existe un gran potencial para el centro de estimulación Gymboree en la ciudad de Neiva.

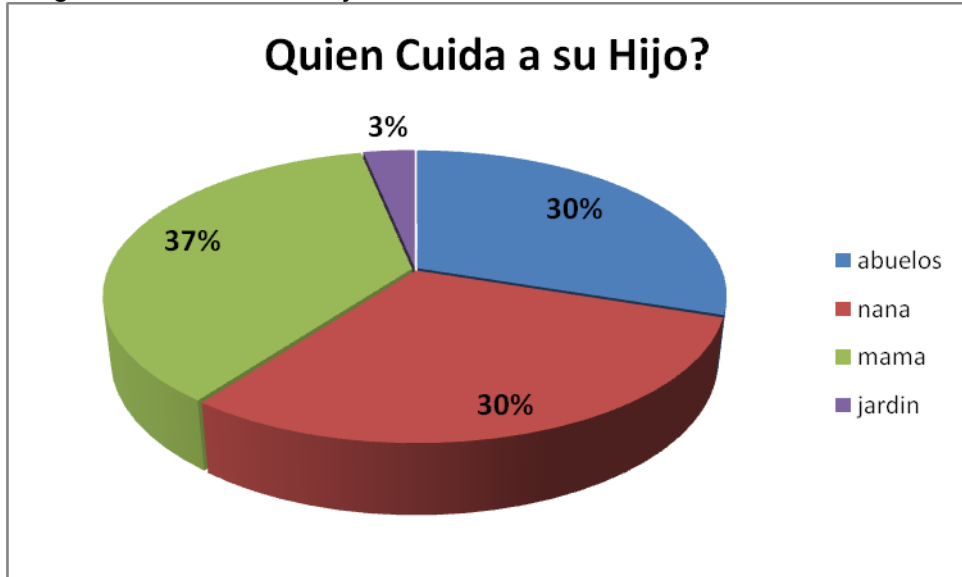
Figura 20. Cuánto ha considerado pagar por el servicio de ET.



Fuente: las autoras.

El 44% de los encuestados consideran que sería justo pagar entre \$181.000 a \$220.000. El 42% considera pagar entre 120.000 y 180.000. Se podría cobrar \$180.000. Debido a las instalaciones y el respaldo de la franquicia Gymboree.

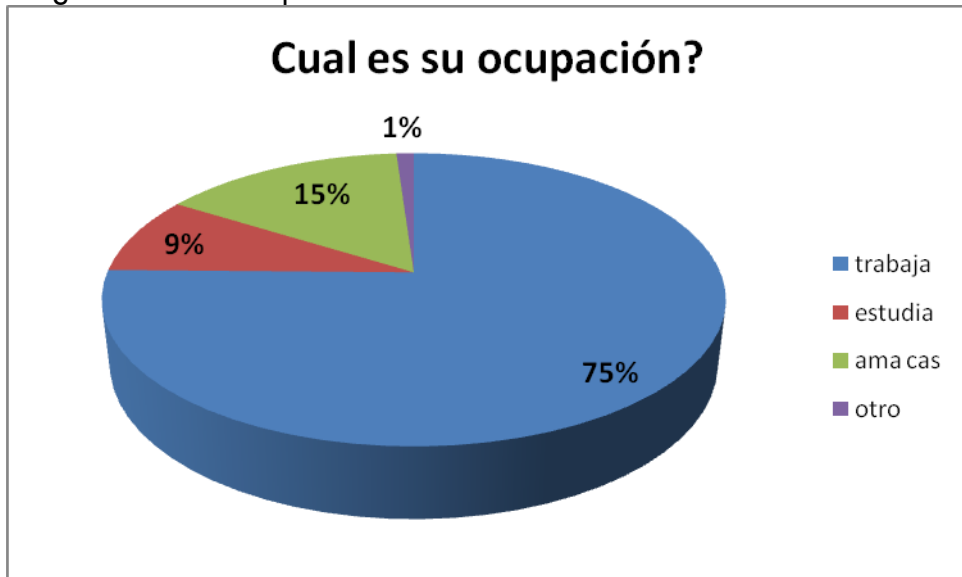
Figura 21. ¿Quién cuida a su hijo?



Fuente: las autoras.

El 37% son cuidados por la mamá, y el 60% por los abuelos y la nana.

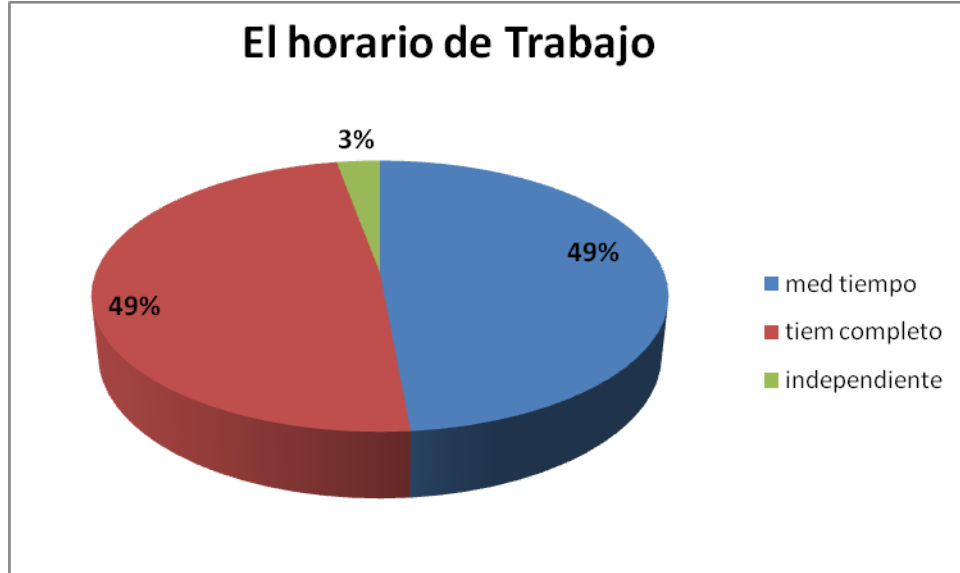
Figura 22. ¿Cuál es su ocupación?



Fuente: las autoras.

El 75% de los encuestados trabajan. El 15% son amas de casa y el 9% estudian.

Figura 23. Horario de trabajo de los encuestados.



Fuente: las autoras.

Del 75% que trabajan el 49% trabajan medio tiempo y el 49% tiempo completo. El 3% son independientes y manejan su propio tiempo.

3.1.7 Conclusiones.

- Un 66% de las familias tienen niños entre 0 y 5 años, indicando que existe un mercado objetivo alto para la utilización de nuestros servicios.
- El 54% de los encuestados ha escuchado de estimulación temprana y conoce algunos beneficios de la misma; el 46% restante no la conoce pero está interesado en conocerla.
- Según la encuesta en la ciudad de Neiva no hay un centro especializado en estimulación temprana.
- El 59% de las familias encuestadas están dispuestas a pagar más de \$181.000 mensuales, y el 41% restante entre \$120.000 y \$180.000.
- El 97% de la muestra encuestada los niños son cuidados por la abuela, la mamá y la nana; esto nos indica que cuentan con una persona que los pueda llevar a las clases de estimulación.
- La estimulación temprana que se está ofreciendo en la ciudad de Neiva es en clínicas y por médicos pediatras; y no en lugares especializados para este fin. En el caso de Gymboree podemos ofrecer diferentes horarios para que los niños puedan asistir a un centro especializado.

- Según los datos arrojados por la encuesta nos indican que hay un alto potencial en el mercado de la ciudad de Neiva, ya que el 100% considera importante que sus hijos reciban estimulación temprana. Y el 72% no han utilizado un centro de estimulación ya que no lo conocen y no hay en la ciudad de Neiva.

3.2 UBICACIÓN DE GYMBOREE PLAY & MUSIC EN LA CIUDAD DE NEIVA

Nos ubicaremos en el Sector de la Sevillana, sitio estratégico por la cercanía de nuestro mercado objetivo. En este sector residencial, en donde están ubicados los mejores colegios y jardines infantiles de la ciudad; es un barrio de estrato medio alto de fácil acceso y con un alto grado de seguridad.

3.3 PROMOCIÓN DEL SERVICIO

3.3.1 Publicidad.

3.3.1.1 Objetivo. Dar a conocer Gymboree en la ciudad de Neiva.

3.3.1.2 Estrategias y tácticas.

- Pautar en las principales emisoras de la ciudad
- Entregar volantes en el sector del mercado objetivo en donde se regala una clase sin costos con el fin de que Gymboree.
- Publicidad en tiendas especializadas de ropa de niños o ropa de embarazadas con el fin de colocar afiches.
- Descuento del 5% mensual durante tres meses a las madres que lleven referidos.
- Convenios con médicos pediatras y Ginecólogos intercambiando servicios.
- Seminario de estimulación temprana para aproximadamente 100 personas influyentes de la ciudad de Neiva (pediatras, ginecólogos, psicólogos).
- Ofrecer convenios empresariales como un beneficio a sus empleados con una tarifa especial.

Tabla 5. Costo de la publicidad.

Publicidad	Cantidad	Valor Unit (4)	Valor Total
Afiches	10	100.000	1.000.000
Volantes	2.000	225	450.000
Pautas radiales	2 veces al día x 60 días	250.000	3.000.000
Publicidad en tiendas	6 meses	100.000	600.000
Seminario de estimulación temprana *	100	20.000	2.000.000
Total			\$ 7.050.000

Fuente: las autoras.

Nota: Los materiales publicitarios deben ser aprobados por Gymboree.

- Lugar: Ubicación Gymboree
- Temática: Seminario “Importancia de la Estimulación Temprana en niños de 0 a 5 años”.
- Número de Personas: 100
- Promedio de inversión: \$20.000 por persona.

3.3.2 Fijación y políticas de precio. A continuación relacionamos los costos en relación al ingreso, en la prestación del servicio:

Tabla 6. Relación de costos/ingresos.

Concepto	% de los costos /Ingreso
Profesores estimulación	31%
Material clases	1%
Profesores Fiestas	9%
Material fiestas	5%
Trasporte fiestas	5%
Compras almacén	55%
Gastos representación	0,6%
Publicidad	2%
Regalías 6%	6%

Fuente: las autoras.

Los gastos fijos mensuales corresponden son por \$11.786.470. El punto de equilibrio por cada servicio, nos arroja los siguientes datos:

Tabla 7. Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio mensual	118
PE Pensiones (# pensiones)	56
PE fiestas (en horas)	13
PE artículos	7

Fuente: las autoras.

3.3.3 Plan de introducción al mercado. El objetivo inicial es que nuestros clientes conozcan Gymboree. Para que esto sea posible haremos mención en pautas radiales, entregaremos volantes y colocaremos afiches. Haremos publicidad en tiendas especializadas de ropa de niños (as), consultorios de especialistas (ginecólogos y pediatras), etc. Realizaremos un seminario sobre Estimulación Temprana patrocinado por Gymboree dirigido a médicos, madres y padres influyentes en la ciudad.

Estos medios tendrían costos aproximado de \$7.050.000.

3.3.4 Sistema y plan de ventas. Con base en la encuesta realizada en una muestra de 94 familias, el 100% de los encuestados están interesados en participar con su hijo en un centro de estimulación temprana por 45 minutos dos veces a la semana. El total de los encuestados nos arrojó un total de 137 niños entre 0 y 5 años.

Tomamos el total de los 137 niños de la muestra, en donde el 58% de las familias están dispuestas a pagar \$180.000 o más por el servicio, precio que se encuentra dentro del rango del precio que establecimos:

Tabla 8. Ventas mensuales por pensión

Total No Niños	Familias Dispuestas a Pagar 180.000 o más.	Mercado Objetivo	Ingresos Mensuales de Pensiones
137	58%	80	14.400.000

Fuente: las autoras.

4. MÓDULO CUARTO: PRODUCCIÓN DEL SERVICIOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El programa de aprendizaje continuo Gymboree, se especializa en cada etapa de la vida del niño.

Gymboree ha diseñado un programa en el cual cada nivel se focaliza en actividades específicas para un desarrollo apropiado para cada edad, apoyado en la presencia y el soporte de los padres quienes también reciben una guía.

Nivel 1	El observador analítico
Nivel 2	El activo
Nivel 3	El Comunicador
Nivel 4	El solucionador de problemas
Nivel 5	El pensador creativo
Nivel 6	El pensador lógico

Este es un conjunto de programas de desarrollo infantil, distribuidos en niveles progresivos que se inicia a los dos meses y termina a los 5 años de edad. Las actividades han sido diseñadas por un equipo interdisciplinario de profesionales, expertos en desarrollo infantil y buscan favorecer motoras, sociales y cognitivas, dentro de un ambiente de juego y diversión.

Adicional a estos programas, se ofrecen una serie de programas alternos como música y arte, fiestas infantiles y un almacén con producto Gymboree, relacionados con el desarrollo del niño, como son:

- Gym Music. A través de actividades rítmicas, gym music introduce a los niños en una amplia variedad de diferentes estilos musicales. Cantando, bailando, jugando con el cuerpo y con instrumentos, los niños aprenden importantes conceptos musicales como el ritmo, los golpes, la melodía y la armonía.
- Gym Arts. A través del dibujo, la escultura, la pintura, la música, creativos disfraces y otras actividades llenas de imaginación, los niños encontraran una fuente de inspiración a una temprana edad. Estas actividades aseguran niños confiados y capaces no solo de crear, también de expresar sus ideas y emociones a través de diferentes medios, como los símbolos y los colores.
- Mommy and Baby Fitness. Es un programa basado en ejercicios de yoga, diseñado especialmente para brindarle a las nuevas madres un equilibrio físico y emocional.

Este programa, además, tiene como objetivo entablar un enlace único entre él bebe y su madre. Las madres aprenderán como relajarse y manejar esta nueva experiencia.

- Gym Party. Unos de los productos más llamativos de Gymboree. Son fiestas llenas de juegos, música, colores, paracaídas, túneles, puentes y mucha diversión.

Las fiestas son realizadas en Gymboree o en el lugar de preferencia del cliente, con Gym on the Go.

- Fiestas empresariales. Gymboree proporciona una solución ideal, para las fiestas dirigidas a los hijos de los empleados de diferentes empresas.

Para estos Gymboree dispone de un equipo psicomotor de mas de 45 elementos, entre piezas de madera y espuma, como rodaderos, túneles, rampas, puentes, balancines, paracaídas y juegos entre muchos otros.

- Gym accesories. La venta de accesorios de Gymboree como muñecos, sonajeros, rasca-encías, títeres etc.

4.2 INSTALACIONES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

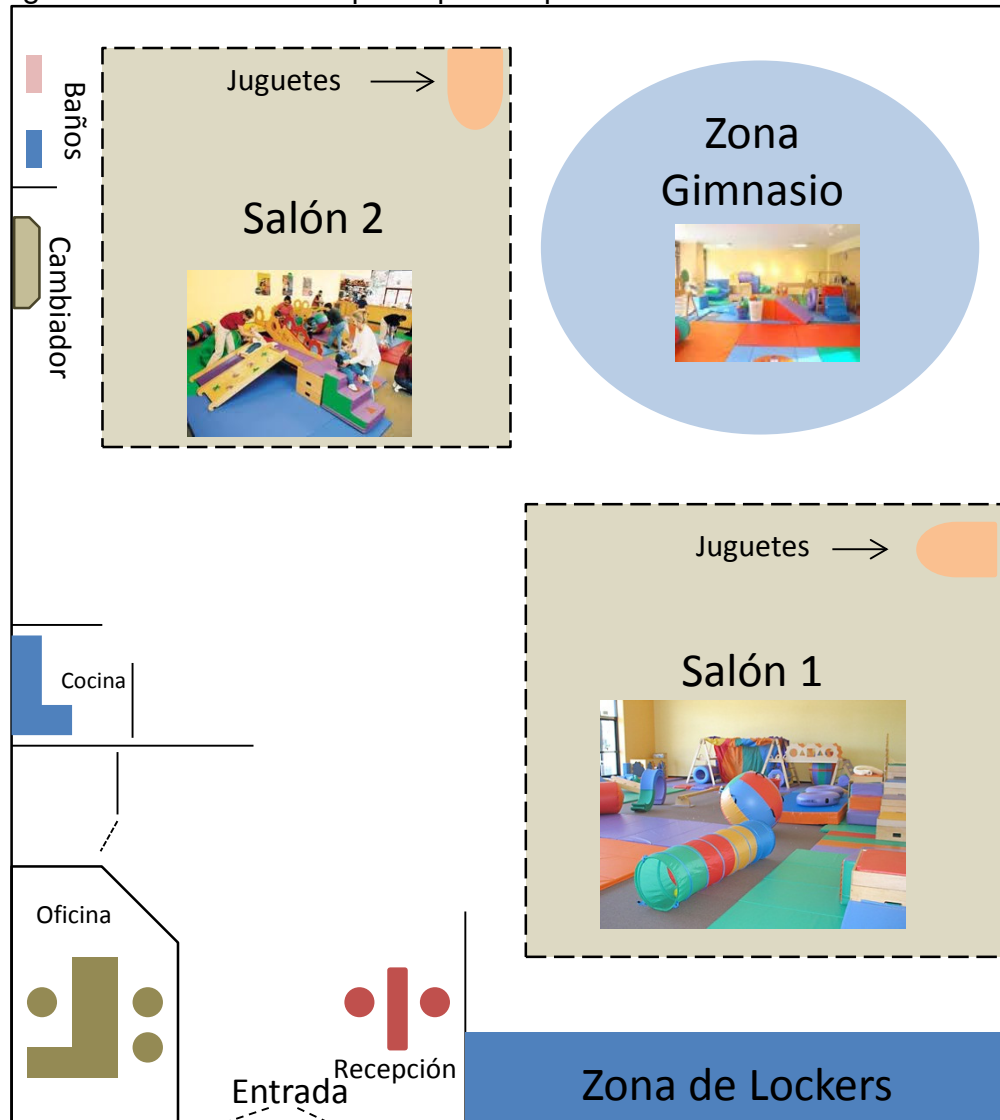
Nuestro centro dispone de más de 100 m², dónde los niños pueden correr, tocar y jugar en un entorno seguro y muy atractivo.

Las instalaciones de Gymboree son lugares para jugar y aprender, donde los niños tienen libertad para moverse, jugar y explorar de manera segura. Los equipos son diseñados por Jay Beckwith, un reconocido diseñador internacional, de áreas de juego para niños, que creo cada estructura teniendo en cuenta la necesidad de los niños. El ambiente de recreación de Gymboree ha sido diseñado para alcanzar los estándares de alta calidad que esperan los padres para sus niños.

El mobiliario de consta de más de 40 piezas pensadas para reconfigurarse de cientos de maneras distintas, módulos altos y bajos o estructuras para escalar, rodar, balancearse, deslizarse y botar. Es un equipamiento exclusivo y único diseñado para ajustarse a nuestros Programas.

4.2.1 Diseño del espacio para la prestación del servicio. La distribución y el diseño de Gymboree se representa en el plano que a continuación se muestra.

Figura 24. Diseño del espacio para la prestación del servicio.



Fuente: las autoras.

5. MÓDULO QUINTO: ESTUDIO ADMINISTRATIVO

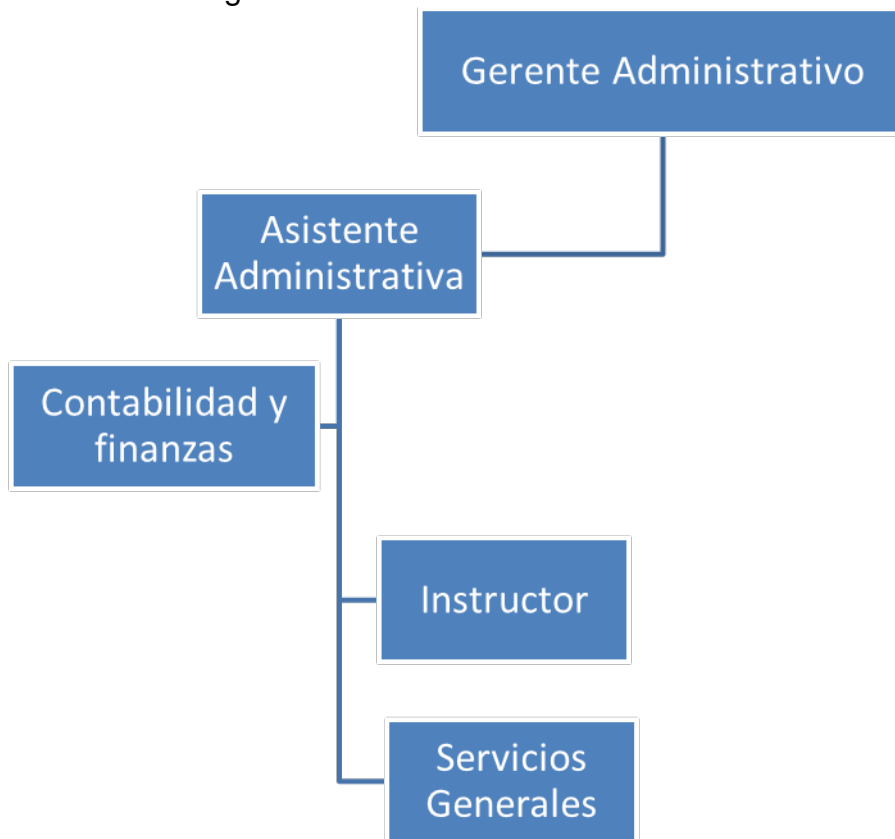
5.1 ORGANIZACIÓN

En esta área tenemos como objetivo elegir a nuestros empleados, realizando un adiestramiento de lo que deben realizar de acuerdo a las políticas y procedimientos del franquiciante, de manera que seamos eficientes y productivos en nuestra empresa.

Nuestra empresa va a contar con 2 empleados fijos, 2 o 3 instructores de acuerdo al número de niños que se tengan matriculados y una persona de servicios generales. El instructor o los instructores se repartirán las clases de forma equitativa de acuerdo a un horario establecido por Gymboree y cada uno tendrá la responsabilidad de cumplir a cabalidad las clases según los procedimientos establecidos por el franquiciante.

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 25. Estructura organizacional.



Fuente: las autoras.

La estructura organizacional está conformada por la Gerencia Administrativa, la Asistente administrativa, contabilidad y finanzas e instructores.

5.2.1 Gerente administrativa. Se encargará de la administración, el control el desarrollo de la misma, cuidando que las políticas y reglas de calidad de la franquicia se cumplan a cabalidad, así como el desempeño de cada área.

Las funciones específicas:

- Orientar la dirección de la empresa.
- Mantener contacto con el franquiciante.
- Velar que las políticas de calidad se cumplan.
- Planear estrategias de mercadeo y venta de acuerdo a las políticas del franquiciante.
- Orientar la dirección de la empresa.
- Llevar a cabo el proceso de reclutamiento y selección del personal.
- Evaluar el desempeño del personal.
- Controlar y organizar todas las actividades del área contable y financiera de la empresa.

5.2.2 Asistente administrativa. Se encargara de desarrollar las directrices de la dirección general y estará de cara al cliente.

Las funciones específicas:

- Interactuar con los clientes y los niños, además de resolver dudas e inquietudes.
- Vigilar que las clases sean impartidas con la calidad exigida por el franquiciante.
- Desarrollar las estrategias de mercadeo planeadas por la dirección general.
- Realizar la gestión de cartera.
- Realizar la gestión de caja y tesorería; inscripciones y pensiones, pago a proveedores, franquicia e instructores.

- Ser responsable de las relaciones laborales, al cuidar que sean cordiales y respetuosos con los clientes.
- Realizar los contratos del personal de la empresa.
- Coordinar la capacitación para los instructores.
- Coordinar las fiestas infantiles.
- Llevar la caja menor.
- Establecer los horarios a los instructores y velar por su cumplimiento-

5.2.3 Contabilidad y finanzas. Se contratará a una firma externa de contabilidad que lleve su propio software contable y es el responsable de mantener la información contable y financiera actualizada y elaborar los impuestos y demás requisitos legales contables.

Las funciones específicas:

- Realizar y presentar informes financieros mensuales.
- Notificar el pago de impuestos y presentar a las instituciones de recaudo de impuestos.
- Presentar los siguientes registros: diario, mayor, cuentas de bancos, estados financieros a presentar (balance general, estado de resultados y flujo de efectivo), indicadores financieros.
- Realizar proyecciones financieras y comparativos con periodos anteriores.

5.2.4 Instructores. Su función principal es impartir las clases de estimulación a los niños entre 0 a 5 años de acuerdo a los parámetros establecidos por el franquiciante.

Las funciones específicas:

- Realizar las clases de acuerdo al horario establecido.
- Realizar las clases de acuerdo a los parámetros y políticas del franquiciante.
- Ser atentos y respetuosos con los clientes.

5.2.5 Servicios generales. Su función principal es organizar y limpiar las instalaciones de Gymboree.

Las funciones específicas:

- Realizar la limpieza de baños, pisos, máquinas y equipos.
- Ser atentos y respetuosos.

5.3 CAPTACIÓN DEL PERSONAL

5.3.1 Reclutamiento. El proceso de reclutamiento lo haremos por medio de las universidades de la ciudad de Neiva que tienen formación en educación preescolar y formación en administración de empresas o carreras afines.

5.3.2 Selección. El proceso de selección se hará de la siguiente manera:

- Solicitud de empleo: El primer paso es revisar la solicitud de empleo, la cual debe contener los siguientes datos:
 - Datos básicos: Nombre y apellido, cedula de ciudadanía, fecha de nacimiento, estado civil, nombre y cédula del cónyuge, número de hijos, dirección de residencia, teléfono fijo y móvil.
 - Estudios realizados: Estudios formales y no formales, institución y fecha de culminación de estudios, nivel de inglés.
 - Experiencia: Nombre de la empresa, dirección y teléfono, Nombre del jefe inmediato, fecha inicial y final como empleado en la empresa, funciones específicas.
 - Referencias laborales: Nombre y apellido, teléfono de ubicación, empresa donde trabaja y cargo.
 - Referencias personales: Nombre y apellido, teléfono de ubicación, empresa donde trabaja y cargo.
- Análisis de hojas de vida: La gerente administrativa analizará las hojas de vida. Dependiendo de los datos anteriores se escogerán 5 candidatos por cada vacante.
- Entrevista con la dirección general: Luego la asistente administrativa llamará a los candidatos a una entrevista personal con la dirección general.

- Investigación de candidatos: Se investigarán a los candidatos ante las entidades correspondientes para averiguar sus antecedentes, se verificarán los datos de la hoja de vida y sus referencias laborales y personales.
- Escogencia de candidatos: Luego de tener la información anterior, se escogerán los candidatos para que ocupen las vacantes.
- Visita domiciliaria: Por último, antes de contratar, la asistente administrativa realizará una visita domiciliaria para corroborar los datos familiares y mirar las condiciones en que vive el candidato.
- Aprobación de ingreso.

5.3.3 Contratación. Se establecerán contratos de prestación de servicios para los instructores y de igual manera para los instructores de fiestas infantiles, los cuales se pagarán por hora. Este contrato tendrá una duración de 6 meses, incluida una cláusula en donde se compromete a seguir las políticas de trabajo y la confidencialidad del proceso.

El gerente administrativo tendrá un contrato laboral con sus prestaciones a término indefinido.

La asistente administrativa tendrá un contrato laboral con sus prestaciones a término indefinido.

La empresa que llevará la contabilidad, tendrá un contrato de prestación de servicios por 1 año.

5.3.4 Inducción. El área encargada de realizar la inducción es la gerente administrativa, la cual se hará de la siguiente manera:

- Presentación de la empresa: misión y visión.
- Organigrama de la compañía.
- Características generales del cargo.
- Presentación de los empleados de la compañía.
- Programación de capacitación al programa de Gymboree.

El material utilizado para la inducción es presentación en Power Point de la empresa y presentación personal de los empleados.

5.3.5 Desarrollo del personal. La empresa tendrá un total de 4 empleados: dos en el área administrativa, un instructor y una persona para servicios generales. El adiestramiento lo realizará el franquiciante y el costo está incluido dentro del valor inicial. Tendrá una duración de 80 horas. Y está seguido de una supervisión continua por parte del franquiciante.

5.3.6 Capacitación.

Tabla 9. Plan de capacitación.

Cargo	Tipo de adiestramiento
Área administrativa, instructor, franquiciados	Políticas y reglamento del franquiciante. Uso de máquinas y manera de realizar las clases. Como también el formato de las fiestas infantiles.

Fuente: las autoras.

El costo está incluido dentro del valor inicial pagado al franquiciante.

5.3.7 Administración de sueldos y salarios.

Tabla 10. Administración de sueldos y salarios.

Administración de sueldos	Q	Sueldo	Prestación	Total
Gerente Administrativo	1	1.200.000	1,53	1.836.000
Asistente Administrativo	1	700.000	1,53	1.071.000

Fuente: las autoras.

6. MÓDULO SEXTO: MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

La constitución de la empresa va a ser como sociedad a nómina simplificada llamada comúnmente SAS. Va a ser constituida con dos accionistas y se aportarán igual cantidad de capital inicial y las utilidades se repartirán en partes iguales.

6.1 PASOS PARA CREAR LA SAS

- Definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida
- Protocolizar el contrato en documento privado: los estatutos de la Sociedad (deben contener):
 - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
 - Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.
 - El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
 - El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
 - Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
 - El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
 - La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
- Efectuar el Registro Único Tributario (RUT). Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad.

- El documento privado de constitución, las cartas de aceptación, el NIT de los inversionistas extranjeros, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil. Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía.
- La inscripción en la Cámara de Comercio está sujeta al pago del impuesto de registro equivalente al 0,7% del monto del capital de la compañía, y al pago de derechos de matrícula mercantil por un valor que depende del capital.
- Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad.
- Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad. Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, cuando haya lugar a cada nombramiento. Dichas cartas deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el tipo documento y número de identificación de la persona y su firma.
- Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio. Toda sociedad deberá tener los libros corporativos y de contabilidad. Entre los libros que se deben registrar se encuentran los siguientes:
 - Libro de registro de accionistas.
 - Libro de actas de la asamblea general de accionistas.
 - Libro de actas de la junta directiva, si hay lugar a ello.
 - Libro diario.
 - Libro mayor de balance.
 - Libro de inventarios.
- Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección. Toda compañía debe abrir una cuenta a su nombre en una entidad bancaria. En esta cuenta se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas.

6.2 OTROS TRÁMITES

Con la entrada en vigencia de la ley 1064 de 2006 ya no se denominan estas instituciones como de educación No-formal ahora se llaman “Instituciones para la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano”. Estas empresas si requieren autorización (licencia de funcionamiento) de la entidad que regule esta actividad en la jurisdicción, es decir la Secretaría de Educación Municipal. El trámite se encuentra en el decreto 4904 de 2009 (anexo B).

7. MÓDULO SÉPTIMO: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Teniendo en cuenta el estudio de mercado y datos suministrados por la Franquicia, procedemos al análisis financiero, estimado a 5 años. Hemos trabajado un promedio de crecimiento del 6% en incremento anual en las tarifas de los servicios y productos, para todos los rubros de gastos administrativos hemos manejado variable económica IPC del 3.8%.

7.1 SERVICIOS A PRESTAR

Tabla 11. Tarifas de precios por servicio.

	TARIFAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Matriculas	80,000	85,000	90,000	95,000	100,000
Pension	180,000	190,000	200,000	210,000	220,000
Fiestas (valor hora)	106,000	110,240	114,650	119,236	124,005
Valor Unidad almacen	45,000	47,000	50,000	52,000	55,000

Fuente: las autoras.

Estos precios fueron establecidos teniendo en cuenta el estudio de mercado y el promedio de costo estudiantil en la ciudad de Neiva; el producto unidad de almacén corresponde a productos que identifican la marca Gymboree y que son didácticos, estos tienen una participación del 6% sobre los ingresos totales presupuestados.

7.2 DATOS ESTIMADOS DE INGRESOS

Tabla 12. Datos estimados de ingresos.

INGRESOS POR MES	DATOS PROYECTO ESTIMADOS									
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	PROM MENSUAL	No. Niños	PROM MENSUAL	No. Niños	PROM MENSUAL	No. Niños	PROM MENSUAL	No. Niños	PROM MENSUAL	No. Niños
Matriculas	2,640,000	33	3,060,000	36	3,600,000	40	4,085,000	43	4,600,000	46
Pension	12,600,000	70	13,965,000	74	15,435,000	77	17,017,088	81	18,718,796	85
Fiestas	2,120,000	20	3,307,200	30	4,012,736	35	4,173,245	35	4,340,175	35
Unidades almacen	1,080,000	24	1,598,000	34	1,950,000	39	2,132,000	41	2,310,000	42
Total	18,440,000	147	21,930,200	174	24,997,736	191	27,407,333	200	29,968,972	208

Fuente: las autoras.

En el cuadro podemos apreciar los ingresos estimados mensuales por año, identificando igualmente el número de niños en matriculas y pensiones, el número de horas de fiestas, y el numero de productos a vender para obtener los ingresos estimados.

7.3 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 13. Gastos administración del año 1 al año 5.

CONCEPTO	GASTOS DE ADMINISTRACION				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente Administrativo	22,032,000	22,737,024	23,646,505	24,592,365	25,576,060
Asistente Administrativo	12,852,000	13,263,264	13,793,795	14,345,546	14,919,368
Factor prestacional			-	-	-
Outsourcing contable	3,600,000	3,715,200	3,863,808	4,018,360	4,179,095
Arrendamiento	36,000,000	37,152,000	38,638,080	40,183,603	41,790,947
Aseo	5,400,000	5,572,800	5,795,712	6,027,540	6,268,642
Vigilancia	1,260,000	1,300,320	1,352,333	1,406,426	1,462,683
Acueducto y acantarillado	2,160,000	2,229,120	2,318,285	2,411,016	2,507,457
Energia Electrica	1,920,000	1,981,440	2,060,698	2,143,126	2,228,851
Telefono	2,640,000	2,724,480	2,833,459	2,946,798	3,064,669
Internet	960,000	990,720	1,030,349	1,071,563	1,114,425
Suguros	2,400,000	2,476,800	2,575,872	2,678,907	2,786,063
Correos portes y telegramas	480,000	495,360	515,174	535,781	557,213
Gastos Legales	600,000	619,200	643,968	669,727	696,516
Mantenimiento y Reparaciones	720,000	743,040	772,762	803,672	835,819
Elementos de Aseo y Cafeteria	960,000	990,720	1,030,349	1,071,563	1,114,425
Utiles papeleria y fotocopias	1,200,000	1,238,400	1,287,936	1,339,453	1,393,032
Taxis y buses	360,000	371,520	386,381	401,836	417,909
Depreciaciones					
Total gastos nomina	31,884,000	36,000,288	37,440,300	38,937,912	40,495,428
Gastos administrativos	60,660,000	62,601,120	65,105,165	67,709,371	70,417,746
Cuota Prestamo					
TOTAL GASTOS ADMON	92,544,000	98,601,408	102,545,464	106,647,283	110,913,174

Fuente: las autoras.

Estos gastos son gastos fijos de la operación, considerando un canon de arrendamiento para el año uno, de \$3 millones de pesos m.c., y con los respectivos incrementos anuales, teniendo una participación del 38% sobre el total de los gastos de administración, otro rubro muy importante son los gastos de nomina, compuestos por un Director administrativo y un asistente administrativo, el peso de estos salarios considerados con carga prestacional alcanzan un peso del 36% sobre los gastos administrativos totales.

7.4 GASTOS DE VENTAS

Tabla 14. Gastos de venta año 1 a año 5.

CONCEPTO	COSTOS DE VENTAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Profesores estimulacion	46,872,000	51,949,800	57,418,200	63,303,566	69,633,922
Profesores fiestas	2,289,600	3,571,776	4,333,755	4,507,105	4,687,389
No. Profesores fiesta					
Publicidad /venta	4,425,600	5,263,248	5,999,457	6,577,760	7,192,553
Gastos de Representación	1,327,680	1,578,974	1,799,837	1,973,328	2,157,766
Materiales clases	1,512,000	1,675,800	1,852,200	2,042,051	2,246,256
Materiales Fiestas	1,272,000	1,984,320	2,407,642	2,503,947	2,604,105
Compras Almacén	7,128,000	10,546,800	12,870,000	14,071,200	15,246,000
Trasporte -fiestas	1,348,320	2,103,379	2,552,100	2,654,184	2,760,351
Regalias franquicia	13,276,800	15,789,744	17,998,370	19,733,280	21,577,659
TOTAL COSTOS	79,452,000	94,463,842	107,231,560	117,366,420	128,106,002

Fuente: las autoras.

Por el tipo de programa se maneja por horas, igualmente el pago a los profesores es por horas con contrato por servicios, el número de profesores estaría determinado por el número de alumnos y horas en que se programen las clases ó fiestas, el valor a pagar por hora es de quince mil (\$15.000) pesos m.c.

Por ser una franquicia, la negociación incluye un gasto fijo equivalente al 6%, que se liquida sobre los ingresos. A continuación podremos apreciar el peso que tiene cada uno de los ítems de los gastos de ventas:

Tabla 15. Porcentaje del costo/ingresos.

CONCEPTO	% de los costos /Ingreso
Profesores estimulacion	31%
Material clases	1%
Profesores Fiestas	9%
Material fiestas	5%
Trasporte fiestas	5%
Compras almacen	55%
Gastos representacion	0.6%
Publicidad	2%
Regalias 6%	6%

Fuente: las autoras.

Como podemos observar la mayor participación de los gastos de ventas es el pago de profesores con un peso del 31% sobre los ingresos de pensiones y matriculas, también podemos observar que el costo de los artículos del almacén (gymboree) nos dejan una rentabilidad del 45%.

7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 16. Punto de equilibrio.

Punto de Equilibrio mensual	
PE Pensiones	56
PE fiestas (en horas)	13
PE articulos	7

Fuente: las autoras.

Como podemos observar se requiere que mínimo mensualmente contemos con 56 niños que estén asistiendo al centro, vender 13 horas de fiesta y 7 artículos del almacén. Nos indica que estos son los servicios y productos mínimos requeridos para cubrir los costos fijos administrativos.

7.6 GASTOS PRE-OPERATIVOS

Tabla 17. Gastos preoperativos.

GASTOS PREOPERATIVOS	
Pago Franquicia	\$ 130,936,941
Adecuacion Local comercial	\$ 6,000,000
Equipo oficina	\$ 4,000,000
Gastos legales y de constitucion	\$ 500,000
Publicidad preoperativa	\$ 7,050,000
Arriendo preoperativo	\$ 6,000,000
Nomina preoperativa	\$ 3,000,000
Servicios publicos preoperativos	\$ 1,280,000
TOTAL	\$ 158,766,941

Fuente: las autoras.

El cuadro nos muestra el detalle de los gastos pre operativo, para los cuales hemos estimado todas las reparaciones locativas para dejar el centro de servicios con los requisitos exigidos por la franquicia, publicidad, dos meses de arriendo y una nomina igualmente participando de toda la actividad de trámites legales y publicidad del Centro de estimulación.

7.7 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 17. Estado de resultado proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	221,280,000	263,162,400	299,972,832	328,887,995	359,627,658
Matriculas	31,680,000	36,720,000	43,200,000	49,020,000	55,200,000
Pension	151,200,000	167,580,000	185,220,000	204,205,050	224,625,555
Fiestas	25,440,000	39,686,400	48,152,832	50,078,945	52,082,103
Unidades almacen	12,960,000	19,176,000	23,400,000	25,584,000	27,720,000
Costos de Operación	79,452,000	94,463,842	107,231,560	117,366,420	128,106,002
Costos	66,175,200	78,674,098	89,233,190	97,633,140	106,528,343
Regalia Franquicia	13,276,800	15,789,744	17,998,370	19,733,280	21,577,659
Utilidad Bruta	141,828,000	168,698,558	192,741,272	211,521,575	231,521,656
Gastos de Administracion	133,467,694	111,695,102	115,639,158	119,740,977	124,006,868
Nomina	31,884,000	36,000,288	37,440,300	38,937,912	40,495,428
Gastos Admon	101,583,694	75,694,814	78,198,859	80,803,065	83,511,440
Utilidad Operacional	8,360,306	57,003,456	77,102,113	91,780,598	107,514,788
Gastos financieros	13,904,463	11,355,724	8,540,098	5,429,641	1,993,477
Intereses bancarios	13,904,463	11,355,724	8,540,098	5,429,641	1,993,477
Utilidad antes de Impuestos	- 5,544,157	45,647,733	68,562,015	86,350,958	105,521,311
Impuesto de renta 33%	-	13,234,180	22,625,465	28,495,816	34,822,032
Utilidad Neta	- 5,544,157	32,413,553	45,936,550	57,855,142	70,699,278

Fuente: las autoras.

Como podemos apreciar en el año 1 se presenta una pérdida de 5,5 millones de pesos m.c., esto obedece a los gastos pre operativos requeridos para dar inicio al centro, y a partir del año 2 se inicia con las utilidades.

7.8 FLUJO DE CAJA

Tabla 18. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo inicial	160,000,000	29,063,059	12,272,379	44,124,848	66,635,019	87,670,891
Ingresos		221,280,000	263,162,400	299,972,832	328,887,995	359,627,658
Gastos		- 213,730,463	- 204,420,973	- 218,317,123	- 229,443,344	- 241,012,653
Pago prestamo - Capital		- 24,340,218	- 26,888,957	- 29,704,582	- 32,815,040	- 36,251,203
Pago impuesto de renta				- 13,234,180	- 22,625,465	- 28,495,816
Gastos preoperativos	- 130,936,941					
Capital de trabajo				- 16,206,776	- 22,968,275	- 28,927,571
DISPONIBLE	29,063,059	12,272,379	44,124,848	66,635,019	87,670,891	112,611,306

Fuente: las autoras.

Tabla 19. Cálculo de VP-VPN-TIR

VP	\$ 227,490,560	TIO = 10%
VPN	\$ 67,490,560	
TIR	21%	

Fuente: las autoras.

Para nuestra inversión requerimos de un capital inicial de \$160 millones de pesos m.c., de los cuales requerimos financiar préstamo por valor de \$150 millones de pesos m.c., como podemos observar en el año 4 ya habríamos recuperado la inversión y obtenido unos resultados muy positivos, y obtenido ya de cada año una distribución de utilidades.

Manejando una TIO del 10%, nos genera un VPN de \$67.4 millones de pesos, lo cual nos representa un TIR del 21%.

7.9 BALANCE GENERAL

Tabla 19. Balance general proyectado.

BALANCE GENERAL						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 29,063,059	\$ 12,272,379	\$ 44,124,848	\$ 66,635,019	\$ 87,670,891	\$ 112,611,306
CAJA Y BANCOS	\$ 29,063,059	\$ 12,272,379	\$ 44,124,848	\$ 66,635,019	\$ 87,670,891	\$ 112,611,306
ACTIVO FIJO NETO	\$ 130,936,941	\$ 117,843,247	\$ 104,749,553	\$ 91,655,859	\$ 78,562,165	\$ 65,468,471
MUEBLES Y ENSERES	\$ 127,436,941	\$ 127,436,941	\$ 127,436,941	\$ 127,436,941	\$ 127,436,941	\$ 127,436,941
COMPUTACION	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000	\$ 3,500,000
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -	\$ (13,093,694)	\$ (26,187,388)	\$ (39,281,082)	\$ (52,374,776)	\$ (65,468,471)
OTROS ACTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 160,000,000	\$ 130,115,625	\$ 148,874,401	\$ 158,290,878	\$ 166,233,056	\$ 178,079,776
PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ 13,234,180	\$ 22,625,465	\$ 28,495,816	\$ 34,822,032
IMPUESTOS POR PAGAR			\$ 13,234,180	\$ 22,625,465	\$ 28,495,816	\$ 34,822,032
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 150,000,000	\$ 125,659,782	\$ 98,770,825	\$ 69,066,243	\$ 36,251,203	\$ -
OB L P	\$ 150,000,000	\$ 125,659,782	\$ 98,770,825	\$ 69,066,243	\$ 36,251,203	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 150,000,000	\$ 125,659,782	\$ 112,005,005	\$ 91,691,708	\$ 64,747,019	\$ 34,822,032
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10,000,000	\$ 4,455,843	\$ 36,869,396	\$ 66,599,170	\$ 101,486,036	\$ 143,257,744
CAPITAL PAGADO	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000
UTILIDAD DEL EJERCICIO			\$ 32,413,553	\$ 45,936,550	\$ 57,855,142	\$ 70,699,278
UTILIDADES ACUMULADAS		\$ (5,544,157)	\$ (5,544,157)	\$ 10,662,620	\$ 33,630,895	\$ 62,558,465
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 160,000,000	\$ 130,115,625	\$ 148,874,401	\$ 158,290,878	\$ 166,233,056	\$ 178,079,776

Fuente: las autoras.

7.10 INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 20 Indicadores financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
RAZON CORRIENTE - Liquidez		3.3	2.9	3.1	3.2	POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON EL SIGUIENTE RESPALDO ECONOMICO:
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	0.64	0.643	0.6438	0.64	0.64	LA CAPACIDAD DEL EQUIPO DE VENTAS DE LA EMPRESA PARA GENERAR UTILIDADES.
SISTEMA DUPONT	-0.04	0.22	0.29	0.35	0.40	LA RENTABILIDAD PROCEDE EN MAYOR GRADO DEL MARGEN DE UTILIDAD QUE DEJAN LAS VENTAS, Y NO TANTO DE LA ROTACION DEL ACTIVO TOTAL. INTEGRA UN INDICADOR DE RENTABILIDAD CON OTRO DE ACTIVIDAD PARA ESTABLECER SI EL RENDIMIENTO DEL USO DE LA EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS PARA PRODUCIR LAS VENTAS.

Fuente: las autoras.

8. CONCLUSIONES

En el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados:

- Un 66% de las familias tienen niños entre 0 y 5 años, indicando que existe un mercado objetivo alto para la utilización de nuestros servicios.
- El 54% de los encuestados ha escuchado de estimulación temprana y conoce algunos beneficios de la misma; el 46% restante no la conoce pero está interesado en conocerla.
- Según la encuesta en la ciudad de Neiva no hay un centro especializado en estimulación temprana.
- El 59% de las familias encuestadas están dispuestas a pagar más de \$181.000 mensuales, y el 41% restante entre \$120.000 y \$180.000.
- El 97% de la muestra encuestada los niños son cuidados por la abuela, la mamá y la nana; esto indica que cuentan con una persona que los pueda llevar a las clases de estimulación.
- Según los datos arrojados por la encuesta estos indican que hay un alto potencial en el mercado de la ciudad de Neiva, ya que el 100% considera importante que sus hijos reciban estimulación temprana. Y el 72% no han utilizado un centro de estimulación ya que no lo conocen y no hay en la ciudad de Neiva.

Con el análisis financiero realizado, las autoras determinan que el proyecto es viable, que los resultados son positivos.

Desde el año uno se van a obtener utilidades. El flujo de caja arroja unos resultados positivos lo que da certeza que no se va a tener problemas de liquidez, contando con una inversión inicial de ciento sesenta millones de pesos. Es una inversión recuperable y muy atractiva para los inversionistas.

9. RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo está basado en la Idea de negocio de la adquisición de una franquicia de la marca Gymboree Play & Music que ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. Hoy en día existen más de 550 sedes en 30 países, que los convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, las actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Los programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres – lo que refuerza la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.

Entre las características de las Franquicias, el principal y primer elemento es el contrato que debe ser muy estudiado, detallado, claro, preciso y de seguro cumplimiento, se define el uso de la marca, la trasmisión de conocimientos por medio de la capacitación, se define los parámetros económicos y la exclusividad territorial.

Analizaremos las principales ventajas del Franquiciado entre las que se destacan las Agilidad y rapidez en la expansión, menores gastos publicitarios y mayor difusión, Innovación permanente en aspectos metodológicos y tecnológicos.

¿Qué es estimulación temprana? Hace ya 50 años que el Dr. Glenn Doman descubrió la capacidad casi ilimitada de los bebés e infantes de absorber conocimiento en bruto y luego procesarlo para descubrir las reglas que lo rigen.

Cuanta menos edad tenga un bebé, mayor será su capacidad de aprendizaje. Desde muy temprana edad, su hijo puede aprender a leer, adquirir conocimientos enciclopédicos, matemáticas, y cualquier cosa que se le pueda enseñar de manera concreta, directa y agradable (natación, ballet, a tocar violín, etc.) Pero no solo eso es cierto, a mayor conocimiento adquirido en forma ordenada y predecible, mayor desarrollo de la capacidad del cerebro para procesar toda esa información, ordenarla, jerarquizarla y descubrir las reglas que la rigen, en suma mayor desarrollo de la inteligencia sin excepción.

- Entorno económico del país y de la región. Colombia posee actualmente un favorable entorno económico, que ofrece un ambiente muy adecuado para hacer negocios.

Colombia así como todos los países emergentes, se encuentran en una coyuntura propicia para emprender nuevos negocios. La economía colombiana se ha estimulado por condiciones tanto internas como externas. Entre las internas se encuentra el bajo nivel de desempleo, los niveles de las tasas de interés en los cuales se pueden conseguir créditos a buen precio, y la política del gobierno de apoyo económico y consultoría a los ciudadano que tengan un plan de negocios

con factibilidad económica y financiera; podemos mencionar el fondo emprender entre otros.

La economía del Huila se basa principalmente en la Producción agrícola, y ganadera, la explotación petrolera y el comercio. La carretera troncal atraviesa el Departamento y lo comunica con el departamento del Caquetá. Todos los municipios se encuentran conectados por carretera entre sí y con Neiva, la cual, a su vez, se conecta con las principales ciudades del país. El río Magdalena permite la navegación; Neiva y Aipe son los principales puertos fluviales. Neiva, Garzón y Pitalito, disponen deservicio aéreo.

- Entorno de negocio. En nuestro estudio de mercado hallamos lo siguiente:
 - Un 66% de las familias tienen niños entre 0 y 5 años, indicando que existe un mercado objetivo alto para la utilización de nuestros servicios.
 - El 54% de los encuestados ha escuchado de estimulación temprana y conoce algunos beneficios de la misma; el 46% restante no la conoce pero está interesado en conocerla.
 - Según la encuesta en la ciudad de Neiva no hay un centro especializado en estimulación temprana.
 - El 59% de las familias encuestadas están dispuestas a pagar más de \$181.000 mensuales, y el 41% restante entre \$120.000 y \$180.000.
 - El 97% de la muestra encuestada los niños son cuidados por la abuela, la mamá y la nana; esto nos indica que cuentan con una persona que los pueda llevar a las clases de estimulación.
 - Según los datos arrojados por la encuesta nos indican que hay un alto potencial en el mercado de la ciudad de Neiva, ya que el 100% considera importante que sus hijos reciban estimulación temprana. Y el 72% no han utilizado un centro de estimulación ya que no lo conocen y no hay en la ciudad de Neiva.
- La prestación del servicio. La franquicia trabaja dos servicios que son las clases de estimulación temprana para lo cual hay una matrícula único pago para iniciar y una pensión mensual la cual abarca un numero de 4 horas semanales, el otro servicio es la organización y atención de fiestas infantiles las cuales se venden por horas, Gymboree ha desarrollado productos didácticos y decorativos de su marca y se tendrán disponibles para la venta.
- Análisis financiero. Basados en el estudio de mercado, realizamos las proyecciones y estimaciones financieras a 5 años las cuales nos arrojan datos

muy positivos, damos inicio con un capital de trabajo de \$160 millones de pesos m.c., estimamos los gastos pre operativos incluida la compra de la Franquicia, en la que se incluye gastos de trámites, nacionalización de equipos, documentación, capacitación, material didáctico, y elementos para el desarrollo de las actividades la cual asciende a 135 millones de pesos m.c, están consideramos 27 millones de pesos m.c., como gastos adicionales pre operativos en los que se tuvo en cuenta dos meses de adecuaciones, puesta en marcha y lanzamiento del centro de estimulación temprana Gymboree.

En las estimaciones financieras concluimos que durante el primer año vamos a tener una pérdida de \$5,5 millones de pesos m.c., y a partir del segundo año obtener resultados positivos pasando a utilidades en el año dos de \$32,4 millones de pesos m.c., en el año tres de \$45,9 millones de pesos m.c. en el año 4 de \$57,8 millones de pesos m.c. y en el año 5 de 70,6 millones de pesos m.c.

Se proyectó el flujo de caja observando que no vamos a tener problemas de liquidez ya que se va a contar con los recursos para cubrir los gastos del negocio, y tenerlo en completa actividad, incluido cubrir el pago de deuda y obligaciones tributarias. Es así como al cabo de los 4 años se ha recuperado la inversión inicial y se han obtenido utilidades importantes para los inversionistas.

BIBLIOGRAFÍA

ACTIVIDADES ECONÓMICAS-HUILA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

ALCALDÍA DE NEIVA. Departamento Administrativo de Planeación Municipal. Plan de desarrollo 2008-2011. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.csircolombia.org/apc-aa-files/495aa9a254573b59d33063bb32b6ce5f/Plan_Desarrollo__Mpio_Neiva_2008_2011.pdf>. [Citado: 26, abr., 2012].

BANCO DE LA REPÚBLICA. Informe de la junta directiva al Congreso de la República: julio de 2011. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimulacion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

BENEFICIOS DEL TLC ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS. En: Revista Portafolio. Agosto, 2012, no. 1256, p. 3-4.

BID. El mundo de los senderos que se bifurcan: América Latina y el Caribe ante los riesgos económicos globales. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.zak-icg.com/admin/material/arch exterior27.pdf>>. [Citado: 20, abr., 2012].

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA FRANQUICIA. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.laboris.net/static/franquicias_aseso3.aspx>. [Citado: 16, abr., 2012].

DEFINICIÓN DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/definicion-estimulacion-temprana>>. [Citado: 17, abr., 2012].

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

ESTIMULA A LOS BEBÉS DE 1 A 5 AÑOS. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.mailxmail.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/introduccion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

FUNDAMENTOS DE LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/fundamentos-estimulacion-temprana>>. [Citado: 17, abr., 2012].

MATERIAL DE ESTIMULACIÓN. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimulacion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

MOREJÓN GRILLO, Ailed. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eumed.net/libros/2009a/478/VENTAJAS%20Y%20DESVENTAJAS%20DE%20LAS%20FRANQUICIAS>>. [Citado: 16, abr., 2012].

QUÉ SON LAS FRANQUICIAS [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.misrespuestas.com/que-son-las-franquicias.html>>. [Citado: 15, abr., 2012].

RÍOS CALDERÓN, Yaizza Tatiana. CIVETS: países emergentes, economías en potencia. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/bufete-financiero/Documents/CIVETS%20PAISES%20EMERGENTES,%20ECONMIAS%20EN%20POTENCIA.pdf>>. [Citado: 26, abr., 2012].

THE GYMBOREE CORPORATION. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.gymboree.com/our_company/cs_home.jsp?FOLDER%3C%3Efolder_id=2534374302778197&ASSORTMENT%3C%3EEast_id=1408474395917465&bmUID=1344063787815>. [Citado: 20, abr., 2012].

Anexo A. Cuestionarios de encuestas.

ENCUESTA A.			
Lugar _____			
Encuestador _____			
Fecha _____	No. Encuesta _____		
CUESTIONARIO A			
Instrucciones: Lea al Entrevistado las siguientes preguntas y las posibles opciones, marque la respuesta que el entrevistado le dio. En las preguntas abiertas escriba las respuestas			
Buenos días (tarde), señor (a), estoy realizando una encuesta sobre Estimulación Temprana (ET), puedo hacerle algunas preguntas no tomara mucho tiempo. Muchas gracias.			
0	Yiene Usted hijos entre 0 y 5 años? (si respondio SI pase a la siguiente pregunta; si respondio NO dele la gracias	SI	NO
1	Cuantos hijos entre 0 y 5 años tiene Usted? _____		
2	Que edad(s) tiene(n)? _____		
3	Ha oido hablar de ET? (si responde SI continua con este cuestionario, en caso contrario utilice cuestionario B).	SI	NO
4	Que beneficios considera que tiene la ET _____		
5	Considera Improtante que su Hijo reciba ET?	SI	NO
6	Ha utilizado alguna vez servicio de ET? (si responde SI pasa a la pregunta 7; de lo contrario a la pregunta 11.)	SI	NO
7	Donde? _____		
8	Durante cuanto tiempo _____		
9	Con que frecuencia	a Una vez a la semana b Dos veces a la semana c tres veces a la semana d Mas de tres veces a la semana	
10	Cuanto paga o pagaba (pase a la pregunta 12)	a \$120.000 - \$180.000 b \$181.000 - \$220.000 c \$221.000 - \$250.000 d Mas de \$251.000	
11	Por que no ha utilizado un servicio de ET _____		
12	Conoce Usted la marca GYMBOREE? (si respondio SI, pasa a la pregunta 13; en caso contrario pregunta 14)	SI	NO
13	Ha utilizado algún producto o servicio Gymboree?	SI	NO
14	Que productos o servicios GYMBOREE ha utilizado? _____		
15	GYMBOREE tiene un progrma de ET, el cual consiste en que la persona que lo cuida (padres, abuelitos, nana..etc), lleve al niño y participe con él en los Juegos y ejercicios, durante 45 min, dos veces a la semana. Llevaria a su hijo?	SI	NO
16	Cuanto considera justo pagar por un mes del servicio de ET?	a \$120.000 - \$180.000 b \$181.000 - \$220.000 c \$221.000 - \$250.000 d Mas de \$251.000	
17	Quine cuida de su hijo(s) _____		
18	Asiste su hijo(s) a un jardin?	SI	NO
19	Cual su ocupación)	a Estudia b Trabaja c Ama de casa d Otro _____	
(si respondio b, pasa a la siguiente pregunta, de lo contrario de las gracias			
20	Trabaja	a Medio tiempo b Tiempo completo c Otro _____	
Muchas gracias por su tiempo			

ENCUESTA B.

Lugar _____	
Encuestador _____	
Fecha _____	No. Encuesta _____

CUESTIONARIO B

Intrucciones: Lea al Entrevistado las siguientes preguntas y las posibles opciones, marque la En las preguntas abiertas escriba las repuestas

Buenos días (tarde), señor (a), estoy realizando una encuesta sobre Estimulación Temprana (ET), puedo hacerle algunas preguntas no tomara mucho tiempo. Muchas gracias.

0 Yiene Usted hijos entre 0 y 5 años? SI NO
 (si respondio SI pase a la siguiente pregunta; si respondio NO dele la gracias

1 Cuantos hijos entre 0 y 5 años tiene Usted? _____

2 Que edad(s) tiene(n)? _____

3 Ha oido hablar de ET? SI NO
 (si responde NO continua con este cuestionario, en caso contrario utilice cuestionario A).

4 Estos son algunos de los beneficios de la ET, cuales de los siguientes ha oido mencionar?

a Potencializar el desarrollo en general de los niños; motor, lenguaje, social y pensamiento.

b Los ayuda a crear las bases para poder desarrollar con más facilidad distintas áreas en el futuro, como las matematicas

c Los ayuda a desarrollar la memoria que les va a servir más adelante para los estudios

d Ayuda a los niños a tener confianza en si mismos y mejorar su autoestima

e Le da al niño bases precisas y básicas para el razonamiento

f Ayuda a desarrollar capacidades de concentración, análisis y sistensis

g Les ayuda a ser sociables

h Establecen un vínculo afectivo muy especial con el padre o la persona que lo esta acompañando

i Ninguno

5 Despues de escuchar los beneficios que da la ET a los niños, considera Improtante que su Hijo reciba ET? SI NO

6 Conoce Usted la marca GYMBOREE? SI NO

7 Ha utilizado algún producto o servicio Gymboree? SI NO
 (si respondio SI, pasa a la pregunta 8; en caso contrario pregunta 9)

8 Que productos o servicios GYMBOREE ha utilizado? _____

GYMBOREE tiene un progrma de ET, el cual consiste en que la persona que lo cuida (padres, abuelitos, nana..etc), lleve al niño y participe con él en los Juegos y ejercicios, durante 45 min, dos veces a la semana.

9 Llevaria a su hijo? SI NO

10 Quanto considera justo pagar por un mes del servicio de ET?
 a \$120.000 - \$180.000
 b \$181.000 - \$220.000
 c \$221.000 - \$250.000
 d Mas de \$251.000

11 Quine cuida de su hijo(s) _____

12 Asiste su hijo(s) a un jardín? SI NO

13 Cual su ocupación)
 a Estudia
 b Trabaja
 c Ama de casa
 d Otro _____

(si respondio b, pasa a la siguiente pregunta, de lo contrario de las gracias

14 Trabaja a Medio tiempo
 b Tiempo completo
 c Otro _____

Muchas gracias por su tiempo

Anexo B. Decreto 4904/2009.

REPUBLICA DE COLOMBIA



MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

DECRETO No. 4904

Diciembre 16 de 2009

Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones

**EL MINISTRO DEL INTERIOR Y DE JUSTICIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,
DELEGATARIO DE FUNCIONES PRESIDENCIALES MEDIANTE DECRETO No. 4818 del
10 DE DICIEMBRE DE 2009**

en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, el artículo 42 de la Ley 115 de 1994 y el artículo 3 de la Ley 1064 de 2006,

DECRETA:

ARTÍCULO 1º.- Adóptense como reglamentación para la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio público de educación para el trabajo y el desarrollo humano las siguientes disposiciones.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETO Y ÁMBITO. El presente decreto tiene por objeto reglamentar la creación, organización y funcionamiento de las instituciones que ofrezcan el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano, antes denominado educación no formal y establecer los requisitos básicos para el funcionamiento de los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano.

1.2. EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO. La educación para el trabajo y el desarrollo humano hace parte del servicio público educativo y responde a los fines de la educación consagrados en el artículo 5º de la Ley 115 de 1994. Se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales y conduce a la obtención de certificados de aptitud ocupacional.

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

1.3. OBJETIVOS. Son objetivos de la educación para el trabajo y el desarrollo humano:

1.3.1. Promover la formación en la práctica del trabajo mediante el desarrollo de conocimientos técnicos y habilidades, así como la capacitación para el desempeño artesanal, artístico, recreacional y ocupacional, la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y la participación ciudadana y comunitaria para el desarrollo de competencias laborales específicas.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

1.3.2. Contribuir al proceso de formación integral y permanente de las personas complementando, actualizando y formando en aspectos académicos o laborales, mediante la oferta de programas flexibles y coherentes con las necesidades y expectativas de la persona, la sociedad, las demandas del mercado laboral, del sector productivo y las características de la cultura y el entorno.

CAPÍTULO II

ORGANIZACIÓN DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

2.1. NATURALEZA Y CONDICIONES DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO. Se entiende por institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, toda institución de carácter estatal o privada organizada para ofrecer y desarrollar programas de formación laboral o de formación académica de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 de 1994.

La institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano para ofrecer el servicio educativo debe cumplir los siguientes requisitos:

2.1.1. Tener licencia de funcionamiento o reconocimiento de carácter oficial;

2.1.2. Obtener el registro de los programas de que trata el presente decreto.

2.2. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO. Se entiende por licencia de funcionamiento el acto administrativo mediante el cual, en el ámbito de su jurisdicción, la secretaría de educación de la entidad territorial certificada en educación, autoriza la creación, organización y funcionamiento de instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano de naturaleza privada.

La licencia de funcionamiento se otorgará por tiempo indefinido, sujeta a las condiciones en ella establecidas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para todos los efectos, la autorización oficial otorgada a las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano bajo la vigencia del Decreto 114 de 1996, hará las veces de la licencia de funcionamiento de que trata el presente aparte.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La personería jurídica de las instituciones de educación superior otorgada por el Ministerio de Educación Nacional, sustituye la licencia de funcionamiento de que trata este artículo.

2.3. RECONOCIMIENTO OFICIAL. Para las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano de carácter estatal, el acto administrativo de creación constituye el reconocimiento de carácter oficial.

2.4. SOLICITUD DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO. El interesado en crear una institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de carácter privado debe solicitar licencia de funcionamiento a la secretaría de educación de la entidad territorial

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

certificada de la jurisdicción que corresponda al lugar de prestación del servicio, con la siguiente información:

2.4.1 Nombre propuesto para la institución. No podrá adoptarse un nombre, sigla o símbolo distintivo o cualquier otro tipo de denominación o identificación institucional que induzca a confusión con las instituciones de educación superior.

2.4.2 Número de sedes, municipio y dirección de cada una.

2.4.3 Nombre del propietario o propietarios. Cuando se trate de personas jurídicas se deberá adjuntar el certificado de existencia y representación legal.

2.4.4 Los principios y fines de la institución educativa.

2.4.5 El programa o programas que proyecta ofrecer, estructurados de acuerdo con lo establecido en el aparte 3.8., de este decreto.

2.4.6 El número de estudiantes que proyecta atender.

2.4.7 Identificación de la planta física. El peticionario deberá adjuntar copia de la licencia de construcción.

PARÁGRAFO: Si transcurridos dos (2) años contados a partir de la expedición de la licencia de funcionamiento, la institución no hubiere iniciado actividades académicas se procederá a su cancelación.

2.5. DECISIÓN. La Secretaría de Educación verificará el cumplimiento de los requisitos establecidos en este decreto y decidirá mediante acto administrativo motivado.

2.6. MODIFICACIONES A LA LICENCIA. Las novedades relativas a cambio de sede, apertura de nuevas sedes en la misma jurisdicción, cambio de propietario, cambio de nombre, fusión con otra institución educativa, implican la necesidad de solicitar y obtener previamente la modificación de la licencia inicial.

La apertura de una o más sedes en jurisdicción diferente requiere el trámite de la licencia ante la secretaría de educación de la entidad territorial competente.

2.7. PARTICIPACIÓN. Las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano establecerán en su proyecto educativo institucional la participación de la comunidad educativa y del sector productivo en el diseño y evaluación de los planes de estudio, la adopción del manual de convivencia y en el reglamento de formadores.

CAPÍTULO III

PROGRAMAS DE FORMACIÓN

3.1. PROGRAMAS DE FORMACIÓN. Las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano podrán ofrecer programas de formación laboral y de formación académica.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

Los programas de formación laboral tienen por objeto preparar a las personas en áreas específicas de los sectores productivos y desarrollar competencias laborales específicas relacionadas con las áreas de desempeño referidas en la Clasificación Nacional de Ocupaciones, que permitan ejercer una actividad productiva en forma individual o colectiva como emprendedor independiente o dependiente. Para ser registrado el programa debe tener una duración mínima de seiscientos (600) horas. Al menos el cincuenta por ciento (50%) de la duración del programa debe corresponder a formación práctica tanto para programas en la metodología presencial como a distancia.

Los programas de formación académica tienen por objeto la adquisición de conocimientos y habilidades en los diversos temas de la ciencia, las matemáticas, la técnica, la tecnología, las humanidades, el arte, los idiomas, la recreación y el deporte, el desarrollo de actividades lúdicas, culturales, la preparación para la validación de los niveles, ciclos y grados propios de la educación formal básica y media y la preparación a las personas para impulsar procesos de autogestión, de participación, de formación democrática y en general de organización del trabajo comunitario e institucional. Para ser registrados, estos programas deben tener una duración mínima de ciento sesenta (160) horas.

PARÁGRAFO PRIMERO. Cuando el programa exija formación práctica y la institución no cuente con el espacio para su realización, ésta deberá garantizar la formación mediante la celebración de convenios con empresas o instituciones que cuenten con los escenarios de práctica.

PARÁGRAFO SEGUNDO. Las instituciones de educación superior, de acuerdo con lo establecido en sus estatutos, pueden ofrecer los programas de formación para el trabajo y el desarrollo humano de que trata este decreto. Para ello deben registrar cada programa previamente ante la secretaría de educación de la entidad territorial certificada del lugar donde se desarrollará, con el cumplimiento de los requisitos señalados en el aparte 3.8., de este decreto.

3.2. LIMITACIÓN DE LA OFERTA. Las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano no pueden ofrecer y desarrollar directamente o a través de convenios programas de educación superior.

3.3. CERTIFICADOS DE APTITUD OCUPACIONAL. Las instituciones autorizadas para prestar el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano solamente expedirán certificados de aptitud ocupacional a quien culmine satisfactoriamente un programa registrado.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 42 y 90 de la Ley 115 de 1994, los certificados de aptitud ocupacional son los siguientes:

3.3.1. Certificado de Técnico Laboral por Competencias. Se otorga a quien haya alcanzado satisfactoriamente las competencias establecidas en el programa de formación laboral.

3.3.2. Certificado de Conocimientos Académicos. Se otorga a quien haya culminado satisfactoriamente un programa de formación académica debidamente registrado.

3.4. REQUISITOS PARA INGRESAR A LOS PROGRAMAS. Son requisitos para el ingreso a los diferentes programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano los que

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

señale cada institución de acuerdo con el programa que va a desarrollar y el perfil ocupacional de egreso.

PARÁGRAFO. Para ingresar a los programas de formación de personal auxiliar en las áreas de la salud, se requiere haber aprobado la educación básica secundaria en su totalidad y ser mayor de dieciséis (16) años. El Ministerio de Educación Nacional podrá establecer requisitos especiales de ingreso a otros programas que impliquen riesgo social.

3.5. METODOLOGÍA. Las instituciones que prestan el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano podrán adelantar programas en la metodología de educación presencial y a distancia, siempre y cuando el acto administrativo de registro del programa así lo autorice.

Cuando una institución adopte la metodología a distancia deberá contar con la infraestructura tecnológica necesaria para el desarrollo del programa y demostrar las estrategias para desarrollar actividades académicas que impliquen la realización de prácticas, talleres, asesorías y demás actividades que garanticen el acompañamiento a los estudiantes.

Además se indicará el proceso de diseño, gestión, producción, distribución y uso de materiales y recursos, con observancia de las disposiciones que salvaguardan los derechos de autor.

Cuando una institución ofrezca un programa con la estrategia de educación virtual debe garantizar como mínimo el 80% de virtualidad y la institución estará obligada a suministrar a los aspirantes, con antelación a la matrícula, información clara sobre los requerimientos tecnológicos y de conectividad necesarios para cursar el programa.

Los requisitos para el ofrecimiento de los programas en la metodología a distancia serán establecidos por el Ministerio de Educación Nacional.

PARÁGRAFO. Los programas de formación de personal auxiliar en las áreas de la salud, se realizarán de manera presencial tanto en su etapa electiva como en las prácticas. Deberán disponer de prácticas formativas supervisadas por profesores responsables de ellas y de los escenarios apropiados para su realización, reguladas mediante convenios docencia servicio.

El Ministerio de Educación Nacional podrá establecer requisitos especiales para la realización de prácticas en los programas que impliquen riesgo social.

3.6. REGISTRO DE LOS PROGRAMAS. Para ofrecer y desarrollar un programa de educación para el trabajo y el desarrollo humano, la institución prestadora del servicio educativo debe contar con el respectivo registro.

El registro es el reconocimiento que mediante acto administrativo hace la secretaría de educación de la entidad territorial certificada del cumplimiento de los requisitos básicos para el funcionamiento adecuado de un programa de educación para el trabajo y el desarrollo humano.

Corresponde a cada secretaría de educación ingresar en el Sistema de Información de la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano SIET, los programas a los que se les haya otorgado el registro.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

PARÁGRAFO. Los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano en el área de idiomas ofrecidos por las instituciones de educación superior, requieren del registro de que trata este decreto. Las instituciones de educación superior que hayan obtenido certificación de alta calidad no requerirán llevar a cabo este procedimiento, sin embargo deberán informar a la secretaria de educación de la entidad territorial certificada del lugar donde se ofrece y desarrolla el programa, con el fin de que ésta realice el registro correspondiente en el Sistema de Información de la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, SIET.

Los programas de idiomas ofrecidos por las instituciones de educación superior dentro de la estructura curricular de sus programas de educación superior, no requerirán registro alguno.

3.7. VIGENCIA DEL REGISTRO. El registro tiene una vigencia de cinco (5) años, contados a partir de la ejecutoria del acto administrativo que lo otorga. Su renovación se debe solicitar ante la respectiva secretaría de educación con una antelación de seis (6) meses antes de su vencimiento.

Cuando para la renovación del registro, la institución acredite certificación de calidad otorgada por un organismo de tercera parte, la vigencia del registro será de siete (7) años. Una vez expirada la vigencia del registro, la institución no podrá admitir nuevos estudiantes en el correspondiente programa y garantizará a los estudiantes de las cohortes ya iniciadas, el desarrollo del programa hasta la terminación del mismo.

3.8. REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE LOS PROGRAMAS. Para obtener el registro de un programa la institución prestadora del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano deberá presentar a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada un proyecto educativo institucional que debe contener los siguientes requisitos básicos:

3.8.1. Nombre, domicilio y naturaleza de la institución educativa.

3.8.2. Denominación. La denominación o nombre del programa debe corresponder al campo de formación al que aplica, al contenido básico de formación e identificarse como programa de educación para el trabajo y el desarrollo humano. Para el caso de los programas de formación laboral la denominación o nombre debe estar asociado con las denominaciones previstas en la Clasificación Nacional de Ocupaciones.

Cuando la denominación o nombre del programa propuesto por la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano no corresponda a lo previsto en el inciso anterior y por ello genere duda sobre su posible utilización, deberá formularse consulta por parte de la secretaría de educación de la entidad territorial certificada al Ministerio de Educación Nacional.

El certificado de aptitud ocupacional que se va a expedir debe coincidir con la denominación o nombre del programa.

PARÁGRAFO. Las instituciones oferentes de la educación para el trabajo y el desarrollo humano no podrán utilizar denominaciones o nombres de programas del nivel técnico profesional, tecnológico o profesional universitario. Cuando se trate de programas de formación laboral, al nombre se le antepondrá la denominación "Técnico Laboral en...".

3.8.3. Objetivos del programa.

Continuación del Decreto “Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones”.

3.8.4. Definición del perfil del egresado. Es la descripción de las competencias que el estudiante debe haber adquirido de acuerdo con los estándares nacionales o internacionales según corresponda, una vez culminado satisfactoriamente el programa respectivo.

3.8.5. Justificación del programa. Comprende la pertinencia del programa en el marco de un contexto globalizado, en función de las necesidades reales de formación en el país y en la región donde se va a desarrollar el programa; las oportunidades potenciales o existentes de desempeño y las tendencias del ejercicio en el campo de acción específico y la coherencia con el proyecto educativo institucional.

3.8.6. Plan de estudios. Es el esquema estructurado de los contenidos curriculares del programa que debe comprender:

3.8.6.1. Duración y distribución del tiempo.

3.8.6.2. Identificación de los contenidos básicos de formación.

3.8.6.3 Organización de las actividades de formación.

3.8.6.4. Estrategia metodológica.

3.8.6.5. Número proyectado de estudiantes por programa.

3.8.6.6. Criterios y procedimientos de evaluación y promoción de los estudiantes.

Los programas de formación laboral deben estructurarse por competencias laborales específicas, teniendo como referente las normas técnicas de competencias laborales definidas por las mesas sectoriales que lidera el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA.

Por regla general para estructurar el plan de estudios se tomarán las normas de competencia de los niveles de cualificación C y D de la Clasificación Nacional de Ocupaciones; si no existen normas en estos niveles de cualificación se pueden tomar las normas de competencia del nivel de cualificación B.

En caso de que no exista norma de competencia laboral colombiana para diseñar o ajustar el programa, la institución puede emplear normas nacionales de otros países, siempre y cuando estén avaladas por el organismo de normalización de competencia del país.

Los programas de educación para el trabajo ofrecidos en la metodología de educación a distancia, deberán demostrar que hacen uso efectivo de mediaciones pedagógicas y de las formas de interacción apropiadas que apoyen y fomenten el desarrollo de competencias para el aprendizaje autónomo y la forma como desarrollarán las competencias básicas, ciudadanas y laborales generales y específicas.

3.8.7. Autoevaluación institucional. Existencia de instrumentos mediante los cuales se realizará este proceso de manera permanente, así como la revisión periódica de los contenidos básicos de formación y de los demás aspectos necesarios para su mejoramiento y actualización.

3.8.8. Organización administrativa. Estructura organizativa, sistemas confiables de información y mecanismos de gestión que permiten ejecutar procesos de planeación,

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

administración, evaluación y seguimiento de los contenidos básicos de formación y los diferentes servicios y recursos que garanticen el logro de los objetivos institucionales definidos en el proyecto educativo institucional.

3.8.9. Recursos específicos para desarrollar el programa de acuerdo con la metodología propuesta.

3.8.9.1. Características y ubicación de las aulas y talleres donde se desarrollara el programa.

3.8.9.2. Materiales de apoyo. Didácticos, ayudas educativas y audiovisuales.

3.8.9.3. Recursos bibliográficos, técnicos y tecnológicos.

3.8.9.4. Laboratorio y equipos.

3.8.9.5. Lugares de práctica.

3.8.9.6. Convenios docencia servicio cuando se requieran.

3.8.10. Personal de formadores requeridos para el desarrollo del programa. Número, dedicación, niveles de formación o certificación de las competencias laborales.

3.8.11. Reglamento de estudiantes y de formadores.

3.8.12. Financiación. Presupuesto de ingresos y egresos de recursos financieros que permita el adecuado funcionamiento del programa durante la vigencia del registro.

3.8.13. Infraestructura. Comprende las características de los recursos físicos y tecnológicos de los que disponga para el desarrollo del programa, que tenga en cuenta el número de estudiantes y la metodología.

3.9. VERIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS PROGRAMAS. El Ministerio de Educación Nacional elaborará una guía que oriente a las secretarías de educación de las entidades territoriales certificadas en educación para la verificación de los requisitos de funcionamiento de los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano.

3.10. CRÉDITOS ACADÉMICOS. Las instituciones que ofrezcan programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano podrán expresar el trabajo académico de los estudiantes por créditos académicos.

Crédito académico es la unidad que mide el tiempo estimado de actividad académica del estudiante en función de las competencias académicas y laborales que se espera que el programa desarrolle.

Un crédito equivale a cuarenta y ocho horas (48) de trabajo del estudiante, incluidas las horas académicas teóricas y prácticas con acompañamiento directo del docente y las demás horas que deba emplear en actividades independientes de estudio, preparación de exámenes u otras que sean necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje propuestas, sin incluir las destinadas a las evaluaciones.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

El número de créditos de una actividad académica en el plan de estudios será aquel que resulte de dividir por cuarenta y ocho (48) el número total de horas que deba emplear el estudiante para cumplir satisfactoriamente las metas de aprendizaje.

3.11. NÚMERO DE HORAS ACADÉMICAS DE ACOMPAÑAMIENTO DOCENTE. Las horas académicas teóricas requieren de un 80% de acompañamiento directo del docente y el veinte por ciento (20%) restante de trabajo independiente.

Las horas prácticas se desarrollarán el ciento por ciento (100%) bajo la metodología presencial y con supervisión del docente.

3.12. ARTICULACIÓN CON LA EDUCACIÓN MEDIA. Las instituciones de educación que ofrezcan educación media, estatales o privadas, a través de las secretarías de educación las primeras y de sus representantes legales o propietarios las segundas, podrán celebrar convenios con instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano, para que los estudiantes de los grados 10 y 11 adquieran y desarrollen competencias laborales específicas en una o más ocupaciones, que permitan su continuidad en el proceso de formación o su inserción laboral y obtengan por parte de éstas instituciones su certificado de técnico laboral por competencias.

3.13. ARTICULACIÓN CON LA EDUCACIÓN SUPERIOR. Los programas de formación laboral y de formación académica ofrecidos por las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano que cumplan con lo establecido en el artículo 7º de la Ley 1064 de 2006, podrán ser reconocidos por las instituciones de educación superior como parte de la formación por ciclos propedéuticos.

De conformidad con el artículo 7 de la Ley 749 de 2002, para ingresar a los programas de formación técnica profesional en las instituciones de educación superior facultadas para ello, es necesario reunir los siguientes requisitos:

a) Haber cursado y aprobado la educación básica secundaria en su totalidad y ser mayor de dieciséis (16) años, o

b) Haber obtenido el Certificado de Aptitud Profesional (CAP) expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena).

Sin embargo, para continuar con el propedéutico e ingresar a los diferentes programas de educación superior tecnológica y profesional por ciclos, además de los requisitos que señale cada institución, se deben cumplir los siguientes:

a) Poseer título de bachiller o su equivalente en el exterior y haber presentado el Examen de Estado para el Ingreso a la Educación Superior;

b) Para los programas de especialización referidos al campo de la técnica y la tecnología y para las especializaciones del campo profesional, poseer título técnico, tecnológico o profesional.

3.14. APERTURA DE PROGRAMAS EN CONVENIO. Cuando dos o más instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano decidan ofrecer un programa de formación laboral o de formación académica en convenio, deberán solicitar el respectivo registro de

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

manera conjunta. Obtenido el registro, el Certificado de Aptitud Ocupacional que expidan deberá ser otorgado conjuntamente.

Lo dispuesto en este artículo aplicará también a los convenios suscritos por instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano con instituciones educativas extranjeras que conforme a la legislación del respectivo país estén autorizadas para ofrecer este tipo de programas.

En este caso el Certificado de Aptitud Ocupacional será otorgado conjuntamente o por la institución colombiana y expresará que el programa se ofreció y desarrolló en convenio con la institución extranjera.

3.15. RECONOCIMIENTO. Las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano deberán incorporar en su reglamento o manual de convivencia el mecanismo de valoración de conocimientos, experiencias y prácticas previamente adquiridas por los estudiantes, para el ingreso al programa que corresponda.

3.16. CONCEPTO PREVIO. Los programas de formación de personal auxiliar en las áreas de la salud, de mecánica dental y de cosmetología y estética integral, deben obtener el concepto técnico previo por parte de la Comisión Intersectorial Para el Talento Humano en Salud o quien haga sus veces, de que trata el literal c) del numeral 2 del artículo 9 del Decreto 2006 de 2008.

3.17. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE CALIDAD. El Ministerio de Educación Nacional, mediante resolución fijará las características específicas de calidad para los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano que considere necesario.

Respecto de tales programas, además de los requisitos básicos establecidos en este decreto, las secretarías de educación verificarán el cumplimiento de dichas características para otorgar el registro.

3.18. CIERRE DE INSTITUCIONES. Cuando el representante legal o propietario de la institución privada de educación para el trabajo y el desarrollo humano decida el cierre definitivo de la institución, deberá comunicarlo a la secretaría de educación que le otorgó el registro, indicando la fecha prevista para el cierre y los mecanismos que adoptará para garantizar a los estudiantes matriculados, la culminación de los programas que vienen cursando y pondrá a su disposición los archivos académicos correspondientes para todos los efectos a que haya lugar.

CAPÍTULO IV

SISTEMAS DE CALIDAD E INFORMACIÓN

4.1. SISTEMA DE CALIDAD. El Sistema de Calidad de Formación para el Trabajo se rige por lo establecido en este decreto, el Decreto 2020 de 2006 del Ministerio de la Protección Social y demás normas que lo sustituyan o modifiquen.

La certificación de calidad de la formación para el trabajo será otorgada a los programas registrados y a las instituciones oferentes de programas de formación para el trabajo, previo cumplimiento de los requisitos establecidos para el efecto.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

4.2. SISTEMA DE INFORMACIÓN. El Sistema de Información de las Instituciones y Programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano es el conjunto de fuentes, procesos, herramientas y usuarios, que articulados entre sí posibilitan y facilitan la recopilación, divulgación y organización de la información sobre esta modalidad de educación.

Tendrá como objetivos:

4.2.1. Informar a la comunidad sobre las instituciones y programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano y su respectiva certificación de calidad.

4.2.2. Servir como herramienta para la determinación de políticas educativas a nivel nacional y territorial, planeación, monitoreo, evaluación, asesoría, inspección y vigilancia.

4.3. ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN. La administración del Sistema de Información de las Instituciones y Programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano corresponde al Ministerio de Educación Nacional.

Corresponde a cada secretaría de educación de las entidades territoriales certificadas incluir en tal Sistema los datos de las instituciones y los programas registrados y mantener la información completa, veraz y actualizada.

El Ministerio de Educación Nacional podrá en cualquier momento realizar procesos de auditoría y verificación de la información consolidada en el Sistema y prestará asistencia técnica a las secretarías de educación para la implementación del Sistema y actualización de sus herramientas.

CAPÍTULO V

OTRAS DISPOSICIONES

5.1. PUBLICIDAD. Las instituciones que ofrezcan el servicio de educación para el trabajo y el desarrollo humano deben mencionar en la publicidad y material informativo sobre cada programa que ofrezcan, el número del acto administrativo del respectivo registro y la clase de certificado que van a otorgar.

Dichas instituciones no podrán efectuar publicidad que induzca a error a los potenciales usuarios del servicio y solo deberán hacer uso de las expresiones contenidas en el acto de registro del correspondiente programa y de la modalidad de educación ofrecida.

Toda publicidad deberá indicar que la función de inspección y vigilancia de estos programas está a cargo de la secretaría de educación de la entidad territorial que otorgó el registro y expresar que el programa ofrecido no conduce a la obtención de título profesional. La publicidad no podrá incorporar las denominaciones a las que se refiere el artículo 25 de la Ley 30 de 1992.

5.2. COSTOS EDUCATIVOS. Las instituciones que ofrezcan programas para el trabajo y el desarrollo humano fijarán el valor de los costos educativos de cada programa que ofrezcan y

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

la forma en que deberán ser cubiertos por el estudiante a medida que se desarrolla el mismo. Tales costos deberán ser informados a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada para efectos de la inspección y vigilancia, antes de la iniciación de cada cohorte.

La variación de los costos educativos sólo podrá ocurrir anualmente.

Las instituciones que hayan incrementado o pretendan incrementar el valor de los costos educativos por encima del índice de inflación del año inmediatamente anterior, deberán presentar a la respectiva secretaría de educación un informe que contenga la justificación precisa de los factores en los que se fundamenta el aumento. Con base en esta información la secretaría de educación dentro de los treinta (30) días siguientes, establecerá si autoriza o no el alza propuesta y procederá a comunicarle a la institución educativa.

5.3. BENEFICIOS E INCENTIVOS. Las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano que cuenten con la certificación de calidad de la formación para el trabajo obtendrán los beneficios e incentivos consagrados en la Ley 1064 de 2006 y en el Decreto 2020 de 2006.

5.4. PROGRAMAS OFRECIDOS POR EL SENA. Los programas de formación profesional integral que se enmarcan en la educación para el trabajo y el desarrollo humano, ofrecidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, no requieren de registro alguno por parte de las secretarías de educación.

5.5. TARIFAS. La asamblea departamental o el concejo distrital o municipal de las entidades territoriales certificadas en educación, podrá autorizar que se fijen y recauden las tarifas correspondientes por los trámites de licencia de funcionamiento y de la solicitud de registro de los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano.

5.6. FUNCIÓN DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA: De conformidad con lo dispuesto en las Leyes 115 de 1994 y 715 de 2001 y el Decreto 907 de 1996, el ejercicio de la función de inspección y vigilancia estará a cargo de la autoridad competente en cada entidad territorial certificada.

El incumplimiento de las disposiciones establecidas en este decreto dará lugar a las sanciones previstas en la ley, de acuerdo con el procedimiento señalado para tal efecto.

5.7. EXPEDICIÓN DE CONSTANCIAS: Compete a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada, la expedición de las constancias de existencia y representación legal de las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano de su jurisdicción; de la existencia de los programas registrados y su vigencia y las demás constancias relacionadas con certificados de aptitud ocupacional expedidos por dichas instituciones para ser acreditados en el exterior.

5.8. EDUCACIÓN INFORMAL. La oferta de educación informal tiene como objetivo brindar oportunidades para complementar, actualizar, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas.

Hacen parte de esta oferta educativa aquellos cursos que tengan una duración inferior a ciento sesenta (160) horas. Su organización, oferta y desarrollo no requieren de registro por

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

parte de la secretaría de educación de la entidad territorial certificada y solo darán lugar a la expedición de una constancia de asistencia.

Para su ofrecimiento deben cumplir con lo establecido en el artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.

Toda promoción que se realice, respecto de esta modalidad deberá indicar claramente que se trata de educación informal y que no conduce a título alguno o certificado de aptitud ocupacional.

5.9. REFERENCIA INTERNACIONAL: Las instituciones prestadoras del servicio educativo que ofrezcan programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano en el área de idiomas, deberán referenciar sus programas con los niveles definidos en el "Marco común europeo de referencia para las lenguas: Aprendizaje, enseñanza, evaluación".

5.10. NIVELES DE DOMINIO: El Ministerio de Educación Nacional publicará periódicamente la lista de exámenes estandarizados que permiten certificar el nivel de dominio lingüístico.

5.11. PROGRAMAS OFRECIDOS POR ORGANISMOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL. Los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano en el área de idiomas que actualmente están desarrollando los Organismos de Cooperación Internacional, dentro del marco de convenios bilaterales de cooperación técnica o cultural, no requerirán registro alguno. El Organismo de Cooperación Internacional deberá informar a la secretaría de educación para que se incluyan en el Sistema de Información de la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.

Los programas que desarrollen los Organismos de Cooperación Internacional con posterioridad a la expedición de este decreto se someterán a lo previsto en esta disposición.

5.12. SUBSIDIO FAMILIAR: con sujeción a los requisitos establecidos en la ley, el subsidio para las personas a cargo de los trabajadores beneficiarios a que se refiere la Ley 21 de 1992, se extiende a quienes cursen estudios en los programas registrados que ofrezcan las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano.

5.13. OTROS REQUISITOS PARA EL PAGO DEL SUBSIDIO: El subsidio familiar será otorgado a los estudiantes menores de 23 años que se encuentren cursando programas cuya duración no sea inferior a las 600 horas anuales, conforme a lo establecido en la Ley 21 de 1982.

PARÁGRAFO. La calidad de estudiante para tales efectos, se demostrará con la certificación que expida la respectiva institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano, en donde debe indicarse la denominación del programa, la duración, el número y la fecha del registro del programa expedido por la secretaría de educación de la entidad territorial certificada.

Semestralmente y mientras el estudiante curse los estudios, deberá presentar una constancia expedida por la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano que certifique la vigencia de la matrícula, para continuar con el derecho al subsidio familiar que le corresponda.

5.14. Las secretarías de educación de las entidades territoriales certificadas no podrán exigir requisitos adicionales a los establecidos en este decreto.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

CAPÍTULO VI

DISPOSICIONES ESPECIALES PARA PROGRAMAS EN LAS ÁREAS AUXILIARES DE LA SALUD

6.1.- PERSONAL AUXILIAR EN LAS ÁREAS DE LA SALUD: Serán considerados como personal auxiliar en las áreas de la salud los siguientes:

6.1.1. Auxiliar Administrativo en Salud.

6.1.2. Auxiliar en Enfermería.

6.1.3. Auxiliar en Salud Oral.

6.1.4. Auxiliar en Salud Pública.

6.1.5. Auxiliar en Servicios Farmacéuticos.

6.2. PERFILES OCUPACIONALES: Los perfiles ocupacionales para el personal auxiliar en las áreas de la salud de que trata el artículo anterior serán los adoptados por la Comisión Intersectorial para el Talento Humano en Salud o quien haga sus veces.

6.3. DEL CERTIFICADO DE APTITUD OCUPACIONAL: Los perfiles ocupacionales para el personal auxiliar en las áreas de la salud, estarán reconocidos mediante un Certificado de Aptitud Ocupacional por Competencias, al cual se antepondrá la denominación "Técnico Laboral en...".

Para obtener el Certificado de Aptitud Ocupacional por Competencias se requiere haber cursado y finalizado un programa en las áreas auxiliares de la salud con una duración mínima de mil seiscientas (1600) horas y máxima de mil ochocientas (1800) horas de las cuales el 60% son de formación práctica y haber alcanzado todas las competencias laborales obligatorias.

PARÁGRAFO PRIMERO. El titular del Certificado de Aptitud Ocupacional por Competencias, debe solicitar la correspondiente inscripción en el Registro Único Nacional ante el Ministerio de Protección Social o la entidad u organismo que este determine.

PARÁGRAFO SEGUNDO. Los Certificados de Aptitud Ocupacional obtenidos con anterioridad al 10 de octubre de 2005 que cumplan con los requisitos establecidos en las normas vigentes en el momento de obtenerlos, serán válidos para todos los efectos.

6.4. COMPONENTES BÁSICOS DEL PLAN DE ESTUDIOS: Cada plan de estudios de los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano del personal auxiliar en las áreas de la salud, debe garantizar el logro de todas las normas de competencia laboral obligatoria para cada perfil ocupacional.

6.5. ESCENARIOS DE PRÁCTICA: Cuando el programa requiera convenios de docencia servicio, los escenarios de práctica deberán cumplir con lo establecido en las normas que regulan la relación docencia servicio.

Continuación del Decreto "Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones".

La Comisión Intersectorial Para el Talento Humano en Salud o quien haga sus veces definirá las condiciones y requisitos de los convenios docencia servicio.

PARÁGRAFO. Para los programas auxiliares en enfermería debe garantizarse la formación práctica mediante convenios establecidos con IPS.

6.6. CONVALIDACIÓN DE CERTIFICADOS OBTENIDOS EN OTROS PAÍSES. Las instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano que cuenten con la certificación de calidad de la formación para el trabajo tanto institucional como la de programas, podrán convalidar los certificados o diplomas otorgados por una institución extranjera legalmente reconocida por la entidad competente en el respectivo país, para expedir certificados de educación para el trabajo y el desarrollo humano o su equivalente. Por esta convalidación la institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano podrá cobrar hasta 0.5 SMMLV.

El rector o director de la institución educativa estatal o privada deberá reportar a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada en educación, las convalidaciones realizadas durante el respectivo año. Dicho reporte y las certificaciones que se expidan tendrán como soporte el registro que se lleve en los libros o archivos magnéticos que debe conservar la institución educativa. El Ministerio de Educación Nacional definirá los requisitos para la convalidación de los certificados.

ARTÍCULO 2º.- VIGENCIA. El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias en especial los artículos 1, 2 y 3 del Decreto 1902 de 1994 y los decretos 3616 de 2005, 3870 de 2006 y 2888 de 2007.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Bogotá D. C., a los 16 días del mes de diciembre de 2009

FABIO VALENCIA COSSIO

EL MINISTRO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL,

DIEGO PALACIO BETANCOURT

LA MINISTRA DE EDUCACIÓN NACIONAL,

CECILIA MARÍA VÉLEZ WHITE

RESUMEN ANALITICO DE INVESTIGACION (RAI)

No.	VARIABLES	DESCRIPCION DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSGRADO	ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
2	TITULO DEL PROYECTO	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMPRA DE UNA FRANQUICIA DE CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA – GYMBOREE PLAY & MUSIC
3	AUTORAS	Salleg Barrera Amelia Parra Parra Nelly
4	AÑO MES	2012 AGOSTO
5	NOMBRE DEL ASESOR	Dr. Julio Duarte
6	DESCRIPCION	<p>Este trabajo está basado en la idea de negocio de la adquisición de una franquicia de la marca Gymboree Play & Music que ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. Hoy en día existen más de 550 sedes en 30 países, que los convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, las actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Los programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres – lo que refuerza la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.</p> <p>This work is based on the business idea of acquiring a brand franchise Gymboree Play & Music has fostered creativity and confidence in children ages 0-5 for over 30 years. Today there are more than 550 offices in 30 countries, that make them world leaders in early childhood development programs. Designed by experts, the age-appropriate activities help develop social skills, physical and cognitive needs of children as they play. The programs are also recognized for their unique approach to parent involvement - which strengthens the participation and understanding of each child's development.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Franquicia, Estimulación Temprana, GYMBOREE, Neiva, Familia
8	SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Servicios
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocios
10	OBJETIVO GENERAL	Ayudar a las futuras generaciones de niños a desarrollarse social, intelectual y físicamente a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos.
11	OBJETIVOS ESPECIFICOS	<p>Corto plazo: Comprende un lapso de 3 meses, y pensamos llegar a nuestro mercado objetivo por medio de actividades de mercadeo.</p> <p>Mediano plazo: En un término de 6 meses, contar con 20 niños matriculados, ingreso por pensión de 40 niños y 10 fiestas infantiles.</p> <p>Largo plazo: En el término de un año, contar con el reconocimiento en la ciudad de Neiva como centro de estimulación temprana y Organización de fiestas infantiles, llegando un 80% de nuestra capacidad instalada.</p>
12	RESUMEN GENERAL	<p>Este trabajo está basado en la Idea de negocio de la adquisición de una franquicia de la marca Gymboree Play & Music.</p> <p>Entre las características de las Franquicias, el principal y primer elemento es el contrato que debe ser muy estudiado, detallado, claro, preciso y de seguro cumplimiento, se define el uso de la marca, la trasmisión de conocimientos por medio de la capacitación, se define los parámetros económicos y la exclusividad territorial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entorno económico del país y de la región. Colombia posee actualmente un favorable entorno económico, que ofrece un ambiente muy adecuado para hacer negocios. <p>Colombia así como todos los países emergentes, se encuentran en una coyuntura propicia para emprender nuevos negocios. La economía colombiana se ha estimulado por condiciones tanto internas como externas. Entre las internas se encuentra el bajo nivel de desempleo, los niveles de las tasas de interés en los cuales se pueden conseguir créditos a buen precio, y la política del gobierno de apoyo económico y consultoría a los ciudadano que tengan un plan de negocios con factibilidad económica y financiera; podemos mencionar el fondo emprender entre otros.</p>

		<p>La economía del Huila se basa principalmente en la Producción agrícola, y ganadera, la explotación petrolera y el comercio. La carretera troncal atraviesa el Departamento y lo comunica con el departamento del Caquetá.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entorno de negocio. En nuestro estudio de mercado hallamos lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un 66% de las familias tienen niños entre 0 y 5 años, indicando que existe un mercado objetivo alto para la utilización de nuestros servicios. ➤ El 54% de los encuestados ha escuchado de estimulación temprana y conoce algunos beneficios de la misma; el 46% restante no la conoce pero está interesado en conocerla. ➤ Según la encuesta en la ciudad de Neiva no hay un centro especializado en estimulación temprana. ➤ El 59% de las familias encuestadas están dispuestas a pagar más de \$181.000 mensuales, y el 41% restante entre \$120.000 y \$180.000. ➤ El 97% de la muestra encuestada los niños son cuidados por la abuela, la mamá y la nana; esto nos indica que cuentan con una persona que los pueda llevar a las clases de estimulación. ➤ Según los datos arrojados por la encuesta nos indican que hay un alto potencial en el mercado de la ciudad de Neiva, ya que el 100% considera importante que sus hijos reciban estimulación temprana. Y el 72% no han utilizado un centro de estimulación ya que no los conocen y no hay en la ciudad de Neiva. • Análisis financiero. Basados en el estudio de mercado, realizamos las proyecciones y estimaciones financieras a 5 años las cuales nos arrojan datos muy positivos, damos inicio con un capital de trabajo de \$160 millones de pesos m.c., estimamos los gastos pre operativos incluida la compra de la Franquicia, en la que se incluye gastos de trámites, nacionalización de equipos, documentación, capacitación, material didáctico, y elementos para el desarrollo de las actividades la cual asciende a 135 millones de pesos m.c., están consideramos 27 millones de pesos m.c., como gastos adicionales pre operativos en los que se tuvo en cuenta dos meses de adecuaciones, puesta en marcha y lanzamiento del centro de estimulación temprana Gymboree.
13	CONCLUSIONES	<p>En el presente estudio de mercado se obtuvieron los siguientes resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un 66% de las familias tienen niños entre 0 y 5 años, indicando que existe un mercado objetivo alto para la utilización de nuestros servicios. • El 54% de los encuestados ha escuchado de estimulación temprana y conoce algunos beneficios de la misma; el 46% restante no la conoce pero está interesado en conocerla. • Según la encuesta en la ciudad de Neiva no hay un centro especializado en estimulación temprana. • El 59% de las familias encuestadas están dispuestas a pagar más de \$181.000 mensuales, y el 41% restante entre \$120.000 y \$180.000. • El 97% de la muestra encuestada los niños son cuidados por la abuela, la mamá y la nana; esto indica que cuentan con una persona que los pueda llevar a las clases de estimulación. • Según los datos arrojados por la encuesta estos indican que hay un alto potencial en el mercado de la ciudad de Neiva, ya que el 100% considera importante que sus hijos reciban estimulación temprana. Y el 72% no han utilizado un centro de estimulación ya que no los conocen y no hay en la ciudad de Neiva. <p>Con el análisis financiero realizado, las autoras determinan que el proyecto es viable, que los resultados son positivos.</p> <p>Desde el año uno se van a obtener utilidades. El flujo de caja arroja unos resultados positivos lo que da certeza que no se va a tener problemas de liquidez, contando con una inversión inicial de ciento noventa millones de pesos. Es una inversión recuperable y muy atractiva para los inversionistas.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRAFICAS	<p>ACTIVIDADES ECONÓMICAS-HUILA. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>. [Citado: 26, abr., 2012].</p> <p>ALCALDÍA DE NEIVA. Departamento Administrativo de Planeación Municipal. Plan de desarrollo 2008-2011. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.csircolombia.org/apc-aa-files/495aa9a254573b59d33063bb32b6ce5f/Plan_Desarrollo__Mpio_Neiva_2008_2011.pdf>. [Citado: 26, abr., 2012].</p>

BANCO DE LA REPÚBLICA. Informe de la junta directiva al Congreso de la República: julio de 2011. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimacion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

BENEFICIOS DEL TLC ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS. En: Revista Portafolio. Agosto, 2012, no. 1256, p. 3-4.

BID. El mundo de los senderos que se bifurcan: América Latina y el Caribe ante los riesgos económicos globales. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.zak-icg.com/admin/material/arch exterior27.pdf>>. [Citado: 20, abr., 2012].

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA FRANQUICIA. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.laboris.net/static/franquicias_aseso3.aspx>. [Citado: 16, abr., 2012].

DEFINICIÓN DE ESTIMULACIÓN TEMPRANA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/definicion-estimulacion-temprana>>. [Citado: 17, abr., 2012].

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Censo General 2005. Perfil Neiva-Huila. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.todacolombia.com/departamentos/huila.html>>. [Citado: 26, abr., 2012].

ESTIMULA A LOS BEBÉS DE 1 A 5 AÑOS. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.mailxmail.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/introduccion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

FUNDAMENTOS DE LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/fundamentos-estimulacion-temprana>>. [Citado: 17, abr., 2012].

MATERIAL DE ESTIMULACIÓN. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.emagister.com/curso-estimula-bebes-1-5-anos/material-estimacion>>. [Citado: 17, abr., 2012].

MOREJÓN GRILLO, Ailed. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eumed.net/libros/2009a/478/VENTAJAS%20Y%20DESVENTAJAS%20DE%20LAS%20FRANQUICIAS>>. [Citado: 16, abr., 2012].

QUÉ SON LAS FRANQUICIAS [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.misrespuestas.com/que-son-las-franquicias.html>>. [Citado: 15, abr., 2012].

RÍOS CALDERÓN, Yaizza Tatiana. CIVETS: países emergentes, economías en potencia. [En línea]. Disponible en Internet: <<http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/bufete-financiero/Documents/CIVETS%20PAISES%20EMERGENTES,%20ECONOMIAS%20EN%20POTENCIA.pdf>>. [Citado: 26, abr., 2012].

THE GYMBOREE CORPORATION. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.gymboree.com/our_company/cs_home.jsp?FOLDER%3C%3Efolder_id=2534374302778197&ASSORTMENT%3C%3EEast_id=1408474395917465&bmUID=1344063787815>. [Citado: 20, abr., 2012].