

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE LA EMPRESA
“ENSEÑANZA CREATIVA” DEDICADA A LA FORMACIÓN PARA EL
TRABAJO, MEDIANTE LA ENSEÑANZA DE MANUALIDADES

PAULA ANDREA ECHEVRRY GOMEZ



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE PRODUCCION

PROGRAMA DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCION DE MODAS

MEDELLIN

2014

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE LA EMPRESA
“ENSEÑANZA CREATIVA” DEDICADA A LA FORMACIÓN PARA EL
TRABAJO, MEDIANTE LA ENSEÑANZA DE MANUALIDADES

PAULA ANDREA ECHEVERRY GOMEZ

Asesora BANESSA OSORIO CASTAÑO

Economista, Especialista en gerencia financiera

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE PRODUCCION

PROGRAMA DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCION DE MODAS

MEDELLIN

2014

NOTA DE ACEPTACION

FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

Medellín 31 de Mayo de 2014

ESTE TRABAJO ESTA DEDICADO A TODAS Y CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE DE UNA U OTRA FORMA SE INVOLUCRARON EN ÉL APOYANDO ESTE PROCESO DE FORMA INCONDICIONAL EN LA ELABORACION DE ESTE PROYECTO.

MIS AGRADECIMIENTOS PARA TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE SE INTERESARON EN MI PROYECTO Y LO APOYARON.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a todas aquellas personas que de una u otra forma, se interesaron en el proyecto de enseñanza creativa, lo apoyaron y lo aceptaron de tal forma que se pudiera llevar a cabo.

También a todo mi entorno familiar y social y entre estos, AIDA POSADA, contadora, idónea en la elaboración de proyectos.

A mi asesora BANESSA OSORIO CASTAÑO, economista, especialista en gerencia financiera, por su orientación en el desarrollo de los procesos para llevar a cabo el proyecto de grado.

Al docente CARLOS VILLEGAS, coordinador de la unidad de emprendimiento de la Institución Universitaria Pascual Bravo, por todo su apoyo y asesoría especializada.

.

CONTENIDO

Tabla de contenido

Índice de tabla

Índice de cuadro

Lista de anexos

Glosario

Introducción

1. Problema
 - 1.1 Planteamiento
 - 1.2 Formulación
2. Objetivos
 - 2.1 Objetivo general
 - 2.2 Objetivo específicos
3. Justificación
4. Marco de referencia
 - 4.1 Marco teórico
 - 4.2 Marco contextual
5. Diseño metodológico
6. Resultados
 - 6.1 Caracterización del producto
 - 6.2 Entorno del sector
 - 6.3 Segmento del clientes objetivos
 - 6.4 Análisis del mercado
 - 6.5 Propuesta de valor
 - 6.6 Canales de distribución y comunicación
 - 6.7 Relación con los clientes
 - 6.8 Análisis de la competencia

6.9 Alianzas claves

6.10 Cadena de valor y actividades claves

6.11 Recursos claves

6.12 Estructura de costos

6.13 Estructura financiera

7. Conclusiones

8. Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: Bases iniciales financiera

TABLA 2: Proyecciones a 5 años

TABLA 3: Proyecciones de balances a 5 años

TABLA 4: Estado de resultados proyectados a 5 años

TABLA 5: Flujo de caja proyectada a 5 años

TABLA 6: Supuestos macroeconómicos proyectados a 5 años

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Definición del producto.

CUADRO 2: Ficha técnica de encuesta.

CUADRO 3: Inversión.

CUADRO 4: Costos fijos.

CUADRO 5: Gastos fijos.

CUADRO 6: Costo unitario.

CUADRO 7: Costos para 30 estudiantes.

CUADRO 8: Prestación de la participación.

CUADRO 9: Costos variables.

CUADRO 10: Actividad 1

CUADRO 11: Actividad 2

CUADRO 12: Actividad 3-4-5

CUADRO 13: Actividad 6-7-8

CUADRO 14: Actividad 9-10

CUADRO 15 Actividad 10-11-12

ÍNDICE DE IMAGENES

IMAGEN 1: CANVAS

IMAGEN 2: Encuesta por edad

IMAGEN 3: Encuesta por género

IMAGEN 4: Pregunta ¿Qué tipo de educación prefiere?

IMAGEN 5: Pregunta ¿Qué le gustaría aprender en unas clases no formales?

IMAGEN 6: Pregunta ¿Disponibilidad horaria?

IMAGEN 7: Pregunta ¿Dónde le gustaría recibir unas clases no formales?

IMAGEN 8: Pregunta ¿En qué conocimientos básicos le gustaría profundizar?

IMAGEN 9: Pregunta ¿Cual considera como un factor importante a la hora de recibir unas clases?

IMAGEN 10: Pregunta ¿Con que frecuencia le gustaría recibir la capacitación?

IMAGEN 11: Pregunta ¿Cómo le gustaría que fuera la enseñanza?

IMAGEN 12: Pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para la aprensión de la educación no formal sobre el diseño de modas?

IMAGEN 13: Pregunta ¿Qué otro tipo de clases no formales le gustaría aprender?

IMAGEN 14: Competencia indirecta COMFAMA

IMAGEN 15: Competencia indirecta Educación Sin Fronteras

IMAGEN 16: Competencia indirecta IME

IMAGEN 17: Competencia indirecta CORPROE

IMAGEN 18: Competencia indirecta Comfenalco

IMAGEN 19: Cadena de Valor

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta

ANEXO 2: Formalización de la empresa

GLOSARIO

Accesorio de imagen: Debe potenciar la imagen personal del individuo, para mejorar su apariencia personal.

Calidad de vida: es el bienestar, felicidad, satisfacción de la persona que le permite una capacidad de actuación o de funcionar en un momento dado de la vida.

Creatividad: se denomina también pensamiento original, pensamiento creativo, inventiva, imaginación constructiva o pensamiento divergente, es la capacidad de crear e innovar, de generar nuevas ideas o conceptos.

Crochet: arte de tejer con lana para hacer figuras con la misma.

Diseño textil: es la disciplina involucrada en la elaboración de productos para industria textil, tales como fibras, hilos y tejidos con propiedades y características específicas, con el fin de satisfacer diversas necesidades humanas.

Educación no formal: también se llama “enseñanza no convencional” o “educación abierta”. Se refiere a todas las instituciones, ámbitos, aspectos y actividades organizadas con fines educativos pero fuera del ámbito académico. “enseñanza no convencional” o “educación abierta”.

Jóvenes: se aplica a la persona que está en el periodo situado entre la adolescencia y la edad adulta.

Macramé: se denomina macramé el arte de hacer nudos decorativos. La palabra macramé se deriva del Francés la cual significa nudo.

Moldería: parte donde se dibuja una prenda sobre el papel con unas medidas reales.

Vulnerabilidad: es la incapacidad de resistencia cuando se presenta un fenómeno amenazante, o la incapacidad para reponerse después de que ha ocurrido un desastre.

1. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO

Luego de investigar en varias comunas de la ciudad de Medellín se ha encontrado, que la comuna 2 es una de las que presenta mayor vulnerabilidad en los jóvenes con edades entre los 14 y 18 años con tendencias a las drogas y al analfabetismo. Es de este flagelo donde se logar empezar, a plantear una estrategia de actividades basadas en su principal necesidad, que es del vestir y el analfabetismo, basados en estos dos problemas entramos a estudiar soluciones que mitiguen estas falencias.

Es de ahí donde nace impartirles conocimientos del diseño y la creación de modas, iniciando desde lo experimental de su conocimiento, para irlo adaptando a un punto más alto en donde consigamos con estos jóvenes, mejorar su calidad de vida.

1.2 FORMULACION

Dentro de nuestro entorno tenemos, poblaciones vulnerables donde abundan infinidad de necesidades tales como: analfabetismo, drogadicción, prostitución, escases de recursos, lo que nos lleva a crear métodos con base en nuestros conocimientos adquiridos el diseño textil y producción de modas.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un modelo de negocios que nos permita conocer la viabilidad y puesta en marcha de la empresa ENSEÑANZA CREATIVA, dedicada a impartir conocimientos sobre el diseño textil y la producción de modas para, jóvenes entre 14 y 18 años, en el barrio santa cruz, comuna 2, estrato 2.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un resumen ejecutivo en el cual de manera breve se pueda apreciar la proyección y rentabilidad de la empresa para futuros inversionistas.
- Identificar las necesidades del cliente, para así darle una solución al mismo.
- Realizar una investigación de mercado que permita indagar al mercado específico, para así proponer propuestas claves y concretas las cuales puedan satisfacer sus necesidades.
- Descripción detallada del producto la cual nos deje identificar la calidad del servicio para la satisfacción del cliente.
- Desarrollar un plan organizacional que permita estructurar la empresa a nivel legal y administrativo.
- Diseñar un plan financiero para determinar la viabilidad financiera del proyecto, bajo herramientas contables específicas.
- Identificar las situaciones que presenten riesgo para el proyecto puesta en marcha.

- Incluir un plan de contingencia que permita reconocer los posibles riesgos que pudiese afrontar la empresa.
- Construir un balance de resultados en el que se pueda identificar los beneficios y riesgos en el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos del proyecto.
- Realizar un informe que exprese los aspectos más relevantes en el éxito de la puesta en marcha del proyecto.

3. JUSTIFICACION

Es importante realizar la investigación de los jóvenes entre 14 y 18 años, ya que estos posteriormente se convertirán en el futuro de nuestros pueblos y a su vez en formadores y transformadores de nuestra industria, base de la economía.

Es esta una de las razones por las cuales los jóvenes entre 14 y 18 años necesitan cambiar su estilo de vida sobre todo en los espacios vulnerables donde la sociedad, los somete a carecer de muchos beneficios que podrían obtener para resolver sus problemas.

De aquí nace el interés personal por ayudar a los jóvenes entre 14 y 18 años que estén interesados en proyectarse económica, social y culturalmente en el diseño de moda y producción textil

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO DE TEORICO

Encontramos que en las comunas de estratos 1 y 2 se es vulnerable a unos factores de riesgos muy altos, estos son:

- * Pobreza
- * Analfabetismo.
- * Escases de recursos.

Basados en esto surge la idea de proponer un proyecto de educación no formal, dirigido a la comuna 2, barrio santa cruz para jóvenes entre los 14 y 18 años con el fin de orientarlos y darles nuevas opciones de calidad de vida, recibiendo clases a cerca de, el desarrollo textil y producción de modas proyectándolos a mejorar su entorno familiar, social y cultural. Donde convergen lo educativo y lo ascio lógico convirtiéndolos en hombres útiles para la sociedad.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

VULNERABILIDAD

El concepto de vulnerabilidad se aplica a aquellos sectores o grupos del sector que por su condición de edad, sexo, estado civil y origen étnico se encuentran

en situaciones de riesgo que les impide incorporarse al desarrollo y acceder a mejores áreas de oportunidad para su bienestar.

Dentro de Plan Veracruzano de Desarrollo 2011 – 2016 en su capítulo III establece que el Desarrollo Social es prioridad para esta administración, esto responde a una convicción de Gobierno y refleja de manera directa la demanda de los veracruzanos.

El propósito es disminuir los rezagos y la marginación que vulneran aun a muchas familias, esta visión se complementa con la concepción de que desea construir, con plena participación ciudadana, estrategias que mejoren la educación, la salud la alimentación y la vivienda, a fin de que los ciudadanos puedan acceder a una vida más digna.¹

Vulnerabilidad

- Reducción o eliminación de la habilidad de una persona o grupo de personas de responder (en el sentido de resistir, recobrase o adaptarse) a amenazas externas o presiones sobre sus medios de vida y su bienestar.
- Relación entre la exposición a amenazas físicas al bienestar humano, y la capacidad de las personas y las comunidades para hacer frente a estas amenazas externas o presiones sobre sus medios de vida y su bienestar.
- Relación entre la exposición a amenazas físicas al bienestar humano, y la capacidad de las personas y las comunidades per hacer frente a estas amenazas (las cuales se derivan de una combinación de procesos físicos y sociales).
- Capacidad diferencial de las personas y las comunidades para hacer frente a la ocurrencia del evento catastrófico.
- Predisposición de los seres humanos, sus medios de vida e infraestructuras de sufrir pérdidas o daños.

¹(SEDECOP)

- Pobreza se refiere a la falta de elementos físicos, bienes e ingresos; mientras que la vulnerabilidad se centra en la exposición a los choques, el estrés y los riesgos, y en la carencia de medios para hacer frente a los daños o pérdidas.

GRADOS DE VULNERABILIDAD

El grado de vulnerabilidad de individuos, grupos o comunidades depende de una serie de factores, desde características demográficas individuales (edad, género, nivel educativo y del hogar, composición del hogar, ciclo de vida, nivel socioeconómico, status ocupacional, situación de pobreza) a indicadores macro (nivel de desarrollo, contextos económicos y sociales).

Se verifican también variaciones en espacio de tiempo, por ejemplo, sus cambios a lo largo del tiempo

A comienzos del nuevo siglo la vulnerabilidad se ha constituido en el rasgo social dominante de América Latina. El predominio del mercado en la vida económica, la economía abierta al mundo y el repliegue del estado de las funciones que tuvo en el pasado provocaron un cambio de envergadura en las relaciones económico-sociales, en las instituciones y en los valores, dejando expuestas a la inseguridad e indefensión a amplias capas de población de ingresos medios y bajos en los países de la región. Así como la denominada "industrialización por sustitución de importaciones" tuvo en la marginalidad su fenómeno social más distintivo, en el actual período histórico la vulnerabilidad aparece como el rasgo dominante del patrón de desarrollo vigente.

La vulnerabilidad se ha convertido como un factor dominante de la nueva realidad social, precariedad en el empleo, aumento de los trabajadores sin seguridad social, aumento de los trabajadores asalariados y/o asalariados no permanentes.

Política social frente a la vulnerabilidad y la pobreza, garantizar el empleo y potenciar a las pequeñas empresas, recuperar la universalidad de la política social.

APOYO BRINDADOS A LAS COMUNIDADES VULNERABLES

Se ofrece un programa de de Migración Laboral, temporal y circular en Colombia con el fin de fortalecer los procesos asociativos de estas comunidades a través de la vinculación laboral de temporada a las actividades agrícolas, permitiendo generación de ingresos, transferencias de conocimientos y brindado acompañamiento a los proyectos productivos agrarios y vivienda rural en las comunidades de origen.

Garantizar la atención y apoyo necesario con la instancia correspondiente a los grupos vulnerables y en riesgo para mejorar su calidad de vida.

VULNERABILIDAD HUMANA

Es el grado en que las personas pueden ser susceptibles a las pérdidas, los daños, el sufrimiento y la muerte, en casos de desastre. Se da en función de las condiciones físicas, económicas, sociales, políticas, técnicas, ideológicas culturales, educativos, ecológicas e institucionales.

VULNERABILIDAD SOCIAL

Según las investigaciones de la cruz roja española, tiene dos componentes explicativos. Por una parte, la inseguridad e indefensión que experimentan las comunidades, los grupos, familias e individuos en sus condiciones de vida a consecuencia del impacto provocado por algún tipo d evento natural, económico y social de carácter traumático.

INDICADOR GLOBAL DE VULNERABILIDAD

Emplea un cuestionario social, que se administra a cada persona que acude a los programas de intervención Social de Cruz Roja. El cuestionario recoge información acerca de 5 ámbitos, económico social, vivienda/ambiental y personal. Dentro de cada uno de ellos se formulan preguntas de naturaleza dicto nómica, que recogen la presencia o ausencia del aspectos o factores potenciales de riesgo causantes de la vulnerabilidad social.

Y aunque con posterioridad se ha seguido usando el término “vulnerabilidad” , dentro de los documentos de la CEPAL han desaparecido casi totalmente las menciones a los conceptos de “vulnerabilidad social” y “vulnerabilidad socio demográfico”.

Es la incapacidad de resistencia cuando se presenta un fenómeno amenazante, o la incapacidad para reponerse después de que ha ocurrido un desastre.

ANALFABETISMO EN COLOMBIA²

Colombia: 1`672.000 analfabetas; En las poblaciones más pobres se encuentran la mayor parte de iletrados. El ministro abrirá un programa de alfabetización digital para el año 2015.

Mientras que la Unesco avisa que en el mundo hay 793 millones de analfabetas, la ministra de educación, María Fernanda Campo, al otro lado de la línea, recuerda que en Colombia los que no saben leer ni escribir representan 6.6% de la población. El porcentaje es mínimo. La cifra es mas deficiente: 1`672.000 Colombianos mayores de 15 años que llenarían 40 estadios como el Campin, que rebosarían 3 veces más la capacidad de las protestas por educación.

²(conversación con la ministra Maria Fernanda Campo, 2011)

Por esto la meta del gobierno es que 600.000 personas mas sepan leer y escribir en 2014. Una cifra muy similar a los cupos que desea abrir el Ministerio en la educación superior: 650.000.

La razón según la ministra, se resume en una palabra: Pobreza. “entre la población más pobre uno o dos adultos en cada familia son analfabetas, un padre o una madre”. Para conocer la dimensión de esta problemática basta mencionar que de 1`200.000 familias que conforman la Red Unidos contra la pobreza – que reúne a la población más vulnerable del país -, el 80% cuenta por lo menos con un analfabeto.

El gobierno quiere que 350.000 de ellas suban un grado su nivel de vida. En otras palabras que pasen de la pobreza extrema a la pobreza. Y es por eso que hacen énfasis en alfabetización: “Hay que llevar a las personas poco a poco – afirma la ministra-. El gobierno busca alianzas Con el Sena.

ANLFABETISMO EN MEDELLIN³

“Medellín debe erradicar el analfabetismo”, si bien los índices de analfabetismo en Medellín no son alarmantes comparados con los de otras ciudades del país y de Latinoamérica, los expertos precisan un cambio en algunas metodologías para atacar este fenómeno que es factor de exclusión social.

Otro aspecto que preocupa son los altos indicadores de analfabetismo funcional, el cual según la misma encuesta se encuentran en 220.000 personas, algo más del 10% de la población de Medellín.

En Medellín se ejecuta actualmente un convenio con el Ministerio de Educación Nacional y la Red Unidos que busca enseñar a leer, escribir y a manejar computadores a 2.000 jóvenes y adultos. Además la ciudad cuenta con el servicio público de Ciclos Lectivos Especiales Integrados, Clei, que tiene como finalidad educar personas en extra edad.

³(Arenas, 2012)

Clase de analfabetismo

- Analfabetismo estructural: alude a la condición de no saber leer ni escribir.
- Analfabetismo funcional: es la incapacidad de un individuo, a pesar de haber estudiado en algún momento, para utilizar su capacidad de lectura, escritura y cálculo de forma eficiente en situaciones habituales de la vida,
- Analfabetismo digital: hace referencia a la incapacidad de manejar las nuevas tecnologías por falta de conocimientos, ignorancia o exclusión

JOVENES MENORES DE 18 AÑOS QUE NO ESTUDIAN Y TRABAJAN

Según las estadísticas del Ministerio de Educación, la cantidad de jóvenes que no están escolarizados en el secundaria escindible a 550.000 Sileoni dijo que el abandono escolar en todo el mundo y reseño varias acciones cumplidas, como haber llevado la inversión educativa en todo el país al 6% del PBI y establecer la obligatoriedad del secundario. A esas medidas ahora hay que sumar el anuncio que el último 6 de abril. Se debe al estudio que se le realizó a los jóvenes menores de 18 años de edad, los estados de los mismos se deben a, estados de angustias difusas más que por vivencias traumáticas o peleas con los padres; la angustia que se despierta ante la falta de bordes definidos, de límites claros, reglas para oponerse y transgredir.

Es decir los jóvenes desisten de la educación debido principalmente a la escasez de recursos por lo cual quieren trabajar en lo que sea para poder llevar ingresos económicos a sus hogares, y por otro lado simplemente por pierden un año y deciden que el estudio no es para ellos y se quedan en sus casas siendo un una carga más para sus familias, evitando esto la superación personal, económica, social y mundial.

Otro de los grandes factores de la des escolarización se debe a los embarazos a temprana edad, por falta de conocimiento o simplemente por la terquedad y desobediencia hacia sus padres, lo cual hace que estos jóvenes abandonen su formación escolar para trabajar y poder subsistir para poder darle una alimentación a la nueva vida que viene en camino.

5. DISEÑO METODOLOGICO

Imagen N°1 CANVAS

OPORTUCIDAD DE NEGOCIO

ENSEÑANZA CREATIVA

CARACTERIZACION DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Brinda una capacitación de aprendizaje, charlas, cursos, asesoría, manualidades entre otros, a jóvenes entre los 14 y los 18 años de edad, de la comuna 2, del barrio Santa Cruz, los cuales fueron convocados a participar de una "ENSEÑANZA CREATIVA"; este proyecto se realizara con el fin de incentivar y motivar a que los jóvenes tengan como ocupar su tiempo libre y de esta manera también proyectarse a una vida laboral; Donde encontraran nuevas ideas de educación superior, y así se puedan realizar como persona, obteniendo una mejor calidad de vida, debido a que se les enseñara todo lo que tiene que ver con el diseño textil y producción de modas, donde ellos pueden convertir esta enseñanza en su propio negocio y de esta manera puedan retribuir el conocimiento que adoptaron allí a nuevas personas.

ENTORNO DEL SECTOR

COMPETENCIA



ESTRUCTURA FINANCIERA

Este modelo de negocio se realiza mediante la estructura Canvas, en el cual se estudia la viabilidad y puesta en marcha de una idea para realizar un plan de empresa.

Básicamente, lo que se busca con esta metodología, es desarrollar una infraestructura que estudie diferentes alianzas claves, recursos y actividades que ayuden a desarrollar la propuesta de valor de este modelo de negocio, ya que se busca llegarle a un público objetivo y suplir necesidades específicas, en este caso, impartir conocimientos acerca del diseño textil y de modas incentivando a los jóvenes entre 14 y 18 años de la comuna 2, estrato 2, barrio Santa Cruz a enfrentar nuevas posibilidades para el desarrollo y talento humano de esta propuesta de valor, cabe resaltar que se utilizan todos los conocimientos básicos aprendidos y recopilados durante el estudio de una tecnología en el diseño textil y la producción de modas, que garantizan al cliente una excelente calidad del servicio y enseñanza.

Éste modelo de negocio consiste en nueve elementos:

Clientes: Jóvenes entre 14 y 18 años que quieran obtener un nuevo conocimiento para la superación personal, social y cultural.

Propuesta de valor: Se ofrece un servicio el cual Brinda una capacitación de aprendizaje, charlas, cursos, asesoría, manualidades entre otros, a jóvenes entre los 14 y los 18 años de edad en la comuna 2, del barrio Santa Cruz, los cuales fueron convocados a participar de una “ENSEÑANZA CREATIVA” enfocada en el diseño de modas. Con el fin de incentivar y proyectar a los jóvenes, para que tengan otra opción del manejo del tiempo libre y de esta manera también puedan proyectarse a un futuro profesional o laboral ya que con la obtención o recibimiento acerca de este conocimiento ellos podrán bonificarse a sí mismos, siempre y cuando sean responsable con esta nueva actividad que se les ofrece.

Canales de distribución:

Se requiere avisar a toda la comunidad acerca de un nuevo proyecto por medio de volantes, voz a voz e incentivación, el cual compete a toda la comunidad principalmente a sus hijos que oxilen entre los 14 y 18 años de edad, requiriendo un permiso a los padres para q sus hijos puedan pertenecer al plan de mejoramiento “enseñanza creativa”; en segundo lugar buscar la ayuda de todo el entorno social de la comuna 2, estrato 2, barrio Santa Cruz tales como: la parroquia, acción social y representantes del mismo, los cuales ayudaran con la puesta en marcha de “ENSEÑANZA CREATIVA” ya que nos brindaran los espacios de salones sociales, espacios cerrados o abiertos, voz a voz, avisos parroquiales, reuniones sociales y otros para la ubicación de los implementos y los jóvenes participantes al proyecto de “ENSEÑANZA CREATIVA”.

Relaciones con los clientes:

La relación con el cliente de “ENESEÑANZA CREATIVA” es directo aunque en unas ocasiones pueda ser indirecto. Directo por que el cliente tendrá la oportunidad de elaborar por sí mismo el producto con un mayor control de calidad, exigencias y sugerencias del mismo. Indirecto por el voz a voz que se generara, volantes e información que se brindara para dar a conocer toda la información acerca de lo que es “ENSEÑANZA CRETIVA”.

Fuentes de ingresos:

Se les brindara un conocimiento a todos los jóvenes de la comuna 2, estrato 2, barrio Santa Cruz acerca del diseño textil y de modas, el cual será directo ya que si el o los jóvenes no están presentes no obtendrán el mismo conocimiento que los que asisten continuamente, el cual les generara un futuro ingreso económico o una entrada a un estudio profesional acerca del mismo debido a que “ENSEÑANZA CREATIVA” les ofrece un conocimiento básico y una educación no formal.

Recursos claves:

Inicialmente se requiere de que todos los jóvenes estén lo suficientemente incentivados para participar del nuevo conocimiento como educación no formal acerca del diseño textil y la producción de modas, el cual requiere de enseres básicos primarios y secundarios, tal como lo son: mesas, sillas, marcadores, tijeras, borrador de tablero, documentación, volantes, insumos (lana, hilos, agujas, cinta ilusión, tripa de pollo) tela, entretela, block, reglas, pedrerías, entre otros. Todo esto en cantidades de manera que el aprovechamiento del mismo sea para 30 estudiantes o más. Ya que estos serán los insumos o recursos a utilizar para la enseñanza, aprensión y práctica de “ENSEÑANZA CREATIVA”.

Actividades clave:

Para entregar la propuesta de valor se deben desarrollar una serie de actividades claves internas (procesos de producción, marketing,..).

En primera instancia se maneja como actividades claves los procedimientos estratégicos, claves y de soporte.

Los procesos estratégicos se basan en brindar una información oportuna, ofreciéndoles una muy buena comunicación clara y entendible motivándolos de esta manera a pertenecer al proyecto de “ENSEÑANZA CREATIVA” que está enfocado en impartir conocimientos acerca del diseño textil y de modas. Como proceso clave se tiene un desarrollo socioeconómico y una consultoría, con el propósito de que estos jóvenes puedan obtener un conocimiento base para la obtención económica o futuro laboral.

Y como procesos de soporte se maneja una gestión de recursos a tiempo, un buen espacio con una infraestructura apropiada y gestión de recursos humanos para su buen desempeño en el conocimiento.

Alianzas Claves:

En primera instancia se maneja como actividades claves los procedimientos estratégicos, claves y de soporte.

Los procesos estratégicos se basan en brindar una información oportuna, ofreciéndoles una muy buena comunicación clara y entendible motivándolos de esta manera a pertenecer al proyecto de "ENSEÑANZA CREATIVA" que está enfocado en impartir conocimientos acerca del diseño textil y de modas. Como proceso clave se tiene un desarrollo socioeconómico y una consultoría, con el propósito de que estos jóvenes puedan obtener un conocimiento base para la obtención económica o futuro laboral.

Y como procesos de soporte se maneja una gestión de recursos a tiempo, un buen espacio con una infraestructura apropiada y gestión de recursos humanos para su buen desempeño en el conocimiento.

Estructura de costos: Describe todos los costos en los que se incurren al operar el modelo de negocio. Se trata de conocer y optimizar los costos para intentar diseñar un modelo de negocio sostenible, eficiente y escalable.

Se realiza un análisis de costos y riesgo:

- Margen bruto de utilidad.
- Margen operacional de utilidad.
- Margen neto de utilidad.
- Rentabilidad del patrimonio.
- Rentabilidad del activo total.

Para sacar una evaluación de si es o no rentable el plan de negocio, se hace una apreciación del valor presente neto, y de la tasa interna del retorno.

6. RESULTADOS

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Modelo de negocios para la empresa: Enseñanza creativa

Dedicada: Impartir conocimientos

Para quien: La empresa se dedicara a enseñar, a los jóvenes de población vulnerable entre los 14 y los 18 años que se inclinen por el mundo del diseño y la creación de modas.

Que es, para donde va: Lograr que en el año 2020 los jóvenes estén preparados y superados para ser competitivos en el mundo del diseño y la creación de modas en la pequeña y mediana empresa a nivel barrial, municipal y a largo plazo extendernos a nivel departamental y nacional.

6.1 CARACTERIZACION DEL PRODUCTO

ENSEÑANZA CREATIVA, brinda educación no formal, mediante charlas, cursos, asesoría, de manualidades, a jóvenes entre los 14 y los 20 años de edad, la comuna 2, del barrio Santa Cruz, de la ciudad de Medellín.

Estos jóvenes fueron convocados a participar de “enseñanza creativa” debido a que estarán próximos a graduarse del grado 11º; este proyecto se realiza con el fin de incentivar y motivar a que los jóvenes tengan como ocupar su tiempo libre y de esta manera también proyectarse a una vida laboral; Donde encontraran nuevas ideas de educación superior, y así se puedan realizar como persona, obteniendo una mejor calidad de vida, debido a que se les enseñara todo lo que tiene que ver con el diseño textil y producción de modas, donde ellos pueden convertir esta enseñanza en su propio negocio y de esta

manera puedan retribuir el conocimiento que adoptaron allí a nuevas personas

Estas capacitaciones se darán en el salón parroquial de la comuna, adoptadas de una buena charla con guías luego llevándolos a las practica, realizando talleres de costura, manualidades como lo son el macramé, croché, tejidos con las manos, elaboración de accesorios y estampados.

Cuadro N° 1 Definición del producto.

PRODUCTO/ SERVICIO	CARACTERISTICAS	ATRIBUTOS	VENTAJAS SOBRE LA COMPETENCIA
Manualidades			
Macramé: tejido elaborado a se hace a mano, con un telar manual, elaborado con madera y puntillas.	Tejido: puede ser delgado o grueso y de lana natural o hilaza.	Antialérgico y dependiendo del clima es caluroso o fresco.	Será de lana natural con excelentes acabados, por tanto su textura es suave al tacto y antialérgicas.
Tejido en Malla: con 2 agujas de 50cm de larga de diferente grosor las cuales vienen desde 1pulgads hasta 12 y más.	Tejido, delicado y de motricidad fina, en hilo poliéster, en hilo natural, en lana, hilaza.	Dependiendo del grosor de la aguja el tejido puede ser de textura delicada o de textura rustica.	Tejidos frescos o gruesos dependiendo el clima donde se vallan a usar lo que hace que estas prendas sean de variedad de diseños.
Trenzados con las manos: tejido manual en el cual no se usa ningún	Tejido abierto, con un buen campo de acción ya que se usan exclusivamente para accesorios.	Se puede trabajar con: lana, cualquier variedad de hilos, cordones o cordones de cuero.	Su valor agregado, ya que la materia prima a utilizar es versátil y económico.

tipo de herramienta solo se usan los dedos de las manos.			
Curso sobre diseño y moldura.	Haremos uso de reglas, metro, tijeras y maquinas.	Ampliar el conocimiento para mejorar o satisfacer las necesidades de la comunidad con la cual se va a trabajar.	El trabajo comunitario del cual se beneficiaran por los bajos costos de los insumos.

Fuente: Elaboración propia.

6.2 ENTORNOS DEL SECTOR

Según la CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS CIIU Rev. 4 A.C., la actividad económica de la empresa ENSEÑANZA CREATIVA, está contenida en el código CIIU 80602 donde se considera todo lo relacionado con la educación.... No formal, la cual será impartida a través de conocimientos básico primario, básicos secundario o con fines de validación no gradual.

En cuanto al sector social, es el cuarto pilar más importante. No resulta fácil identificar cuál es la necesidad social a la que responden los servicios sociales o, dicho de otra manera, cuál es el bien que promueven o protegen. . En el caso de los servicios educativos es el aprendizaje a lo largo de la vida. En el caso de los servicios sociales se puede decir que estos se ocupan de la autonomía funcional y la integración relacional. Dicho de otra manera, los servicios sociales se dedican a prevenir, paliar o corregir desajustes entre lo que las personas son capaces de hacer autónomamente en la vida cotidiana y las redes familiares o comunitarias a las que pertenecen y que les dan apoyo.

Eso puede ocurrir, por ejemplo, cuando un niño está en situación de desprotección por problemas en su familia, cuando una persona tiene una dependencia funcional y dificultades de ajuste con su entorno o cuando alguien llega a una comunidad desde otro lugar y presenta dificultades de adaptación por una baja educación. Los servicios sociales brindan apoyos como la asistencia personal, el acompañamiento social, la intervención comunitaria u otros, sobre la base de un diagnóstico social y de un plan dialogado con el usuario. Los servicios sociales pueden tener carácter ambulatorio, virtual, domiciliario, diurno, residencial, etc.

Clase 8551, «Formación académica no formal».

855 Otros tipos de educación

8551 Formación académica no formal

8552 Enseñanza deportiva y recreativa

8553 Enseñanza cultural

8559 Otros tipos de educación n.c.p.

856 8560 Actividades de apoyo a la educación

La educación informal puede impartirse oralmente o por escrito, en aulas programas de radio o de televisión, a través de internet, por correspondencia o por otros medios de comunicación. La educación no formal se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar académicamente a través de cursos con programas que tienen un carácter organizado y continuo aunque no estén sujetos a los niveles de educación formal y especializada.

En la actual sociedad no encontramos gran variedad de proyectos para ayudas sociales directamente en jóvenes, pero si, a las madres cabeza de familia, personas de la tercera edad y muchas otras que cubren principalmente las mujeres mayores de 18..

DIFERENCIACION DEL PRODUCTO

En Medellín se puede encontrar un campo de ayudas sociales que en su gran mayoría benefician el sector educativo, recreativo y cultural para el adulto mayor, la tercera edad y capacitación en pregrado, tecnología para los jóvenes y adultos los cuales generan posibilidades de empleo a madres cabeza de familia, adultos idóneos y jóvenes con ganas de mejorar su calidad de vida.

Para los niños y adolescentes tenemos una gran ayuda en la educación y recreación por parte del INDER, buen comienzo, básica primaria, básica secundaria y media técnica la cual es brindada en las instituciones públicas de forma gratuita y otras entidades no formales que ofrecen a nuestros educandos otras oportunidades tales como: (cursos de artes plásticas, bibliotecología, baile y música entre otros).

Se ofrece un servicio de apoyo a la comunidad vulnerable, donde el principal objetivo es brindar conocimientos, implementar nuevas formas de estudio, para su superación personal, social y cultural, brindándoles mejores oportunidades de empleo, negocio y satisfacción de sus propias necesidades.

6.3 SEGMENTACION DE CLIENTE OBJETIVO

Buscando en la base de datos del DANE encontramos que en Colombia hay una gran población entre hombres y mujeres, niños y niñas y adultos los cuales conforman 2`464.322y derivando este dato para poder llegar al público objetivo se encuentra que en el barrio Santa Cruz hay 108.703 habitantes y que a los cuales se encuentran en estrato 2, son el 96.6% y el 3.4% viven en estrato 1.

Se deduce que entre los habitantes de la comuna 2, hombres 52.217 y mujeres 58.647 habitantes.

Y por edad entre 14y 18 años, hombres 4.333 y mujeres 4.143 lo cual nos lleva a encontrar a nuestro público objetivo el cual esté interesado en pertenecer a la educación no formal que brindara enseñanza creativa, serian 2.119 jóvenes entre los14 y 18 años de edad.

Llegando a un supuesto de interesados en aprender nuevos conocimientos obtenemos el 0.08% que indica los jóvenes que se quieren proyectar con el diseño textil y producción de modas.

(CENSO DE DANE) 2013

Medellín: 2`464.322

Santa Cruz: 108.703

Estrato:2 96.6%

Género: Masculino: 52.217 + Femenino: 58.647 =

Edad: 14-18 años: hombres: 4.333 mujeres: 4.143 =

Gusto: 2.119

Hc: comuna= 108.73= 4,41%

M potencial=Mt x Mg x Me x Mg

Mt: ciudad= 2`464.322= 100%

Mg: mercado por género: Hombres= 52.211= 2,37

Mujeres= 50.647= 2,11

Me: estrato socioeconómico: 2= 96.6%

ME: edad= 14-18: Hombres: 4.333= 0,17

Mujeres: 4.143= 0,16

MG: a los que les gusta mi producto= 2.119= 0,08

6.4 ANALISIS DE MERCADO

La educación es un deber y un derecho, que forma parte de la cotidianidad, una ciudad y una comunidad funcionan y puedan ser competitivos mejorando cada vez más los niveles de superación a nivel mundial.

Por esta razón la empresa "ENSEZANZA CREATIVA" está dedicada a formar a jóvenes entre 14 y 18 años de la comuna 2, estrato 2, con el fin de minimizar el analfabetismo, la escasez de recursos y otros factores que influyen en el no desarrollo de la sociedad.

Actualmente los jóvenes buscan una garantía de estudio que les permita pertenecer a un ámbito laboral, social, ser competitivos a un mercado objetivo poder llevar a cabo sus metas y proyectos de vida. ENSEÑANZA CREATIVA brinda conocimientos a los jóvenes entre 14 y 18 años que se encuentren interesados por recibir unas clases extras enfocadas en el diseño textil y modas

con el propósito de que se orienten y tengan nuevas expectativas de estudio profesionales, nuevos campos laborales, entre otros.

Elaboración de la encuesta

El método a utilizar para poder establecer la demanda, es realizar una encuesta a los clientes determinados donde se realizaran preguntas frente al servicio que desea adquirir. Para así recibir unos resultados positivos los cuales deben seguir ciertos parámetros

Procedimiento para realización de encuesta.

El procedimiento fue muestreo por selección intencionada o por conveniencia:

“Consiste en la elección por métodos aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetiva. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo”.

Por esta razón la empresa “ENSEZANZA CREATIVA” estará dedicada guiar a jóvenes entre 14 y 18 años de la comuna 2, estrato 2 con el fin de minimizar el analfabetismo, la escasez de recursos y otros factores que influyen en el no desarrollo de la sociedad.

Actualmente los jóvenes buscan una garantía de estudio que les permita pertenecer a un ámbito laboral, social, ser competitivos a un mercado objetivo poder llevar a cabo sus metas y proyectos de vida. Por ende enseñanza creativa brinda conocimientos a los jóvenes entre 14 y 18 años que se encuentren interesados por recibir unas clases extras enfocadas en el diseño textil y modas con el propósito de que se orienten y tengan nuevas expectativas de estudio profesionales, nuevos campos laborales, entre otros.

Elaboración de la encuesta, el método a utilizar para poder establecer la demanda, es realizar una encuesta a los clientes determinados donde se realizaran preguntas frente al servicio que desea adquirir. Para así recibir unos resultados positivos los cuales deben seguir ciertos parámetros

Procedimiento para realización de encuesta, el procedimiento fue muestreo por selección intencionada o por conveniencia que consiste en la elección por métodos aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetiva. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo.

Cuadro N° 2 Ficha Técnica De La Encuesta

1. Solicitado por: ENSEÑANZA CREATIVA
2. Realizado por: Paula Andrea Echeverry Gómez
3. Universo: Se encuestaron 100 Jóvenes con edades entre los 14 y 18 años, de estrato socioeconómicos 2.
4. Unidad de muestreo: Las encuestas se distribuyeron a las salidas y entradas de los colegios ubicados en la comuna 2 barrió santa cruz
5. Fecha: mayo 23 de 2014
6. Área de cobertura: Comuna 2, barrio santa cruz de Medellín
7. Tipo de muestreo: Muestreo probabilístico aleatorio simple $FX = \{[N * P (1 - P)]/[N*(E^2/Z^2) + P*(1-P)]\}$
8. Técnica de recolección de datos: se procedió a abordar de manera informal a las diferentes personas para realizar la encuesta personalmente.
9. Tamaño de la muestra: Para llegar a la determinación del tamaño de la muestra es necesario tomar como referencia algunos censos del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), realizados en el Valle de Aburra. Según estos censos, se puede afirmar que: En la ciudad existe una población 1.275.475 mujeres y 1.117.536 hombres La población de Medellín 2` 464.322habitantes. En el barrio santa cruz se encuentra una población de hombres 52.217, mujeres 528.647 En el barrio santa cruz el número de jóvenes con edades entre 14 y 18 años de edad es hombres 4.333, mujeres 4.143

10. Objetivo de la encuesta: Realizar un estudio de preferencias a la hora de adquirir un nuevo conocimiento para un análisis de mercado que le permita a “ENSEÑANZA CREATIVA”, conocer la disponibilidad horaria, gustos y preferencias de los jóvenes entre 14 y 18 años para la aprensión de educación no formal acerca del diseño textil y de modas para poder brindar un mejor servicio.

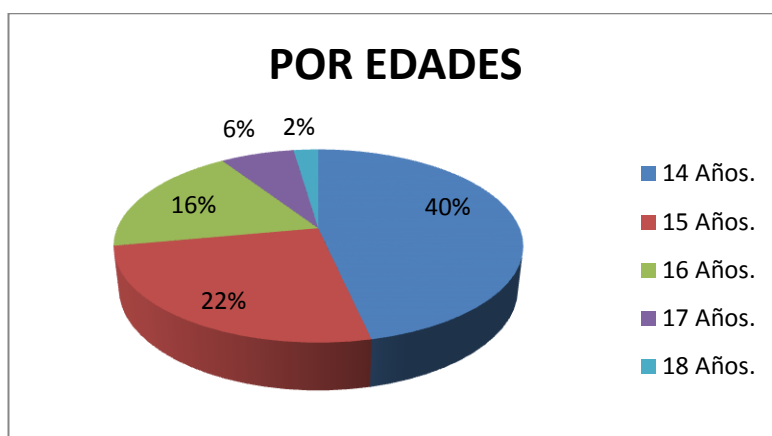
11. Número de preguntas formuladas: Se realizaron 10 preguntas entre abiertas y cerradas.

Fuente: Elaboración propia

Resultado de la encuesta

Se realizaron 100 encuestas con el objetivo de conocer la disponibilidad horaria, los gustos y preferencias que tienen los jóvenes de la comuna 2 estrato 2, barrio santa cruz de la ciudad de Medellín, al momento de recibir una educación no formal enfocada en el diseño textil y producción de modas; a lo cual ellos respondieron.

Imagen N° 2 Jóvenes encuestados por edad



Fuente: elaboración propia

El 40% de los jóvenes de la comuna 2 tienen un rango de edad de 14 años, y el 2% de la población encuestada están en los 18 años.

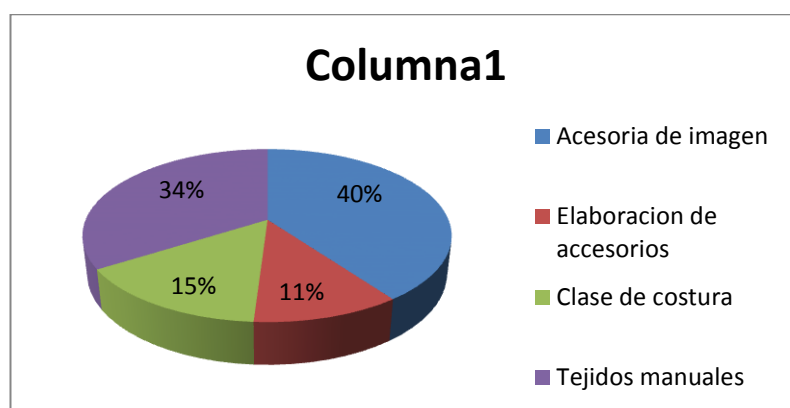
Imagen N° 3 Jóvenes encuestados por género



Se puede denotar que el 86% de la mayoría de la población son jóvenes (mujeres) y el 12% de la población son hombres.

1. ¿QUE TIPO DE EDUCACION NO FORMAL PREFIERE?

Imagen N° 4 ¿Qué tipo de educación no formal prefiere?

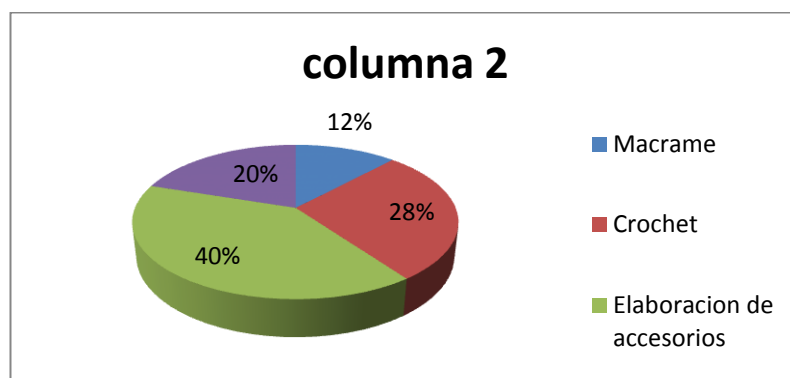


Fuente: elaboración propia

El 40% de los jóvenes a la hora de recibir una clase no formal prefieren, asesoría de imagen y en cambio el 11% prefieren elaboración de accesorios.

2. ¿QUE LE GUSTARIA APRENDER EN UNAS CLASES DE MANUALIDADES

Imagen N° 5 ¿Qué le gustaría aprender en una clase de manualidades?

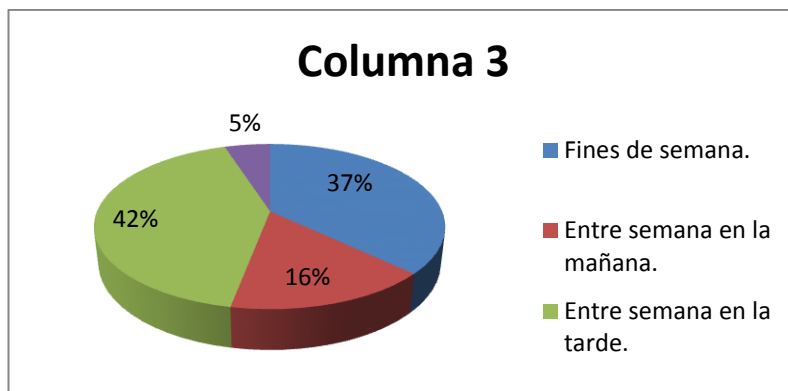


Fuente: elaboración propia

El 40% de los jóvenes a la hora de recibir una clase de manualidades prefieren elaboración de accesorios, y el 12% prefiere macramé.

3. ¿QUE DISPONIBILIDAD HORARIA TIENE PARA LA APRENSION DE LA EDUCACIÓN?

Imagen N° 6 ¿Qué disponibilidad horaria tiene para la aprensión?

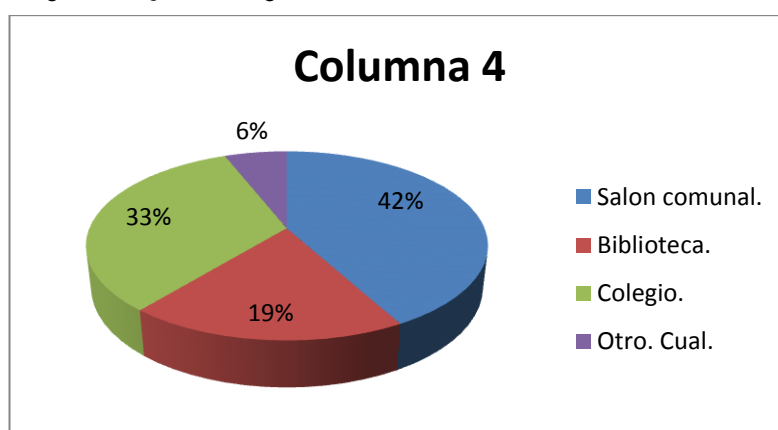


Fuente: elaboración propia

El 42% de los jóvenes tienen una mayor disponibilidad horaria, entre semana en la tarde y el 5% prefieren elegir otros tipos de horario.

4. ¿DONDE LE GUSTARIA RECIBIR UNAS CLASES NO FORMALES?

Imagen N° 7 ¿Dónde le gustaría recibir unas clases no formales?

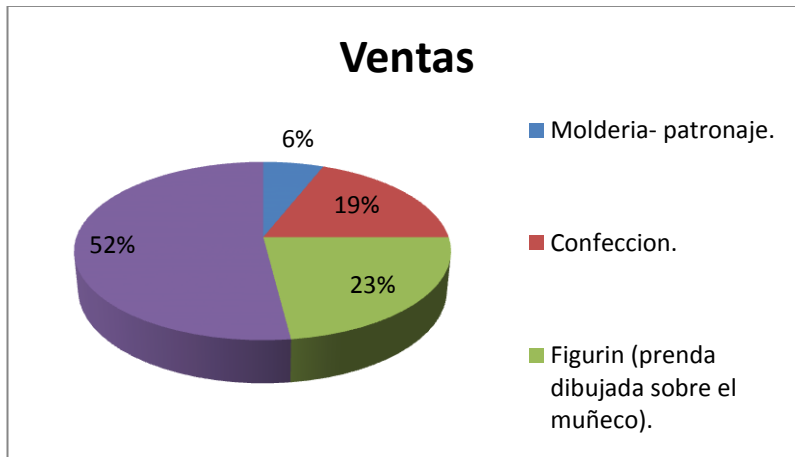


Fuente: elaboración propia

El 42% de los jóvenes prefieren recibir unas clases no formales en el salón comunal, en cambio el 6% prefieren elegir otro lugar para esta aprensión.

5. ¿EN QUE CONOCIMIENTOS BASIICOS DEL DISEÑO LE GUSTARIA PROFUNDIZAR?

Imagen N° 8 ¿En qué conocimientos básicos del diseño le gustaría profundizar?

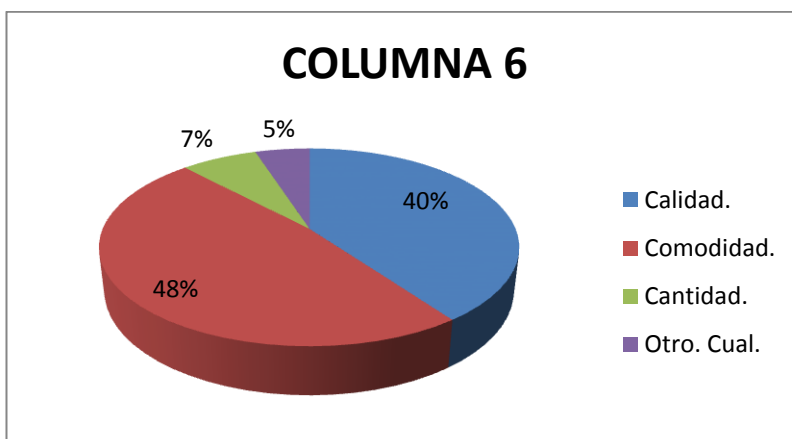


Fuente: elaboración propia

El 52% de los jóvenes prefieren profundizar en el diseño en la parte de la accesoría de imagen el 6% prefieren mordería-patronaje.

6. ¿CUAL CONSIDERA COMO UN FACTOR IMPORTANTE A LA HORA DE RECIBIR UNAS CLASES NO FORMALES?

Imagen N° 9 ¿Cuál considera como un factor importante a la hora de recibir unas clases no formales?

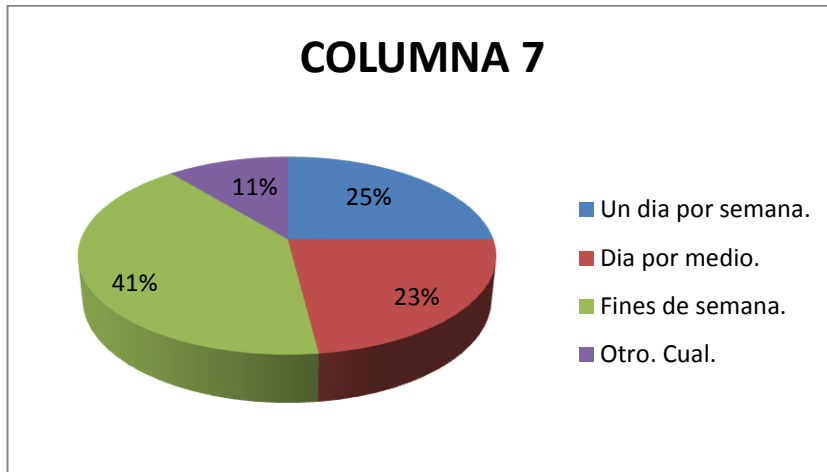


Fuente: elaboración propia

El 48% de los jóvenes considera como un factor importante la comodidad a la hora de recibir las clases y el 5% prefiere elegir otro factor.

7. ¿CON QUE FRECUENCIA LE GUSTARIA RECIBIR LA CAPACITACION?

Imagen N° 10 ¿con que frecuencia le gustaría recibir la capacitación?

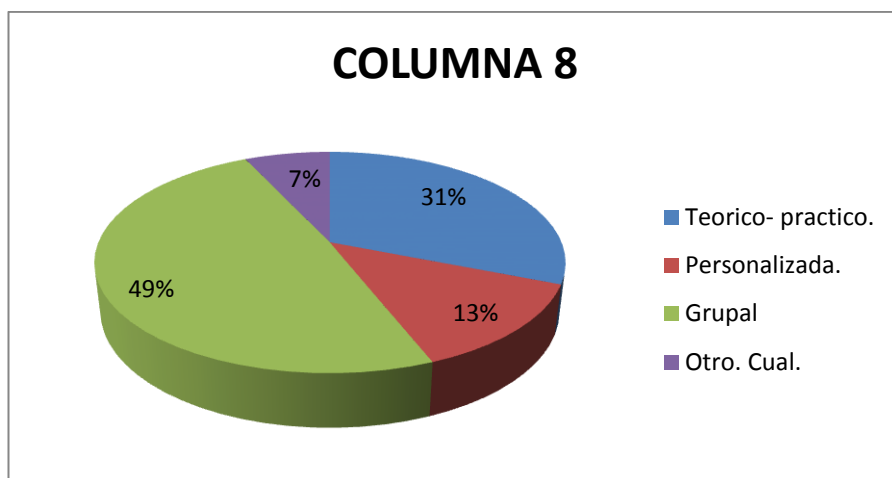


Fuente: elaboración propia

El 41% de los jóvenes requieren que el curso sea dictado los fines de semana.

8. ¿COMO LE GUSTARIA QUE FUERA LA ENSEÑANZA?

Imagen N° 11 ¿Cómo le gustaría que fuera la enseñanza?

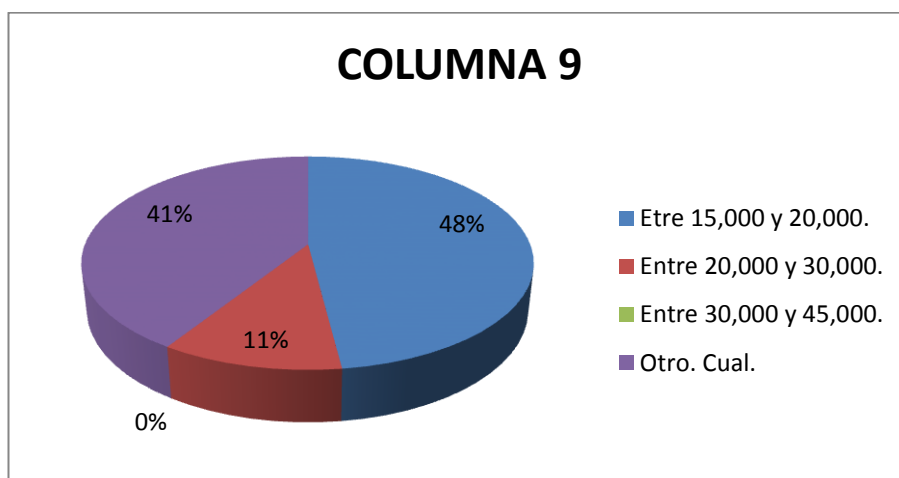


Fuente: elaboración propia

El 49% de los jóvenes prefieren que la enseñanza sea grupal en cambio el 7% prefiere elegir otro tipo de opción.

9. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LA APRENSION DE LA EDUCACION NO FORMAL SOBRE EL DISEÑO DE MODAS?

Imagen N° 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la adquisición de la educación no formal sobre el diseño de modas?

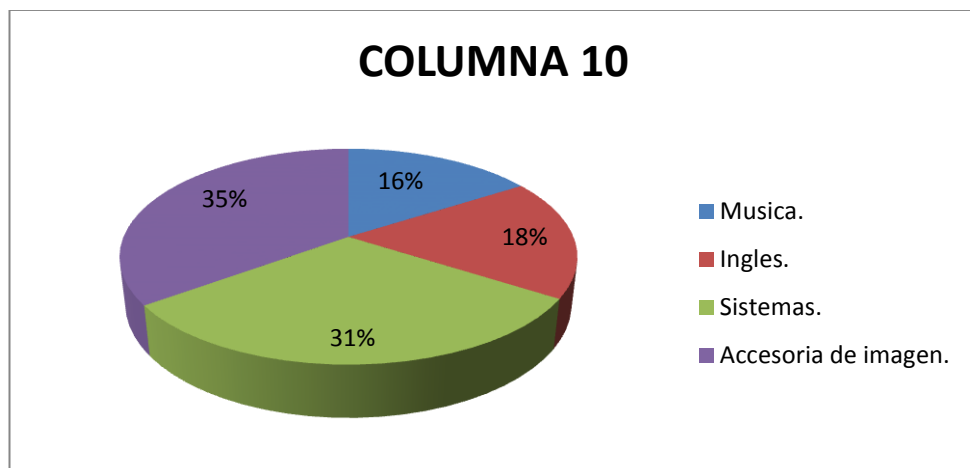


Fuente: elaboración propia

El 48% de los jóvenes deciden que están dispuestos a pagar por una aprensión no formal, entre 15.000 y 20.000 y en cambio el 0% deciden tomar otra opción.

10. ¿QUE OTRO TIPO DE CLASES NO FORMALES NO FORMALES LE GUSTARIA APRENDER?

Imagen N° 12 ¿Qué otro tipo de clases no formales le gustaría aprender?



Fuente: elaboración propia

El 35 % de los jóvenes prefieren como clase no formal la accesoría de imagen y el 16% toman la opción de recibir clases de música como no formales.

6.5 PROPUESTA DE VALOR

La empresa enseñanza creativa, brinda la oportunidad al individuo de recibir aprendizaje, en el entorno en que vive, lo que hace que su movilidad sea lo mínimo posible y sin ningún costo de transporte, dándole a la vez un nuevo conocimiento para un próximo entorno laboral, partiendo de su comunidad para mejorar su proyecto de vida abriendo nuevos horizontes y espacios de aprendizaje para una nueva base económica.

6.6 CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACIÓN

La empresa “Enseñanza creativa” tiene canales de distribución directos e indirectos, directos: capacidad de tener un mayor control sobre el mismo debido a que yo seré la que imparta este nuevo conocimiento para todo aquellos jóvenes que lo quieran obtener ; indirectos: de este se encargara la misma comunidad, de difundir este producto o nuevo conocimiento acerca del diseño de modas.

El canal de distribución para enseñanza creativa; serán los canales cortos debido a que el producto beneficiara directamente al estudiante y su entorno.

PARROQUIA: será un estrategia importante ya que por medio de los anuncios parroquiales convocará a todos los jóvenes de la comuna 2, barrio santa cruz a hacer parte del nuevo proyecto sobre las clases no formales enfocadas en el diseño textil y producción de modas.

ACCION COMUNAL: será incondicional para la organización de eventos y comunicador oficial sobre la enseñanza no formal acerca del diseño de modas que se dictara en el barrio santa cruz.

6.7 RELACION CON LOS CLIENTES

La empresa “Enseñanza creativa” tiene canales de distribución directos e indirectos, directos: capacidad de tener un mayor control sobre el mismo debido a que yo seré la que imparta este nuevo conocimiento para todo aquellos jóvenes que lo quieran obtener ; indirectos: de este se encargara la misma comunidad, de difundir este producto o nuevo conocimiento acerca del diseño de modas.

El canal de distribución para enseñanza creativa; serán los canales cortos debido a que el producto beneficiara directamente al estudiante y su entorno.

PARROQUIA: será un estrategia importante ya que por medio de los anuncios parroquiales convocará a todos los jóvenes de la comuna 2 barrio santa cruz a hacer parte del nuevo proyecto sobre las clases no formales enfocadas en el diseño textil y producción de modas.

ACCION COMUNAL: será incondicional para la organización de eventos y comunicador oficial sobre la enseñanza no formal acerca del diseño de modas que se dictara en el barrio santa cruz.

6.8 COMPETENCIA DIRECTA

Conocer las fuerzas de la competencia, destacando fortalezas y debilidades para trabajar sobre sus puntos más positivos. Es por eso que nuestra estrategia debe de estar segmentada en la calidad, la variedad, la economía y la creatividad, nuestros diseños deben de estar a la vanguardia de las necesidades de los participantes, porque un participante satisfecho traerá más clientes.

Imagen N° 14 Comfama



Comfama podría ser una competencia directa de enseñanza creativa, pero investigando y profundizando más sobre sus cursos, la gran mayoría se dictan en el comfama que está ubicado en el palo, siendo estos dictados a un alto costo y tanto para adultos como para jóvenes.

Y el comfama que está ubicado en Aranjuez, el tiene como programas: deporte, piscina, biblioteca, jardín para niños y otros, pero no dicta los cursos como por ejemplo: patronaje y escalado, estampación textil y manejo de maquinas.

COMPETENCIA INDIRECTA

Imagen N° 15 Educación sin Fronteras



Corporación Educación Sin Fronteras

Dirección: carr. 47-41-55 MEDELLIN ANTIOQUIA.

La educación implementada es:

Desarrollo Humano Integral Para La Infancia Y La Adolescencia

El propósito del Programa es garantizar el Desarrollo Humano Integral de niños, niñas y jóvenes en situaciones de vulnerabilidad, en riesgo y/o violación de derechos, a través de la promoción, exigibilidad de sus derechos fundamentales y la sensibilización a la corresponsabilidad de Estado, Familia, Sociedad e Individuo.

Perfil Del Destinatario

Niños, niñas y jóvenes en situaciones de vulnerabilidad, en riesgo y/o violación de Derechos que cumplen con las siguientes características:

- Edad entre 2 y 18 años preferiblemente.
- Residen en sectores excluidos de la Ciudad de Medellín.
- Riesgo de vinculación al conflicto sociopolítico y delincuencia social.
- Insuficiente impacto Estatal.

- Débil acceso a ingresos económicos sostenibles de los sujetos y sus familias.

Problemática Atendida

Riesgo Social.

Marginalidad y exclusión social.

Baja cobertura Estatal.

Participación directa e indirecta en conflicto.

Articulación

- Plan de desarrollo municipal.
- Política Pública de atención a la primera infancia, menor y adolescente.
- Derechos de los niños (convención Internacional)
- Sistema Nacional de Bienestar Familiar (ICBF)
- Objetivos de Milenio
- OCDE – Cooperación para el desarrollo

Promoción Humana

Promover el Desarrollo Humano de jóvenes preferentemente en situación de Vulnerabilidad, en riesgo y/o violación de derechos, empoderándolos para ser sujetos activos de su desarrollo a nivel individual, familiar, comunitario y social.

Perfil del Destinatario

Jóvenes en situación de vulnerabilidad, en riesgo y/o violación de Derechos que cumplen con las siguientes características preferiblemente:

- Edad entre 14 - 26 años.
- Riesgo de vinculación al conflicto sociopolítico y delincuencia social.

- Débil acceso a ingresos económicos sostenibles de los sujetos y sus familias.

Problemática Atendida

- Riesgo social
- Marginalidad y exclusión social
- Baja participación ciudadana
- Participación directa e indirecta en conflicto
- Percepción de los Jóvenes de una ciudad como escenario de confrontaciones políticas y militares

Articulación

- Plan de Desarrollo Municipal
- Política Pública de atención a la primera infancia, menor y adolescente
- La ley 812 de junio 26 de 2003
- Ley de Juventud (Ley 375)
- OIJ. Programa regional de acciones para el desarrollo de la juventud en América Latina (desafíos prioritarios, 1995-2000).
- Objetivos de Milenio
- OCDE – Cooperación para el Desarrollo.

Productividad sostenible

Promover el Emprendimiento y la generación de ingresos sostenibles de jóvenes y adultos de sectores subnormales de la ciudad de Medellín, a través de la Formación y capacitación técnica específica y el Desarrollo de Iniciativas productivas sustentables.

Perfil del Destinatario

Jóvenes y adultos en situación de vulnerabilidad, en riesgo y/o violación de Derechos que cumplen con las siguientes características preferiblemente

- Edad entre 18 y 40 años preferiblemente.
- Débil acceso a ingresos económicos sostenibles de los sujetos y sus familias.
- Insuficiente acceso financiero para implementar las iniciativas productivas.

CENFORMA: centro de educación para el trabajo.

CENFORMA centro de educación para el trabajo.

Car 17 - 7-85 Girardota

Teléfonos: +(57) (4) 2898900

Imagen N° 16 IME



Dir. 50 57-69 a una cuadra de la estación Prado del metro.

Medellín, Antioquia. Colombia.

Teléfono: +(57) (4) 512444

Brindan clases de: diseño gráfico de modas, asistente contable y financiero de gerencia venta y mercadeo, agente de turismo, periodismo y comunicación social, locución social, producción audiovisuales, musical, disc jockes.

Imagen N° 17 CORPROE



Dir. CI-48-39-21

Medellín, Antioquia. Colombia

Teléfono: +(57)(4) 2396676

Teléfono: +(57) (4) 2397873

Secciones: computación, colegios, gimnasios de educación física, asociación de servicio a la comunidad, centro de educación especial, corporaciones de bienestar social, educación para el trabajo y el desarrollo humano.

Imagen N° 18 Comfenalco



COMFENALCO

Sede administrativa Palacè

Teléfono: 4447110

Dir. Carrera 50 # 53 – 43

Correo electrónico: comentarios@comfenalcoantioquia.com

PROGRAMA JORNADA ESCOLAR COMPLEMENTARIA “TALENTOS QUE BRILLAN

Constituye una apuesta por consolidar un proceso pedagógico mediante el cual se contribuya en la formación de Niños, Niñas y Adolescentes, con menores oportunidades sociales pertenecientes a las instituciones educativas de los niveles 1 y 2 del SISBEN. En convenio con las secretarías de Educación Municipal descentralizadas, se complementa el desarrollo circular de los establecimientos educativos, con el objetivo de orientar pedagógicamente la utilización del tiempo libre en actividades que fortalezcan las competencias básicas y ciudadanas.

El programa está distribuido en tres modalidades:

FORMACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL: busca potenciar y desarrollar la sensibilidad, la experiencia estética, el pensamiento creativo y la expresión simbólica a partir de manifestaciones materiales e inmateriales en contextos interculturales, que expresan desde lo sonoro, lo corporal y lo literario teniendo presentes nuestros modos de relacionarnos con el arte la cultura y el patrimonio.

EDUCACION AMBIENTAL: permite a los estudiantes conocer las interrelaciones que existen en su contexto inmediato, identificar y reconocer las constantes relaciones que se crean en el ambiente y hacer consciente la responsabilidad que se debe asumir frente al entorno.

ESCUELAS DEPORTIVAS: promueve el desarrollo físico y socio afectivo progresivo, promoviendo la generación de habilidades y experiencias motrices, el perfeccionamiento del deporte participativo y la especialización hacia el deporte competitivo.

6.9 ALIANZAS CLAVES

Al momento de materializar una idea de negocio las alianzas son fundamentales para el crecimiento y desarrollo de la empresa Enseñanza Creativa, ya que si queremos que proyecto sea puesto en marcha necesitamos de la ayuda de alianzas tales como:

- Secretaria de cultura ciudadana: es la que me brindara el permiso para que las clases y/o el curso sea puesto en marcha sin ningún costo.
- Parroquia “Rosa Mística”: me ofrecerá los espacios, recursos, y el salón parroquial para que se pueda llevar a cabo el curso de diseño de modas.
- Acción comunal: será un apoyo incondicional ya que además de convocar a todos los jóvenes, también me facilitara el salón comunal para dictar el curso en un buen espacio limpio y cómodo.
- Bombay: me venderá todos los insumos necesarios, para las clases los cuales serán pagos de contado.
- Almacenes textiles: me ofrecerá telas y retazos de buena calidad y a bajos costos los cuales serán pagados de contado.
- Tintorerías: el cual le dará el acabado final de tinte o estampado a la tela o la prenda.

6.10 CADENA DE VALOR

Procesos Estratégicos

Información: Se utilizara una herramienta muy eficaz, la cual se trata de repartir volantes con toda la información necesaria acerca de ENSEÑANZA

CREATRIVA con el fin de avisar para que la misma sea aumentada en transcurso de los días.

Comunicación: Motivar e incentivar a la comuna 2, informándoles por medio de voz a voz, parroquia, acción comunal y otros medios para hablarles acerca de un nuevo conocimiento que se llevaran a cabo en su comunidad con el fin de un mejoramiento en su calidad de vida.

Procesos Claves

Extensión cultural: el aprovechamiento de los recursos del medio.

Desarrollo socioeconómico: el propósito de la iniciativa de este proyecto, es brindar conocimientos a jóvenes vulnerables, con miras a mejorar su calidad de vida.

Consultoría: elaborar proyectos que ayuden a los jóvenes a desarrollar expectativas reales, para su futuro laboral.

Procesos de Soporte

Gestión de recursos: se planifica trabajar con recursos de bajo costo para poner en marcha, el plan de desarrollo de la creatividad donde, el papel, el lápiz, los colores, telas jugaran parte importan te de nuestra iniciativa.

Infraestructura: contamos con un aula comunal, con cada capacidad para 15 personas por jornada.

Gestión de recursos humanos: se planifica trabajar con recursos de bajo costo para poner en marcha, el plan de desarrollo de la creatividad, Gestión de recursos: se gestionara la manera de que los recursos se puedan obtener sin necesidad de que ningún miembro del mismo tenga que poner dinero.

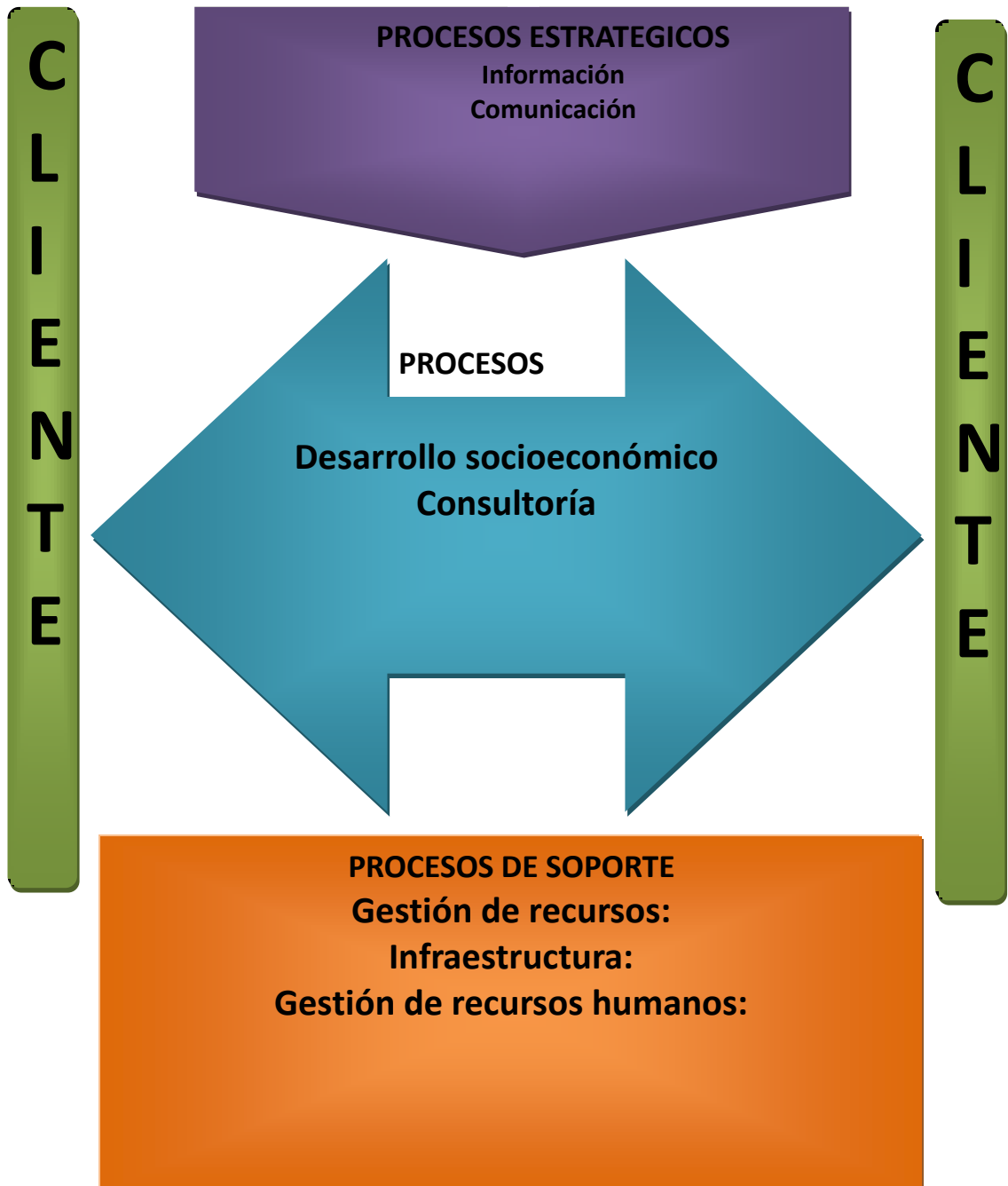
Procesos Claves

Gestión de recursos: se planifica trabajar con recursos de bajo costo para poner en marcha, el plan de desarrollo de la creatividad, Gestión de recursos:

Se gestionara la manera de que los recursos se puedan obtener sin necesidad de que ningún miembro del mismo tenga que poner dinero.

Infraestructura: contamos con un aula comunal con cada capacidad para 15 personas por jornada.

Imagen N° 19 Cadena de valor



6.11 RECURSOS CLAVES

Enseñanza Creativa requiere de recursos claves necesarios para su puesta en marcha y cumplimiento de las actividades estratégicas.

Cámara y comercio cuya inscripción 109.000 empresas de capitales mínimos.

CuadroN°3 Inversión.

INVERSION				
Producto	Cantidad	Proveedor	valor unitario	Subtotal
Mesas	8	Homecenter	\$ 350.000	\$ 2`800.000
Sillas	15	Homecenter	\$ 80.000	\$ 1`200.000
Borrador para tablero	2	Homecenter	\$ 4.900	\$ 9.800
Web básica (pág. internet anual)	1	Internet	\$ 870.000	\$ 870.000
Tijeras de tela	2	Bombay	\$ 9.000	\$ 18.000
Computador	1	Homecenter	\$ 1`800.000	\$ 1`800.000
Celular	1	Claro	\$ 600.000	\$ 600.000
TOTAL \$ 7`297.800				

Fuente: Elaboración propia

6.12 ESTRUCTURA DE COSTOS

ADMINISTRATIVO

Cuadro N° 4 Costos fijos

COSTOS FIJOS	
	Mensualmente
Servicios públicos	\$ 70.000
Arriendo	\$ 200.000
Internet	\$ 17.500
Celular (plan)	\$ 40.000
TOTAL	\$ 327.500

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N°5 Gastos fijos

GASTOS FIJOS	
	Mensualmente
Salario de gerente	\$ 502.040
Papelería (publicidad)	\$100.000
Artículos de aseo	\$ 80.000
TOTAL	\$ 682.040

Fuente: Elaboración propia

PRODUCTIVO

Cuadro N° 6 Costo unitario variable

Costo unitario variable		
Producto	Cantidad	Precio Unitario
Papel periódico	1 pliego	\$ 200
Portaminas	1	\$ 1.200

Tijeras de papel	1	\$ 2.000
Metro	1	\$ 1.500
Block	1 x 80h	\$ 1.500
Reglas escala real	1 paq x 5	\$ 50.000
Colores	1 x 12	\$ 20.000
Micro puntas de colores	1 x 6	\$ 3.000
Acuarelas	1 rueda x10	\$ 3.000
Pinceles	1 x 5	\$ 4.700
Cinta ilusión	1 rueda	\$ 2.500
Tropa de pollo	1 bola	\$ 2.500
Hilo encerado	1 carretel	\$ 3.000
Lana	1 k	\$ 4.200
Aguja (crochet)	1 paño x 6	\$ 2.800
Ganchillo plástico (lana)	1	\$ 1.450
Canutillo	1 dedal	\$ 800
Hilo caucho	1 cono	\$ 7.000
Nylon (pesca)	1 carretel	\$ 1.500
Agujas (recamar)	1 paño x 6	\$ 2.850
Tela (tejido de punto)	1 mt	\$ 5.500
Tela (tejido plano)	1 mt	\$ 6.000
Pedrería	1 dedal	\$ 900
Cierre	1 x 15 cm	\$ 400
Botón (pasta)	1	\$ 500
Entretela	1 mt	\$ 5.000
Documentación (impresión)	1 h	\$ 100
Borradores	1	\$ 550
		TOTAL \$ 134.650

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 7 Costo material para 30 estudiantes

COSTO DE MATERIALES PARA 30 ESTUDIANTES		
Producto	Cantidad	Precio total
Papel periódico	3 rollo x 20	\$ 7.500
Portaminas	15	\$ 18.000
Tijeras de papel	15	\$ 30.000
Metro	15	\$ 22.500
Block	10	\$ 15.000
Reglas escala real	5 x 5 c/u	\$ 250.000
Colores	5 x 12 und	\$ 100.000
Micro puntas de colores	10	\$ 30.000
Acuarelas	6	\$ 18.000
Pinceles	5 x 5 c/u	\$ 23.500
Cinta ilusión	7 ruedas	\$ 17.500
Tripa de pollo	3 bolas	\$ 7.500
Hilo encerado	4carreteles	\$ 12.000
Lana	5 k	\$ 21.000
Aguja corta (crochet)	5 pañ	\$ 14.000
Ganchillo plástico (lana)	15	\$ 21.750
Canutillo	40 dedal	\$ 48.000
Hilo caucho	3 conos	\$ 21.000
Nylon (pesca)	3 carretel	\$ 4.500
Agujas (recamar)	5 paño x 6	\$ 14.250
Tela (tejido de punto)	30mt	\$ 165.000
Tela (tejido plano)	30 mt	\$ 180.000
Pedrería	40 dedal	\$ 36.000
Cierre	30 x 15 cm	\$ 12.000
Botón (pasta)	7 b x 30	\$ 75.000
Entretela	3mt	\$ 15.000
Documentación (impresión)	1 h	\$ 50.000

Borradores	15	\$ 8.250
	TOTAL	\$ 1`116.250

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 8 Prestación de la capacitación

Prestación de la capacitación	
Prestación	Mensualidad
Salario	\$ 502.040
Transporte	\$ 20.000
Alimentación	\$ 45.000
	TOTAL \$ 567.040

Fuente: Elaboración propia

VENTAS

Cuadro N° 9 Costo variable

Costos variables	
	Anualmente
Publicidad	\$ 250.000
Representación de viajes	\$ 1`000.000
TOTAL	\$ 1`250.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro N° 10 Actividad N° 1

ACTIVIDAD N° 1				
Insumo	Cantidad	Valor	Cantidad total	Valor total

	unitaria	unitario		
Guías	1x2	\$ 100	30x2	\$ 3.000
Marcadores	1	\$ 1.300	4	\$ 5.200
Lapiceros	1	\$ 600	15	\$ 9.000
TOTAL 17.200				

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 11 Actividad N° 2

ACTIVIDAD N° 2				
Insumo	Cantidad unitaria	Valor unitario	Cantidad total	Valor total
Block	1x 80h	\$ 1.500	1	\$ 1.500
Portaminas	1	\$ 1.200	15	\$ 18.000
Borrador	1	\$ 550	15	\$ 8.250
TOTAL		\$ 27.750		

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 12 Actividad N° 3 – 4 -5

ACTIVIDAD N° 3 - 4 - 5				
Insumo	Cantidad unitaria	Valor unitario	Cantidad total	Valor total
Colores	1x12	\$ 20.000	5	\$ 100.000
pinceles	1x5	\$ 4.700	5	\$ 23.500
acuarelas	1	\$ 1.300	4	\$ 5.200
Micro puntas de colores	1x 6	\$ 3.000	5	\$ 15.000
TOTAL				\$158.700

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 13 Actividad N° 6 -7 -8

ACTIVIDAD N° 6 – 7 -8				
Insumo	Cantidad unitaria	Valor unitario	Cantidad total	Subtotal
Cinta ilusión	1 rueda	\$ 5.900	7 ruedas	\$ 9.100
Lana	1 kilo	\$ 4.200	7 kilos	\$ 29.400
Tripa de pollo	1 bola	\$ 2.500	3 bolas	\$ 7.500
Agujas crochet	1 paño x 6	\$ 2.800	5 pañ x 6	\$ 14.000
Hilo encerado	1 carretel	\$ 3.000	4 carreteles	\$ 12.000
Ganchillo plástico	1	\$ 1.450	15	\$ 21.750
TOTAL \$ 93.750				

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 14 Actividad N° 9 - 10

ACTIVIDAD N° 9 - 10				
Insumo	Cantidad unitaria	Valor unitario	Cantidad total	Valor total
Canutillo	1 sedal	\$800	40 dedal	\$ 32.000
Hilo caucho	1 cono	\$ 7.000	3 conos	\$ 21.000
Nylon (pesca)	1 crretel	\$ 1.500	3 carretel	\$ 1.500
Aguja para recamar	1 paño x6	\$ 2.850	5 paños x6	\$ 17.100
TOTAL \$ 71.600				

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 15 Actividad N° 10 – 11 - 12

ACTIVIDAD N° 10 – 11- 12				
Insumo	Cantidad unitaria	Valor unitario	Cantidad total	Valor total
Papel periódico	1 pliego	\$ 200	3 rollos x 20	\$ 7.500
Portaminas	1	\$ 1.200	15	\$18.000
Tijeras de papel	1	\$ 2.000	15	\$ 30.000
Metro	1	\$ 1.500	15	\$ 22.500
Reglas escala real	1 Paquete x 5	\$ 50.000	5x5	\$ 250.000
Tela (tejido de punto)	1 mt	\$ 5.500	30mt	\$ 165.000
Tela (tejido plano)	1mt	\$ 6.000	30mt	\$ 180.000
Entretela	1mt	\$ 5.000	3mt	\$ 15.000
Tijeras de tela	1	\$ 9.000	2	\$ 18.000
TOTAL				\$ 713.500

Fuente: Elaboración propia

6.13 ESTRUCTURA FINANCIERA

TABLA N° 1 Bases financieras iniciales proyectadas a 5 años

PARAMETRO	VALOR	EXPLICACION
Nombre de los Productos		
CURSO		
Información del Proyecto		
Tasa de Descuento	18%	Tasa Efectiva Anual
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes	
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	13 mes	
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	25 mes	
Condiciones de la Deuda		
Gracia	0	Gracia a Capital (Años)
Plazo	5	Plazo de la Deuda (Años)
Tasa en pesos	10%	Puntos por encima del DTF
Depreciación Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	10	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	5	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	5	Vida útil (años)
Semovientes	10	Agotamiento (años)
Cultivos Permanentes	10	Agotamiento (años)
Otros		
Gastos Anticipados	5	Amortización (años)

Fuente: Tabla Fonade, datos propios

Proyecciones financieras

TABLA Nº 2 Proyecciones financieras a 5 años

	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas							
Inflación	%		3,24%	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%
Devaluación	%		3,55%	1,91%	-5,73%	-4,91%	2,21%
IPP	%		3,40%	3,40%	3,40%	3,40%	3,40%
Crecimiento PIB	%		4,85%	4,63%	4,58%	4,56%	4,47%
DTF T.A.	%		5,43%	5,30%	4,89%	4,95%	4,87%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio CURSO	\$ / unid.		4.231.146	4.361.888	4.490.564	4.617.198	4.741.862
Precio	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Precio	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Precio	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Precio	\$ / unid.		0	0	0	0	0
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades CURSO	unid.		8	8	9	9	10
Unidades	unid.		0	0	0	0	0
Unidades	unid.		0	0	0	0	0
Unidades	unid.		0	0	0	0	0
Unidades	unid.		0	0	0	0	0
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		4.231.146,0	4.361.888,4	4.490.564,1	4.617.198,0	4.741.862,4
Ventas	unid.		8	8	9	9	10
Ventas	\$		33.849.168	36.510.751	39.309.340	42.260.918	45.342.030
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pronto pago	\$		0	0	0	0	0

Costos Unitarios Materia Prima	
Costo Materia Prima CURSO	\$ / unid.
Costo Materia Prima	\$ / unid.
Costo Materia Prima	\$ / unid.
Costo Materia Prima	\$ / unid.
Costo Materia Prima	\$ / unid.
Costos Unitarios Mano de Obra	
Costo Mano de Obra CURSO	\$ / unid.
Costo Mano de Obra	\$ / unid.
Costo Mano de Obra	\$ / unid.
Costo Mano de Obra	\$ / unid.
Costo Mano de Obra	\$ / unid.
Costos Variables Unitarios	
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.
Otros Costos de Fabricación	
Otros Costos de Fabricación	\$
Costos Producción Inventariables	
Materia Prima	\$
Mano de Obra	\$
Materia Prima y M.O.	\$
Depreciación	\$
Agotamiento	\$
Total	\$
Margen Bruto	\$
Gastos Operacionales	
Gastos de Ventas	\$
Gastos Administración	\$
Total Gastos	\$
Capital de Trabajo	

1.653.448	1.709.666	1.767.794	1.827.899	1.890.048
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0

62.757	64.696	66.604	68.483	70.332
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0

1.653.448,4	1.709.665,6	1.767.794,2	1.827.899,2	1.890.047,8
62.756,7	64.695,9	66.604,4	68.482,7	70.331,7
1.716.205,1	1.774.361,5	1.834.398,7	1.896.381,9	1.960.379,5

1.000.000	1.050.000	1.102.500	1.157.625	1.215.506
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

13.227.587	14.310.585	15.474.854	16.730.645	18.072.774
502.054	541.531	583.040	626.818	672.517
13.729.641	14.852.116	16.057.894	17.357.462	18.745.291
295.000	295.000	295.000	295.000	695.000
0	0	0	0	0
14.024.641	15.147.116	16.352.894	17.652.462	19.440.291
58,57%	58,51%	58,40%	58,23%	57,13%

3.924.000	4.131.972	4.334.025	4.548.560	4.770.075
1.250.000	1.316.250	1.380.615	1.448.955	1.519.519
5.174.000	5.448.222	5.714.640	5.997.515	6.289.594

Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	días		90	90	90	90	90
Cartera Clientes	\$	8.462.292	8.462.292	9.127.688	9.827.335	10.565.229	11.335.508
Provisión Cuentas por Cobrar	%		5%	5%	5%	5%	5%
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		90	90	90	90	90
Invent. Prod. Final	\$	3.506.160	3.506.160	3.786.779	4.088.223	4.413.116	4.860.073
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		5	5	5	5	5
Invent. Prod. Proceso	\$	194.787	194.787	210.377	227.124	245.173	270.004
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		90	90	90	90	90
Invent. Materia Prima	\$	3.306.897	3.306.897	3.577.646	3.868.714	4.182.661	4.518.193
Total Inventario	\$		7.007.844	7.574.802	8.184.060	8.840.950	9.648.270
Anticipos y Otras Cuentas por Cobar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobar	\$	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
Inversiones (Inicio Período)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	550.000	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	2.000.000
Equipos de Oficina	\$	1.200.000	0	0	0	0	0
Semovientes pie de Cria	\$	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	\$	0	0	0	0	0	0

Total Inversiones	\$		0	0	0	0	2.000.000
Otros Activos							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	18.220.136	18.220.136	18.220.136	18.220.136	18.220.136	18.220.136
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		0	7.252.530	11.760.719	16.576.848	21.644.902
Dividendos	%		50%	50%	50%	50%	50%
Dividendos	\$		0	4.029.183	4.365.768	4.590.949	4.829.501

Fuente: Tabla Fonade, datos propios

	00	00	00	00	00	00
Reserva Legal Acumulada	0	0	805.837	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	3.223.347	7.394.951	11.985.900	16.815.401
Utilidades del Ejercicio	0	8.058.367	8.731.536	9.181.897	9.659.002	10.289.944
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	2.000.000	10.058.367	14.760.719	19.576.848	24.644.902	30.105.345
PASIVO + PATRIMONIO	20.220.136	32.247.548	37.281.462	42.319.411	47.622.457	53.393.663

Fuente: Tabla Fonade, datos propios

ESTADO DE RESULTADOS

TABLA Nº 4. Estado de resultado proyectado a 5 años

	Año 1	Año 2	Año 3
ESTADO DE RESULTADOS			
Ventas	33.849.168	36.510.751	39.309.340
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	13.729.641	14.852.116	16.057.894
Depreciación	295.000	295.000	295.000
Agotamiento	0	0	0
Otros Costos	1.000.000	1.050.000	1.102.500
Utilidad Bruta	18.824.527	20.313.635	21.853.946
Gasto de Ventas	3.924.000	4.131.972	4.334.025
Gastos de Administración	1.250.000	1.316.250	1.380.615
Provisiones	423.115	33.270	34.982
Amortización Gastos	1.200.000	1.800.000	2.400.000
Utilidad Operativa	12.027.413	13.032.143	13.704.324
Otros ingresos			
Intereses	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	12.027.413	13.032.143	13.704.324
Impuestos (35%)	3.969.046	4.300.607	4.522.427
Utilidad Neta Final	8.058.367	8.731.536	9.181.897

Fuente: Tabla Fonade, datos propios

FLUJO DE CAJA

TABLA N° 5 Flujo de caja proyectado a 5 años

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional	12.027.413	13.032.143	13.704.324	14.416.421	15.358.126	
Depreciaciones	295.000	295.000	295.000	295.000	695.000	
Amortización Gastos	1.200.000	1.800.000	2.400.000	3.000.000	3.000.000	
Agotamiento	0	0	0	0	0	
Provisiones	423.115	33.270	34.982	36.895	38.514	
Impuestos	0	3.969.046	4.300.607	4.522.427	4.757.419	
Neto Flujo de Caja Operativo	13.945.527	11.191.367	12.133.699	13.225.889	14.334.221	
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar	0	665.396	699.647	737.894	770.278	
Variación Inv. Materias Primas e insumos3	0	270.750	291.067	313.948	335.532	
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	-15.590	-16.747	-18.050	-24.831	
Variación Inv. Prod. Terminados	0	280.619	301.445	324.892	446.957	
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	
Otros Activos	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0	
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0	
Variación del Capital de Trabajo	0	3.000.000	4.232.354	4.308.906	4.394.784	4.577.598
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	550.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	2.000.000
Inversión en Equipos de Oficina	1.200.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos	0	0	0	0	0	0

Permanentes						
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	- 1.750.0 00	0	0	0	0	- 2.000.00 0
Neto Flujo de Caja Inversión	- 1.750.0 00	- 3.000.00 0	- 4.232.35 4	- 4.308.90 6	- 4.394.78 4	- 6.577.59 8
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	18.220. 136					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	- 4.029.18 3	- 4.365.76 8	- 4.590.94 9	- 4.829.50 1
Capital	2.000.0 00	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	20.220. 136	0	- 4.029.18 3	- 4.365.76 8	- 4.590.94 9	- 4.829.50 1

Neto Periodo	18.470. 136	10.945.5 27	2.929.83 0	3.459.02 5	4.240.15 7	2.927.12 1
Saldo anterior		600.000	11.545.5 27	14.475.3 57	17.934.3 82	22.174.5 39
Saldo siguiente	18.470. 136	11.545.5 27	14.475.3 57	17.934.3 82	22.174.5 39	25.101.6 60

Fuente: Tabla Fonade, datos propios

SUPUESTOS MACROECONOMICOS

TABLA N° 6 Supuestos macroeconomicos proyectados a 5 años

	Año 0	Año 1	Año 2
Supuestos Macroeconómicos			
Variación Anual IPC		3,24%	3,09%
Devaluación		3,55%	1,91%
Variación PIB		4,85%	4,63%
DTF ATA		5,43%	5,30%
Supuestos Operativos			
Variación precios		N.A.	3,1%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	4,6%
Variación costos de producción		N.A.	8,0%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	5,3%
Rotación Cartera (días)		90	90
Rotación Proveedores (días)		0	0
Rotación inventarios (días)		180	180

Indicadores Financieros Proyectados				
Liquidez - Razón Corriente			7,76	8,40
Prueba Acida			6	7
Rotacion cartera (días),			90,00	90,00
Rotación Inventarios (días)			74,5	74,7
Rotacion Proveedores (días)			0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total			68,8%	60,4%
Concentración Corto Plazo			0	0
Ebitda / Gastos Financieros			N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda			N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional			35,5%	35,7%
Rentabilidad Neta			23,8%	23,9%
Rentabilidad Patrimonio			80,1%	59,2%
Rentabilidad del Activo			25,0%	23,4%
Flujo de Caja y Rentabilidad				
Flujo de Operación			13.945.527	11.191.367
Flujo de Inversión	-11.757.844		-3.000.000	-4.232.354
Flujo de Financiación	20.220.136		0	-4.029.183
Flujo de caja para evaluación	-11.757.844		10.945.527	6.959.013
Flujo de caja descontado	-11.757.844		9.275.871	4.997.855
Criterios de Decisión				
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor		18%		
TIR (Tasa Interna de Retorno)		72,16%		
VAN (Valor actual neto)		15.223.770		
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)		1,39		
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses		3 mes		
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)		90,11%		
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)		13 mes		
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)		25 mes		

Fuente: Tabla Fonade, datos propios

ANALISIS FINANCIERO

Desde el punto de vista económico las razones financieras que nos permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas, el análisis de rentabilidad para la marca “ENSEÑANZA CREATIVA” sería:

Margen Bruto:

Nos indica, cuanto se ha obtenido por cada peso vendido luego de descontar el costo de ventas y va a variar según sea el riesgo y/o el tipo de empresa.

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

El resultado anterior, significa que por cada peso vendido, la empresa genera una utilidad bruta para del primer año de operación del 55.61% y según lo proyectado en quinto año tenemos una utilidad del 54.44%, lo cual significa que aun así hay buenas ventas proyectadas en el primer y quinto año los costos siguen siendo altos, se debe afianzar en la estructura o analizar con los proveedores, para una mayor gestión en la compras.

Margen Operacional de Utilidad:

Nos permite determinar la utilidad obtenida, una vez descontado el costo de ventas y los gastos de administración y ventas. También se conoce con el nombre de utilidad operacional. Se determina así:

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

Lo anterior, nos permite concluir que la UPA genera una utilidad operacional, en el primer año de 35.5% y en el quinto año 33.8% lo cual significa que va en aumento en la medida de que se cumpla, por lo diseñado en el plan de ventas. Además los gastos por ventas y administración tienen un peso fuerte en la gestión, elementos que se deben considerar para un análisis de la gestión de gastos.

Margen Neto de Utilidad:

Nos permite determinar la utilidad final de cada periodo, se determina así:

Utilidad Neta

Margen Neto de Utilidad = -----

Ventas netas

Lo anterior, nos permite concluir que la UPA genera utilidad neta desde el primer año de 23.80% y el quinto de 22.6%, aunque las ganancias netas son muy bajas en el primer año por lo menos no hay saldo en rojo, pero al quinto año se nota un decremento leve con respecto al primer año en la utilidades a una razón de 1.2% en promedio. La razón de esta cimentada en los costos y gastos de la operación, pero aún así se siguen sosteniendo en comparación con el primer año de operación.

Rentabilidad del Patrimonio:

Es el rendimiento obtenido frente al patrimonio bruto, se calcula así:

Utilidad neta

Rentabilidad Patrimonio = -----

Patrimonio bruto

Lo anterior nos permite concluir que la rentabilidad del patrimonio bruto es positiva en los cinco años proyectados, para el primer año se nota un crecimiento muy elevado, debido a que las utilidades, superan al patrimonio inicial de la empresa, en donde el verdadero análisis se debe tomar al quinto año este representa un 34.1% y con base en este dato podemos decir que las utilidades tienen una representación en el patrimonio de una manera positiva.

Rentabilidad del Activo Total: Esta razón proporciona una idea del rendimiento global sobre la inversión (Activo total) ganado por la empresa, se calcula así:

$$\text{Rentabilidad del Activo Total} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo Total}}$$

El rendimiento del activo desde el primer año es de 39.8% hasta el quinto año de funcionamiento de 19.2%, debido a que en estos mismos periodos se obtuvo ganancias netas respectivamente, la rentabilidad del activo total se decremento considerablemente, indicando que por cada peso invertido en el activo total la empresa debe establecer estrategias de subcontratación para minimizar gastos sobre todo de mano de obra y así poder incrementar los activos de la empresa.

COSTO DE CAPITAL

El capital para la inversión en la empresa proviene de la participación de concursos y de aporte por parte de los socios e inversionistas de la marca "ENSEÑANZA CRETIVA" la tasa mínima aceptable de rendimiento para la inversión pública se calcula en 18% de acuerdo con estudios realizados por la

CEPAL. Esta tasa incluye el factor inflacionario, más 8 puntos adicionales que equivalen a la ganancia por riesgo en la inversión.

EVALUACION ECONOMICA

VALOR PRESENTE NETO

El VPN, se calculó tomando como costo de capital el 18%. El resultado es \$15.223.770 es positivo, lo cual significa las ganancias esperadas relacionadas con los desembolsos para obtenerlas en términos de su valor equivalente en el momento cero es mayor que cero, por tanto de acuerdo a este resultado, que implica ganancias extras después de ganar la tasa mínima aceptable de retorno, la inversión se puede realizar.

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el [valor presente neto](#) a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los [flujos netos de efectivo](#) dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

Los beneficios de la Tasa Interna de Retorno (TIR) son los siguientes: Se concentra en los flujos netos de efectivo del proyecto al considerarse la tasa interna de retorno como una tasa efectiva. Así mismo, este indicador se ajusta al valor del dinero en el tiempo y puede compararse con la tasa mínima de aceptación de rendimiento, tasa de oportunidad, tasa de descuento o costo de capital. Así mismo hay que tener en cuenta que la TASA INTERNA DE RETORNO no maximiza la inversión pero sí maximiza la rentabilidad del proye

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la [tasa de descuento](#). Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

Si el dinero invertido inicialmente se reinvierte en el proceso productivo durante los 5 primeros años, se obtiene una Tasa Interna de Retorno TIR del 72%.

7. CONCLUSIONES

La creación de ambientes sanos en las poblaciones vulnerables hace que los individuos desarrollen sus capacidades para crear una mejor calidad de vida.

La capacitación del individuo en su entorno deja reflejar las necesidades, que cada uno de ellos tiene.

Involucrar el tiempo libre con el aprendizaje de cosas prácticas, creativas y necesarias para la vida, hacen del ser humano una persona íntegra tanto en lo cultural como en lo social. Ya que dentro de estas comunidades encontramos diferentes tipos de etnia.

8. RECOMENDACIONES

- Aprovechamiento del tiempo libre.
- Mejoramiento de calidad de vida.
- Abrir espacios de trabajo.
- Buscar mercado fuera de su entorno.
- Mejorar las acciones socio afectivas.
- Ayudar a erradicar el analfabetismo.
- Buscar la competitividad dentro y fuera del entorno cultural y social.

BIBLIOGRAFÍA

Programas técnicos ofrecidos por instituciones de educación no formal, Ministerio de Educación Nacional, República de Colombia; Recuperada el 28/02/2014 de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87076.html>

Morales Marcelo: Compilador, Garibaldi Luis: Maestro Director Del Proyecto, Paz Echavarría María: Dra. Profesional Del Sector Educación De UNESCO, Scaffo Sonia: Mag. Consultora Del Sector Educación De UNESCO, Camors Jorge: Licenciado Coordinador Área No Formal Del MEC, Morales Marcelo: Mag. Ed. Soc. Consultor Para Educación No Formal, Silva Natalia: Prof. Secretaría Administrativa Del Proyecto, 2009; recuperado el 28/02/2014 de: <http://www.unesco.org.uy/ci/fileadmin/educacion/Publicaciones%20JFIT%202009/EducNoFormal.PDF>

Fuentes electrónicas, Alejandría, formato APA; recuperado el 28/02/2014 de: <http://alejandria.ccm.itesm.mx/biblioteca/digital/apa/APAelectronicas.html>

01/03/2014

Hernández Fierre Xavier. Oficial Del Programa PNDU coordinador General Del Informe, Suarez Franco Carlos Felipe: Consultor Técnico, Sánchez Castaño Edgar: Asesor Técnico, Canal Schlesingeri Luis Fernando: Investigador, Salazar Retrepo Didier Arlex: Consultor, Bohórquez Gil Carolina: Consultora, Patiño Meza Diana: Gestión Operativa, Crecimiento De Mercados Inclusivos, Estrategias Empresariales Para La Superación De La Pobreza Y La Exclusión En COLOMBIA; recuperado el 01/03/2014 de:

http://www.pnud.org.co/img_upload/36353463616361636163616361636163/libro_final_final_baja .pdf

Enciclopedia financiera, economías de escala, microeconomía; recuperado el: 06/03/2014 de:

<http://www.encyclopedi FINANCIERA.com/definicion-economias-de-escala.html>

Peru21.P, cual es la diferencia entre productos y servicios, 08/03/2012, recuperado el 07/03/2014 de:

<http://peru21.pe/2012/03/08/emprendedores/cual-diferencia-entre-productos-y-servicios-2014980>

Mujeres de empresa, análisis del producto o servicio a ofrecer, 11/12/07; recuperado el 07/03/2014 de:

<http://www.muieresdeempresa.com/negocios/071202-el-producto-o-servicio.asp>

Selman Ernesto, C.R.E.E.S, bienes de capital de inversiones y ahorro, 29/03/12; recuperado el 09/03/2014 de:

<http://crees.org.do/es/art%C3%ADculo/inversiones-de-capital-la-mejor-opci%C3%B3n-para-la-rep%C3%ABlica-dominicana-12>

CII, corporación intermedia de inversiones, miembro del grupo BID, productos y servicios, inversiones de capital; recuperado el 09/03/2014 de:

<http://www.iic.org/es/productos-y-servicios/productos-de-inversi%C3%B3n/inversiones-de-capital>

Borisov, zhamin y makàrova, EUMED, diccionario de economía política, inversión de capitales; recuperado el 09/03/2014 de:

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/i/inversion.htm>

Culcay Karina, tecnológico sudamericano, la distribución y sus canales, 06/06/09; recuperado el 09/03/14 de:

<http://www.slideshare.net/EulisesGarcia/admon-de-canales-de-distribucion>

Cajigas De Acosta Blanca Elvira; Interventoría, Palacio Betancourt Diego: Ministro De La Protección Social, Guerrero Carvajal Ramiro: Viceministro Técnico, Alvarado Eduardo Santander Eduardo José: Viceministro De Salud Y Bienestar, Sánchez Mesa Jorge León: Viceministro De Relaciones Laborales, Posada Viana Alfredo Bernardo: Secretario General, Cajigas De Acosta Blanca Elvira: Directora General De Calidad De Servicios, política nacional de prestaciones de servicios de la salud; recuperado el 09/03/2014 de: <http://www.minsalud.gov.co/Ministerio/Documents/Politica%20Nacional%20de%20Prestaci%C3%B3n%20de%20Servicios%20de%20Salud.pdf>

Micrositio Medellín Cultura, Medellín Joven; recuperado el 14/03/2014 de:

<http://www.medellincultura.gov.co/Paginas/contactenos.aspx>

Aldiaempresarios, códigos actividad económica DIAN CIU; recuperado el 14/03/2014 de:

http://www.aldiaempresarios.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3189:codigos-actividad-economica-dian-ciu&catid=852:codigos-de-actividades&Itemid=509

Zanafria Niquinga Cesar Oswaldo: Director De Asesoría Jurídica, Villavicencio Ortiz Marco: Auditor Interno, Paredes Baño Dalia Magaly: Directora De Estadísticas Económicas, Gómez Palacio Jorge Luis: Director De Estadísticas Sociodemográficas, Vera Alcivar David Gonzalo: Director De Normativas Y Metodologías Del SEN, Sepèrtegui Vanegas Brenda: Directora De Comunicación Social, Marcillo Chasy Jennifer Nathaly: Directora De Estados Ambientales, Padilla Proa Jacqueline Shyrley: Directora Regional Del Norte, Uyaguari Quezada Aswaldo: Director Regional Del Sur, (Enc), Campozano

Vasquez Jamile Fenicia: Directora De Planificación, Camacho Carrion Rosman Ramiro: Director Administrativo Financiero, Puyol Cordero Ruth Elena: Directora De Administración Del Talento Humano, Ocampo Gavilanez Elizabeth Geoconda: Directora De Tecnologías De La Información Y Comunicación (Ecn), Morales Paez Cesar Roberto: Secretario General Y Gestión Documental, Valle Piñuela Rosa Catalina: Directora De Información Cartográfica Estadística, Armillos Toro Livino Manuel: Director De Estudios Analíticos Estadísticos, Gamboa Vargas Juana Moemi: Directora Regional Del Centro, Menendez Campos Jessica Alexandra: Directora Regional Del Litoral, INEC, Instituto Nacional De Estadística Y Censo (INEC), Unidad De Análisis De Síntesis, Clasificación Nacional De Actividades Económicas (CIIUU REV.4.0), Junio 2012; Recuperado El 21/03/2014 De:

[Http://Www.Inec.Gob.Ec/Estadisticas/SIN/Metodologias/CIIU%204.0.Pdf](http://www.Inec.Gob.Ec/Estadisticas/SIN/Metodologias/CIIU%204.0.Pdf)

21/03/2014

Bustamante Jorge: Director, Martha Helena Ariza Buitrago: Coordinación, DANE, Clasificación Industrial Internacional Uniforme De Todas Las Actividades Económicas, Revisión 4 Adaptada Para Colombia CIIU Rev.4.A.C; Recuperado el 21/03/2014 de:

<http://uploadgerencie.com/medios/codigos-ciiu.pdf>

Borisov, zhamin y makàrova, EUMED, diccionario de economía política, inversión de capitales; recuperado el 21/03/2014 de:

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/i/inversion.htm>

Medellín Portal De La Ciudad, Proyectos De Inversión; Recuperado El 21/03/2014 De:

http://medellin.gov.co/transito/proyectos_inversion.html

Censo de Medellín Y Área Metropolitana, Comunas de Medellín Área Metropolitana de Medellín; Enero 14 2010; Recuperado el 21/03/2014 de:

<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1044687>

Presidencia de la República: Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, Prosperidad Para Todos, Observatorio y Asunto de Genero (OAG), recuperados el 21/03/2014 de:

http://www.equidadmujer.gov.co/oag/indicadores/Demograficos/piramide_poblacional_2012.pdf

Atehortua Yuli, Medellín, Todos Por La Vida, Fomento De La Educación Superior, Jóvenes De Antioquia, 21/05/14; recuperado el 29/04/2014 de:

<http://www.medellin.gov.co/irj/portal/ciudadanos?NavigationTarget=navurl://fc2db41a5265961fcff4a91fffaf6cb5>

Leyes, Ley 1029 del 12 de junio de 2006, Jóvenes Con Futuro, Gobernación de Antioquia, Secretaria de Educación, Libertad y Orden; recuperado el 29/04/2014 de:

<http://www.seduca.gov.co/>

Institutos de Educación No Formal En Medellín, Colombia, Páginas Amarillas, DICE pág. 1; recuperada el 30 de mayo de 2014.

<http://www.dicepaginasamarillas.com/Colombia/Institutos-De-Educacion-No-Formal/Medellin/es/search-page-1>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta para evaluar la viabilidad del plan de negocio “enseñanza creativa”

Edad _____

Genero _____

OBJETIVO: Identificar y conocer las necesidades y disponibilidad de tiempo de las personas que viven en la comuna 2, estrato 2, barrio santa cruz, para así poder llevar a cabo el proyecto de enseñanza creativa para su mejoramiento en la calidad de vida.

1. Que tipo de educación no formal prefiere?
 - A) Asesoría de imagen.
 - B) Elaboración de accesorios.
 - C) Clases de costura.
 - D) Tejidos manuales.
2. Que le gustaría aprender en una clase de manualidad.
 - A) Macramé.
 - B) Croché.
 - C) Elaboración de accesorios.
 - D) Otro. Cual ?
3. Que disponibilidad horaria tiene para la aprensión de la educación?.
 - A) Fines de semana.
 - B) Entre semana en la mañana.
 - C) Entre semana en la tarde.
 - D) Otro, ¿Cuál?.
4. Donde le gustaría recibir unas clases no formales?
 - A) salón comunal.
 - B) Biblioteca.
 - C) Colegio.
 - D) Otro. Cual?
5. En que conocimiento básico del diseño le gustaría profundizar?
 - A) Moldería- patronaje.
 - B) Confección.
 - C) Figurín (prenda dibujada sobre el muñeco).
 - D) Manejo de la maquina.
6. Cual considera como un factor importante a la hora de recibir las clases?
 - A) calidad.
 - B) Comodidad.
 - C) Cantidad.
 - D) Otro. Cual?.
7. Con que frecuencia le gustaría recibir la capacitación?
 - A) Un día por semana
 - B) Día por medio.
 - C) Fines de semana.
 - D) Otro. cual?
8. Como le gustaría que fuera la enseñanza?
 - A) Teórico-practico.
 - B) personalizada.
 - C) Grupal
 - D) Otro. Cual?.
- 9) Cuanto estaría dispuesto a pagar para la aprensión de la educación no formal sobre el diseño de modas.?
 - A) Entre 15.000 y 25.000.
 - B) Entre 20.000 y 30.000.
 - C) Entre 30.000 y 45.000.
 - D) Otro. Cual?
10. Que otro tipo de clases no formales le gustaría aprender?
 - A) música.
 - B) ingles.
 - C) sistemas.
 - D) Asesoría de imagen.

ANEXO 2

FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA (SAS)

LEY 1258 DE 2008

(Diciembre 5)

Diario Oficial No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

CAPITULO I.

DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 1o. *CONSTITUCIÓN*. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

ARTÍCULO 2o. *PERSONALIDAD JURÍDICA*. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

ARTÍCULO 3o. *NATURALEZA*. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

ARTÍCULO 4o. *IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO*. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

CAPITULO II.

CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 5o. *CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN.* La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "*sociedad por acciones simplificada*"; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. 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.
- 5o. 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.
- 6o. 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.
- 7o. 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.

PARÁGRAFO 1o. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

PARÁGRAFO 2o. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la

sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

ARTÍCULO 6o. CONTROL AL ACTO CONSTITUTIVO Y A SUS REFORMAS. Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

ARTÍCULO 7o. SOCIEDAD DE HECHO. Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

ARTÍCULO 8o. PRUEBA DE EXISTENCIA DE LA SOCIEDAD. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

CAPITULO III.

REGLAS ESPECIALES SOBRE EL CAPITAL Y LAS ACCIONES.

ARTÍCULO 9o. SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL. La suscripción y pago del capital podrá hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio para las sociedades anónimas. Sin embargo, en ningún caso, el plazo para el pago de las acciones excederá de dos (2) años.

En los estatutos de las sociedades por acciones simplificadas podrán establecerse porcentajes o montos mínimos o máximos del capital social que podrán ser controlados por uno o más accionistas, en forma directa o indirecta. En caso de establecerse estas reglas de capital variable, los estatutos podrán contener disposiciones que regulen los efectos derivados del incumplimiento de dichos límites.

ARTÍCULO 10. *CLASES DE ACCIONES*. Podrán crearse diversas clases y series de acciones, incluidas las siguientes, según los términos y condiciones previstos en las normas legales respectivas: (i) acciones privilegiadas; (ii) acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) acciones con dividendo fijo anual y (iv) acciones de pago.

Al dorso de los títulos de acciones, constarán los derechos inherentes a ellas.

PARÁGRAFO. En el caso en que las acciones de pago sean utilizadas frente a obligaciones laborales, se deberán cumplir los estrictos y precisos límites previstos en el Código Sustantivo del Trabajo para el pago en especie.

ARTÍCULO 11. *VOTO SINGULAR O MÚLTIPLE*. En los estatutos se expresarán los derechos de votación que le correspondan a cada clase de acciones, con indicación expresa sobre la atribución de voto singular o múltiple, si a ello hubiere lugar.

ARTÍCULO 12. *TRANSFERENCIA DE ACCIONES A FIDUCIAS MERCANTILES*. Las acciones en que se divide el capital de la sociedad por acciones simplificada podrán estar radicadas en una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Los derechos y obligaciones que por su condición de socio le asisten al fideicomitente serán ejercidos por la sociedad fiduciaria que lleva la representación del patrimonio autónomo, conforme a las instrucciones impartidas por el fideicomitente o beneficiario, según el caso.

ARTÍCULO 13. *RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES*. En los estatutos podrá estipularse la prohibición de negociar las acciones emitidas por la sociedad o alguna de sus clases, siempre que la vigencia de la

restricción no exceda del término de diez (10) años, contados a partir de la emisión. Este término sólo podrá ser prorrogado por periodos adicionales no mayores de (10) años, por voluntad unánime de la totalidad de los accionistas. Al dorso de los títulos deberá hacerse referencia expresa sobre la restricción a que alude este artículo.

ARTÍCULO 14. AUTORIZACIÓN PARA LA TRANSFERENCIA DE ACCIONES. Los estatutos podrán someter toda negociación de acciones o de alguna clase de ellas a la autorización previa de la asamblea.

ARTÍCULO 15. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN. Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz de pleno derecho.

ARTÍCULO 16. CAMBIO DE CONTROL EN LA SOCIEDAD ACCIONISTA. En los estatutos podrá establecerse la obligación a cargo de las sociedades accionistas en el sentido de informarle al representante legal de la respectiva sociedad por acciones simplificada acerca de cualquier operación que implique un cambio de control respecto de aquellas, según lo previsto en el artículo 260 del Código de Comercio.

En estos casos de cambio de control, la asamblea estará facultada para excluir a las sociedades accionistas cuya situación de control fue modificada, mediante decisión adoptada por la asamblea.

El incumplimiento del deber de información a que alude el presente artículo por parte de cualquiera de las sociedades accionistas, además de la posibilidad de exclusión según el artículo 39 de esta ley, podrá dar lugar a una deducción del veinte por ciento (20%) en el valor del reembolso, a título de sanción.

PARÁGRAFO. En los casos a que se refiere este artículo, las determinaciones relativas a la exclusión y a la imposición de sanciones pecuniarias requerirán aprobación de la asamblea de accionistas, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, excluido el voto del accionista que fuere objeto de estas medidas.

CAPITULO IV.

ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 17. *ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.* En los estatutos de la sociedad por acciones simplificada se determinará libremente la estructura orgánica de la sociedad y demás normas que rijan su funcionamiento. A falta de estipulación estatutaria, se entenderá que todas las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio serán ejercidas por la asamblea o el accionista único y que las de administración estarán a cargo del representante legal.

PARÁGRAFO. Durante el tiempo en que la sociedad cuente con un solo accionista, este podrá ejercer las atribuciones que la ley les confiere a los diversos órganos sociales, en cuanto sean compatibles, incluidas las del representante legal.

ARTÍCULO 18. *REUNIONES DE LOS ÓRGANOS SOCIALES.* La asamblea de accionistas podrá reunirse en el domicilio principal o fuera de él, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando que se cumplan los requisitos de quórum y convocatoria previstos en los artículos 20 y 22 de esta ley.

ARTÍCULO 19. *REUNIONES POR COMUNICACIÓN SIMULTÁNEA Y POR CONSENTIMIENTO ESCRITO.* Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito. En caso de no establecerse mecanismos estatutarios para la realización de reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, se seguirán las reglas previstas en los artículos 19 a 21 de la Ley 222 de 1995. En ningún caso se requerirá delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

ARTÍCULO 20. *CONVOCATORIA A LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.* Salvo estipulación estatutaria en contrario, la asamblea será convocada por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. En el aviso de convocatoria se insertará el orden del día correspondiente a la reunión.

Cuando hayan de aprobarse balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, el derecho de inspección de los accionistas podrá ser ejercido durante los cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, a menos que en los estatutos se convenga un término superior.

PARÁGRAFO. La primera convocatoria para una reunión de la asamblea de accionistas podrá incluir igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum. La segunda reunión no podrá ser fijada para una fecha anterior a los diez (10) días hábiles siguientes a la primera reunión, ni posterior a los treinta (30) días hábiles contados desde ese mismo momento.

ARTÍCULO 21. *RENUNCIA A LA CONVOCATORIA*. Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección respecto de los asuntos a que se refiere el inciso 2o del artículo 20 de esta ley, por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes de que la reunión se lleve a cabo.

ARTÍCULO 22. *QUÓRUM Y MAYORÍAS EN LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS*. Salvo estipulación en contrario, la asamblea deliberará con uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos se prevea una mayoría decisoria superior para algunas o todas las decisiones.

PARÁGRAFO. En las sociedades con accionista único las determinaciones que le correspondan a la asamblea serán adoptadas por aquel. En estos casos, el

accionista dejará constancia de tales determinaciones en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 23. *FRACCIONAMIENTO DEL VOTO*. Cuando se trate de la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto.

ARTÍCULO 24. *ACUERDOS DE ACCIONISTAS*. Los acuerdos de accionistas sobre la compra o venta de acciones, la preferencia para adquirirlas, las restricciones para transferirlas, el ejercicio del derecho de voto, la persona que habrá de representar las acciones en la asamblea y cualquier otro asunto lícito, deberán ser acatados por la compañía cuando hubieren sido depositados en las oficinas donde funcione la administración de la sociedad, siempre que su término no fuere superior a diez (10) años, prorrogables por voluntad unánime de sus suscriptores por períodos que no superen los diez (10) años.

Los accionistas suscriptores del acuerdo deberán indicar, en el momento de depositarlo, la persona que habrá de representarlos para recibir información o para suministrarla cuando esta fuere solicitada. La compañía podrá requerir por escrito al representante aclaraciones sobre cualquiera de las cláusulas del acuerdo, en cuyo caso la respuesta deberá suministrarse, también por escrito, dentro de los cinco (5) días comunes siguientes al recibo de la solicitud.

PARÁGRAFO 1o. El Presidente de la asamblea o del órgano colegiado de deliberación de la compañía no computará el voto proferido en contravención a un acuerdo de accionistas debidamente depositado.

PARÁGRAFO 2o. En las condiciones previstas en el acuerdo, los accionistas podrán promover ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario, la ejecución específica de las obligaciones pactadas en los acuerdos.

ARTÍCULO 25. *JUNTA DIRECTIVA*. La sociedad por acciones simplificada no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

PARÁGRAFO. En caso de pactarse en los estatutos la creación de una junta directiva, esta podrá integrarse con uno o varios miembros respecto de los cuales podrán establecerse suplencias. Los directores podrán ser designados mediante cuociente electoral, votación mayoritaria o por cualquier otro método previsto en los estatutos. Las normas sobre su funcionamiento se determinarán libremente en los estatutos. A falta de previsión estatutaria, este órgano se regirá por lo previsto en las normas legales pertinentes.

ARTÍCULO 26. *REPRESENTACIÓN LEGAL*. La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatutos. A falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. A falta de previsión estatutaria frente a la designación del representante legal, su elección le corresponderá a la asamblea o accionista único.

ARTÍCULO 27. *RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES*. Las reglas relativas a la responsabilidad de administradores contenidas en la Ley 222 de 1995, les serán aplicables tanto al representante legal de la sociedad por acciones simplificada como a su junta directiva y demás órganos de administración, si los hubiere.

PARÁGRAFO. Las personas naturales o jurídicas que, sin ser administradores de una sociedad por acciones simplificada, se inmiscuyan en una actividad positiva de gestión, administración o dirección de la sociedad, incurrirán en las mismas responsabilidades y sanciones aplicables a los administradores.

ARTÍCULO 28. *REVISORÍA FISCAL*. En caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente.

En todo caso las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

CAPITULO V.

REFORMAS ESTATUTARIAS Y REORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 29. *REFORMAS ESTATUTARIAS.* Las reformas estatutarias se aprobarán por la asamblea, con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. La determinación respectiva deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil, a menos que la reforma implique la transferencia de bienes mediante escritura pública, caso en el cual se regirá por dicha formalidad.

ARTÍCULO 30. *NORMAS APLICABLES A LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN Y ESCISIÓN.* Sin perjuicio de las disposiciones especiales contenidas en la presente ley, las normas que regulan la transformación, fusión y escisión de sociedades le serán aplicables a la sociedad por acciones simplificadas, así como las disposiciones propias del derecho de retiro contenidas en la Ley 222 de 1995.

PARÁGRAFO. Los accionistas de las sociedades absorbidas o escindidas podrán recibir dinero en efectivo, acciones, cuotas sociales o títulos de participación en cualquier sociedad o cualquier otro activo, como única contraprestación en los procesos de fusión o escisión que adelanten las sociedades por acciones simplificadas.

ARTÍCULO 31. *TRANSFORMACIÓN.* Cualquier sociedad podrán transformarse en sociedad por acciones simplificada, antes de la disolución, siempre que así lo decida su asamblea o junta de socios, mediante determinación unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas. La decisión correspondiente deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil.

De igual forma, la sociedad por acciones simplificada podrá transformarse en una sociedad de cualquiera de los tipos previstos en el Libro Segundo del Código de Comercio, siempre que la determinación respectiva sea adoptada por la asamblea, mediante decisión unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas.

PARÁGRAFO. El requisito de unanimidad de las acciones suscritas también se requerirá en aquellos casos en los que, por virtud de un proceso de fusión o de escisión o mediante cualquier otro negocio jurídico, se proponga el tránsito de una sociedad por acciones simplificada a otro tipo societario o viceversa.

ARTÍCULO 32. *ENAJENACIÓN GLOBAL DE ACTIVOS*. Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad por acciones simplificada se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta (50%) o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación.

La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

PARÁGRAFO. La enajenación global de activos estará sujeta a la inscripción en el Registro Mercantil.

ARTÍCULO 33. *FUSIÓN ABREVIADA*. En aquellos casos en que una sociedad detente más del noventa (90%) de las acciones de una sociedad por acciones simplificada, aquella podrá absorber a esta, mediante determinación adoptada por los representantes legales o por las juntas directivas de las sociedades participantes en el proceso de fusión.

El acuerdo de fusión podrá realizarse por documento privado inscrito en el Registro Mercantil, salvo que dentro de los activos transferidos se encuentren bienes cuya enajenación requiera escritura pública. La fusión podrá dar lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en los términos de la Ley 222 de 1995, así como a la acción de oposición judicial prevista en el artículo 175 del Código de Comercio.

El texto del acuerdo de fusión abreviada tendrá que ser publicado en un diario de amplia circulación según lo establece la Ley 222 de 1995, dentro de ese mismo término habrá lugar a la oposición por parte de terceros interesados quienes podrán exigir garantías necesarias y/o suficientes.

CAPITULO VI.

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

ARTÍCULO 34. *DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.* La sociedad por acciones simplificada se disolverá:

1o. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración.

2o. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

3o. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.

4o. Por las causales previstas en los estatutos.

5o. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.

6o. Por orden de autoridad competente, y

7o. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

En el caso previsto en el ordinal 1o anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO 35. *ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN.* Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 7o del artículo anterior.

PARÁGRAFO. Las causales de disolución por unipersonalidad sobrevenida o reducción de las pluralidades mínimas en los demás tipos de sociedad previstos en el Código de Comercio también podrán enervarse mediante la

transformación en sociedad por acciones simplificada, siempre que así lo decidan los asociados restantes de manera unánime o el asociado supérstite.

ARTÍCULO 36. *LIQUIDACIÓN*. La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

CAPITULO VI <sic; es VII>.

DISPOSICIONES FINALES.

ARTÍCULO 37. *APROBACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS*. Tanto los estados financieros de propósito general o especial, como los informes de gestión y demás cuentas sociales deberán ser presentadas por el representante legal a consideración de la asamblea de accionistas para su aprobación.

PARÁGRAFO. Cuando se trate de sociedades por acciones simplificadas con único accionista, este aprobará todas las cuentas sociales y dejará constancia de tal aprobación en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 38. *SUPRESIÓN DE PROHIBICIONES*. Las prohibiciones contenidas en los artículos 155, 185, 202, 404, 435 y 454 del Código de Comercio no se les aplicarán a las sociedades por acciones simplificadas, a menos que en los estatutos se disponga lo contrario.

ARTÍCULO 39. *EXCLUSIÓN DE ACCIONISTAS*. Los estatutos podrán prever causales de exclusión de accionistas, en cuyo caso deberá cumplirse el procedimiento de reembolso previsto en los artículos 14 a 16 de la Ley 222 de 1995.

Si el reembolso implicare una reducción de capital deberá dársele cumplimiento, además, a lo previsto en el artículo 145 del Código de Comercio.

PARÁGRAFO. Salvo que se establezca un procedimiento diferente en los estatutos, la exclusión de accionistas requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva

reunión, sin contar el voto del accionista o accionistas que fueren objeto de esta medida.

ARTÍCULO 40. *RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS*. Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables componedores, si así se pacta en los estatutos.

<Jurisprudencia Vigencia>

<Inciso derogado por el artículo 626 de la Ley 1564 de 2012>

<Notas de Vigencia>

<Legislación Anterior>

ARTÍCULO 41. *UNANIMIDAD PARA LA MODIFICACIÓN DE DISPOSICIONES ESTATUTARIAS*. Las cláusulas consagradas en los estatutos conforme a lo previsto en los artículos 13, 14, 39 y 40 de esta ley sólo podrán ser incluidas o modificadas mediante la determinación de los titulares del ciento por ciento (100 %) de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 42. *DESESTIMACIÓN DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA*. Cuando se utilice la sociedad por acciones simplificada en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados.

La declaratoria de nulidad de los actos defraudatorios se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el procedimiento verbal sumario.

La acción indemnizatoria a que haya lugar por los posibles perjuicios que se deriven de los actos defraudatorios será de competencia, a prevención, de la Superintendencia de Sociedades o de los jueces civiles del circuito especializados, y a falta de estos, por los civiles del circuito del domicilio del demandante, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 43. *ABUSO DEL DERECHO*. Los accionistas deberán ejercer el derecho de voto en el interés de la compañía. Se considerará abusivo el voto

ejercido con el propósito de causar daño a la compañía o a otros accionistas o de obtener para sí o para una tercera ventaja injustificada, así como aquel voto del que pueda resultar un perjuicio para la compañía o para los otros accionistas. Quien abuse de sus derechos de accionista en las determinaciones adoptadas en la asamblea, responderá por los daños que ocasione, sin perjuicio que la Superintendencia de Sociedades pueda declarar la nulidad absoluta de la determinación adoptada, por la ilicitud del objeto.

La acción de nulidad absoluta y la de indemnización de perjuicios de la determinación respectiva podrán ejercerse tanto en los casos de abuso de mayoría, como en los de minoría y de paridad. El trámite correspondiente se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades mediante el proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 44. ATRIBUCIÓN DE FACULTADES JURISDICCIONALES. Las funciones jurisdiccionales a que se refieren los artículos 24, 40, 42 y 43, serán ejercidas por la Superintendencia de Sociedades, con fundamento en lo previsto en el artículo 116 de la Constitución Política.

ARTÍCULO 45. REMISIÓN. En lo no previsto en la presente ley, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio. Así mismo, las sociedades por acciones simplificadas estarán sujetas a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, según las normas legales pertinentes.

PARÁGRAFO. Los instrumentos de protección previstos en la Ley 986 de 2005, se aplicarán igualmente a favor del titular de una sociedad por acciones simplificada compuesta por una sola persona.

ARTÍCULO 46. VIGENCIA Y DEROGATORIAS. La presente ley rige a partir del momento de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Sin perjuicio de las ventajas y beneficios establecidos en el ordenamiento jurídico, una vez entre en vigencia la presente ley, no se podrán constituir

sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Las sociedades unipersonales constituidas al amparo de dicha disposición tendrán un término máximo improrrogable de seis (6) meses, para transformarse en sociedades por acciones simplificadas.

