

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CENTRO DE  
ESTIMULACIÓN TEMPRANA PARA NIÑOS DE 0 A 4 AÑOS EN EL MUNICIPIO  
DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

JANEL ALEJANDRA ARAUJO PALOMINO

CAROLINA FIERRO ALDANA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CONFORMACIÓN DE UN CENTRO DE  
ESTIMULACIÓN TEMPRANA PARA NIÑOS DE 0 A 4 AÑOS EN EL MUNICIPIO  
DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

JANEL ALEJANDRA ARAUJO PALOMINO

CAROLINA FIERRO ALDANA

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas.

Asesor de grado.

GLADYS GONZALEZ GUACANEME

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Cali, marzo de 2020

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de emprendimiento lo dedicamos principalmente a Dios, ya que ha sido nuestra fuente de perseverancia para continuar en el camino que tanto hemos luchado para alcanzar nuestras metas.

A nuestros padres por su confianza y por acompañarnos en este proceso que con mucho sacrificio hemos obtenido y hoy por hoy estamos aquí por ustedes, es un orgullo poder haber llegado hasta este punto y contar con el amor incondicional de cada uno de ustedes.

A todas las personas que hicieron posible el hecho de que estemos aquí sacando adelante este anhelo, ya que cada uno fue pieza importante de motivación y apoyo, por ofrecernos su conocimiento, por no dejarnos desfallecer y han logrado que el proceso se haga de la mejor manera.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a Dios por darnos la vida y permitirnos estar aquí cumpliendo metas y habernos guiado de principio a fin, por las bendiciones, por darnos la mano siempre cuando veíamos que todo se volvía gris y que quizás no íbamos a poder, él siempre estuvo allí dándonos luz.

Gracias a nuestros padres porque siempre nos alentaron a seguir y ser mejores cada día como personas y como profesionales, inculcando valores y principios.

Gracias a los compañeros que estuvieron acompañándonos en este camino porque se logró aprender de cada uno, mientras todos hemos sido testigos del trabajo y dedicación y de lo que se escaló para estar aquí.

Agradecemos a cada uno de nuestros profesores de la Universidad Católica Lumen Gentium, por enseñarnos sus conocimientos y sus experiencias en todo el proceso que tuvo que ver con nuestra carrera.

Gracias a todas las personas importantes en nuestras vidas y que estamos seguras que se sienten muy felices y orgullosos de nuestro logro.

## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN .....	13
INTRODUCCIÓN .....	15
1     CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	16
1.1   TÍTULO DEL PROYECTO.....	16
1.2   LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	16
1.3   PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	16
1.4   OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.5   JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.6   ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	26
2     ANÁLISIS DEL MERCADO .....	29
2.1   ANÁLISIS DE MERCADO .....	29
2.2   ANÁLISIS DEL SECTOR .....	30
2.3   ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	31
2.4   CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO .....	34
2.5   PLAN DE MERCADEO .....	41
3     ESTUDIO TÉCNICO .....	47

3.1	INTRODUCCIÓN .....	47
3.2	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	47
3.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	56
3.4	TAMAÑO DEL MERCADO.....	62
3.5	Distribución física del centro.....	63
4	ORGANIZACIÓN Y LEGAL.....	65
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	65
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	67
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	72
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL .....	73
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN .....	75
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO .....	76
4.7	FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS .....	76
4.8	CONSTITUCION LEGAL.....	78
5	CAPITULO FINANCIERO .....	80
5.1	INVERSIÓN INICIAL .....	80
5.2	DEPRECIACIÓN .....	82

5.3	AMORTIZACIÓN EN PESOS.....	83
5.4	PARÁMETROS GENERALES .....	84
5.5	GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	86
5.6	VENTAS, COSTOS UNITARIOS Y COSTOS TOTALES.....	89
5.7	IVA, INC, CUENTAS POR COBRAR Y PAGAR .....	91
5.8	ESTADOS DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIACIÓN .....	92
5.9	FLUJOS DE CAJA CON Y SIN FINANCIACIÓN.....	94
5.10	BALANCES GENERALES CON Y SIN FINANCIACIÓN.....	96
5.11	ANÁLISIS VPN, TIR Y B/C CON Y SIN FINANCIACIÓN .....	98
5.12	ANÁLISIS VERTICALES Y HORIZONTALES DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CON Y SIN FINANCIACIÓN.....	100
5.13	ANÁLISIS VERTICALES Y HORIZONTALES DE LOS BALANCES GENERALES CON Y SIN FINANCIACIÓN .....	105
5.14	RAZONES FINANCIERAS CON Y SIN FINANCIACIÓN .....	110
5.15	ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO .....	111
5.16	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	112

6	CONCLUSIONES.....	113
7	RECOMENDACIONES .....	114
8	REFERENCIAS.....	115

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Precios del servicio .....	42
Tabla 2 Elementos para talleres motrices y neurológicos .....	49
Tabla 3. Equipos requeridos para el proyecto.....	50
Tabla 4. Equipos de oficina requeridos .....	55
Tabla 5. Inversión inicial para el centro de estimulación .....	64
Tabla 6. Nomina establecida para el centro de estimulación .....	72
Tabla 7. Inversión inicial de la compañía .....	81
Tabla 8. Depreciación en pesos.....	82
Tabla 9. Amortización en pesos.....	83
Tabla 10. Parámetros generales a tener en cuenta .....	84
Tabla 11. Gastos de administración en pesos .....	86
Tabla 12. Gastos de ventas en pesos.....	88
Tabla 13. Costos de unitarios en pesos .....	89
Tabla 14. Ventas en pesos .....	89
Tabla 15. Costos totales en pesos.....	90
Tabla 16. Iva, inc, cuentas por cobrar y pagar en pesos .....	91
Tabla 17. Estados de resultados sin financiación en pesos.....	92
Tabla 18. Estado de resultados con financiación en pesos .....	93
Tabla 19. Flujo de caja sin financiación en pesos .....	94
Tabla 20. Flujo de caja con financiación en pesos.....	95
Tabla 21. Balance general sin financiación en pesos .....	96
Tabla 22. Balance general con financiación en pesos.....	97
Tabla 23. Análisis VPN, TIR y B/C sin financiación .....	98
Tabla 24. Análisis VPN, TIR y B/C con financiación .....	99
Tabla 25. Análisis vertical estado de resultados sin financiación.....	100
Tabla 26. Análisis vertical estado de resultados con financiación.....	100
Tabla 27. Análisis horizontal estado de resultados sin financiación.....	102

Tabla 28. Análisis horizontal estado de resultados con financiación .....	103
Tabla 29. Análisis vertical balance general sin financiación.....	105
Tabla 30. Análisis vertical balance general con financiación .....	105
Tabla 31. Análisis horizontal balance general sin financiación .....	107
Tabla 32. Análisis horizontal balance general con financiación .....	108
Tabla 33. Razones financieras sin financiación en pesos.....	110
Tabla 34. Razones financieras con financiación en pesos.....	110
Tabla 35. Análisis del punto de equilibrio.....	111
Tabla 36. Análisis de sensibilidad .....	112

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Normativo legal .....	26
Cuadro 2. Tamaño de la muestra según la encuesta .....	37
Cuadro 3. Resultado pregunta 1 .....	38
Cuadro 4. Resultado pregunta 2 .....	39
Cuadro 5. Resultados pregunta 3 .....	40
Cuadro 6. Resultado pregunta 4 .....	40
Cuadro 7. Resultado pregunta 5 .....	41
Cuadro 8. Diagrama de flujo taller cognitivo .....	51
Cuadro 9. Diagrama de flujo taller físico motriz .....	51
Cuadro 10. Talleres mixtos .....	52
Cuadro 11 Ficha técnica de los servicios.....	53
Cuadro 12. Plan general funcional de la compañía .....	54
Cuadro 13. Planta física.....	63
Cuadro 14. Estructura organizacional de la compañía .....	67
Cuadro 15. Modelo de reclutamiento de personal .....	73
Cuadro 16. Capacitaciones por cargo.....	76

## RESUMEN

El proyecto se plantea a partir de la necesidad encontrada en el municipio de Yumbo Valle, donde las personas con bebés y niños menores de 0 a 4 años, no cuentan en la zona urbana con un sitio donde puedan estimular el desarrollo motriz y cognitivo de sus pequeños fuera de las guarderías ordinarias que prestan sus servicios de cuidado y es allí donde se encuentra un factor diferenciador con este modelo de organización, pues su temática se basa en un componente más didáctico, donde los padres o familiares hacen parte activa del proceso evolutivo del bebé y niño. Para ello se desarrolló un estudio de viabilidad para la creación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años. El tipo de estudio usado para este caso fue el descriptivo, a su vez el método aplicado fue el deductivo. Los resultados definen la factibilidad y viabilidad de crear un centro de este tipo, debido a la gran oportunidad que brinda el mercado local

**Palabras claves:** Estimulación, motricidad, cognitiva, cuidado de menores.

## **ABSTRACT**

It arises from the need found in the municipality of Yumbo, Valle, where people with babies and children under 4 years old do not have a place in the urban area where they can stimulate the motor and cognitive development of their little ones, outside of the ordinary nurseries that provide their care services and it is there where a differentiating factor is found with this organization model, since its theme is based on a more didactic component, where parents or family members are an active part of the evolutionary process of the baby and kid. To do this, a feasibility study was developed to create an early stimulation center for children from 0 to 4 years old. The type of study used for this case was descriptive, while the applied method was deductive. The results define the feasibility and viability of creating a center of this type, due to the great opportunity offered by local market.

keywords: Stimulation, motor skills, cognitive, child care.

## INTRODUCCIÓN

La probabilidad de fortalecer la estimulación temprana en niños entre 0 y 4 años de edad, toma mucha importancia en esta vida moderna, ya que el crecimiento de la población en la ciudad de Yumbo, la necesidad que tienen los nuevos padres de tener sitios especializados para que cuiden de sus hijos mientras ambos padres cumplen sus obligaciones laborales y los nuevos modelos sociales, generan la necesidad de contar con lugares o centros que generen valor en los modelos de educación que normalmente se les da a los niños en las edades mencionadas.

Es importante destacar que con base en el estudio de mercado el cual dio como resultado la falta de oferta en la zona urbana de centros dirigidos a fortalecer la estimulación temprana hace que los investigadores definan herramientas metodológicas para determinar la viabilidad y factibilidad para que los Yumbeños puedan contar con un lugar dentro del área urbana que les permita acceder de manera más cómoda a este tipo de servicios.

De igual manera en el entorno geográfico se puede contar con personal especializado y que pudiese ser contratado para el desarrollo de los servicios a prestar en el centro, no obstante el tipo de perfil de las personas requeridas especializadas en estimulación, tendrá todas las competencias profesionales y éticas para garantizar un buen servicio y una tranquilidad para los padres de familia.

En cuanto al factor de inversión económica, el estudio arrojó que no se requiere inversiones de capital grande, pues este tipo de negocios se basa solamente en espacios físicos amplios y adecuados y no es equipos y/o maquinaria especializada.

El modelo de financiamiento se tiene bien definido, pues los costos operativos frente a los ingresos probables según la herramienta financiera son razonables y de fácil cumplimiento.

# 1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

## 1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la conformación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, Valle del cauca.

## 1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

## 1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La alta tasa de natalidad del municipio de Yumbo, sumado a la migración que se genera a partir del atractivo laboral de la zona industrial hace que cada día aumente el número de bebés y niños que habitan el territorio municipal (Alcaldía de Yumbo, 2020) y que los sitios donde los padres pueden buscar ayuda y apoyo en el desarrollo cognitivo y motriz de sus hijos sean cada vez más importante, pues se puede evidenciar que en este territorio son pocos los lugares dedicados a las actividades que estimulan el crecimiento mental de los bebés y niños.

Para darse una idea sobre la importancia de la estimulación temprana en los bebés y niños, los investigadores se apoyaron en estudios como el publicado por la [guiainfantil.com](http://guiainfantil.com) el cual nos dice:

*Los programas de estimulación temprana, dirigidos por especialistas, parecen ser una buena alternativa para aminorar el efecto negativo de la privación en que viven los niños de familias pobres. Algunos de estos programas han dado resultados satisfactorios; pero hay otros en los que contribuyen miembros de la comunidad o con participación activa de ésta que también han dado resultados favorables (Pando MM, Aranda BC, Amezcua SMTI, et al 2004, pp. 273-277)*

*La falta de procesos especializados para la estimulación temprana en niños reduce la posibilidad de un mejor desarrollo en la edad más importante de los seres humanos. Los primeros meses de gestación el feto ya percibe algunas sensaciones desde el exterior, y desde allí se debe hacer un acompañamiento al crecimiento del bebe (Rodriguez & Vélez, 2020),*

El uso de herramientas como la música, los colores y el juego de luces, que a través del vientre de la madre lleguen al nuevo ser y desde allí encaminar un adecuado desarrollo cognitivo.

El crecimiento tecnológico y el desarrollo de nuevas formas de entretenimiento ha hecho que los bebés y niños pierdan la atención en actividades de tipo lúdico, y se han concentrado en juegos o actividades electrónicas, principalmente en celulares o tabletas, que en la mayoría de los casos son proporcionados por padres que no cuentan con el tiempo o la disposición de un espacio físico donde puedan dedicar tiempo a realizar actividades con sus hijos, que propendan por la estimulación cognitiva de ellos.

De continuar así y ante el inminente aumento de la población infantil, el municipio de Yumbo y sus habitantes tendrían serios problemas para el cuidado y una mejor atención en niños menores de 4 años que requieran de los servicios de centros especializados, o simplemente trasladarse a la ciudad de Cali para con ello adquirir este tipo de atención.

Para evitar lo anterior el grupo investigador propone la realización de un estudio que permita conocer la viabilidad frente a la creación de un centro de estimulación temprana de niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo.

**1.3.1 Formulación del problema.** ¿Cómo determinar la viabilidad para la conformación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

**1.3.2 Sistematización del problema.** Se presentan a continuación los distintos interrogantes para la conformación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

- ¿Cómo definir cuál es el mercado objetivo al que se debe dirigir la atención en el centro de estimulación temprana en el municipio de Yumbo?
- ¿Qué elementos de tipo técnico-operativo se determinan como importantes o esenciales para el inicio de actividades del centro de estimulación temprana para niños y bebés de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo?
- ¿Cómo se debe organizar administrativa y legalmente un centro de estimulación temprana para niños y bebés de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo?
- ¿Cuáles son los factores financieros que se deben considerar para determinar la viabilidad para la conformación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.4.1 Objetivo general.** Determinar la viabilidad para la conformación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Definir el mercado objetivo al que se debe dirigir la atención del centro de estimulación temprana.
- Identificar los elementos de tipo técnico y tecnológico, que propendan a la estimulación motriz y cognitiva de los bebés y niños que asistan al centro.
- Definir cuál será la organización administrativa del centro de estimulación, así como también establecer el tipo de sociedad que se establecerá.
- Determinar la viabilidad económica y financiera de un centro de estimulación temprana.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación se plantea a partir de la penuria de cubrir una de las necesidades que se han vuelto indispensable en el diario vivir de las familias en el municipio de Yumbo y es el de atender correctamente a sus bebés y niños de 0 a 4 años. Por ello, el presente modelo de negocios está enfocado en la creación de un centro de estimulación para bebés y niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, bajo el referente teórico de emprendimiento y el concepto de la comunicación de la mercadotecnia, teniendo como referente un estudio desarrollado para marketing para guarderías, pues se encuentra afinidad en el modelo de negocio que se quiere iniciar, estudio que se realizó en España por parte de Laura Albert Sanchis, y que tiene como uno de sus objetivos;

*El aprendizaje cognitivo ha tenido numerosos autores reconocidos que han añadido nuevos conocimientos a este proceso: Piaget es el más conocido pero también destacan Tolman, Gestalt y Bandura. Todos estos autores coinciden en que el proceso en el que la información entra al sistema cognitivo es procesada y causa una determinada reacción en cada persona, es decir, una misma señal puede ser procesada por cada individuo de una forma distinta (Máster universitario en investigación en didácticas específicas, 2019)*

Lo anterior implica la importancia de generar acciones propositivas que busquen mejorar los niveles de aprendizaje de los niños en los primeros años de vida Yumbeños.

**1.5.1 Justificación práctica.** El presente trabajo es de tipo práctico ya que se piensa mediante los resultados del estudio generar la posibilidad de crear un negocio de este tipo en el municipio de Yumbo. Los centros de atención para la estimulación temprana de niños hasta los 4 años, a pesar de no ser algo innovador, en el municipio de Yumbo no se tiene la oferta de estos en la zona urbana, el grupo investigador tiene pensado la puesta en marcha de una unidad de negocio de estas características que le permita suplir las necesidades del sector y generar utilidades a los socios.

**1.5.2 Marcos de referencia.** Para el desarrollo de este proyecto es importante identificar los referentes más relevantes en modelos de negocios y en especial sobre casos de centros de estimulación para niños en etapa temprana.

**Marco contextual.** El proyecto tendrá su desarrollo en el municipio de Yumbo.

*Yumbo es uno de los 42 municipios del Valle del Cauca. Está situado al norte de la ciudad de Cali, capital del departamento y principal centro urbano del suroccidente colombiano. Ubicado a 10 minutos del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón y a 2 horas del Primer Puerto sobre el Pacífico. Se comunica por vía terrestre*

*con el Puerto de Buenaventura, el más importante puerto de Colombia sobre el océano Pacífico. Está localizado a 3.35 de Latitud Norte y 79.29 Longitud Oeste (Alcaldía de Yumbo, 2020).*

**1.5.3 Marco conceptual.** A continuación se relacionaran algunas palabras que requieren de aclaración conceptual.

**1.5.3.1 Cognitivo.** “La palabra cognitivo proviene del latín cognoscere, que significa conocer. Así, tanto la psicología cognitiva como los procesos cognitivos hacen referencia a la capacidad de conocer a través de los sentidos y la razón que todos los individuos poseemos” (Concepto, 2020)

**1.5.3.2 Acondicionamiento.** “Acondicionamiento se indica el hecho de poner algo o a alguien en condiciones para que pueda cumplir sus objetivos y funciones” (Concepto definición, 2020).

**1.5.3.3 Psicomotricidad.** La psicomotricidad es una disciplina que, basándose en una concepción integral del ser humano, se ocupa de la interacción que se establece entre el conocimiento, la emoción, el cuerpo y el movimiento y de su importancia para el desarrollo de la persona, así como de su capacidad para expresarse y relacionarse en un contexto social (<http://psicomotricistas.es/>, 2020)

**1.5.4 Marco teórico.** Tanto los animales como los seres humanos aprendemos por interacción con aquellos estímulos que nos rodea, es porque en el trabajo de referencian algunos investigadores tales como:

*Es posible diseñar un espacio flexible para la estimulación temprana de niños con multidéficit a partir de elementos de fácil adquisición en el medio colombiano que cumple con las especificaciones de casas comerciales internacionales ya*

*establecidas con una fracción significativa de su costo (Molina Velásquez & Banguero Millán, 2008)*

La importancia de la generación de espacios especializados o simplemente complementarios para el desarrollo de los niños a temprana edad resulta de gran valor para los expertos.

*La Educación Física es una disciplina pedagógica que busca intervenir intencional y sistemáticamente en la formación integral de los alumnos, a través de su incidencia específica en la constitución y desarrollo de su corporeidad y su motricidad, adecuando sus intervenciones a los diversos contextos socioculturales (Renzi, 2020).*

*El desarrollo del cerebro en la infancia es un hecho que asombra y sorprende, en especial entre 0 y 3 años de edad. Es la etapa de mayor plasticidad cerebral en la que se conforma y selecciona el proceso de sinapsis o conexiones entre las células nerviosas, formando una compleja red de enlaces de circuitos eléctricos; esta construcción neurológica posibilita el aprendizaje. Entre 0 y 2 años la actividad del cerebro duplica la del adulto (Flores Aguilar, 2013)*

*Los programas de estimulación temprana, dirigidos por especialistas, parecen ser una buena alternativa para aminorar el efecto negativo de la privación en que viven los niños de familias pobres. Algunos de estos programas han dado resultados satisfactorios; pero hay otros en los que contribuyen miembros de la comunidad, o con participación activa de ésta que también han dado resultados favorables (Pando Moreno, & Eat., 2004).*

María de la luz Fernández, menciona en su artículo comunicación integral e industrias publicitarias lo siguiente: *“Para algunos, la comunicación integral es un matrimonio entre la mercadotecnia y la comunicación empresarial ya que cualquier acción realizada por la una repercute, de inmediato, en la otra” (MKT, 2017)* De igual manera es necesario decir, que cualquier acción realizada en una tiene

consecuencias en la otra. Todos los elementos conforman la imagen global que el consumidor tendrá del producto, de la marca y de la empresa que la respalda y el cambio o la modificación de alguno de ellos necesariamente afectará a todos los demás. De ahí la importancia y el reto de trabajar integralmente para lograr un mismo impacto

*Según la Revista de Estudios Avanzados en Liderazgo, el emprendimiento está sujeto al liderazgo, porque brinda al emprendedor la capacidad de ver la oportunidad de negocio en donde las demás personas no la ven. Persuadiendo con sus cualidades y como líder emprendedor en su entorno que la idea que posee puede brindar resultados en un mercado competitivo. Con el reconocimiento del desarrollo posterior de una innovación en el mercado.(Nextu, 2019, párr. 1-5)*

*Los niños y las niñas tienen un papel activo en su propio desarrollo, a lo que subyace entonces que en el desarrollo infantil es necesario tener en cuenta la implicación del mundo social, físico y ambiental. Los niños y niñas participan activamente en la comprensión de su propio mundo, construido sobre la base de apoyo de estimulación del lenguaje oral, comprensivo y expresivo, los cuales son estimulados en un ambiente escolar desde que inician su primera infancia (Calvache Bolaños & Fernandez López, 2012)*

Otros de los aspectos a tener en cuenta en la investigación son los referentes para el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos, los cuales se enuncian a continuación.

En el libro denominado “*El mercadeo social en Colombia*” (Muñoz M., 2001) analiza los diferentes factores a tener en cuenta para el desarrollo de un estudio de mercadeo, de igual forma el artículo denominado “*Un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia: el modelo MIGME*” (Ospina Díaz & Sanabria Rangel, 2010) enfatiza en los aspectos específicos para el desarrollo de estudios de mercado para instituciones educativas para infantes.

En cuanto a los aspectos técnico-operativos, se es necesario referenciar documentos básicos como el libro denominado “*plan de negocios para pequeñas empresa*” (Flórez Uribe, 2015) el cual define los requerimientos y aspectos a tener en cuenta para la identificación de los requerimientos de maquinarias, equipos y muebles.

Por último se atiende las recomendaciones explícitas dadas en el libro “*Cómo preparar un plan de negocios exitoso*” (Innova, 2019) el cual ayuda a los lectores a diseñar métodos para la creación de negocios.

También se debe tener en cuenta que un plan de negocios es una pieza clave para transformar una idea en una empresa real ya que no es otra cosa que el anteproyecto de la misma y lo que busca es responder a ciertas preguntas que surgen en este proceso y que al responderlas ayudan al empresario, inversionista o cualquier agente que tenga que ver con la empresa pensada a que se convierta en algo rentable y sostenible disminuyendo el riesgo al cual se enfrentan, estas preguntas que pueden generar otras más son: ¿Qué es y en qué consiste el negocio pensado?, ¿Por qué podría tener éxito esta idea?, ¿Quién dirigirá la nueva empresa desde su formación?, ¿Cómo se piensa obtener el éxito en el cumplimiento de las metas propuestas?, ¿Qué se necesita para que la empresa funcione?.

En cuanto a las etapas que tiene un plan de negocios existen diferentes formas de hacerlo que varían según los autores, luego de consultar varias fuentes se escogieron los siguientes procesos, Rodrigo Varela (2001) propone unas etapas para poder generar un buen plan de negocios y estas son:

1. Análisis del mercado: Análisis del sector y la compañía, Análisis del mercado propiamente dicho y Plan de mercadeo.
2. Análisis técnico: Análisis del producto, Facilidades, Equipos y maquinarias y Distribución de planta.
3. Plan de producción.

4. Plan de consumo.
5. Plan de compras.
6. Sistemas de control.
7. Análisis administrativo: Grupo empresarial, Personal ejecutivo, Organización, Empleados y Organizaciones de apoyo.
8. Análisis legal y social: Aspectos legales, Aspectos de legislación urbana, Análisis ambiental y Análisis social.
9. Análisis económico: Inversión en activos fijos, Inversión en capital de trabajo, Presupuesto de ingresos, Presupuesto de materias primas, servicios e insumos, Presupuesto de personal, Presupuesto de otros gastos, Deducciones tributarias y Análisis de costos.
10. Análisis de valores personales.
11. Análisis financiero: Flujo de caja, Estado de resultados y Balance.
12. Análisis de riesgos e intangibles: Riesgos de mercado, Riesgos técnicos, Riesgos económicos y Riesgos financieros.
13. Evaluación con financiación.
14. Análisis de sensibilidad.
15. Análisis de estructura financiera.

**1.5.5 Marco legal.** El presente plan de negocio está sujeto a la siguiente normativa legal.

### **Cuadro 1. Normativo legal**

<b>Ley</b>	<b>Comentario</b>
<i>Ley 1014 de 2006.</i>	<i>Ley de emprendimiento es la cual se fomenta la creación de empresas, con un espíritu emprendedor, enmarcado bajo los principios constitucionales, con el fin de brindar un aumento de crecimiento en el mercado de empresas de servicios y/o productos, que proporcione un crecimiento personal, social y laboral en el mercado (Congreso de Colombia, 2006)</i>
<i>Ley 1804 de 2016</i>	<i>Por la cual se establece la política de Estado para el Desarrollo Integral de la Primera Infancia de Cero a Siempre y se dictan otras disposiciones (Senado de Colombia, 2008)</i>
<i>Ley 115 de 1994</i>	<i>La presente Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público (Congreso de la República, 1994)</i>
<i>Decreto 2247 de 1997</i>	<i>Por el cual se establecen normas relativas a la prestación del servicio educativo del nivel preescolar y se dictan otras disposiciones. Establece la organización general de la educación preescolar, los grados y edades correspondientes (Ministerio de Educación, 1997)</i>

Fuente: los autores

## **1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

*El diseño de la investigación establece las bases para llevar a cabo el presente modelo de negocios en materia de investigación. Detalla de igual forma, los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere a fin de resolver o estructurar los problemas de investigación (Cuesta Valiño, 2006)*

**1.6.1 Tipo de estudio.** El presente modelo de negocio está basado en una investigación descriptiva.

El método descriptivo permite determinar los servicios prestados por un centro de estimulación temprana, de igual forma describe el perfil del consumidor y sus características más relevantes, donde se expondrán los factores y elementos que son claves para el éxito del proyecto.

**1.6.1.1 Método de la investigación.** El presente El método utilizado en este trabajo fue de deductivo, ya que se basa en la aplicación de experiencias dadas por otros proyectos afines, este tipo de método permite aplicar elementos con base en resultados anteriores.

**1.6.1.2 Método de la recolección de la información.** La información es recopilada mediante cuestionario cerrado a diferentes usuarios de los barrios del municipio de Yumbo, que tengan niños y bebés de 0 a 4 años, y también incluir a las parejas que se encuentran en estado de gestación. El cuestionario fue diseñado con preguntas cerradas que proporcionan la facilidad y reducción de tiempo a los usuarios en contestar dicha herramienta de recopilación de información, con el fin de poder cuantificar de manera fácil y establecer las estrategias de mercado más efectivas.

**1.6.2 Fuentes de recolección de la información.** Se presentan a continuación.

**1.6.2.1 Fuente primaria.** La información primaria será obtenida mediante la elaboración de un cuestionario dirigido al público meta del centro de estimulación temprana, con el fin de establecer las costumbres, expectativas de crianza,

frecuencia de consumo, nivel económico y grado de satisfacción con servicios similares utilizados anteriormente.

**1.6.2.2 Fuente secundaria.** La información será adquirida de diferentes páginas web, que permita una investigación sobre temas relacionados con emprendimiento, centros de estimulación temprana, problemáticas y diferentes productos sustitutos en el mercado, así mismo se consultaron libros, y revistas especializadas que dieron una mejor orientación a la investigación.

Por otra parte, se tendrá en cuenta las diferentes páginas municipales que proporcionen información sobre la cantidad de cantidad de centros de cuidado y guarderías ubicadas en la municipalidad, censo poblacional, estrato socioeconómico, vías de movilidad y análisis estadísticos del mercado en los últimos años.

**1.6.3 Presentación de los resultados.** Los resultados obtenidos en el desarrollo del presente trabajo serán relacionados de manera escrita por medio de 2 herramientas denominadas Word y Excel, los cuales permiten la realización de escritos continuos, claros y organizados con presentación de diagramas de barras, tortas de análisis y tablas dinámicas que proporcionen la lectura y coherencia del tema a presentar.

## 2 ANÁLISIS DEL MERCADO

### 2.1 ANÁLISIS DE MERCADO

Para abordar este tema es bueno conocer la importancia de realizar un análisis de mercado, así como también, dar un buen uso de los resultados obtenidos.

*Análisis de mercado es una recaudación de datos sobre clientes, competidores, y el mercado en el que nos queremos desarrollar, en general, que servirá para su posterior estudio. Del análisis de estos datos se sacan otras informaciones como las tendencias del mercado, el posicionamiento de la empresa, del producto, etc. Los datos analizados se utilizarán como backup para la toma de decisiones. Servirá tanto para conocer, aproximadamente, la tasa de éxito en el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado, como para crear un plan de negocios personalizado para cada mercado, o segmento, etc. También ayudarán a tomar otras decisiones como cuánto se debe invertir en un producto. Además, el estudio de mercado también se puede llevar a cabo durante el ciclo de vida del producto, lo que puede ayudar a detectar desviaciones del plan de marketing, no obstante, por norma general los estudios de mercado tienen un alto nivel de retorno de inversión (Innovamedia, 2020)*

En el municipio de Yumbo se ha dado un crecimiento exponencial de la población, debido a múltiples factores de tipo político y social, entre otros, pues se han adelantado proyectos de vivienda de interés social que ha hecho que personas de diferentes ciudades tomen la decisión de radicarse en esta localidad.

Esto ha hecho que crezca la población infantil que habita esta municipalidad, comunidad que no cuenta con un espacio adecuado para alentar el desarrollo cognitivo y motriz de sus hijos, y que a través de las noticias y las redes sociales ven como estos centros de estimulación se convierten en un apoyo para el cuidado físico y la evolución cognitivo y funcional de estos seres que se encuentran en una

etapa clave de sus vidas, pues de los cimientos adquiridos en esta etapa depende aspectos como la salud física, emocional, entre otras.

Actualmente y con las nuevas políticas y tendencias sobre el cuidado a la primera infancia, son muchos los factores del mercado que han visto una oportunidad de negocio con temáticas que antes eran muy poco utilizadas y de alguna manera infravalorada, como lo eran el cuidado y la atención para los de 0 a 4 años, por lo que establecer un centro de estímulo para la primera infancia representa una gran oportunidad, pues hasta el momento no se ha detectado un establecimiento que preste este tipo de servicios en el municipio de Yumbo.

## **2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR**

Para analizar correctamente el sector es importante primero tener en cuenta la realidad económica colombiana según la cual nos indica que para el año gravable 2019 el crecimiento del PIB fue del 3,3%

*La entidad anunció que durante el cuarto trimestre del año pasado, el PIB del país creció 3,4%, respecto al mismo periodo del año pasado. La actividad económica del país se expandió 3,1% durante el primer trimestre del 2019, 3,0% en el segundo trimestre y 3,3% para el tercer trimestre, con un promedio de 3,1% para los nueve primeros meses del año. El DANE corrigió a la baja el crecimiento del país del 2018, de un 2,7% a 2,5% (Portafolio, 2019)*

Al revisar las cifras se encuentra que sectores como la educación están siendo claves en la recuperación de la economía nacional, pues las personas están decidiendo invertir más en el pleno desarrollo de sus hijos en edades tempranas, cosa que hasta hace muy poco tiempo se hacía de manera tan regular en el país.

Si bien los centros de estimulación temprana han tenido un auge significativo a lo largo de todo el país en los últimos años, en el municipio de Yumbo hasta ahora no se cuenta con un sitio de estas características, donde los padres y familiares de los

más pequeños puedan encontrar actividades lúdicas dirigidas por un profesional que ayuden al correcto desarrollo cognitivo de los bebés y niños de 0 a 4 años del municipio de Yumbo.

En la ciudad de Cali se encuentra el centro de estimulación temprana más cercano al municipio de Yumbo, por lo que los padres que deciden utilizar este servicio deben desplazarse hasta dicha ciudad para poder utilizarlo, lo que los hace incurrir en gastos adicionales de transporte y refrigerio, además de tener que disponer de tiempos adicionales por la distancia que hay entre las dos localidades, que aunque no es muy larga, puede tornarse demorada por la congestión que genera la entrada a la capital del departamento del valle.

### **2.3 ESTRUCTURA DEL MERCADO**

Después de desarrollar los puntos anteriores se hace necesario conocer los factores que interviene y le dan forma a la estructura del mercado que se desea impactar, para lo que se tendrá en cuenta el concepto de Policonomics.

*Un mercado es una serie de compradores y vendedores, también llamados agentes, quienes a través de sus interacciones, tanto reales como potenciales, determinan el precio de un bien, o una serie de bienes. El concepto de estructura de mercado se entiende por tanto como aquellas características de un mercado que influyen en el comportamiento y resultados de las empresas que comprenden el mercado (Policonomics, 2020)*

El mercado del municipio de Yumbo en cuanto a centros de estimulación temprana es prácticamente nulo, pues no se encuentra establecido ningún modelo de negocio en esta localidad, lo más parecido que se encuentra son las guarderías que se dedican estrictamente al cuidado de los menores cuyos padres por compromisos académicos o laborales no pueden hacerse cargo de ellos durante el día, y de igual manera los hogares de bienestar familiar que prestan sus servicios a las familias de

más escasos recursos y apoyan con raciones alimenticias a los niños, sin embargo estos sitios son muy limitados al momento de atender otro tipo de necesidades, pues su labor es netamente de cuidado, sin inferir en el desarrollo cognitivo de manera directa.

Tal relevancia ha tomado atención y estimulación a la primera infancia que varios profesionales en pediatría, psicología y ortopedia entre otros, han creado comunidades virtuales a través de redes sociales, en donde dan múltiples recomendaciones sobre el cuidado de los pequeños y como se debe empezar a tratar en casa el ambiente para el adecuado desarrollo de los niños.

**2.3.1 Análisis de la demanda.** Es muy importante hacer este análisis debido a que dará una base para saber si el proyecto es viable en cuanto si el mercado es el ideal y la población a la que se llegara es la indicada.

El centro de estimulación temprana se ubicara en el barrio Belalcázar, que es el centro de comercio del municipio de Yumbo, dentro de la comuna dos, el municipio actualmente cuenta con poco más de 100.000 habitantes, lo cuales son principalmente de los estratos socioeconómicos 2, 3, 4 y 5, y el mercado que se desea impactar es de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 (Alcaldía de Yumbo, 2020).

El estudio de mercado se fijara bajo los siguientes parámetros:

- Poder adquisitivo de los clientes.
- Nivel de aceptación del centro de estimulación.
- La estima.

**2.3.2 Análisis de la oferta.** Teniendo en cuenta las características del servicio que se desea ofertar, es importante saber el tipo de profesionales con que se desea contar para el desarrollo de las actividades del centro de estimulación temprana, pues son ellos quienes aportaran sus conocimientos y experiencias para captar la

atención y la confianza de los padres que deseen llevar su hijos y familiares para que participen de las actividades.

Se contarán con profesionales de:

- Enfermería.
- Medicina.
- Psicología.
- Educación infantil.
- Fisioterapia.

**2.3.3 Competencia.** Como se ha mencionado anteriormente, no existe en el municipio de Yumbo un establecimiento que preste los servicios que el centro de estimulación temprana oferta, por lo que la competencia con la que se puede hacer referencia es la que suponen las guarderías y hogares del instituto colombiano de Bienestar Familiar que prestan el servicio de cuidado y alimentación para los niños que allí asisten , sin que sea una de sus metas o actividades la estimulación cognitiva de los pequeños, otros competidores que se encuentran en el municipio de Yumbo son el Hogar infantil Inquietudes, El hogar infantil CARACOLI y LA Chocita de Jacinto, que son guarderías que cuentan con el apoyo de fundaciones para su funcionamiento y que casi en su totalidad prestan solo el servicio de cuidado y alimentación a los infantes, dejando de lado actividades que ayuden al ideal desarrollo de las capacidades motoras y sensoriales de los mismos, y aunque se tiene en conocimiento que en algunos de estos centros se imparten algunas clases

para los niños, como el enseñarles las vocales y los números de un dígito, no se encuentra un trabajo enfocado al desarrollo integral de los mismos.

## 2.4 CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

En el centro de estimulación se realizarán actividades coordinadas por los profesionales encargados del cuidado y el desarrollo estructural de los infantes, determinadas de acuerdo a las edades de los niños, de allí que el servicio se puede caracterizar como de aprendizaje, sin enmarcarse en una sola rama de la educación, ya que no se impondrán un modelo de objetivos académicos, si no que se plantearán como metas que los niños puedan mediante las actividades y la interacción con los profesionales y con sus compañeros, desarrollar las habilidades sociales, motoras y cognitivas con una mayor eficiencia,

Debe tenerse en cuenta que la primera infancia es el momento en que los seres humanos comienzan a formar su vida, y si bien no se goza de una plena conciencia, está comprobado que las bases adquiridas en esta etapa son fundamentales para el desarrollo de la personalidad, así como también las habilidades sociales que desde este momento son incorporadas en su memoria permanente por el individuo y aunque los recuerdos de esta etapa de la vida tienden a desaparecer por el apenas creciente desarrollo cognitivo, los hábitos y condiciones mentales inculcadas y apoyadas tienden a permanecer.

La definición técnica de la caracterización del servicio está muy bien planteada en una publicación del año 2006 de promonegios.net, que describe las características del servicio "*Las características fundamentales que diferencian a los **servicios** de los bienes (y que el mercadólogo debe tomar en cuenta) son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) carácter perecedero* (Mercadotecnia de servicios, 2020)

**2.4.1 Clientes.** Se esperan como clientes los padres de familia de menores entre los 0 y 4 años, que hacen parte de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5, y se debe enfocar hacia ellos porque, si bien el servicio específico está dirigido a los niños, son los padres quienes toman la decisión de inscribir a sus hijos en este tipo de servicio y es a ellos a quienes se les debe dar a conocer la importancia que tiene para el desarrollo mental de sus hijos contar con este tipo de espacios, además, de la oportunidad de hacer parte activa en el proceso de crecimiento tanto físico como cognitivo y emocional de sus hijos, pues al sentir el apoyo de sus padres los pequeños ganaran en confianza en sí mismos y en su entorno.

**2.4.2 Diseño de investigación.** Para conocer el nivel de aceptación del centro de estimulación temprana se realizara una encuesta de 5 preguntas a un numero de 376 personas con hijos de 0 a 4 años, o que se encuentren en estado de gestación, mediante el cual se pretende conocer el nivel de aceptación que puede tener el centro de estimulación dentro del territorio del municipio de Yumbo. Así como también identificar necesidades adicionales que los padres puedan llegar a plantear y que puedan llegar a ser cubiertas por el centro de estimulación

**2.4.2.1 Encuesta.** El servicio del centro de estimulación temprana está enfocado en la realización de talleres que promuevan el desarrollo físico y mental de los niños de 0 a 4 años, con el apoyo de los padres quienes son parte fundamental de dicho proceso.

Las inscripciones al centro de estimulación se harán por un mínimo de 6 meses, con un pago mensual según el plan de talleres que elijan los padres.

A partir de la siguiente encuesta el grupo investigador pretende reconocer cuál es su mercado potencial dentro de los padres de familia que utilizan o han utilizado el servicio de guardería.

1. ¿Participa usted activamente en el proceso de educación y formación de su hijo?
2. ¿Asistiría usted a un centro de estimulación temprana donde su hijo tenga las herramientas para un adecuado desarrollo físico y mental?
3. ¿Actualmente sus hijos asisten a una guardería?
4. ¿Conoce usted actividades que colaboren con el desarrollo físico y mental de sus hijos?
5. ¿Al momento de escoger sobre un tipo de centro para el cuidado de sus hijos se basaría en precio o condiciones de bienestar?

**Cuadro 2. Tamaño de la muestra según la encuesta**

TAMAÑO MUESTRAL					
Probabilidad de éxito (p)	p	0,5			SIGMA
Probabilidad de fracaso (q)	q	0,5		1	90%
Población= (N)	N	18.627		2	95%
Nivel de confianza= sigma	Z	2	1,96	3	99%
Margen de Error= e	e	5%	0,05		95%
$n = \frac{\sigma^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q} = \frac{17889,3708}{46,565 + 0,9604} = \frac{17889,3708}{47,5254} = 376 \text{ encuestas}$					

(Inder, 2020)

Se realiza una encuesta a 376 padres de familia los cuales tengan hijos entre los 0 y los 4 años, que utilicen el servicio de las guarderías ubicadas en el municipio de Yumbo, pues este es el sector de mercado que más se asemeja al concepto del centro de estimulación temprana.

Se hace una investigación cuantitativa debido a que se elaboró una encuesta a los posibles clientes del centro de estimulación temprana para bebés y niños de 0 a 4 años.

Formula de la muestra:

Z Nivel de confianza 95% es igual a 1,96

P Población que cumple, es el porcentaje de aquellas que inscribiría a sus hijos en el centro de estimulación temprana.

Q Población que no cumple 1-P

N Cantidad de población total.

E Error máximo permitido

Resultados con personas:

$$Z = 1,96$$

$$P = 0,8\%$$

$$Q = 0,2\%$$

$$N = 90.151$$

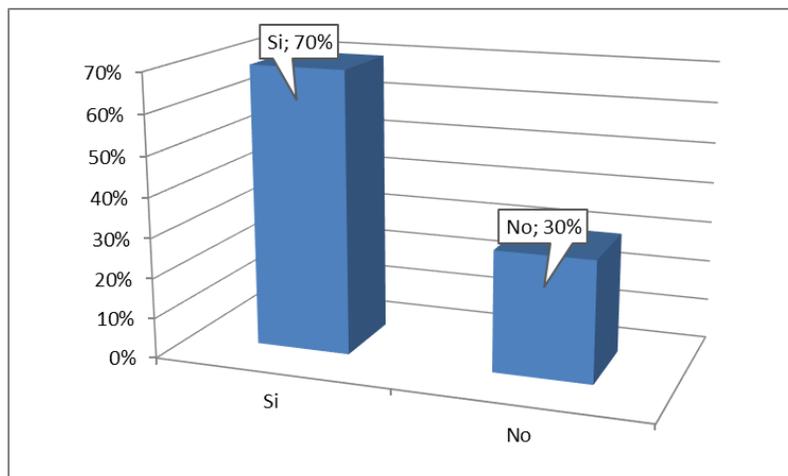
$$E = 96$$

(Inder, 2020)

**2.4.3 Hipótesis.** El interrogante que se plantea el grupo investigador es ¿Realmente los padres estarían dispuestos a invertir en un centro de desarrollo para sus hijos?, para lo cual se plantean la siguiente encuesta:

1. ¿Participa usted activamente en el proceso de educación y formación de su hijo?

**Cuadro 3. Resultado pregunta 1**

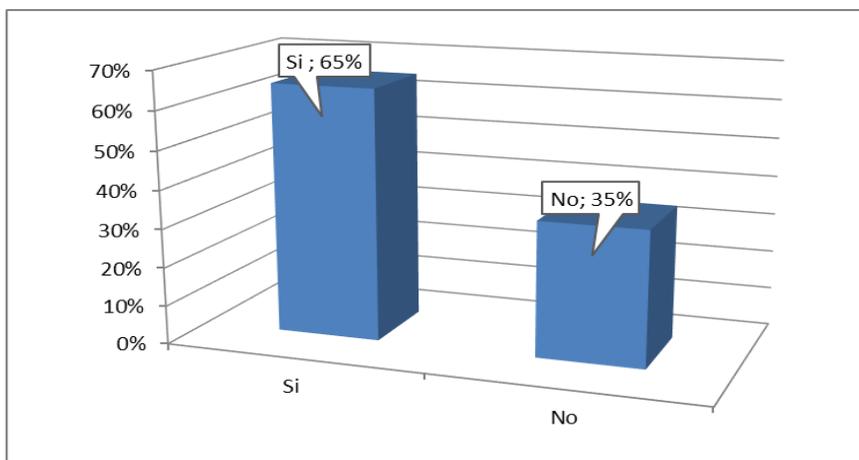


Fuente: (los autores)

Según los datos entregados por los padres en su mayoría participan de manera activa en el proceso de educación de sus hijos, lo que indica que no se limita solamente a enviarlos a un centro de enseñanza, sino, una preocupación por la calidad de la información que ellos reciben y como la asimilan.

2. ¿Asistiría usted a un centro de estimulación temprana donde su hijo tenga las herramientas para un adecuado desarrollo físico y mental?

**Cuadro 4. Resultado pregunta 2**

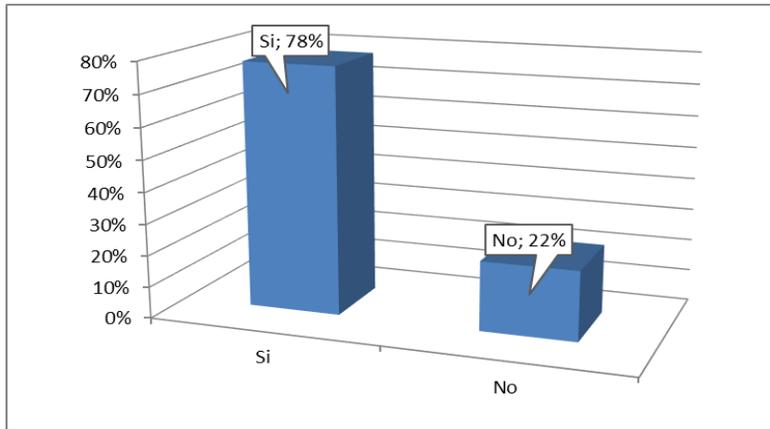


Fuente: los autores

Se nota una disminución en relación al interés de los padres generado en la pregunta anterior, y aunque se mantiene alto podría intuirse que algunos padres aun no ven como algo necesario estar físicamente en el espacio donde sus hijos reciben el conocimiento.

3. ¿Actualmente sus hijos asisten a una guardería?

**Cuadro 5. Resultados pregunta 3**

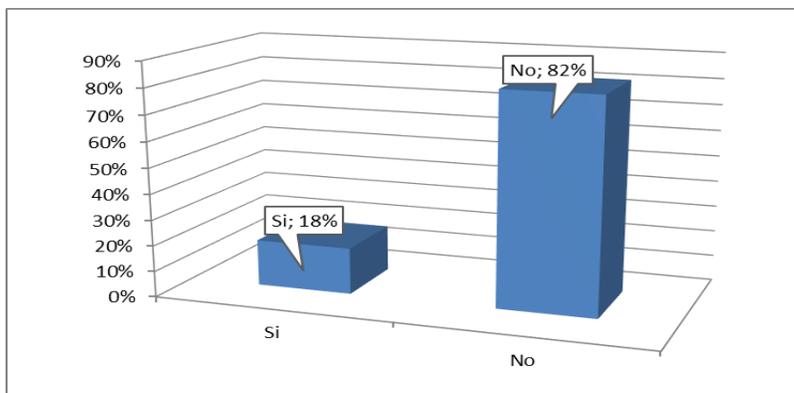


Fuente: los autores

Al conocer que más de las 3/4 partes de los encuestados cuentan con un sitio donde dejan a sus hijos para su cuidado, el grupo investigador puede deducir que un factor diferenciador podría hacer que este grupo poblacional elija contar con el servicio que se presta en el centro de estimulación.

4. ¿Conoce usted actividades que colaboren con el desarrollo físico y mental de sus hijos?

**Cuadro 6. Resultado pregunta 4**

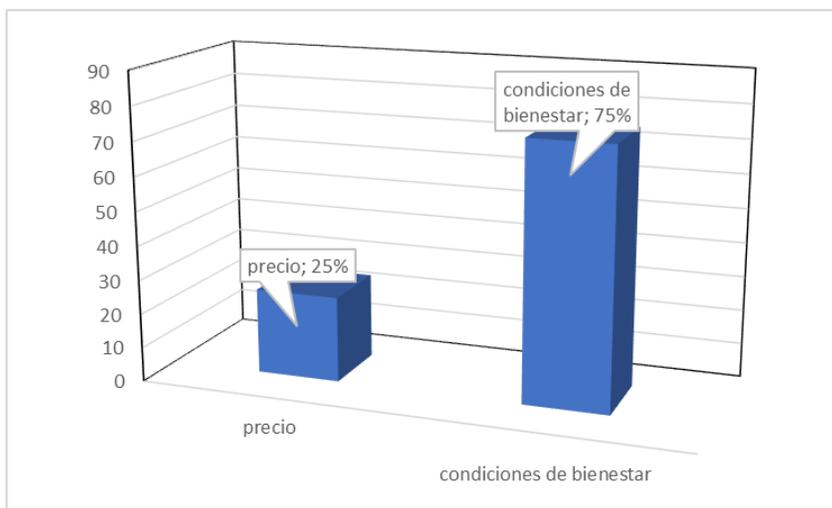


Fuente: los autores

Se observa que aunque a los padres les gusta estar presentes y hacer parte activa de la educación de sus hijos, estos carecen de herramientas de juicio que les permitan evaluar si las actividades que se les ofrecen a los niños sean las adecuadas para estimular correctamente el desarrollo integral de los infantes

5. ¿Al momento de escoger sobre un tipo de centro para el cuidado de sus hijos se basaría en precio o condiciones de bienestar?

**Cuadro 7. Resultado pregunta 5**



Fuente: los autores

Se evidencia que hoy por hoy ha cambiado la percepción de la mayoría de los padres en cuanto a la calidad de trato que quieren que sus hijos reciban, pues para la mayoría es más valioso la calidad del servicio que el precio que se deba pagar por dicho servicio.

## 2.5 PLAN DE MERCADEO

Este es un paso vital en el desarrollo del proyecto, por lo que es válido tener bases de cómo realizar el plan de mercado de una manera eficiente y sin cometer

demasiados errores, por lo que se analizan conceptos como el de José Ramón Sánchez, que lo describe de la siguiente manera:

*El desarrollo de un plan de mercadeo es similar al proceso de cuando un niño comienza a caminar. Antes que nada, él se percata de que es capaz de hacer y luego, explora el mundo que le rodea. El primer paso es conocer las fortalezas y las debilidades intrínsecas de nuestra empresa, para saber, que podemos ofrecer a nuestros consumidores. Luego, averiguamos que aspectos positivos nos brinda el mercado para aliviar nuestro camino y que peligros acechan nuestro avance (Marketing/mercadeo, 2012)*

Para realizar el siguiente plan del mercado tendremos en cuenta un artículo del consultor Roberto Espinosa (2014) el cual nos brinda una información muy importante acerca de cómo llevar un plan de mercado teniendo en cuenta la descripción de la realización de dicho proceso, que herramientas necesitaremos, cuales son la estrategias que se van a implementar analizando las nuevas tendencias del mercado en temas de productos, precios, segmentos, competidores y los entornos que rodean el desarrollo del mismo (Espinosa, 2014)

**2.5.1 Estrategia de precio.** A continuación se presenta la información referente a los precios de los servicios ofertados por la empresa.

**Tabla 1. Precios del servicio**

<b>Centro de estimulación temprana ISA</b>	
Precio del servicio	
Taller cognitivo y neuronal	\$178.250
Taller físico motriz	\$178.250
Taller a tu medida	\$224.750

Fuente: los autores

**2.5.1.1 Taller cognitivo y neuronal.** Se refiere al conjunto de técnicas y estrategias para mejorar la eficacia de capacidades cognitivas y funciones ejecutivas como la memoria, atención, lenguaje, razonamiento o la planificación, entre otras. Hoy en día el ámbito de aplicación suele ser abordar una *rehabilitación cognitiva* en intervenciones terapéuticas en enfermedades que cursan con deterioro cognitivo, un *entrenamiento cognitivo* u orientado a garantizar el deterioro o declive cognitivo debido a un envejecimiento normal, o el entrenamiento cognitivo para el *alto rendimiento* en actividades que requieren altas capacidades cognitivas (bitbrain, 2020).

Este tipo de talleres ayudara al niño a mejorar su capacidad de memoria a través de ejercicios y actividades específicas, de igual manera se espera potencializar las habilidades de cada uno de ellos en función de generar herramientas de para perfeccionar la capacidad de la memoria.

**2.5.1.2 Taller físico motriz.** El primer aprendizaje que hay que adquirir es el corporal, por ser el cuerpo el primer elemento de actuación. De esta manera la educación motriz permite que el niño canalice su energía a través de la actividad, del movimiento y del juego, además de pretender el desarrollo armónico e integral del individuo, como fundamento educativo (Chacón Cuberos, 2009)

Los talleres físicos y motrices permitieran habilitar, mejorar y/o perfeccionar las habilidades de movimiento de los niños, estos talleres son fundamentales para ellos en los primeros años de vida.

**2.5.1.3 Taller a tu medida.** Los talleres a tu medida estarán diseñados dependiendo del tipo de necesidad que tenga el niño, en algunos casos de mezclaran los talleres físico motriz con los cognitivo y neuronal, de igual manera se

alternaran con diferentes actividades propias de las habilidades de los profesores especializados.

Los talleres a la medida estarán dados para niños que requieran el fortalecimiento de una habilidad específica, lo anterior permitirá orientar los trabajos a las necesidades de cada niño.

Al momento de establecer el precio de los talleres se toma en cuenta que los profesionales encargados de los mismos observaran las necesidades de cada uno de los niños, para así establecer las cargas adecuadas sin generar un efecto contrario en los niños, como puede ser la falta de confianza o la merma de las habilidades sociales.

Al enfocarse en temas específicos como es el desarrollo físico y cognitivo de los niños, el precio es un factor que los padres si bien estudian no es determinante al momento de tomar la decisión, pues el bienestar de sus hijos prima sobre otros factores.

**2.5.2 Estrategia de venta.** Para definir las estrategias de venta a utilizar se debe tener en cuenta la descripción de los procesos que se pueden llevar a cabo dentro del centro de estimulación, con una detallada reseña acompañas de imágenes que se podrán encontrar en el portal web de la organización, y que servirán de base para que los padres se hagan a una idea concreta de los beneficios que tienen para los menores asistir y recibir las capacitaciones y enseñanzas brindadas por los profesionales del centro de estimulación temprana.

**2.5.3 Estrategia de promoción.** Gracias al auge de la tecnología y a que la mayor parte de las personas cuenta con una fácil y rápida conexión a internet, la promoción del centro de estimulación se realizara de una manera virtual, a través de redes sociales gratuitas como lo son Facebook e Instagram, en las cuales se

planea hacer una campaña de expectativa haciendo publicaciones con consejos prácticos para los padres, que incentiven en ellos la curiosidad por conocer todo lo que el centro de estimulación tiene para ofrecerles.

**2.5.3.1 Estrategia de distribución.** Al no tener un producto físico como tal, el centro de estimulación no requiere canales de distribución de mercancía, pero si se planea tener un vehículo tipo van que pueda recoger a los padres e hijos que no cuenten con un vehículo propio para desplazarse hasta las instalaciones del centro de estimulación, servicio que tendrá un costo adicional y será opcional para los padres que decidan tomarlo, el cual tendrá un costo mensual de treinta mil pesos por familia (papa, mama e hijo) y cinco mil pesos adicionales por persona adicional si se cuenta con más de un hijo, con un máximo de 20 personas por viaje en los horarios de las clases.

**2.5.4 Políticas de servicio.** Se presenta las políticas de servicios que tiene la empresa para un mejor manejo de los servicios.

- Tratar a cada niño y bebe con el respeto y comprensión que ellos requieren para poder desarrollar su habilidades mentales y motoras.
- Garantizar que los padres formen activa del proceso de desarrollo de sus hijos.
- Brindar espacios ideales para la comodidad de padres e hijos, con todos los elementos necesarios para el desarrollo cognitivo.
- Atender oportunamente las sugerencias recibidas por parte de los padres que asisten al centro de estimulación.

**2.5.5 Tácticas de venta.** Para este punto el administrador del centro de estimulación debe contar con la capacidad de establecer estrategias que le permitan llegar hasta los padres de familia y hacerles sentir la importancia que tiene para sus hijos asistir a un centro de estimulación temprana, basándose en estudios e

investigaciones donde se denote la relevancia que tiene la formación inicial en el desarrollo de la personalidad de los pequeños y de igual manera que se cuenta con un personal idóneo, calificado y que garantiza dar todo de sí mismo para alentar las capacidades de cada niño, sin olvidar que los padres juegan un papel importante en este proceso, y así también afianzar los lazos familiares y sociales del niño.

Para ello se plantearan inicialmente con dos estrategias de venta:

1. Se le darán a conocer a los padres las ventajas de tener a su niño en el centro de estimulación temprana, a través de ejemplos de otros niños que hayan asistido a centros de estas mismas características.
2. Se plantearan alianzas con almacenes que distribuyan productos para niños y bebes que beneficien a los padres que inscriban a sus hijos en el centro de estimulación temprana.

## 3 ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1 INTRODUCCIÓN

La empresa se dedicara al desarrollo de talleres y actividades ludias que propendan por la estimulación tanto física como cognitiva de los niños de 0 a 4 años que habitan el municipio de Yumbo, y cuyos padres decidan tomar el servicio que les brinda el centro de estimulación temprana.

### 3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para entender y reconocer los distintos procesos y elementos requeridos para el funcionamiento del centro de estimulación se debe partir de una correcta ingeniería del proyecto, donde se entienda puntos clave del mismo, para lo que se tendrá en cuenta:

*La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. Pero vamos por partes. Un proceso de ingeniería de proyectos tiene, por lo menos, seis fases claves que se deben tener en cuenta. a) Ingeniería de proceso, b) Alcance, c) Documentos necesarios, d) Ingeniería básica, e) Plano de distribución, f) Gestión de ingeniería (Project management, 2020)*

Se deben analizar los requerimientos y procesos que se deben aplicar para la correcta puesta en marcha del centro de estimulación, así como también las técnicas de promoción que se utilizara para llegar de buena manera a los padres de los menores que son el sentido del centro de estimulación, así como la planta física y mobiliario físico requerido para su correcta puesta en marcha.

**3.2.1 Producto.** Al tratarse de un establecimiento comercial que prestara un servicio intangible, las cualidades del mismo están dadas por el tipo de actividades que desarrollaran los colaboradores con los niños, así como también en los espacios y elementos técnicos que se proporcionen para estos fines, y se debe tener en cuenta también que se contará con horarios establecidos para las clases y actividades, las cuales podrán ser acordadas con los padres de familia según su disposición de tiempo, pues la idea en el centro de estimulación es que los padres hagan parte activa del proceso de desarrollo cognitivo y motriz de sus hijos.

Se realizaran talleres de estimulación diferenciados de la siguiente manera:

- “Niño a expandir su capacidad cerebral, como la pintura, la música y las artes Desarrollo Cognitivo y cognitivo”: En este taller el profesional propondrá actividades que estimulen al infante en un entorno social donde interactúe con otros niños, pero siempre con el acompañamiento de los padres que permita una adecuada inclusión a la vida en sociedad.
- “Desarrollo físico motriz”: Mediante actividades físicas apoyadas con implementos como colchonetas y sillas, el niño con dificultades físicas podrá aprender a reaccionar a situaciones de la vida cotidiana, y a como estimular su propia habilidad motora.

**3.2.1.1 Requerimientos para los talleres.** Para el desarrollo de los talleres se requieren los siguientes materiales.

**Tabla 2 Elementos para talleres motrices y neurológicos**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Cinta de 2 pulgadas en colores	10	2,300	23,000
Cuerda por rollos	10	1,400	14,000
Lana	10	850	8,500
Pelotas varios tamaños	30	2,500	75,000
resmas de papel	10	9,500	95,000
Fomi de colores	50	400	20,000
juegos de mesa	10	5,000	50,000
			285,500

Fuente: las autoras

**3.2.2 Metodología del proyecto.** El ámbito del proyecto es establecer el centro de estimulación temprana para niños y bebés de 0 a 4 años,

El tamaño del proyecto está dado al centro del municipio de Yumbo, donde hay accesibilidad de vías y de planta física, además de ser el sector donde se concentran la mayor parte de las viviendas de estrato socioeconómico 3, 4 y 5, quienes son el mercado principal para el centro de estimulación.

Al tratarse de un centro de estimulación donde se prestan servicios de apoyo y aprendizaje, no se requiere de maquinarias de producción o insumos, sino de elementos específicos que utilizaran los orientadores en las diferentes actividades.

Los elementos requeridos se detallan en el siguiente cuadro.

**Tabla 3. Equipos requeridos para el proyecto**

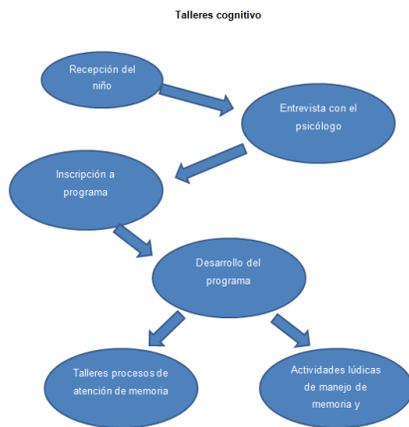
<b>Equipos requeridos</b>		
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
1	Colchonetas	20
2	Inflable	3
3	Saltador	20
4	Audiolibro	20
5	Escritorio	2
6	Computador	2
7	Sillas	30
8	Espumas Estimulación Temprana	20
9	Cubos Estimulación Temprana	20
10	Archivador	1

Fuente: los autores

Se tomara en alquiler una casa donde se establecerán 3 salones especiales para cada uno de los talleres que se dictaran, que cuente además con una zona de patio donde se puedan realizar trabajos de estimulación complementarios.

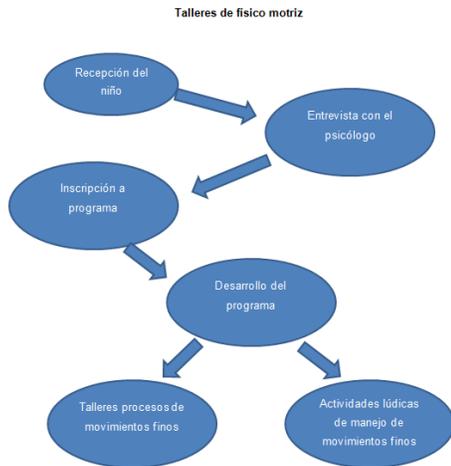
**3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo.** Se establecerán una serie de planes que se plasmaran en un diagrama, el cual será la referencia para entender el sentido del plan de negocios, el cual se basara en una cadena de valor que se le debe hacer conocer de la manera más eficientemente posible a los clientes.

**Cuadro 8. Diagrama de flujo taller cognitivo**



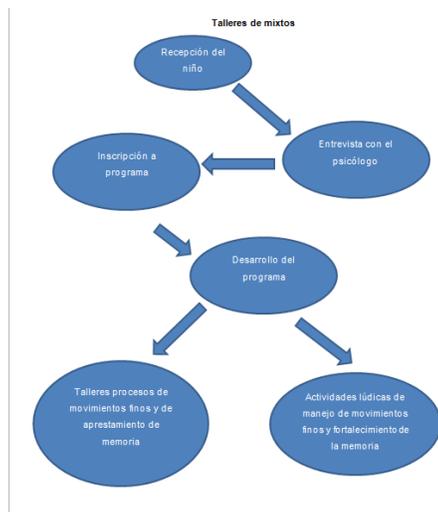
Fuente: Las autoras

**Cuadro 9. Diagrama de flujo taller físico motriz**



Fuente: Las autoras

## Cuadro 10. Talleres mixtos



Fuente: Las autoras

**3.2.3.1 Plan general funcional.** Se definirán los medios necesarios para el correcto desarrollo del funcionamiento del centro de estimulación temprana para bebés y niños de 0 a 4 años, tales como los talleres que se pueden ofertar, los elementos técnicos que se requieren para el idóneo desarrollo de las actividades propuestas, para lo que se deberá contar con buenos profesionales, con experiencia y buen trato con los menores y los padres, que brinden seguridad y confianza a los potenciales usuarios del servicio que se desea prestar.

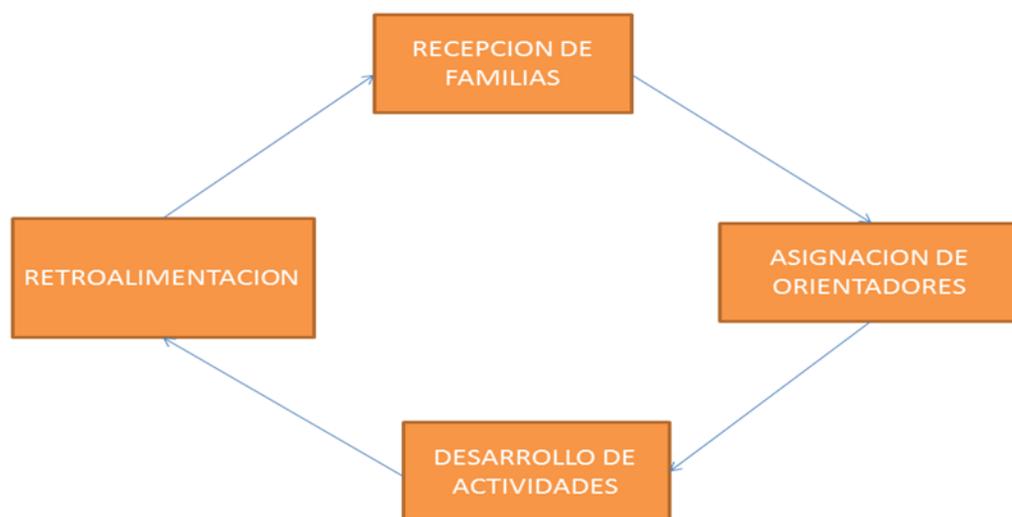
**Cuadro 11 Ficha técnica de los servicios**

<b>Talleres – centro de estimulación</b>	
<b>Nombre del taller</b>	Taller cognitivo – motriz y mixto
<b>Responsable del taller: psicólogo – psicoterapia - profesor</b>	
Número de alumnos; para cada taller un máximo de 5 estudiantes, los cuales rotaran con cada especialista en actividades de 45 minutos	
<b>Actividades</b>	Habilidades blandas (Cognitivo)
	Habilidades motrices (Motriz)
	Juegos de patio (ambos casos)
	Manualidades (ambos casos con estrategias diferenciadoras)
	Actividades de grupo (juegos)
<b>Herramientas y elementos requeridos</b>	Juegos de mesas
	Cartón, papel, fomi, plastilina, colores, arma todo, tijeras, pegante, kit de manualidades, cinta
	Cartillas, álbumes, fotografías, kit de juegos mentales
	Balones, lasos, aro de pasta, inflable, juegos lúdicos de patio
	Hojas de papel, lápices, lapiceros, cuadernos
	Equipos de sonido con música de ronda para niños
<b>Requerimientos físicos</b>	
Se requiere espacios limpios y sin ruido para mayor concentración. Espacios abiertos y aireados para las actividades lúdicas. Algunas actividades requiere e movilidad física tanto para los niños, como para los docentes	
<b>Condiciones ambientales</b>	

Espacios limpios , sin contaminación auditiva, visual de olores.
Riesgo físico
Las actividades lúdicas no generan riesgo físico para los niños y personal de apoyo.

Fuente: Las autoras

**Cuadro 12. Plan general funcional de la compañía**



Fuente: los autores

**3.2.3.2 Descripción de las operaciones.** En primera instancia deberá establecerse un estudio de mercado, que nos permita establecer con claridad el mercado al cual se va a atender, y por ende las estrategias que se utilizaran para causar un impacto efectivo.

Posteriormente se deberá estructurar el tipo de dinámica que se llevara a cabo en cada uno de los talleres, así como también los horarios y jornadas en los que se van a realizar, de acuerdo a las herramientas y espacios con los que cuenta el centro de estimulación temprana.

**3.2.4 Tecnología y selección de equipos requeridos.** Por tratarse de un centro de estimulación temprana la tecnología que se requiere es principalmente de tipo administrativo, en lo referente a la organización de la información de los clientes y de los orientadores, mediante las herramientas que brinda el paquete de office como son Word y Excel, pues estas herramientas brindan los suficientes medios para el almacenamiento y organización tanto de niños como de padres, así como también la de los orientadores y sus guías de aplicación.

**3.2.5 Selección del equipo.** Este proceso de suma importancia para dar inicio al centro de estimulación temprana, ya que se debe tener claro las necesidades esenciales, que permita una elección adecuada de acuerdo a las necesidades y los costos en los que incurrirá la organización, por esta razón el equipo que se utilizara es:

**Tabla 4. Equipos de oficina requeridos**

<b>Equipo de oficina</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
2	Computadores	\$1,100,000	\$2,200,000
2	Escritorios	\$110,000	\$220,000
8	Ventiladores	\$90,000	\$720,000
1	Impresora Multifuncional	\$250,000	\$250,000
2	Sillas ergonómica	\$80,000	\$160,000

Fuente: los autores

**3.2.6 Calculo de cantidades de materia prima e insumos.** Al no contar con un producto tangible, la organización no incurrirá en gastos de materia prima o

insumos, y los gastos inherentes a papelería, equipos de cafetería y varios se encontrarán al momento de definir la inversión inicial

### **3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

El centro de estimulación se asentará en la zona céntrica urbana del municipio de Yumbo, pues en este punto se encuentra con una fácil movilidad hacia los demás sectores de la ciudad en caso de ser necesario, así como también cuenta con proximidad al hospital local y a diferentes supermercados y centros comerciales.

La importancia de la localización del proyecto radica en que al conocer bien el entorno que rodea la organización, se pueden identificar factores favorables y desfavorables con mayor seguridad, por lo que este concepto se apoya en un documento de revistasbolivianas.org,

*La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. Pese a que existen diferentes metodologías, que ayudan a determinar la localización de manera más acertada, no están siendo utilizadas, por falta de conocimiento tanto de quienes realizan proyectos, como de quienes supervisan la elaboración de los mismos (Corrillo Machado & Gutiérrez Quiroga, 2016)*

Al no realizar transformación de materias primas o insumos la organización tomara como mano de obra directa. A los profesionales encargados de plantear y dirigir los talleres.

En el ámbito ambiental se puede afirmar que el centro de estimulación temprana no presenta ningún riesgo para el medio ambiente, ya que no tiene procesos que genere contaminación, ni algún factor que genere la destrucción del medio ambiente.

**3.3.1 Macro-localización.** La macro localización está definida así:

El proyecto tendrá su desarrollo en el municipio de Yumbo, ubicado en la zona céntrica del departamento del valle del cauca.

La ubicación estratégica del municipio en la geográfica del departamento, permite un fácil acceso para los profesionales y personal requerido para el negocio, de igual manera los requerimientos de equipos e insumos necesarios para la operación se pueden conseguir en el mismo municipio o en la ciudad de Cali, el clima del municipio es cálido y cuenta con vías pavimentadas y de fácil acceso.

De esta manera, el centro de estimulación temprana cuenta con los servicios públicos domiciliarios (Gas, energía, acueducto y alcantarillado), los cuales son ofrecidos por la localidad.

**3.3.1.1 Comunicaciones.** Se tiene acceso a internet y a telefonía fija y celular, también se cuenta con el servicio cercano de correo para el envío de encomiendas o documentos requeridos.

**3.3.1.2 Condiciones de vida.** En el municipio de Yumbo predominan los estratos 2, 3 y 4, y en el sector centro del municipio parte de sus habitantes son

económicamente (aunque no oficialmente) estrato 5, quienes son el mercado potencial para el centro de estimulación temprana

3.3.1.3 **Leyes y reglamentos.** La empresa que ofrece el servicio de agua y energía es EMCALI, el servicio de telefonía fija e internet lo ofrece CLARO.

3.3.1.4 **Clima:** En este aspecto el municipio de Yumbo cuenta con un clima cálido, pero en ocasiones también es frío, por lo cual se instalaran ventiladores que ayuden a cambiar el aire de los espacios del centro de estimulación.

3.3.1.5 **Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente.** Debido a la naturaleza de la organización las acciones en materia ambiental son mínimas, y se ven más abocadas a la clasificación de los desperdicios que se deriven de las actividades lúdicas realizadas por los orientadores con los niños y padres.

3.3.1.6 **Actitud de la comunidad.** Se observa una receptividad por parte de la comunidad a la cual se espera impactar, pues en el municipio no existe ninguna organización que se dedique a esta actividad, lo que genera atractivo en torno a la organización.

3.3.1.7 **Zonas Francas.** No se cuenta con alguna zona franca en el área directa de impacto.

3.3.1.8 **Condiciones sociales y culturales.** Basados en lo observado por el grupo investigador, el lugar ideal para establecer el centro de estimulación temprana está

en el sector central de la municipalidad, ya que en este sector se encuentra el mayor número de residencias.

**3.3.2 Micro-localización.** La micro localización está definida así:

El mercado se establecerá en la comuna dos, siendo este el espacio geográfico escogido, ya que en este sector se encuentran la mayor parte de las residencias de las familias que hacen parte de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5, facilitando así el acceso de los usuarios al centro de estimulación.

Referente a las condiciones del espacio que se adaptara para el centro de estimulación, se tiene que será una casa con al menos 3 habitaciones, 2 baños, un espacio de sala-garaje, y un patio para el desarrollo de actividades complementarias.

**3.3.2.1 Localización urbana, suburbana o rural.** Por las características del tipo de organización se establecerá en la zona urbana.

**3.3.2.2 Transporte de personal.** Los empleados y orientadores del centro de estimulación temprana llegaran al sitio donde se ubicara la empresa por sus propios medios, ya que esta se ubicara en la zona urbana no se presentan mayores

inconvenientes para desplazarse hasta allí, además se contara con personal que resida en el propio municipio de Yumbo.

**3.3.2.3 En materia de seguridad.** La mega estación de policía se encuentra a cinco minutos, el hospital a cinco minutos, y el cuerpo de bomberos a diez minutos, del sitio donde se establecerá el centro de estimulación temprana.

**3.3.2.4 Costo de los terrenos.** No se incurrirá en estos ya que no se comprara el terreno.

**3.3.2.5 Proximidad a vías principales.** El centro de estimulación temprana se ubicara cerca de la vía panorama que conecta con la ciudad de Cali, y con las vías principales del municipio.

**3.3.2.6 Cercanía al aeropuerto.** No aplica.

**3.3.2.7 Disponibilidad de vías férreas.** No aplica.

**3.3.2.8 Cercanía al centro del Municipio.** El espacio físico del centro de estimulación **está ubicado en la zona urbana céntrica del municipio**

**3.3.2.9 Disponibilidad de servicios.** Gracias a la buena ubicación del local, la organización cuenta con los servicios básicos óptimos como lo son el de acueducto

y alcantarillado, la energía, el internet y la telefonía fija y móvil, el servicio bancario y de correos.

**3.3.3 Tipos de drenajes.** La organización cuenta con conexión al servicio de alcantarillado público de la municipalidad.

**3.3.3.1 Condiciones de vías urbanas y de las carreteras.** A groso modo las vías urbanas están en buen estado gracias a los procesos de modernización que la administración municipal ha desarrollado en los últimos años.

**3.3.3.2 Disponibilidad de restaurantes.** En el área de influencia del centro de estimulación temprana se ubica una gran variedad de restaurantes que dan distintas opciones a la hora de escoger que se desea comer

**3.3.3.3 Recolección de residuos.** La recolección de la basura y residuos lo hace la empresa SERVIGENERALES S.A. ESP.

**3.3.3.4 Restricciones locales.** No aplica

**3.3.3.5 Impuestos.** Se deben pagar el impuesto determinado por la ley en el código de comercio, y a nivel local se debe cancelar adicionalmente el impuesto al alumbrado público

**3.3.3.6 Tamaño del sitio.** La casa que se tomara en alquiler tiene un espacio de aproximadamente 40 m<sup>2</sup>, distribuido en tres habitaciones, dos baños, una sala-garaje y un patio.

**3.3.3.7 Forma del sitio.** El local tiene un diseño rectangular.

**3.3.3.8 Características topográficas del sitio.** El local es plano con un pequeño de nivel hacia el frente para la salida de agua hacia un sifón frontal, sin escaleras, ubicado en un primer piso.

**3.3.3.9 Condiciones del suelo del sitio.** El suelo se encuentra en condiciones ideales para la actividad a desarrollar.

### **3.4 TAMAÑO DEL MERCADO**

Dimensión y características del mercado: El servicio prestado en el centro de estimulación temprana se enfocara en los talleres y actividades propuestos por los profesionales encargados de la atención de los infantes, orientados hacia el desarrollo motriz y cognitivos de los mismos.

Los servicios a ofrecer en grupos de hasta 15 niños (Por horas según necesidad) en los cuales los profesionales tendrán espacios de 45 minutos para el desarrollo de un taller.

Se determinaran espacios en los cuales los niños de puedan desarrollar actividades grupales con otros grupos del centro.

El centro espera contar con por lo menos 4 grupos por jornada

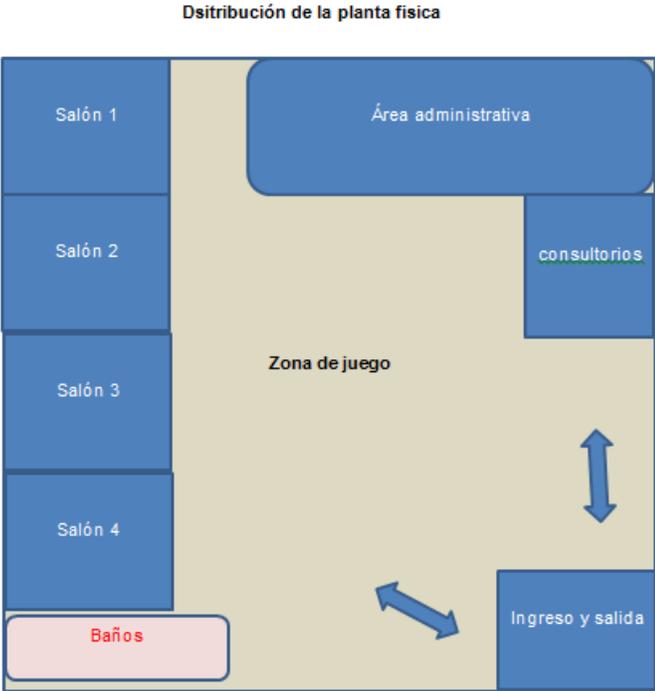
Localización del proyecto: El centro de estimulación se ubicara en la zona urbana céntrica del municipio de Yumbo, cerca de los puntos de distribución y de los restaurantes y el centro comercial que existe en la municipalidad.

El costo de inicio del centro de estimulación es de \$17.185.404., entre costo de funcionamiento y artículos necesarios para su puesta en marcha, estos recursos serán aportados por los socios como capital inicial de constitución y apertura.

### 3.5 Distribución física del centro

A continuación, se presenta la distribución física del centro.

**Cuadro 13. Planta física**



Fuente: Las autoras

**Tabla 5. Inversión inicial para el centro de estimulación**

<b>CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA</b>			
<b>INVERSION INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
ventiladores	8	90.000	720.000
asientos	5	33.000	165.000
escritorio	2	150.000	300.000
sillas	2	80.000	160.000
Cafetera	1	60.000	60.000
Sillas ergonomicas	2	150.000	300.000
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1.705.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES</b>			
Computadores	2	1.100.000	2.200.000
Telefono fijo	1	78.000	78.000
Telefono celular	1	230.000	230.000
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>2.508.000</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
vehiculo	1	2000000	2.000.000
Impresora multifuncional	1	250.000	250.000
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>2.250.000</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>6.463.000</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>			
camara de comercio	1	146.000	146.000
uso de suelos	1	9.000	9.000
sayco y acinpro	1	500.000	500.000
bomberos	1	50.000	50.000
avisos y tableros	1	170.000	170.000
<b>TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCION</b>			<b>875.000</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
Adecuacion e instalaciones	0	0	0
<b>TOTAL DE ADECUACIONES</b>			<b>0</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Software	-	0	0
Licencias de operación equipos	2	724.500	1.449.000
<b>TOTAL DE ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>1.449.000</b>
<b>ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			
campana publicitaria	1	600.000	600.000
<b>TOTAL DE ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			<b>600.000</b>
PUBLICIDAD PREOPERATIVA	1	960.000	960.000
<b>TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA</b>			<b>960.000</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>3.884.000</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Gastos de administracion	1	1.188.591	1.188.591
gasto venta	1	715.000	715.000
nomina	1	4.934.813	4.934.813
inventario	0	0	0
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>6.838.404</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>			<b>17.185.404</b>

Fuente: los autores

## 4 ORGANIZACIÓN Y LEGAL

### 4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El centro de estimulación temprano ISA, será una organización que se situara en el municipio de Yumbo, que se dedicara al cuidado y estimulación de las capacidades físicas y cognitivas, donde se propenderá por que los niños y bebes que acudan a realizar las actividades y talleres encuentren una alternativa que más allá de una guardería tradicional, les permita trabajar en el desarrollo de sus capacidades cognitivas.

**4.1.1 Misión.** Brindar a nuestros usuarios una alternativa innovadora y de calidad que sea parte del crecimiento físico y cognitivo de sus hijos, desarrollando actividades específicas enfocadas en la construcción de una familia unida, pues el componente familiar es un factor que debe ser principal en la formación y del niño que se incorpora a la sociedad.

**4.1.2 Visión.** Para el año 2025 el centro de estimulación será uno de los más reconocidos en la ciudad de Yumbo por la calidad en los servicios que presta a la comunidad, el profesionalismo y entrega de los orientadores que hacen parte del centro de estimulación ISA, convirtiéndose en líder en el mercado de atención a menores.

**4.1.3 Valores corporativos.** A continuación se presentan los valores corporativos dados en la empresa.

- **Respeto:** Ser respetuosos con quienes conforman la organización y cada día hacen parte de ella, con los usuarios que quienes le dan sentido al centro de estimulación temprana.

- **Confianza:** Que el usuario se sienta seguro de adquirir nuestros servicios, que sienta la tranquilidad de saber que sus hijos están siendo atendidos por orientadores capacitados y dispuestos a dar lo mejor de sí para apoyar el crecimiento de los niños.
- **Honestidad:** Fomentar la honestidad entre personal administrativo, orientadores y usuarios, si sabemos que alguien está haciendo algo mal, hacerlo entrar en razón de que la organización le puede brindar mejores cosas pero actuando de forma honrada.
- **Responsabilidad:** Tener compromiso con los días y horarios de los talleres asignados, hay que ser conscientes que los usuarios hacen un esfuerzo para poder asistir con sus hijos y ser parte del proceso de desarrollo de ellos.

**4.1.4 Filosofía de trabajo.** Ofrecer a nuestros usuarios del centro de estimulación una alternativa confiable, segura e innovadora que aporte un elemento al proceso de crecimiento de sus hijos, pues el acompañamiento de los padres en el proceso educativo y de inclusión a la sociedad determina en buena medida las capacidades sociales de los niños.

## 4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A continuación se presenta la estructura organizacional de la empresa.

Cuadro 14. Estructura organizacional de la compañía



Fuente: los autores

4.2.1.1 **Junta de socios.** Son quienes conforman la sociedad estipulada y son quienes realizan una inversión sea en dinero, bienes u otras acciones con los cuales se constituye la sociedad, por ende son los principales jerarcas desde el punto que actúan como los dueños de dicha compañía.

4.2.1.2 **Administrador.** Es el segundo al mando de la junta de socios y como tal es la cabeza del negocio puesto que él es la persona que debe estar dirigiendo y supervisando todos los procesos de la compañía y por cada una de las áreas a pesar de que estas tengan un encargado. El administrador debe trabajar en conjunto con todas las personas que conforman la empresa ya que debe ejercer un liderazgo

dinámico y velar por el buen desarrollo de la organización, teniendo en cuenta las partes que lo conforman como la de recursos humanos, el área financiera y demás.

4.2.1.3 **Contador.** Esta como un intermediario con el administrador puesto que debe trabajar muy de la mano con este, ya que es el que maneja toda la parte contable y financiera de la compañía, desde la realización de informes ( balances, estados de resultados, estados de pérdidas y ganancias, etc.) hasta la supervisión y control del presupuesto de la compañía cumpliendo con los gastos, pagos y de más obligaciones que tenga la empresa, con fin de mostrarle a la junta de socios como va el desempeño de la sociedad cada periodo o según lo establezcan.

A continuación se relacionaran los diferentes profesionales y personal de apoyo para el desarrollo del centro

4.2.1.4 **Psicólogo.** Profesionales especializados en atención a niños con especialidad en motricidad y desarrollo neuronal. Se espera que tengan por lo menos 2 años de experiencia en el campo.

4.2.1.5 **Médico.** Profesional en medicina general, con alta experiencia en tratamiento de niños, se requiere mínimo 2 años de experiencia en el campo.

4.2.1.6 **Docente.** Profesional licenciado en educación para niños y con experiencia mínima de 2 años en actividades lúdicas y físicas para niños.

4.2.1.7 **Oficios Varios.** Se dedicaran a velar por la buena presentación y aseo de las instalaciones del centro de estimulación, así como también por atender los requerimientos de cafetería que se puedan presentar, además de que el conductor

será el encargado de realizar la ruta de recogida y despacho de los usuarios que así lo requieran.

**4.2.2 Funciones específicas del cargo.** Se presentan los diferentes cargos requeridos por la empresa.

**1. Administrador.**

- Supervisar y distribuir las tareas que realizan día a día el personal del centro de estimulación y supervisar el trabajo del equipo.
- Revisar y hacer seguimiento de los informes financieros que presente el contador así como el manejo del presupuesto.
- Mantiene en orden el equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Coordinar los procesos de selección de personal otorgando a la compañía personas que cumplan el perfil correcto para desempeñar dichos cargos.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas y cómo va el desempeño de la empresa.

**2. Contador.**

- Elaborar estado financiero.
- Realizar presupuestos mensuales.
- Asegurarse de que los procesos contables tengan la mayor transparencia posible y presenten datos reales ante la compañía.
- Supervisar y coordinar el manejo contable de la compañía, cumpliendo con las obligaciones tributarias y normas fiscales.

**3. Orientadores.**

- Evaluar la condición física y cognitiva de cada niño para así reforzar los aspectos en los que presente mayor falencia.

- Desarrollar las actividades establecidas para los niños según sus necesidades específicas de cada uno.
- Reunirse con los padres de familia para explicarles la importancia de su presencia en el proceso de aprendizaje de sus hijos.
- Atender las solicitudes que realicen los padres a cerca de la evolución de sus hijos y la determinación de estrategias según sea el caso.

#### **4. Oficios varios.**

- Organizar los espacios del centro de estimulación y velar por su buen estado.
- Asear todos los implementos utilizados por los orientadores en el desarrollo de las actividades propuestas.
- Estar prestos para brindar refrigerios a los participantes de las actividades, así como también al personal administrativo.

**4.2.3 Indicadores.** Se presenta los indicadores en cada uno de los cargos.

**1. Administrador.**

- Presentar al día los informes a la junta de socios con resultados reales y planteamiento de estrategias en caso de no cumplir con las metas establecidas.
- Determinar que las estrategias de evolución al personal sean las indicadas.

**2. Contador.**

- Presentación oportuna de los estados financieros para permitir una mejor toma de decisiones.
- Reducción del gasto fiscal y optimización de los recursos financieros de la organización.

**3. Orientadores.**

- Organizar las fichas con la información de los niños que acudan al centro de estimulación.
- Responsabilizarse por los elementos que utilicen durante los talleres y su correcto uso.

**4. Servicios varios.**

- Atender eficientemente a los empleados y usuarios del centro de estimulación temprana.
- Ordenar y asear las áreas comunes, así como también la oficina y el baño del centro de estimulación.

**4.2.4 Cuadro de nómina.** Se presenta en la tabla 6 los valores de nómina durante el primer año.

Tabla 6. Nomina establecida para el centro de estimulación

CENTRO DE ESTIMULACION ISA												
NOMINA EN PESOS												
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALARIOS	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300	10.218.300
AUXTRANS	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064	194.064
CESANTIAS	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694
INTE CESANTIAS	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124	104.124
PRIMAS	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694	867.694
VACACIONES	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756	425.756
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196	1.226.196
ARL	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401	53.401
CAJA COMPENSACION FAMILIAR	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732	408.732
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>14.365.959</b>											

Fuente: los autores

### 4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Para este modelo inicialmente los procesos de reclutamiento de personal los realizará el centro de estimulación temprana, en cabeza del administrador teniendo en cuenta los requerimientos del puesto, los perfiles de cada cargo, la experiencia, las funciones que deben cumplir, procediendo a escoger el mejor aspirante para seguir con el proceso de la selección, contratación y capacitación.

**Cuadro 15. Modelo de reclutamiento de personal**



Fuente: (Tecnología En Gestión del Talento Humano, SENA - Regional Antioquia, 2010)

#### **4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL**

Teniendo en cuenta un artículo del Banco BBVA damos a conocer que cuando se realiza un proceso de selección de personal es con el fin de tener un objetivo principal y es el de analizar y evaluar los perfiles, las características y procedimientos que debe tener el personal que están siendo tomados como candidatos y entre los cuales de muchos que se presentan se escogerá uno solo el cual va hacer el encargado del puesto para el cual se está solicitando teniendo en cuenta que tenga el perfil para poder desempeñar el cargo demostrando sus habilidades y destrezas y siendo el que mejor se acondicione al cargo (BBVA, 2015)

**4.4.1 Solicitud de empleo.** Para la solicitud de empleo el centro de estimulación temprana tendrá un procedimiento, donde inicialmente se tendrá claro

el perfil de la persona la cual se requerirá, que funciones específicamente va a cumplir dentro de la organización, que experiencia debe tener y que nivel académico debe haber obtenido, de este modo la distribuidora publicara las vacantes en agencias de empleo o páginas web además de obtener información por medio de terceros que recomienden a las personas que estén interesadas en el trabajo, de esta manera cada candidato deberá cumplir el perfil estipulado y de más requerimientos, después de realizado este paso se escogerán las personas que apliquen al perfil anteriormente y se procederá a realizar las respectivas pruebas que le brinden a la compañía una mayor plenitud de a quien otorgar el puesto que se está ofreciendo.

**4.4.2 Entrevistas.** En la parte de entrevistas serán realizadas por la junta de socios del centro de estimulación ISA, teniendo en cuenta las recomendaciones anteriores, de este modo se citara al candidato escogido y se procederá a realizar las indagaciones acerca de su perfil laboral y la experiencia que ha obtenido en otros campos laborales de igual forma se indagara hasta que nivel académico tiene siendo un factor muy importante, finalmente se realizaran unas preguntas acerca de que le puede brindar esta persona a la organización desde la parte laboral y profesional y en que puede contribuir al mejoramiento y crecimiento de la empresa, finalizando así el proceso y escogiendo el postulante que más cumplió el perfil laboral y mejor desarrollo tuvo en la entrevista.

**4.4.3 Exámenes.** Para los exámenes que se les realizaran a los empleados se tomaran en cuenta dos modalidades que se estarán aplicando las cuales son:

**4.4.3.1 Test de aptitudes y habilidades.** Mide en el individuo capacidades, destrezas y competencias, las cuales van a influir de manera positiva o negativa al logro de objetivos del puesto. *“El objetivo de estos test es identificar en los evaluados un patrón de conducta repetitivo que permita identificar competencias*

*laborales y capacidades sobresalientes, con el fin de identificar el potencial de aplicación en la práctica profesional” (Humansmart, 2020)*

*“El examen pre-ocupacional permite determinar con precisión el estado de salud del trabajador, pudiendo así orientarlo hacia tareas que no le sean perjudiciales, de acuerdo a sus aptitudes” (Sanatorio Allende, 2020).* Además de los exámenes de laboratorio, optometría, y el examen clínico completo con declaración de salud para poder mirar en que estados de salud y en términos de habilidades y aptitudes se encuentra la persona que va a ingresar a la distribuidora.

Finalmente después de haber realizado los procedimientos anteriores se pasara al candidato a una pequeña entrevista con el jefe de área el cual analizara una última vez el perfil de la persona para posteriormente pasar a realizar la contratación, es de afirmar que después de firmado el contrato y la persona comience a laboral se programaran unas visitas domiciliarias con fin de poder ver en qué condiciones vive la persona y si maneja un orden en su vivienda lo cual también da mucho de que analizar el puesto de trabajo.

#### **4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN**

Una vez se haya terminado el proceso anterior y se tengan definidos los candidatos que entraran a formar parte del grupo de profesionales y administrativos del centro de estimulación, se procederá a realizar sus contratos por honorarios para los profesionales médicos, los demás se procederá contratos inferiores a un año, lo anterior acorde a la ley laboral.

**4.5.1 Inducción al personal.** Después de la firma de los contratos se realizaran charlas con los colaboradores para darles a conocer íntegramente sus roles y responsabilidades dentro de la organización, con la mayor claridad y diligencia

posible, con el fin que una vez empiecen a desarrollar sus actividades cuenten con todas las garantías y claridad sobre las mismas.

Se enfatizaran en los valores corporativos, en la misión y visión de la organización, y se buscara generar un sentido de pertenencia con la organización, pues cuanto más se conozcan las metas y objetivos de la organización, mejor se desarrollaran profesionalmente para alcanzarlas.

#### 4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO

**4.6.1 Capacitación.** La capacitación y entrenamiento de la empresa será de acuerdo a los cargos y sus necesidades sin embargo son pocas debido su tamaño, a continuación se relacionan las capacitaciones que aplicarían para cada cargo.

**Cuadro 16. Capacitaciones por cargo**

Capacitación	Cargo			
	Administrador	Contador	Tallerista	Oficios varios
Atención cliente	X	X	X	X
Excel	X	X		
Ley primera infancia	X	X	X	X

Fuente: los autores

El entrenamiento en este caso no se requiere debido a que cada cargo tiene funciones específicas que pueden desarrollarse posterior a la inducción y a la práctica, pero en caso de necesitarse se dispondrá de los recursos necesarios para realizarse.

#### 4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

A continuación se evidencia cada uno de los cargos con sus respectivas funciones para establecer la importancia de cada área de trabajo.

#### 4.7.1 Descripción de áreas.

- Departamento Administrativo y Contable se encarga de planear, organizar, controlar y evaluar los recursos humanos y los servicios de la junta directiva que se necesitan para el desarrollo de sus funciones.
- Desarrollar una cultura organizacional en la organización, asegurar una buena productividad en la empresa, elige el mejor personal para cada puesto de trabajo así mismo motivándolos dentro de un clima laboral adecuado para el buen funcionamiento de la empresa así mismo se enfoca en un trabajo en equipo para cumplir con las expectativas de todos los clientes.
- Se planifican las actividades contables de la organización, controlando los registros y movimientos contables dentro de la misma y que esto garantice unos estados financieros exactos y confiables.
- El área de talleristas profesionales velara porque se lleven a cabo todas las actividades de manera eficiente, garantizando así el desarrollo ideal de lo propuesto a los usuarios al momento de la inscripción.

**4.7.2 Fundamentación de cargo.** A continuación e presentan los distintos cargos de la empresa.

- **Administrador:** debe ser una persona con conocimientos de recursos humanos, planeación estratégica, experiencia en empresas privadas y con conocimiento en atención al usuario.
- **Contador:** debe ser una persona con habilidades y destrezas en el área contable, responsable de los procesos de registro y demás actividades que impliquen llevar la contabilidad de la organización.
- **Talleristas:** Deben ser profesionales en áreas como la psicología, medicina o docencia, con experiencia en atención a niños y trabajos con grupos pequeños.

- **Oficios varios:** debe ser una persona con espíritu de colaboración, que este presta a resolver los inconvenientes que se pueden presentar en materia de aseo en espacios donde se encuentran niños.

**4.7.3 Identificación y naturaleza del cargo.** Se identifican los cargos por su naturaleza.

- El Administrador pertenece al departamento administrativo y contable, es responsable de la revisión de los informes contables y manejo del recurso humano dentro de la empresa, así también como la toma de decisiones y planeación estratégica.
- El Contador pertenece al departamento administrativo y contable y es el responsable de llevar la contabilidad de la empresa con responsabilidad.
- Los profesionales hacen parte del departamento de atención a los usuarios, en ellos recae la imagen y el adecuado funcionamiento de la organización en la parte de servicio al cliente.

## **4.8 CONSTITUCION LEGAL**

El grupo investigador ha definido que su sistema de asociación se realizara mediante la figura de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.), pues se considera que es la figura que mejor se acomoda a las necesidades y expectativas de los socios, y para conocer un poco más sobre este tipo de asociación se puede referenciar lo siguiente:

**La Sociedad por acciones simplificadas (SAS).** *Fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006. Con el fin de facilitar la apertura de compañías en Colombia a través de la eliminación de proceso y múltiples tramites (Rankia, 2019)*



## **5 CAPITULO FINANCIERO**

### **5.1 INVERSIÓN INICIAL**

A continuación presentaremos la inversión inicial con la que debe contar el centro de estimulación para empezar a funcionar, en la que son imperantes los gastos de constitución legal, el valor total de la inversión que se realizara será de \$ 22.468.891.

Tabla 7. Inversión inicial de la compañía

<b>CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA</b>			
<b>INVERSION INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
ventiladores	8	90.000	720.000
asientos	5	33.000	165.000
escritorio	2	150.000	300.000
sillas	2	80.000	160.000
Cafetera	1	60.000	60.000
Sillas ergonomicas	2	150.000	300.000
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>1.705.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES</b>			
Computadores	2	1.100.000	2.200.000
Telefono fijo	1	78.000	78.000
Telefono celular	1	230.000	230.000
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>2.508.000</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
vehiculo	1	2000000	2.000.000
Impresora multifuncional	1	250.000	250.000
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>2.250.000</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>6.463.000</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>			
camara de comercio	1	146.000	146.000
uso de suelos	1	9.000	9.000
sayco y acinpro	1	500.000	500.000
bomberos	1	50.000	50.000
avisos y tableros	1	170.000	170.000
<b>TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCION</b>			<b>875.000</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
Adecuacion e instalaciones	0	0	0
<b>TOTAL DE ADECUACIONES</b>			<b>0</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Software	-	0	0
Licencias de operación equipos	2	724.500	1.449.000
<b>TOTAL DE ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>1.449.000</b>
<b>ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			
campana publicitaria	1	600.000	600.000
<b>TOTAL DE ACTIVOS NO DEPRECIABLES</b>			<b>600.000</b>
PUBLICIDAD PREOPERATIVA	1	960.000	960.000
<b>TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA</b>			<b>960.000</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>3.884.000</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Gastos de administracion	1	1.188.591	1.188.591
gasto venta	1	715.000	715.000
nomina	1	10.218.300	10.218.300
inventario	0	0	0
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>12.121.891</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>			<b>22.468.891</b>

Fuente: los autores

Es importante tener claro cuáles serán los costos y gastos en que se deben incurrir para que el centro de estimulación temprana entre en operación, ya que estos nos marcarán la cantidad de dinero que se debe tener solo para poder empezar a funcionar, y al conocer esto podremos tener de manera clara la magnitud del proyecto

## 5.2 DEPRECIACIÓN

Tabla 8. Depreciación en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA DEPRECIACION EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
muebles y enseres	10	14.208	170.500	170.500	170.500	170.500	170.500
equipos de computo	5	41.800	501.600	501.600	501.600	501.600	501.600
maquinaria y equipo	5	37.500	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000
<b>TOTAL</b>		<b>93.508</b>	<b>1.122.100</b>	<b>1.122.100</b>	<b>1.122.100</b>	<b>1.122.100</b>	<b>1.122.100</b>
Meses año	12						

Fuente: los autores

Se muestra a continuación la depreciación de los equipos de oficina, muebles y enseres y la maquinaria y equipo, teniendo en cuenta la norma contable de a cuantos años se debe depreciar y están sus respectivos valores para cada año.

### 5.3 AMORTIZACIÓN EN PESOS

Se tendrán en cuenta que se incurrió en gastos financieros para la compra de artículos necesarios los cuales con el paso de tiempo se van a ganar un porcentaje de la amortización.

Tabla 9. Amortización en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA						
AMORTIZACION EN PESOS						
		No. CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
valor prestamo	6.740.667					6.740.667
Tasa E.A (%)	18,00%	0				6.595.080
TASA NOMINAL MES	16,67%	1	239.205	93.617	145.587	6.447.471
TASA MENSUAL	1,39%	2	239.205	91.595	147.609	6.297.811
MESES AÑO	12	3	239.205	89.545	149.659	6.146.073
No. Cuotas	36	4	239.205	87.467	151.738	5.992.228
		5	239.205	85.359	153.845	5.836.246
		6	239.205	83.223	155.982	5.678.098
		7	239.205	81.056	158.148	5.517.753
		8	239.205	78.860	160.345	5.355.182
		9	239.205	76.633	162.572	5.190.352
		10	239.205	74.375	164.830	5.023.233
		11	239.205	72.086	167.119	4.853.794
		12	239.205	69.765	169.440	4.682.001
		13	239.205	67.412	171.793	4.507.822
		14	239.205	65.026	174.179	4.331.224
		15	239.205	62.607	176.598	4.152.173
		16	239.205	60.154	179.051	3.970.636
		17	239.205	57.667	181.537	3.786.577
		18	239.205	55.146	184.059	3.599.962
		19	239.205	52.590	186.615	3.410.755
		20	239.205	49.998	189.207	3.218.921
		21	239.205	47.370	191.835	3.024.422
		22	239.205	44.706	194.499	2.827.222
		23	239.205	42.004	197.200	2.627.283
		24	239.205	39.266	199.939	2.424.567
		25	239.205	36.489	202.716	2.219.036
		26	239.205	33.673	205.531	2.010.650
		27	239.205	30.819	208.386	1.799.370
		28	239.205	27.925	211.280	1.585.156
		29	239.205	24.990	214.214	1.367.967
		30	239.205	22.015	217.189	1.147.761
		31	239.205	18.999	220.206	924.497
		32	239.205	15.941	223.264	698.133
		33	239.205	12.840	226.365	468.624
		34	239.205	9.696	229.509	235.928
		35	239.205	6.508	232.696	0
		36	239.205	3.277	235.928	
				<b>1.870.698</b>	<b>6.740.667</b>	
				<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
				983.581	643.944	243.172
				<b>1.870.698</b>		
				1.886.874	2.226.511	2.627.283
				<b>2.870.455</b>	<b>2.870.455</b>	<b>2.870.455</b>

Fuente: los autores

## 5.4 PARÁMETROS GENERALES

A continuación, se muestran una serie componentes que hacen parte de un modelo económico donde se establecen una serie de porcentajes los cuales conocemos como parámetros económicos

Tabla 10. Parámetros generales a tener en cuenta

<b>TABLA PARAMETROS ECONOMICOS</b>					
<b>ITEM</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
IPC	4,67%	4,50%	4,50%	4,50%	4,50%
TRM	3036,00	3005,00	3005	3005	3005
%PRECIOS	4,67%	4,50%	4,50%	4,50%	4,50%
%COSTOS	4,67%	4,50%	4,50%	4,50%	4,50%
%UNIDADES	4,26%	4,26%	4,26%	4,26%	4,26%
IVA%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
IMPUESTO RENTA	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
ICA(tarifa x 1000)	0,0066	0,0066	0,0066	0,0066	0,0066
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM (\$/US\$) 2019	3101,50	3101,5	3101,5	3101,5	3101,5

Fuente: los autores

**Tabla parámetros laborales**

SMMLV	877,803
Aux. Trans.	102,854
Cesantías	8.33%
Int. Cesantías	1.00%
Primas	8.33%
Vacaciones	4.17%
Salud	0.00%
Pensión	12.00%
ARL	0.52%
Caja compensación F.	4.00%
SENA	0.00%

Fuente: los autores

Son los valores base que se determinan para la liquidación de la nómina según el caso.



## **5.5 GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Toda organización debe incurrir en ciertos gastos y costos mínimos para poder entrar en funcionamiento, los cuales serán descritos en la siguiente tabla.

Tabla 11. Gastos de administración en pesos

**CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA**

<b>GASTOS</b>																	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Energía y acueducto	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	188.406	2.260.872	2.362.611	2.468.929	2.580.031	2.696.132
arrendamiento del local	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	397.746	4.772.952	4.987.735	5.212.183	5.446.731	5.691.834
internet telefono	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	88.970	1.067.634	1.115.678	1.165.883	1.218.348	1.273.173
marcadores borrables	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
honorarios del contador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>675.122</b>	<b>8.101.458</b>	<b>8.466.024</b>	<b>8.846.995</b>	<b>9.245.109</b>	<b>9.661.139</b>											
<b>INSUMOS DE PAPELERIA</b>																	
resmas carta	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	9.944	119.324	124.693	130.305	136.168	142.296
resmas oficio	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	10.990	131.884	137.819	144.021	150.502	157.274
ganchos cocedora	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	4.501	54.010	56.440	58.980	61.634	64.408
marcadores borrables	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	9.002	108.019	112.880	117.960	123.268	128.815
portaminas	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	5.652	67.826	70.878	74.068	77.401	80.884
repuesto de portaminas	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	4.082	48.986	51.190	53.493	55.901	58.416
esferos negros	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	8.164	97.971	102.380	106.987	111.801	116.832
tinta para sello	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL INSUMOS DE PAPELERIA</b>	<b>52.335</b>	<b>628.020</b>	<b>656.281</b>	<b>685.814</b>	<b>716.675</b>	<b>748.926</b>											
<b>ASEO</b>																	
detergente (paca)	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	33.494	401.933	420.020	438.921	458.672	479.312
desinfectante antibacterial x Gl	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	37.681	452.174	472.522	493.786	516.006	539.226
limpido blanqueador x Lt	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	19.259	231.111	241.511	252.379	263.736	275.605
escoba	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	9.420	113.044	118.131	123.446	129.002	134.807
trapeador	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	12.560	150.725	157.507	164.595	172.002	179.742
guantes de caucho	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	10.048	120.580	126.006	131.676	137.602	143.794
tapabocas caja 20	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	17.271	207.247	216.573	226.318	236.503	247.145
pañó abrasivo	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	2.680	32.155	33.602	35.114	36.694	38.345
pañó con ribete (tela)	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	4.710	56.522	59.065	61.723	64.501	67.403
Ambientador	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL INSUMOS DE ASEO</b>	<b>147.124</b>	<b>1.765.490</b>	<b>1.844.937</b>	<b>1.927.959</b>	<b>2.014.717</b>	<b>2.105.379</b>											
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION</b>	<b>874.581</b>	<b>10.494.968</b>	<b>10.967.241</b>	<b>11.460.767</b>	<b>11.976.502</b>	<b>12.515.444</b>											

Fuente: los autores

Tabla 12. Gastos de ventas en pesos

**GASTOS DE VENTAS**

**Publicidad**

volantes	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	7.200.000	7.524.000	7.862.580	8.216.396	8.586.134
pendones	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000	540.000	564.300	589.694	616.230	643.960
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-
<b>TOTAL DE GASTOS VENTAS</b>	<b>645.000</b>	<b>7.740.000</b>	<b>8.088.300</b>	<b>8.452.274</b>	<b>8.832.626</b>	<b>9.230.094</b>												
<b>GASTOS DEPRECIACION</b>	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	1.122.100	1.122.100	1.122.100	1.122.100	1.122.100
<b>GASTOS DIFERIDOS</b>	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	3.884.000				
<b>GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>1.936.756</b>	<b>23.241.068</b>	<b>20.177.641</b>	<b>21.035.141</b>	<b>21.931.228</b>	<b>22.867.638</b>												
<b>GASTOS AL FLUJO DE CAJA</b>	<b>1.519.581</b>	<b>18.234.968</b>	<b>19.055.541</b>	<b>19.913.041</b>	<b>20.809.128</b>	<b>21.745.538</b>												

Fuente: los autores

## 5.6 VENTAS, COSTOS UNITARIOS Y COSTOS TOTALES

En la siguiente grafica se relacionan el costo total y las ventas totales que se tienen estipuladas en el periodo de operación de la organización.

Tabla 13. Costos de unitarios en pesos

COSTOS UNITARIOS												
TALLER COGNITIVO	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000
TALLER MOTRIZ	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000
TALLER A TU MEDIDA	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000	145.000
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>375.000</b>											

Fuente: los autores

Tabla 14. Ventas en pesos

VENTAS TOTALES												
TALLER COGNITIVO	31.830.419	33.421.940	35.093.037	36.847.689	38.690.074	40.624.577	42.655.806	44.788.597	47.028.026	49.379.428	51.848.399	54.440.819
TALLER MOTRIZ	31.830.419	33.421.940	35.093.037	36.847.689	38.690.074	40.624.577	42.655.806	44.788.597	47.028.026	49.379.428	51.848.399	54.440.819
TALLER A TU MEDIDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>63.660.839</b>	<b>66.843.881</b>	<b>70.186.075</b>	<b>73.695.378</b>	<b>77.380.147</b>	<b>81.249.155</b>	<b>85.311.612</b>	<b>89.577.193</b>	<b>94.056.053</b>	<b>98.758.855</b>	<b>103.696.798</b>	<b>108.881.638</b>

Fuente: los autores

El cuadro representa las ventas totales esperadas por los inversionistas según la proyección financiera del negocio.

Tabla 15. Costos totales en pesos

<b>COSTOS TOTALES</b>												
TALLER COGNITIVO	20.535.754	21.562.542	22.640.669	23.772.703	24.961.338	26.209.405	27.519.875	28.895.869	30.340.662	31.857.695	33.450.580	35.123.109
TALLER MOTRIZ	20.535.754	21.562.542	22.640.669	23.772.703	24.961.338	26.209.405	27.519.875	28.895.869	30.340.662	31.857.695	33.450.580	35.123.109
TALLER A TU MEDIDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>41.071.509</b>	<b>43.125.084</b>	<b>45.281.339</b>	<b>47.545.405</b>	<b>49.922.676</b>	<b>52.418.810</b>	<b>55.039.750</b>	<b>57.791.737</b>	<b>60.681.324</b>	<b>63.715.391</b>	<b>66.901.160</b>	<b>70.246.218</b>
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250	178.250
<b>COSTO PROMEDIO</b>	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000

Fuente: los autores

Relación de los costos totales en que la empresa incurrirá según proyección financiera y plan de negocio.

## 5.7 IVA, INC, CUENTAS POR COBRAR Y PAGAR

Tabla 16. Iva, inc, cuentas por cobrar y pagar en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																	
IVA EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA COBRADO	12.095.559	12.700.337	13.335.354	14.002.122	14.702.228	15.437.339	16.209.206	17.019.667	17.870.650	18.764.183	19.702.392	20.687.511	192.526.549	209.751.056	228.516.565	248.960.942	271.234.388
IVA PAGADO	7.803.587	8.193.766	8.603.454	9.033.627	9.485.308	9.959.574	10.457.552	10.980.430	11.529.452	12.105.924	12.711.220	13.346.781	124.210.677	135.323.262	147.430.042	160.619.963	174.989.928
IVA CAUSADO	<b>4.291.973</b>	<b>4.506.571</b>	<b>4.731.900</b>	<b>4.968.495</b>	<b>5.216.920</b>	<b>5.477.766</b>	<b>5.751.654</b>	<b>6.039.237</b>	<b>6.341.198</b>	<b>6.658.258</b>	<b>6.991.171</b>	<b>7.340.730</b>	<b>68.315.872</b>	<b>74.427.794</b>	<b>81.086.523</b>	<b>88.340.979</b>	<b>96.244.460</b>
IVA AL FLUJO DE CAJA					18.498.939				22.485.576				40.984.514	49.618.529	54.057.682	58.893.986	64.162.974
IVA AÑO SIGUIENTE												0	0	27.331.358	24.809.265	27.028.841	29.446.993
IVA TOTAL AL FLUJO	0	0	0	0	18.498.939	0	0	0	22.485.576	0	0	0	40.984.514	76.949.887	78.866.947	85.922.827	93.609.967
MESES AL AÑO	12																
MESES PAGADOS IVA	8																
MESES X PAGAR IVA	4																

CUADRO RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	63.660.839	66.843.881	70.186.075	73.695.378	77.380.147	81.249.155	85.311.612	89.577.193	94.056.053	98.758.855	103.696.798	108.881.638	1.013.297.625	1.103.952.928	1.202.718.765	1.310.320.748	1.427.549.411
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	63.660.839	66.843.881	70.186.075	73.695.378	77.380.147	81.249.155	85.311.612	89.577.193	94.056.053	98.758.855	103.696.798	108.881.638	1.013.297.625	1.103.952.928	1.202.718.765	1.310.320.748	1.427.549.411

MESES DEL AÑO	12
MESES RECAUDADOS	11

CUADRO PAGOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	41.071.509	43.125.084	45.281.339	47.545.405	49.922.676	52.418.810	55.039.750	57.791.737	60.681.324	63.715.391	66.901.160	70.246.218	653.740.403	712.227.696	775.947.590	845.368.225	920.999.620
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	41.071.509	43.125.084	45.281.339	47.545.405	49.922.676	52.418.810	55.039.750	57.791.737	60.681.324	63.715.391	66.901.160	70.246.218	653.740.403	712.227.696	775.947.590	845.368.225	920.999.620

Fuente: los autores.

En la tabla 16 se muestra las diferentes cuentas por pagar y cobrar. Lo anterior determina el flujo de efecto y las obligaciones a responder por la organización

## 5.8 ESTADOS DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIACIÓN

En las siguientes tablas se reflejan los estados de resultados de la organización proyectados al fin de la operación, donde se puede observar que al final del primer año la organización tendrá un margen de utilidad correspondiente a \$10.377.634

Tabla 17. Estados de resultados sin financiación en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																		
ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION																		
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS	63.660.839	66.843.881	70.186.075	73.695.378	77.380.147	81.249.155	85.311.612	89.577.193	94.056.053	98.758.855	103.696.798	108.881.638	1.013.297.625	1.103.952.928	1.202.718.765	1.310.320.748	1.427.549.411	
COSTOS	41.071.509	43.125.084	45.281.339	47.545.405	49.922.676	52.418.810	55.039.750	57.791.737	60.681.324	63.715.391	66.901.160	70.246.218	653.740.403	712.227.696	775.947.590	845.368.225	920.999.620	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>22.589.330</b>	<b>23.718.796</b>	<b>24.904.736</b>	<b>26.149.973</b>	<b>27.457.472</b>	<b>28.830.345</b>	<b>30.271.862</b>	<b>31.785.456</b>	<b>33.374.728</b>	<b>35.043.465</b>	<b>36.795.638</b>	<b>38.635.420</b>	<b>359.557.222</b>	<b>391.725.233</b>	<b>426.771.175</b>	<b>464.952.524</b>	<b>506.549.791</b>	
<b>EGRESOS</b>																		
NOMINA	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	172.391.511	180.149.129	188.255.839	196.727.352	205.580.083	
GASTOS DE ADMINISTRACION	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	10.494.968	10.967.241	11.460.767	11.976.502	12.515.444	
GASTOS DE VENTAS	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	7.740.000	8.088.300	8.452.274	8.832.626	9.230.094	
GASTOS DE DEPRECIACION	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	1.122.100	1.122.100	1.122.100	1.122.100	1.122.100	
GASTOS DIFERIDOS	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	3.884.000	0	0	0	0	
ICA	420.162	441.170	463.228	486.389	510.709	536.244	563.057	591.209	620.770	651.808	684.399	718.619	6.687.764	7.286.089	7.937.944	8.648.117	9.421.826	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>16.722.876</b>	<b>16.743.884</b>	<b>16.765.943</b>	<b>16.789.104</b>	<b>16.813.424</b>	<b>16.838.959</b>	<b>16.865.772</b>	<b>16.893.924</b>	<b>16.923.485</b>	<b>16.954.523</b>	<b>16.987.114</b>	<b>17.021.334</b>	<b>202.320.343</b>	<b>207.612.859</b>	<b>217.228.924</b>	<b>227.306.697</b>	<b>237.869.547</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>5.866.453</b>	<b>6.974.912</b>	<b>8.138.793</b>	<b>9.360.869</b>	<b>10.644.048</b>	<b>11.991.386</b>	<b>13.406.091</b>	<b>14.891.531</b>	<b>16.451.244</b>	<b>18.088.942</b>	<b>19.808.524</b>	<b>21.614.086</b>	<b>157.236.879</b>	<b>184.112.373</b>	<b>209.542.251</b>	<b>237.645.827</b>	<b>268.680.243</b>	
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>																		
GASTOS FINANCIEROS LEASING													0					
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS													0					
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>													
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>5.866.453</b>	<b>6.974.912</b>	<b>8.138.793</b>	<b>9.360.869</b>	<b>10.644.048</b>	<b>11.991.386</b>	<b>13.406.091</b>	<b>14.891.531</b>	<b>16.451.244</b>	<b>18.088.942</b>	<b>19.808.524</b>	<b>21.614.086</b>	<b>157.236.879</b>	<b>184.112.373</b>	<b>209.542.251</b>	<b>237.645.827</b>	<b>268.680.243</b>	
IMPUESTO DE RENTA	1.994.594	2.371.470	2.767.190	3.182.695	3.618.976	4.077.071	4.558.071	5.063.121	5.593.423	6.150.240	6.734.898	7.348.789	53.460.539	62.598.207	71.244.365	80.799.581	91.351.283	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.871.859</b>	<b>4.603.442</b>	<b>5.371.604</b>	<b>6.178.173</b>	<b>7.025.072</b>	<b>7.914.315</b>	<b>8.848.020</b>	<b>9.828.411</b>	<b>10.857.821</b>	<b>11.938.701</b>	<b>13.073.626</b>	<b>14.265.297</b>	<b>103.776.340</b>	<b>121.514.166</b>	<b>138.297.885</b>	<b>156.846.246</b>	<b>177.328.961</b>	
RESERVA LEGAL	387.186	460.344	537.160	617.817	702.507	791.431	884.802	982.841	1.085.782	1.193.870	1.307.363	1.426.530	10.377.634	12.151.417	13.829.789	15.684.625	17.732.896	
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>3.484.673</b>	<b>4.143.098</b>	<b>4.834.443</b>	<b>5.560.356</b>	<b>6.322.564</b>	<b>7.122.883</b>	<b>7.963.218</b>	<b>8.845.570</b>	<b>9.772.039</b>	<b>10.744.831</b>	<b>11.766.263</b>	<b>12.838.767</b>	<b>93.398.706</b>	<b>109.362.750</b>	<b>124.468.097</b>	<b>141.161.621</b>	<b>159.596.065</b>	
UTILIDAD ACUMULADA													93.398.706	202.761.456	327.229.553	468.391.174	627.987.238	
<b>RESERVA LEGAL ACUMULADA</b>													<b>10.377.634</b>	<b>22.529.051</b>	<b>36.358.839</b>	<b>52.043.464</b>	<b>69.776.360</b>	

Fuente: los autores

Tabla 18. Estado de resultados con financiación en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																	
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	63.660.839	66.843.881	70.186.075	73.695.378	77.380.147	81.249.155	85.311.612	89.577.193	94.056.053	98.758.855	103.696.798	108.881.638	1.013.297.625	1.103.952.928	1.202.718.765	1.310.320.748	1.427.549.411
COSTOS	41.071.509	43.125.084	45.281.339	47.545.405	49.922.676	52.418.810	55.039.750	57.791.737	60.681.324	63.715.391	66.901.160	70.246.218	653.740.403	712.227.696	775.947.590	845.368.225	920.999.620
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>22.589.330</b>	<b>23.718.796</b>	<b>24.904.736</b>	<b>26.149.973</b>	<b>27.457.472</b>	<b>28.830.345</b>	<b>30.271.862</b>	<b>31.785.456</b>	<b>33.374.728</b>	<b>35.043.465</b>	<b>36.795.638</b>	<b>38.635.420</b>	<b>359.557.222</b>	<b>391.725.233</b>	<b>426.771.175</b>	<b>464.952.524</b>	<b>506.549.791</b>
<b>EGRESOS</b>																	
NOMINA	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	14.365.959	172.391.511	180.149.129	188.255.839	196.727.352	205.580.083
GASTOS DE ADMINISTRACION	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	10.494.968	10.967.241	11.460.767	11.976.502	12.515.444
GASTOS DE VENTAS	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	7.740.000	8.088.300	8.452.274	8.832.626	9.230.094
GASTOS DE DEPRECIACION	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	93.508	1.122.100	1.122.100	1.122.100	1.122.100	1.122.100
GASTOS DIFERIDOS	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	323.667	3.884.000	0	0	0	0
ICA	420.162	441.170	463.228	486.389	510.709	536.244	563.057	591.209	620.770	651.808	684.399	718.619	6.687.764	7.286.089	7.937.944	8.648.117	9.421.826
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>16.722.876</b>	<b>16.743.884</b>	<b>16.765.943</b>	<b>16.789.104</b>	<b>16.813.424</b>	<b>16.838.959</b>	<b>16.865.772</b>	<b>16.893.924</b>	<b>16.923.485</b>	<b>16.954.523</b>	<b>16.987.114</b>	<b>17.021.334</b>	<b>202.320.343</b>	<b>207.612.859</b>	<b>217.228.924</b>	<b>227.306.697</b>	<b>237.869.547</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>5.866.453</b>	<b>6.974.912</b>	<b>8.138.793</b>	<b>9.360.869</b>	<b>10.644.048</b>	<b>11.991.386</b>	<b>13.406.091</b>	<b>14.891.531</b>	<b>16.451.244</b>	<b>18.088.942</b>	<b>19.808.524</b>	<b>21.614.086</b>	<b>157.236.879</b>	<b>184.112.373</b>	<b>209.542.251</b>	<b>237.645.827</b>	<b>268.680.243</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>																	
GASTOS FINANCIEROS LEASING													0				
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	93.617	91.595	89.545	87.467	85.359	83.223	81.056	78.860	76.633	74.375	72.086	69.765	983.581	643.944	243.172		
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>93.617</b>	<b>91.595</b>	<b>89.545</b>	<b>87.467</b>	<b>85.359</b>	<b>83.223</b>	<b>81.056</b>	<b>78.860</b>	<b>76.633</b>	<b>74.375</b>	<b>72.086</b>	<b>69.765</b>	<b>983.581</b>	<b>643.944</b>	<b>243.172</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>5.772.836</b>	<b>6.883.317</b>	<b>8.049.248</b>	<b>9.273.402</b>	<b>10.558.688</b>	<b>11.908.163</b>	<b>13.325.035</b>	<b>14.812.671</b>	<b>16.374.611</b>	<b>18.014.566</b>	<b>19.736.438</b>	<b>21.544.321</b>	<b>156.253.298</b>	<b>183.468.429</b>	<b>209.299.078</b>	<b>237.645.827</b>	<b>268.680.243</b>
IMPUESTO DE RENTA	1.962.764	2.340.328	2.736.744	3.152.957	3.589.954	4.048.776	4.530.512	5.036.308	5.567.368	6.124.953	6.710.389	7.325.069	53.126.121	62.379.266	71.161.687	80.799.581	91.351.283
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.810.072</b>	<b>4.542.989</b>	<b>5.312.504</b>	<b>6.120.445</b>	<b>6.968.734</b>	<b>7.859.388</b>	<b>8.794.523</b>	<b>9.776.363</b>	<b>10.807.243</b>	<b>11.889.614</b>	<b>13.026.049</b>	<b>14.219.252</b>	<b>103.127.176</b>	<b>121.089.163</b>	<b>138.137.392</b>	<b>156.846.246</b>	<b>177.328.961</b>
RESERVA LEGAL	381.007	454.299	531.250	612.045	696.873	785.939	879.452	977.636	1.080.724	1.188.961	1.302.605	1.421.925	10.312.718	12.108.916	13.813.739	15.684.625	17.732.896
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>3.429.065</b>	<b>4.088.690</b>	<b>4.781.253</b>	<b>5.508.401</b>	<b>6.271.861</b>	<b>7.073.449</b>	<b>7.915.071</b>	<b>8.798.727</b>	<b>9.726.519</b>	<b>10.700.652</b>	<b>11.723.444</b>	<b>12.797.327</b>	<b>92.814.459</b>	<b>108.980.247</b>	<b>124.323.653</b>	<b>141.161.621</b>	<b>159.596.065</b>
UTILIDAD ACUMULADA													92.814.459	201.794.706	326.118.358	467.279.979	626.876.044
RESERVA LEGAL ACUMULADA													10.312.718	22.421.634	36.235.373	51.919.998	69.652.894

Fuente: los autores

Al observar el estado de resultados cuando se cuenta con financiación bancaria se nota que al finalizar el primer año el margen de utilidad es de \$ 10.312.718, lo que no es muy alejado del margen cuando no se usa financiación.

## 5.9 FLUJOS DE CAJA CON Y SIN FINANCIACIÓN

Tabla 19. Flujo de caja sin financiación en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																	
TABLA 22 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	63.660.839	66.843.881	70.186.075	73.695.378	77.380.147	81.249.155	85.311.612	89.577.193	94.056.053	98.758.855	103.696.798	108.881.638	1.013.297.625	1.103.952.928	1.202.718.765	1.310.320.748	1.427.549.411
Iva cobrado	12.095.559	12.700.337	13.335.354	14.002.122	14.702.228	15.437.339	16.209.206	17.019.667	17.870.650	18.764.183	19.702.392	20.687.511	192.526.549	209.751.056	228.516.565	248.960.942	271.234.388
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>75.756.398</b>	<b>79.544.218</b>	<b>83.521.429</b>	<b>87.697.500</b>	<b>92.082.375</b>	<b>96.686.494</b>	<b>101.520.819</b>	<b>106.596.860</b>	<b>111.926.703</b>	<b>117.523.038</b>	<b>123.399.190</b>	<b>129.569.149</b>	<b>1.205.824.174</b>	<b>1.313.703.985</b>	<b>1.431.235.330</b>	<b>1.559.281.691</b>	<b>1.698.783.799</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nomina	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	17.306.854	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	22.415.922	160.729.705	179.624.347	187.707.443	196.154.278	204.981.220
gastos de administracion	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	10.494.968	10.967.241	11.460.767	11.976.502	12.515.444
gastos de ventas	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	7.740.000	8.088.300	8.452.274	8.832.626	9.230.094
iva pagado	7.803.587	8.193.766	8.603.454	9.033.627	9.485.308	9.959.574	10.457.552	10.980.430	11.529.452	12.105.924	12.711.220	13.346.781	124.210.677	135.323.262	147.430.042	160.619.963	174.989.928
iva declarado	0	0	0	0	18.498.939	0	0	0	22.485.576	0	0	0	40.984.514	76.949.887	78.866.947	85.922.827	93.609.967
impuestos de renta													0	53.460.539	62.598.207	71.244.365	80.799.581
ICA													0	6.687.764	7.286.089	7.937.944	8.648.117
pagos	41.071.509	43.125.084	45.281.339	47.545.405	49.922.676	52.418.810	55.039.750	57.791.737	60.681.324	63.715.391	66.901.160	70.246.218	653.740.403	712.227.696	775.947.590	845.368.225	920.999.620
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>62.495.369</b>	<b>64.939.124</b>	<b>67.505.066</b>	<b>70.199.306</b>	<b>91.527.196</b>	<b>81.204.818</b>	<b>79.117.576</b>	<b>82.392.441</b>	<b>108.316.625</b>	<b>89.441.588</b>	<b>93.232.654</b>	<b>107.528.502</b>	<b>997.900.267</b>	<b>1.183.329.037</b>	<b>1.279.749.359</b>	<b>1.388.056.729</b>	<b>1.505.773.971</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>13.261.029</b>	<b>14.605.094</b>	<b>16.016.363</b>	<b>17.498.194</b>	<b>555.179</b>	<b>15.481.676</b>	<b>22.403.243</b>	<b>24.204.419</b>	<b>3.610.078</b>	<b>28.081.450</b>	<b>30.166.536</b>	<b>22.040.647</b>	<b>207.923.907</b>	<b>130.374.948</b>	<b>151.485.971</b>	<b>171.224.961</b>	<b>193.009.828</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>																	
gastos financieros prestamo													0			0	0
amortizacion prestamo													0				
gastos financieros leasing													0				
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>						
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>13.261.029</b>	<b>14.605.094</b>	<b>16.016.363</b>	<b>17.498.194</b>	<b>555.179</b>	<b>15.481.676</b>	<b>22.403.243</b>	<b>24.204.419</b>	<b>3.610.078</b>	<b>28.081.450</b>	<b>30.166.536</b>	<b>22.040.647</b>	<b>207.923.907</b>	<b>130.374.948</b>	<b>151.485.971</b>	<b>171.224.961</b>	<b>193.009.828</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>12.121.891</b>	<b>25.382.920</b>	<b>39.988.014</b>	<b>56.004.376</b>	<b>73.502.571</b>	<b>74.057.750</b>	<b>89.539.426</b>	<b>111.942.669</b>	<b>136.147.088</b>	<b>139.757.165</b>	<b>167.838.615</b>	<b>198.005.151</b>	<b>12.121.891</b>	<b>220.045.798</b>	<b>350.420.745</b>	<b>501.906.716</b>	<b>673.131.677</b>
<b>SALDO FINAL CAJA</b>	<b>25.382.920</b>	<b>39.988.014</b>	<b>56.004.376</b>	<b>73.502.571</b>	<b>74.057.750</b>	<b>89.539.426</b>	<b>111.942.669</b>	<b>136.147.088</b>	<b>139.757.165</b>	<b>167.838.615</b>	<b>198.005.151</b>	<b>220.045.798</b>	<b>220.045.798</b>	<b>350.420.745</b>	<b>501.906.716</b>	<b>673.131.677</b>	<b>866.141.505</b>

Fuente: los autores

El proyecto representa un buen inicio en cuanto al flujo de efecto, no se reflejan saldos en rojo durante el análisis financiero estimado para el proyecto.

Tabla 20. Flujo de caja con financiación en pesos

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																	
TABLA FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Recaudos	63.660.839	66.843.881	70.186.075	73.695.378	77.380.147	81.249.155	85.311.612	89.577.193	94.056.053	98.758.855	103.696.798	108.881.638	1.013.297.625	1.103.952.928	1.202.718.765	1.310.320.748	1.427.549.411
Iva cobrado	12.095.559	12.700.337	13.335.354	14.002.122	14.702.228	15.437.339	16.209.206	17.019.667	17.870.650	18.764.183	19.702.392	20.687.511	192.526.549	209.751.056	228.516.565	248.960.942	271.234.388
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>75.756.398</b>	<b>79.544.218</b>	<b>83.521.429</b>	<b>87.697.500</b>	<b>92.082.375</b>	<b>96.686.494</b>	<b>101.520.819</b>	<b>106.596.860</b>	<b>111.926.703</b>	<b>117.523.038</b>	<b>123.399.190</b>	<b>129.569.149</b>	<b>1.205.824.174</b>	<b>1.313.703.985</b>	<b>1.431.235.330</b>	<b>1.559.281.691</b>	<b>1.698.783.799</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nomina	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	17.306.854	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	12.100.693	22.415.922	160.729.705	179.624.347	187.707.443	196.154.278	204.981.220
Gastos de Administracion	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	874.581	10.494.968	10.967.241	11.460.767	11.976.502	12.515.444
Gastos de Ventas	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	645.000	7.740.000	8.088.300	8.452.274	8.832.626	9.230.094
Iva Pagado	7.803.587	8.193.766	8.603.454	9.033.627	9.485.308	9.959.574	10.457.552	10.980.430	11.529.452	12.105.924	12.711.220	13.346.781	124.210.677	135.323.262	147.430.042	160.619.963	174.989.928
Iva Declarado	0	0	0	0	18.498.939	0	0	0	22.485.576	0	0	0	40.984.514	76.949.887	78.866.947	85.922.827	93.609.967
Impuestos de Renta													0	53.126.121	62.379.266	71.161.687	80.799.581
ICA													0	6.687.764	7.286.089	7.937.944	8.648.117
Pagos	41.071.509	43.125.084	45.281.339	47.545.405	49.922.676	52.418.810	55.039.750	57.791.737	60.681.324	63.715.391	66.901.160	70.246.218	653.740.403	712.227.696	775.947.590	845.368.225	920.999.620
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>62.495.369</b>	<b>64.939.124</b>	<b>67.505.066</b>	<b>70.199.306</b>	<b>91.527.196</b>	<b>81.204.818</b>	<b>79.117.576</b>	<b>82.392.441</b>	<b>108.316.625</b>	<b>89.441.588</b>	<b>93.232.654</b>	<b>107.528.502</b>	<b>997.900.267</b>	<b>1.182.994.619</b>	<b>1.279.530.418</b>	<b>1.387.974.051</b>	<b>1.505.773.971</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>13.261.029</b>	<b>14.605.094</b>	<b>16.016.363</b>	<b>17.498.194</b>	<b>555.179</b>	<b>15.481.676</b>	<b>22.403.243</b>	<b>24.204.419</b>	<b>3.610.078</b>	<b>28.081.450</b>	<b>30.166.536</b>	<b>22.040.647</b>	<b>207.923.907</b>	<b>130.709.365</b>	<b>151.704.912</b>	<b>171.307.640</b>	<b>193.009.828</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>																	
Gastos Financieros Prestamo	93.617	91.595	89.545	87.467	85.359	83.223	81.056	78.860	76.633	74.375	72.086	69.765	983.581	643.944	243.172	0	0
Amortizacion Prestamo	145.587	147.609	149.659	151.738	153.845	155.982	158.148	160.345	162.572	164.830	167.119	169.440	1.886.874	2.226.511	2.627.283		
Gastos Financieros Leasing																	
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>239.205</b>	<b>239.205</b>	<b>239.205</b>	<b>239.205</b>	<b>239.205</b>	<b>239.205</b>	<b>2.870.455</b>	<b>2.870.455</b>	<b>2.870.455</b>	<b>0</b>	<b>0</b>						
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>13.021.824</b>	<b>14.365.890</b>	<b>15.777.158</b>	<b>17.258.990</b>	<b>315.974</b>	<b>15.242.472</b>	<b>22.164.038</b>	<b>23.965.214</b>	<b>3.370.873</b>	<b>27.842.245</b>	<b>29.927.331</b>	<b>21.801.442</b>	<b>205.053.452</b>	<b>127.838.910</b>	<b>148.834.457</b>	<b>171.307.640</b>	<b>193.009.828</b>
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>12.121.891</b>	<b>25.143.715</b>	<b>39.509.605</b>	<b>55.286.763</b>	<b>72.545.753</b>	<b>72.861.727</b>	<b>88.104.199</b>	<b>110.268.237</b>	<b>134.233.451</b>	<b>137.604.324</b>	<b>165.446.569</b>	<b>195.373.900</b>	<b>12.121.891</b>	<b>217.175.343</b>	<b>345.014.253</b>	<b>493.848.710</b>	<b>665.156.350</b>
<b>SALDO FINAL CAJA</b>	<b>25.143.715</b>	<b>39.509.605</b>	<b>55.286.763</b>	<b>72.545.753</b>	<b>72.861.727</b>	<b>88.104.199</b>	<b>110.268.237</b>	<b>134.233.451</b>	<b>137.604.324</b>	<b>165.446.569</b>	<b>195.373.900</b>	<b>217.175.343</b>	<b>217.175.343</b>	<b>345.014.253</b>	<b>493.848.710</b>	<b>665.156.350</b>	<b>858.166.177</b>

Fuente: los autores

Los costos financieros no generan un gran impacto en la representación financiera de la empresa, lo que significa una buena opción y a bien los emprendedores quisieran acceder a un crédito

## 5.10 BALANCES GENERALES CON Y SIN FINANCIACIÓN

Tabla 21. Balance general sin financiación en pesos

<b>CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA</b>						
<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS</b>						
	<b>BALANCE</b>					
	<b>INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja bancos	12.121.891	220.045.798	350.420.745	501.906.716	673.131.677	866.141.505
CxC	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12.121.891</b>	<b>220.045.798</b>	<b>350.420.745</b>	<b>501.906.716</b>	<b>673.131.677</b>	<b>866.141.505</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	2.508.000	2.508.000	2.508.000	2.508.000	2.508.000	2.508.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.122.100	2.244.200	3.366.300	4.488.400	5.610.500
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.463.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>4.218.800</b>	<b>3.096.700</b>	<b>1.974.600</b>	<b>852.500</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Diferidos	3.884.000	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.884.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.347.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>4.218.800</b>	<b>3.096.700</b>	<b>1.974.600</b>	<b>852.500</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.468.891</b>	<b>225.386.698</b>	<b>354.639.545</b>	<b>505.003.416</b>	<b>675.106.277</b>	<b>866.994.005</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
CxP	0	0	0	0	0	0
cesantias x p	0	10.412.322	10.880.877	11.370.516	11.882.190	12.416.888
intereses a las cesantias x p	0	1.249.484	1.305.710	1.364.467	1.425.868	1.490.033
impuesto de renta x p	0	53.460.539	62.598.207	71.244.365	80.799.581	91.351.283
iva por pagar	0	27.331.358	24.809.265	27.028.841	29.446.993	32.081.487
ica x p	0	6.687.764	7.286.089	7.937.944	8.648.117	9.421.826
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>99.141.467</b>	<b>106.880.148</b>	<b>118.946.134</b>	<b>132.202.749</b>	<b>146.761.516</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing financiero	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>99.141.467</b>	<b>106.880.148</b>	<b>118.946.134</b>	<b>132.202.749</b>	<b>146.761.516</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	22.468.891	22.468.891	22.468.891	22.468.891	22.468.891	22.468.891
Utilidad Acumulada	0	93.398.706	202.761.456	327.229.553	468.391.174	627.987.238
Reserva Legal Acumulada	0	10.377.634	22.529.051	36.358.839	52.043.464	69.776.360
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>126.245.231</b>	<b>247.759.397</b>	<b>386.057.282</b>	<b>542.903.528</b>	<b>720.232.489</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>225.386.698</b>	<b>354.639.545</b>	<b>505.003.416</b>	<b>675.106.277</b>	<b>866.994.005</b>

Fuente: los autores

Tabla 22. Balance general con financiación en pesos

<b>CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA</b>						
<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS</b>						
<b>BALANCE</b>	<b>INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja bancos	12.121.891	217.175.343	345.014.253	493.848.710	665.156.350	858.166.177
CxC	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12.121.891</b>	<b>217.175.343</b>	<b>345.014.253</b>	<b>493.848.710</b>	<b>665.156.350</b>	<b>858.166.177</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000	1.705.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	2.508.000	2.508.000	2.508.000	2.508.000	2.508.000	2.508.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.122.100	2.244.200	3.366.300	4.488.400	5.610.500
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.463.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>4.218.800</b>	<b>3.096.700</b>	<b>1.974.600</b>	<b>852.500</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Diferidos	3.884.000	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.884.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.347.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>4.218.800</b>	<b>3.096.700</b>	<b>1.974.600</b>	<b>852.500</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.468.891</b>	<b>222.516.243</b>	<b>349.233.053</b>	<b>496.945.410</b>	<b>667.130.950</b>	<b>859.018.677</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
CxP	0	0	0	0	0	0
cesantias x p	0	10.412.322	10.880.877	11.370.516	11.882.190	12.416.888
intereses a las cesantias x p	0	1.249.484	1.305.710	1.364.467	1.425.868	1.490.033
impuesto de renta x p	0	53.126.121	62.379.266	71.161.687	80.799.581	91.351.283
Iva	0	27.331.358	24.809.265	27.028.841	29.446.993	32.081.487
ica x p	0	6.687.764	7.286.089	7.937.944	8.648.117	9.421.826
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>98.807.049</b>	<b>106.661.207</b>	<b>118.863.455</b>	<b>132.202.749</b>	<b>146.761.516</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones financieras	6.740.667	4.853.794	2.627.283	0	0	0
Leasing financiero	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>6.740.667</b>	<b>4.853.794</b>	<b>2.627.283</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>6.740.667</b>	<b>103.660.843</b>	<b>109.288.490</b>	<b>118.863.455</b>	<b>132.202.749</b>	<b>146.761.516</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	15.728.223	15.728.223	15.728.223	15.728.223	15.728.223	15.728.223
Utilidad Acumulada	0	92.814.459	201.794.706	326.118.358	467.279.979	626.876.044
Reserva Legal Acumulada	0	10.312.718	22.421.634	36.235.373	51.919.998	69.652.894
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>15.728.223</b>	<b>118.855.400</b>	<b>239.944.563</b>	<b>378.081.955</b>	<b>534.928.201</b>	<b>712.257.161</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>222.516.243</b>	<b>349.233.053</b>	<b>496.945.410</b>	<b>667.130.950</b>	<b>859.018.677</b>

Fuente: los autores

Los estados financieros representan un variación en el patrimonio de \$6.740.668 con respecto al valor dado en el balance general proyecto con financiación, sin embargo esto no genera afectación a los resultados financieros del negocio.

### 5.11 ANÁLISIS VPN, TIR Y B/C CON Y SIN FINANCIACIÓN

Tabla 23. Análisis VPN, TIR y B/C sin financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		22,468,891	207,923,907	130,374,949	151,485,971	171,224,961	193,009,828
<b>DTF</b>	6.37%						
<b>SPREAD(%)</b>	10.00%						
<b>CDO(%)</b>	17.01%						
<b>VPN(%)</b>	524,388,844						
<b>TIR(%)</b>	28.00%						
<b>B/C(VECES)</b>	24.34						

Fuente: los autores

La tasa interna de retorno del 28% es un buen síntoma en cuanto a la viabilidad de negocio. Este resultado da tranquilidad a los inversionistas en cuanto a la rapidez de la recuperación de la inversión.

Tabla 24. Análisis VPN, TIR y B/C con financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		- 15,728,223	205,053,452	127,838,910	148,834,457	171,307,640	193,009,828
<b>DTF</b>	6.37%						
<b>SPREAD(%)</b>	10.00%						
<b>CDO(%)</b>	17.01%						
<b>VPN(%)</b>	525,212,771						
<b>TIR(%)</b>	31%						
<b>B/C(VECES)</b>	34.39						

Fuente: los autores

Con financiación la tasa interna de retorno aumento en un 3% lo anterior implica un comportamiento positivo para ambos casos sin efectos notorios en la proyección financiera.

## 5.12 Análisis verticales y horizontales de los estados financieros con y sin financiación

Tabla 25. Análisis vertical estado de resultados sin financiación

ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
VENTAS	1.013.297.625	100,00%	1.103.952.928	100,00%	1.202.718.765	100,00%	1.310.320.748	100,00%	1.427.549.411	100,00%
COSTOS	653.740.403	64,52%	712.227.696	64,52%	775.947.590	64,52%	845.368.225	64,52%	920.999.620	64,52%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>359.557.222</b> ↑	<b>35,48%</b>	<b>391.725.233</b> ↑	<b>35,48%</b>	<b>426.771.175</b> ↑	<b>35,48%</b>	<b>464.952.524</b> ↑	<b>35,48%</b>	<b>506.549.791</b>	<b>35,48%</b>
<b>EGRESOS</b>										
NOMINA	160.729.705	15,86%	179.624.347	16,27%	187.707.443	15,61%	196.154.278	14,97%	204.981.220	14,36%
GASTOS DE ADMINISTRACION	10.494.968	1,04%	10.967.241	0,99%	11.460.767	0,95%	11.976.502	0,91%	12.515.444	0,88%
GASTOS DE VENTAS	7.740.000	0,76%	8.088.300	0,73%	8.452.274	0,70%	8.832.626	0,67%	9.230.094	0,65%
GASTOS DE DEPRECIACION	1.122.100	0,11%	1.122.100	0,10%	1.122.100	0,09%	1.122.100	0,09%	1.122.100	0,08%
GASTOS DIFERIDOS	3.884.000	0,38%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	6.687.764	0,66%	7.286.089	0,66%	7.937.944	0,66%	8.648.117	0,66%	9.421.826	0,66%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>190.658.537</b> ↑	<b>18,82%</b>	<b>207.088.078</b> ↑	<b>18,76%</b>	<b>216.680.528</b> ↑	<b>18,02%</b>	<b>226.733.622</b> ↑	<b>17,30%</b>	<b>237.270.685</b>	<b>16,62%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>168.898.685</b> ↑	<b>16,67%</b>	<b>184.637.155</b> ↑	<b>16,73%</b>	<b>210.090.647</b> ↑	<b>17,47%</b>	<b>238.218.901</b> ↑	<b>18,18%</b>	<b>269.279.106</b>	<b>18,86%</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>										
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>								
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>168.898.685</b> ↑	<b>16,67%</b>	<b>184.637.155</b> ↑	<b>16,73%</b>	<b>210.090.647</b> ↑	<b>17,47%</b>	<b>238.218.901</b> ↑	<b>18,18%</b>	<b>269.279.106</b>	<b>18,86%</b>
IMPUESTO DE RENTA	57.425.553	5,67%	62.776.633	5,69%	71.430.820	5,94%	80.994.426	6,18%	91.554.896	6,41%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>111.473.132</b> ↑	<b>11,00%</b>	<b>121.860.522</b> ↑	<b>12,03%</b>	<b>138.659.827</b> ↑	<b>13,68%</b>	<b>157.224.475</b> ↑	<b>15,52%</b>	<b>177.724.210</b> ↑	<b>17,54%</b>
RESERVA LEGAL	11.147.313	1,10%	12.186.052	1,10%	13.865.983	1,15%	15.722.447	1,20%	17.772.421	1,24%
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>122.620.445</b>	<b>12,10%</b>	<b>109.674.470</b>	<b>9,93%</b>	<b>124.793.844</b>	<b>10,38%</b>	<b>141.502.027</b>	<b>10,80%</b>	<b>159.951.789</b>	<b>11,20%</b>

Fuente: los autores

Tabla 26. Análisis vertical estado de resultados con financiación

**CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA**

<b>ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION</b>										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS		ANALISIS		ANALISIS		ANALISIS		ANALISIS
		VERTICAL	AÑO 2	VERTICAL	AÑO 3	VERTICAL	AÑO 4	VERTICAL	AÑO 5	VERTICAL
VENTAS	1.013.297.625	100,00%	1.103.952.928	100,00%	1.202.718.765	100,00%	1.310.320.748	100,00%	1.427.549.411	100,00%
COSTOS	653.740.403	64,52%	712.227.696	64,52%	775.947.590	64,52%	845.368.225	64,52%	920.999.620	64,52%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>359.557.222</b>	<b>35,48%</b>	<b>391.725.233</b>	<b>35,48%</b>	<b>426.771.175</b>	<b>35,48%</b>	<b>464.952.524</b>	<b>35,48%</b>	<b>506.549.791</b>	<b>35,48%</b>
<b>EGRESOS</b>		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
NOMINA	160.729.705	15,86%	179.624.347	16,27%	187.707.443	15,61%	196.154.278	14,97%	204.981.220	14,36%
GASTOS DE ADMINISTRACION	10.494.968	1,04%	10.967.241	0,99%	11.460.767	0,95%	11.976.502	0,91%	12.515.444	0,88%
GASTOS DE VENTAS	7.740.000	0,76%	8.088.300	0,73%	8.452.274	0,70%	8.832.626	0,67%	9.230.094	0,65%
GASTOS DE DEPRECIACION	1.122.100	0,11%	1.122.100	0,10%	1.122.100	0,09%	1.122.100	0,09%	1.122.100	0,08%
GASTOS DIFERIDOS	3.884.000	0,38%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	6.687.764	0,66%	7.286.089	0,66%	7.937.944	0,66%	8.648.117	0,66%	9.421.826	0,66%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>190.658.537</b>	<b>18,82%</b>	<b>207.088.078</b>	<b>18,76%</b>	<b>216.680.528</b>	<b>18,02%</b>	<b>226.733.622</b>	<b>17,30%</b>	<b>237.270.685</b>	<b>16,62%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>168.898.685</b>	<b>16,67%</b>	<b>184.637.155</b>	<b>16,73%</b>	<b>210.090.647</b>	<b>17,47%</b>	<b>238.218.901</b>	<b>18,18%</b>	<b>269.279.106</b>	<b>18,86%</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	983.581	0,10%	643.944	0,06%	243.172	0,02%		0,00%		0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>983.581</b>	<b>0,10%</b>	<b>643.944</b>	<b>0,06%</b>	<b>243.172</b>	<b>0,02%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>167.915.104</b>	<b>16,57%</b>	<b>183.993.210</b>	<b>16,67%</b>	<b>209.847.475</b>	<b>17,45%</b>	<b>238.218.901</b>	<b>18,18%</b>	<b>269.279.106</b>	<b>18,86%</b>
IMPUESTO DE RENTA	57.091.135	5,63%	62.557.692	5,67%	71.348.141	5,93%	80.994.426	6,18%	91.554.896	6,41%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>110.823.968</b>	<b>10,94%</b>	<b>121.435.519</b>	<b>11,00%</b>	<b>138.499.333</b>	<b>11,52%</b>	<b>157.224.475</b>	<b>12,00%</b>	<b>177.724.210</b>	<b>12,45%</b>
RESERVA LEGAL	11.082.397	1,09%	12.143.552	1,10%	13.849.933	1,15%	15.722.447	1,20%	17.772.421	1,24%
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>121.906.365</b>	<b>12,03%</b>	<b>109.291.967</b>	<b>9,90%</b>	<b>124.649.400</b>	<b>10,36%</b>	<b>141.502.027</b>	<b>10,80%</b>	<b>159.951.789</b>	<b>11,20%</b>

Fuente: los autores

Al realizar el análisis de los indicadores financieros en el estado de resultados podemos encontrar:

Análisis vertical: CF. El costo de ventas representa el 64.52% el cual hace referencia al costo generado en la prestación de los servicios, acorde con lo costos del mercado en esta actividad.

En cuanto a los gastos corresponde al 16,62% de los ingresos, teniendo mayor participación los gastos administrativos con el 14,36%. Los gastos de ventas apenas llegan año 0,88%, siendo porcentajes similares al de los años anteriores.

El resultado final o margen neto, corresponde al 11,22% porcentaje acorde con el mercado y al ser un resultado después de impuestos deja a la empresa en una buena situación al final del periodo. Al realizar el análisis SF, los valores presentados en el párrafo anterior no varían en 1%

Tabla 27. Análisis horizontal estado de resultados sin financiación

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA													
ANALISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION													
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION		AÑO 3	VARIACION		AÑO 4	VARIACION		AÑO 5	VARIACION	
			ABSOLUTA	RELATIVA		ABSOLUTA	RELATIVA		ABSOLUTA	RELATIVA		ABSOLUTA	RELATIVA
VENTAS	1.013.297.625	1.103.952.928	90.655.303	8,95%	1.202.718.765	98.765.837	8,21%	1.310.320.748	107.601.984	8,21%	1.427.549.411	117.228.662	8,95%
COSTOS	653.740.403	712.227.696	58.487.293	8,95%	775.947.590	63.719.895	8,21%	845.368.225	69.420.635	8,21%	920.999.620	75.631.395	8,95%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>359.557.222</b>	<b>391.725.233</b>	<b>32.168.011</b>	<b>8,95%</b>	<b>426.771.175</b>	<b>35.045.942</b>	<b>8,21%</b>	<b>464.952.524</b>	<b>38.181.349</b>	<b>8,21%</b>	<b>506.549.791</b>	<b>41.597.267</b>	<b>8,95%</b>
<b>EGRESOS</b>													
NOMINA	160.729.705	179.624.347	18.894.643	11,76%	187.707.443	8.083.096	4,31%	196.154.278	8.446.835	4,31%	204.981.220	8.826.943	4,50%
GASTOS DE ADMINISTRACION	10.494.968	10.967.241	472.274	4,50%	11.460.767	493.526	4,31%	11.976.502	515.735	4,31%	12.515.444	538.943	4,50%
GASTOS DE VENTAS	7.740.000	8.088.300	348.300	4,50%	8.452.274	363.973	4,31%	8.832.626	380.352	4,31%	9.230.094	397.468	4,50%
GASTOS DE DEPRECIACION	1.122.100	1.122.100	0	0,00%	1.122.100	0	0,00%	1.122.100	0	0,00%	1.122.100	0	0,00%
GASTOS DIFERIDOS	3.884.000	0	(3.884.000)	(100,00%)	0	0	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	6.687.764	7.286.089	598.325	8,95%	7.937.944	651.855	8,21%	8.648.117	710.173	8,21%	9.421.826	773.709	8,95%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>190.658.537</b>	<b>207.088.078</b>	<b>16.429.541</b>	<b>8,62%</b>	<b>216.680.528</b>	<b>9.592.450</b>	<b>4,43%</b>	<b>226.733.622</b>	<b>10.053.095</b>	<b>4,43%</b>	<b>237.270.685</b>	<b>10.537.062</b>	<b>4,65%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>168.898.685</b>	<b>184.637.155</b>	<b>15.738.470</b>	<b>9,32%</b>	<b>210.090.647</b>	<b>25.453.493</b>	<b>12,12%</b>	<b>238.218.901</b>	<b>28.128.254</b>	<b>11,81%</b>	<b>269.279.106</b>	<b>31.060.205</b>	<b>13,04%</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>													
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>168.898.685</b>	<b>184.637.155</b>	<b>15.738.470</b>	<b>9,32%</b>	<b>210.090.647</b>	<b>25.453.493</b>	<b>12,12%</b>	<b>238.218.901</b>	<b>28.128.254</b>	<b>11,81%</b>	<b>269.279.106</b>	<b>31.060.205</b>	<b>13,04%</b>
IMPUESTO DE RENTA	57.425.553	62.776.633	5.351.080	9,32%	71.430.820	8.654.187	12,12%	80.994.426	9.563.606	11,81%	91.554.896	10.560.470	13,04%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>111.473.132</b>	<b>121.860.522</b>	<b>10.387.390</b>	<b>(0)</b>	<b>138.659.827</b>	<b>16.799.305</b>	<b>12,12%</b>	<b>157.224.475</b>	<b>18.564.648</b>	<b>0</b>	<b>177.724.210</b>	<b>20.499.735</b>	<b>0</b>
RESERVA LEGAL	11.147.313	12.186.052	1.038.739	0,00%	13.865.983	1.679.931	12,12%	15.722.447	1.856.465	11,81%	17.772.421	2.049.974	13,04%
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>122.620.445</b>	<b>109.674.470</b>	<b>(12.945.975)</b>	<b>(10,56%)</b>	<b>124.793.844</b>	<b>15.119.375</b>	<b>12,12%</b>	<b>141.502.027</b>	<b>16.708.183</b>	<b>11,81%</b>	<b>159.951.789</b>	<b>18.449.762</b>	<b>13,04%</b>

Fuente: los autores

Tabla 28. Análisis horizontal estado de resultados con financiación

ANALISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION													
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
VENTAS	1.013.297.625	1.103.952.928	90.655.303	8,95%	1.202.718.765	98.765.837	8,95%	1.310.320.748	107.601.984	8,95%	1.427.549.411	117.228.662	8,95%
COSTOS	653.740.403	712.227.696	58.487.293	8,95%	775.947.590	63.719.895	8,95%	845.368.225	69.420.635	8,95%	920.999.620	75.631.395	8,95%
UTILIDAD BRUTA	359.557.222	391.725.233	32.168.011	8,95%	426.771.175	35.045.942	8,95%	464.952.524	38.181.349	8,95%	506.549.791	41.597.267	8,95%
<b>EGRESOS</b>													
NOMINA	160.729.705	179.624.347	18.894.643	11,76%	187.707.443	8.083.096	4,50%	196.154.278	8.446.835	4,50%	204.981.220	8.826.943	4,50%
GASTOS DE ADMINISTRACION	10.494.968	10.967.241	472.274	4,50%	11.460.767	493.526	4,50%	11.976.502	515.735	4,50%	12.515.444	538.943	4,50%
GASTOS DE VENTAS	7.740.000	8.088.300	348.300	4,50%	8.452.274	363.973	4,50%	8.832.626	380.352	4,50%	9.230.094	397.468	4,50%
GASTOS DE DEPRECIACION	1.122.100	1.122.100	0	0,00%	1.122.100	0	0,00%	1.122.100	0	0,00%	1.122.100	0	0,00%
GASTOS DIFERIDOS	3.884.000	0	(3.884.000)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	6.687.764	7.286.089	598.325	8,95%	7.937.944	651.855	8,95%	8.648.117	710.173	8,95%	9.421.826	773.709	8,95%
TOTAL EGRESOS	190.658.537	207.088.078	16.429.541	8,62%	216.680.528	9.592.450	4,63%	226.733.622	10.053.095	4,64%	237.270.685	10.537.062	4,65%
UTILIDAD OPERACIONAL	168.898.685	184.637.155	15.738.470	9,32%	210.090.647	25.453.493	13,79%	238.218.901	28.128.254	13,39%	269.279.106	31.060.205	13,04%
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>													
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	983.581	643.944	(339.637)	(34,53%)	243.172	(400.772)	(62,24%)	0	(243.172)	(100,00%)	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	983.581	643.944	(339.637)	(34,53%)	243.172	(400.772)	(62,24%)	0	(243.172)	(100,00%)	0	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	167.915.104	183.993.210	16.078.107	9,58%	209.847.475	25.854.264	14,05%	238.218.901	28.371.426	13,52%	269.279.106	31.060.205	13,04%
IMPUESTO DE RENTA	57.091.135	62.557.692	5.466.556	9,58%	71.348.141	8.790.450	14,05%	80.994.426	9.646.285	13,52%	91.554.896	10.560.470	13,04%
UTILIDAD NETA	110.823.968	121.435.519	10.611.551	(0)	138.499.333	17.063.815	0	157.224.475	18.725.141	0	177.724.210	20.499.735	0
RESERVA LEGAL	11.082.397	12.143.552	1.061.155	0,00%	13.849.933	1.706.381	14,05%	15.722.447	1.872.514	13,52%	17.772.421	2.049.974	13,04%
UTILIDAD EJERCICIO	121.906.365	109.291.967	(12.614.398)	(10,35%)	124.649.400	15.357.433	14,05%	141.502.027	16.852.627	13,52%	159.951.789	18.449.762	13,04%

Fuente: los autores

Al realizar este análisis para los dos últimos años (año 4 vs año 5), podemos encontrar un aumento del 8,95% en los ingresos, representados en as de 117 millones de pesos. Considerando el incremento por razones de aumento de precios por inflación, el % real estaría en el orden el 5%, valor que si bien no es muy alto, es significativo para la empresa, al poder mantener su participación en el mercado. Por su parte el crecimiento de los costos de ventas tuvo un comportamiento igual, lo que denote al buen desempeño en el manejo de los costos de la prestación de los servicios, los cuales están debidamente ligados al ingresos.

Por su parte el incremento de los gastos sufro un incremento del 4.5% valor levemente por encima de la inflación y por debajo de incremento de los ingresos, lo cual es algo muy positivo para el resultado final.

El análisis de la variación del resultado final, se observa un incrementos de este rubro de más de 18 millones un 13.04% con relación al año anterior, este incremento surge en gran medida al poco incremento de los gastos con relación a los ingresos. Dicho análisis cobra valor para los dos escenarios CF Y SF dado a que las diferencias porcentuales no varían en más de 1%

## 5.13 ANÁLISIS VERTICALES Y HORIZONTALES DE LOS BALANCES GENERALES CON Y SIN FINANCIACIÓN

Tabla 29. Análisis vertical balance general sin financiación

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA												
ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS												
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja bancos	12.121.891	53,95%	220.045.798	95,52%	350.420.745	97,44%	501.906.716	98,41%	673.131.677	98,98%	866.141.505	99,33%
CxC	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventarios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12.121.891</b>	<b>53,95%</b>	<b>220.045.798</b>	<b>95,52%</b>	<b>350.420.745</b>	<b>97,44%</b>	<b>501.906.716</b>	<b>98,41%</b>	<b>673.131.677</b>	<b>98,98%</b>	<b>866.141.505</b>	<b>99,33%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
MUEBLES Y ENSERES	1.705.000	7,59%	6.692.184	2,90%	6.692.184	1,86%	6.692.184	1,31%	6.692.184	0,98%	6.692.184	0,77%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	2.508.000	11,16%	2.508.000	1,09%	2.508.000	0,70%	2.508.000	0,49%	2.508.000	0,37%	2.508.000	0,29%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.250.000		2.250.000		2.250.000		2.250.000		2.250.000		2.250.000	
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	0,00%	1.122.100	0,49%	2.244.200	0,62%	3.366.300	0,66%	4.488.400	0,66%	5.610.500	0,64%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.463.000</b>	<b>28,76%</b>	<b>10.328.084</b>	<b>4,48%</b>	<b>9.205.984</b>	<b>2,56%</b>	<b>8.083.884</b>	<b>1,59%</b>	<b>6.961.784</b>	<b>1,02%</b>	<b>5.839.684</b>	<b>0,67%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>0</b>											
Diferidos	3.884.000	17,29%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.884.000</b>	<b>17,29%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>								
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.347.000</b>	<b>46,05%</b>	<b>10.328.084</b>	<b>4,48%</b>	<b>9.205.984</b>	<b>2,56%</b>	<b>8.083.884</b>	<b>1,59%</b>	<b>6.961.784</b>	<b>1,02%</b>	<b>5.839.684</b>	<b>0,67%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.468.891</b>	<b>100,00%</b>	<b>230.373.882</b>	<b>100,00%</b>	<b>359.626.729</b>	<b>100,00%</b>	<b>509.990.600</b>	<b>100,00%</b>	<b>680.093.461</b>	<b>100,00%</b>	<b>871.981.189</b>	<b>100,00%</b>
<b>PASIVOS</b>	<b>0</b>											
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>											
CxP	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
cesantias x p	0	0,00%	10.412.322	5,26%	10.880.877	3,30%	11.370.516	2,38%	11.882.190	1,84%	12.416.888	1,49%
intereses a las cesantias x p	0	0,00%	1.249.484	0,63%	1.305.710	0,40%	1.364.467	0,29%	1.425.868	0,22%	1.490.033	0,18%
impuesto de renta x p	0	0,00%	53.460.539	26,99%	62.598.207	18,98%	71.244.365	14,91%	80.799.581	12,51%	91.351.283	10,94%
ica x p	0	0,00%	6.687.764	3,38%	7.286.089	2,21%	7.937.944	1,66%	8.648.117	1,34%	9.421.826	1,13%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>71.810.109</b>	<b>36,26%</b>	<b>82.070.884</b>	<b>24,88%</b>	<b>91.917.293</b>	<b>19,23%</b>	<b>102.755.756</b>	<b>15,91%</b>	<b>114.680.029</b>	<b>13,74%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>											
Obligaciones financieras	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>71.810.109</b>	<b>36,26%</b>	<b>82.070.884</b>	<b>24,88%</b>	<b>91.917.293</b>	<b>19,23%</b>	<b>102.755.756</b>	<b>15,91%</b>	<b>114.680.029</b>	<b>13,74%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	22.468.891	100,00%	22.468.891	11,34%	22.468.891	6,81%	22.468.891	4,70%	22.468.891	3,48%	22.468.891	2,69%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	93.398.706	47,16%	202.761.456	61,47%	327.229.553	68,46%	468.391.174	72,54%	627.987.238	75,22%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	10.377.634	5,24%	22.529.051	6,83%	36.358.839	7,61%	52.043.464	8,06%	69.776.360	8,36%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>100,00%</b>	<b>126.245.231</b>	<b>63,74%</b>	<b>247.759.397</b>	<b>75,12%</b>	<b>386.057.282</b>	<b>80,77%</b>	<b>542.903.528</b>	<b>84,09%</b>	<b>720.232.489</b>	<b>86,26%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>100,00%</b>	<b>198.055.340</b>	<b>100,00%</b>	<b>329.830.281</b>	<b>100,00%</b>	<b>477.974.575</b>	<b>100,00%</b>	<b>645.659.284</b>	<b>100,00%</b>	<b>834.912.518</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: los autores

Tabla 30. Análisis vertical balance general con financiación

**CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA**

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS												
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	ANÁLISIS AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja bancos	12.121.891	53,95%	217.175.343	95,46%	345.014.253	97,40%	493.848.710	98,39%	665.156.350	98,96%	858.166.177	99,32%
CxC	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventarios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12.121.891</b>	<b>53,95%</b>	<b>217.175.343</b>	<b>95,46%</b>	<b>345.014.253</b>	<b>97,40%</b>	<b>493.848.710</b>	<b>98,39%</b>	<b>665.156.350</b>	<b>98,96%</b>	<b>858.166.177</b>	<b>99,32%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
MUEBLES Y ENSERES	1.705.000	7,59%	6.692.184	2,94%	6.692.184	1,89%	6.692.184	1,33%	6.692.184	1,00%	6.692.184	0,77%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	2.508.000	11,16%	2.508.000	1,10%	2.508.000	0,71%	2.508.000	0,50%	2.508.000	0,37%	2.508.000	0,29%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.250.000		2.250.000		2.250.000		2.250.000		2.250.000		2.250.000	
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	0,00%	1.122.100	0,49%	2.244.200	0,63%	3.366.300	0,67%	4.488.400	0,67%	5.610.500	0,65%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.463.000</b>	<b>28,76%</b>	<b>10.328.084</b>	<b>4,54%</b>	<b>9.205.984</b>	<b>2,60%</b>	<b>8.083.884</b>	<b>1,61%</b>	<b>6.961.784</b>	<b>1,04%</b>	<b>5.839.684</b>	<b>0,68%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>0</b>											
Diferidos	3.884.000	17,29%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.884.000</b>	<b>17,29%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>								
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.347.000</b>	<b>46,05%</b>	<b>10.328.084</b>	<b>4,54%</b>	<b>9.205.984</b>	<b>2,60%</b>	<b>8.083.884</b>	<b>1,61%</b>	<b>6.961.784</b>	<b>1,04%</b>	<b>5.839.684</b>	<b>0,68%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.468.891</b>	<b>100,00%</b>	<b>227.503.427</b>	<b>100,00%</b>	<b>354.220.237</b>	<b>100,00%</b>	<b>501.932.594</b>	<b>100,00%</b>	<b>672.118.134</b>	<b>100,00%</b>	<b>864.005.861</b>	<b>100,00%</b>
<b>PASIVOS</b>	<b>0</b>											
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>											
CxP	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
cesantias x p	0	0,00%	10.412.322	5,33%	10.880.877	3,35%	11.370.516	2,42%	11.882.190	1,86%	12.416.888	1,50%
intereses a las cesantias x p	0	0,00%	1.249.484	0,64%	1.305.710	0,40%	1.364.467	0,29%	1.425.868	0,22%	1.490.033	0,18%
impuesto de renta x p	0	0,00%	53.126.121	27,22%	62.379.266	19,23%	71.161.687	15,14%	80.799.581	12,67%	91.351.283	11,05%
ica x p	0	0,00%	6.687.764	3,43%	7.286.089	2,25%	7.937.944	1,69%	8.648.117	1,36%	9.421.826	1,14%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>71.475.692</b>	<b>36,62%</b>	<b>81.851.943</b>	<b>25,23%</b>	<b>91.834.614</b>	<b>19,54%</b>	<b>102.755.756</b>	<b>16,11%</b>	<b>114.680.029</b>	<b>13,87%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>											
Obligaciones financieras	6.740.667	30,00%	4.853.794	2,49%	2.627.283	0,81%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>6.740.667</b>	<b>30,00%</b>	<b>4.853.794</b>	<b>2,49%</b>	<b>2.627.283</b>	<b>0,81%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>6.740.667</b>	<b>30,00%</b>	<b>76.329.485</b>	<b>39,11%</b>	<b>84.479.225</b>	<b>26,04%</b>	<b>91.834.614</b>	<b>19,54%</b>	<b>102.755.756</b>	<b>16,11%</b>	<b>114.680.029</b>	<b>13,87%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	15.728.223	70,00%	15.728.223	8,06%	15.728.223	4,85%	15.728.223	3,35%	15.728.223	2,47%	15.728.223	1,90%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	92.814.459	47,55%	201.794.706	62,20%	326.118.358	69,40%	467.279.979	73,28%	626.876.044	75,81%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	10.312.718	5,28%	22.421.634	6,91%	36.235.373	7,71%	51.919.998	8,14%	69.652.894	8,42%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>15.728.223</b>	<b>70,00%</b>	<b>118.855.400</b>	<b>60,89%</b>	<b>239.944.563</b>	<b>73,96%</b>	<b>378.081.955</b>	<b>80,46%</b>	<b>534.928.201</b>	<b>83,89%</b>	<b>712.257.161</b>	<b>86,13%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>100,00%</b>	<b>195.184.885</b>	<b>868,69%</b>	<b>324.423.788</b>	<b>1443,88%</b>	<b>469.916.569</b>	<b>2091,41%</b>	<b>637.683.957</b>	<b>2838,07%</b>	<b>826.937.191</b>	

Fuente: los autores

**Análisis vertical:** Razón de endeudamiento: CF 13.87% SF 13.74%, en ambas situaciones, es óptimo, lo que indica que la empresa ha realizado adecuadamente este proceso.

En cuanto a la diferencia con relación a los activos, está representada en el patrimonio con un 86% siendo un porcentaje muy bueno para la empresa.

En cuanto a la participación vertical de los activos, este se concentra en el activo corriente con el 99,32%

Tabla 31. Análisis horizontal balance general sin financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS																
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>																
Caja bancos	12.121.891	220.045.798	207.923.907	1715,28%	350.420.745	130.374.948	59,25%	501.906.716	281.860.919	128,09%	673.131.677	453.085.880	205,91%	866.141.505	646.095.707	293,62%
CxC	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12.121.891</b>	<b>220.045.798</b>	<b>207.923.907</b>	<b>1715,28%</b>	<b>350.420.745</b>	<b>130.374.948</b>	<b>59,25%</b>	<b>501.906.716</b>	<b>281.860.919</b>	<b>128,09%</b>	<b>673.131.677</b>	<b>453.085.880</b>	<b>205,91%</b>	<b>866.141.505</b>	<b>646.095.707</b>	<b>293,62%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>																
<b>ACTIVOS FIJOS</b>																
MUEBLES Y ENSERES	1.705.000	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	2.508.000	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.250.000	2.250.000	0	0,00%	2.250.000	0	0,00%	2.250.000	0	0,00%	2.250.000	0	0,00%	2.250.000	0	0,00%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.122.100	1.122.100	0,00%	2.244.200	1.122.100	100,00%	3.366.300	2.244.200	200,00%	4.488.400	3.366.300	300,00%	5.610.500	4.488.400	400,00%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.463.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>(1.122.100)</b>	<b>(17,36%)</b>	<b>4.218.800</b>	<b>(1.122.100)</b>	<b>(21,01%)</b>	<b>3.096.700</b>	<b>(2.244.200)</b>	<b>(42,02%)</b>	<b>1.974.600</b>	<b>(3.366.300)</b>	<b>(63,03%)</b>	<b>852.500</b>	<b>(4.488.400)</b>	<b>(84,04%)</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>																
Diferidos	3.884.000	0	(3.884.000)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.884.000</b>	<b>0</b>	<b>(3.884.000)</b>	<b>(100,00%)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>									
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.347.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>(5.006.100)</b>	<b>(48,38%)</b>	<b>4.218.800</b>	<b>(1.122.100)</b>	<b>(21,01%)</b>	<b>3.096.700</b>	<b>(2.244.200)</b>	<b>(42,02%)</b>	<b>1.974.600</b>	<b>(3.366.300)</b>	<b>(63,03%)</b>	<b>852.500</b>	<b>(4.488.400)</b>	<b>(84,04%)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.468.891</b>	<b>225.386.698</b>	<b>202.917.807</b>	<b>903,11%</b>	<b>354.639.545</b>	<b>129.252.848</b>	<b>57,35%</b>	<b>505.003.416</b>	<b>279.616.719</b>	<b>124,06%</b>	<b>675.106.277</b>	<b>449.719.580</b>	<b>199,53%</b>	<b>866.994.005</b>	<b>641.607.307</b>	<b>284,67%</b>
<b>PASIVOS</b>																
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>																
CxP	0	0	0	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
cesantias x p	0	10.412.322	10.412.322	0,00%	10.880.877	468.555	4,50%	11.370.516	958.194	9,20%	11.882.190	1.469.867	14,12%	12.416.888	2.004.566	19,25%
intereses a las cesantias x p	0	1.249.484	1.249.484	0,00%	1.305.710	56.227	4,50%	1.364.467	114.984	9,20%	1.425.868	176.385	14,12%	1.490.033	240.549	19,25%
impuesto de renta x p	0	53.460.539	53.460.539	0,00%	62.598.207	9.137.668	17,09%	71.244.365	17.783.826	33,27%	80.799.581	27.339.042	51,14%	91.351.283	37.890.744	70,88%
crec x p (impuesto equidad)	0	6.687.764	6.687.764	0,00%	7.286.089	598.325	8,95%	7.937.944	1.250.180	18,69%	8.648.117	1.960.353	29,31%	9.421.826	2.734.062	40,88%
ica x p	0	71.810.109	71.810.109	0,00%	82.070.884	10.260.774	14,29%	91.917.293	20.107.184	28,00%	102.755.756	30.945.647	43,09%	114.680.029	42.869.920	59,70%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>71.810.109</b>	<b>71.810.109</b>	<b>0,00%</b>	<b>82.070.884</b>	<b>10.260.774</b>	<b>14,29%</b>	<b>91.917.293</b>	<b>20.107.184</b>	<b>28,00%</b>	<b>102.755.756</b>	<b>30.945.647</b>	<b>43,09%</b>	<b>114.680.029</b>	<b>42.869.920</b>	<b>59,70%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>																
Obligaciones financieras	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>												
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>71.810.109</b>	<b>71.810.109</b>	<b>0,00%</b>	<b>82.070.884</b>	<b>10.260.774</b>	<b>14,29%</b>	<b>91.917.293</b>	<b>20.107.184</b>	<b>28,00%</b>	<b>102.755.756</b>	<b>30.945.647</b>	<b>43,09%</b>	<b>114.680.029</b>	<b>42.869.920</b>	<b>59,70%</b>
<b>PATRIMONIO</b>																
Capital Social	0	93.398.706	93.398.706	0,00%	202.761.456	109.362.750	117,09%	327.229.553	233.830.847	250,36%	468.391.174	374.992.468	401,50%	627.987.238	534.588.532	572,37%
Utilidad Acumulada	0	10.377.634	10.377.634	0,00%	22.529.051	12.151.417	0,00%	36.358.839	25.981.205	0,00%	52.043.464	41.665.830	0,00%	69.776.360	59.398.726	0,00%
Reserva Legal Acumulada	22.468.891	126.245.231	103.776.340	461,87%	247.759.397	121.514.166	96,25%	386.057.282	259.812.052	205,80%	542.903.528	416.658.297	330,04%	720.232.489	593.987.258	470,50%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>198.055.340</b>	<b>175.586.449</b>	<b>781,46%</b>	<b>329.830.281</b>	<b>131.774.941</b>	<b>66,53%</b>	<b>477.974.575</b>	<b>279.919.235</b>	<b>141,33%</b>	<b>645.659.284</b>	<b>447.603.944</b>	<b>226,00%</b>	<b>834.912.518</b>	<b>636.857.178</b>	<b>321,56%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>																

Fuente: los autores

Tabla 32. Análisis horizontal balance general con financiación

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																
ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS																
ACTIVOS	BALANCE		VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
	INICIAL	AÑO 1														
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>																
Caja bancos	12.121.891	217.175.343	205.053.452	1691,60%	345.014.253	127.838.910	58,86%	493.848.710	276.673.367	127,40%	665.156.350	447.981.007	206,28%	858.166.177	640.990.835	295,15%
CxC	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>12.121.891</b>	<b>217.175.343</b>	<b>205.053.452</b>	<b>1691,60%</b>	<b>345.014.253</b>	<b>127.838.910</b>	<b>58,86%</b>	<b>493.848.710</b>	<b>276.673.367</b>	<b>127,40%</b>	<b>665.156.350</b>	<b>447.981.007</b>	<b>206,28%</b>	<b>858.166.177</b>	<b>640.990.835</b>	<b>295,15%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>																
<b>ACTIVOS FIJOS</b>																
MUEBLES Y ENSERES	1.705.000	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%	1.705.000	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	2.508.000	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%	2.508.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.250.000	2.250.000			2.250.000			2.250.000			2.250.000			2.250.000		
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.122.100	1.122.100	0,00%	2.244.200	1.122.100	100,00%	3.366.300	2.244.200	200,00%	4.488.400	3.366.300	300,00%	5.610.500	4.488.400	400,00%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>6.463.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>(1.122.100)</b>	<b>(17,36%)</b>	<b>4.218.800</b>	<b>(1.122.100)</b>	<b>(21,01%)</b>	<b>3.096.700</b>	<b>(2.244.200)</b>	<b>(42,02%)</b>	<b>1.974.600</b>	<b>(3.366.300)</b>	<b>(63,03%)</b>	<b>852.500</b>	<b>(4.488.400)</b>	<b>(84,04%)</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>																
Diferidos	3.884.000	0	(3.884.000)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.884.000</b>	<b>0</b>	<b>(3.884.000)</b>	<b>(100,00%)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>									
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.347.000</b>	<b>5.340.900</b>	<b>(5.006.100)</b>	<b>(48,38%)</b>	<b>4.218.800</b>	<b>(1.122.100)</b>	<b>0,00%</b>	<b>3.096.700</b>	<b>(2.244.200)</b>	<b>0,00%</b>	<b>1.974.600</b>	<b>(3.366.300)</b>	<b>0,00%</b>	<b>852.500</b>	<b>(4.488.400)</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.468.891</b>	<b>222.516.243</b>	<b>200.047.352</b>	<b>890,33%</b>	<b>349.233.053</b>	<b>126.716.810</b>	<b>56,95%</b>	<b>496.945.410</b>	<b>274.429.167</b>	<b>123,33%</b>	<b>667.130.950</b>	<b>444.614.707</b>	<b>199,81%</b>	<b>859.018.677</b>	<b>636.502.435</b>	<b>286,05%</b>
<b>PASIVOS</b>																
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>																
CxP	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
cesantias x p	0	10.412.322	10.412.322	0,00%	10.880.877	468.555	4,50%	11.370.516	958.194	9,20%	11.882.190	1.469.867	14,12%	12.416.888	2.004.566	19,25%
intereses a las cesantias x p	0	1.249.484	1.249.484	0,00%	1.305.710	56.227	4,50%	1.364.467	114.984	9,20%	1.425.868	176.385	14,12%	1.490.033	240.549	19,25%
impuesto de renta x p	0	53.126.121	53.126.121	0,00%	62.379.266	9.253.145	17,42%	71.161.687	18.035.566	33,95%	80.799.581	27.673.460	52,09%	91.351.283	38.225.162	71,95%
Iva	0	40.984.514	0	0	49.618.529	0	0	54.057.682	0	0	58.893.986	0	0	64.162.974	0	0
ica x p	0	6.687.764	6.687.764	0,00%	7.286.089	598.325	8,95%	7.937.944	1.250.180	18,69%	8.648.117	1.960.353	29,31%	9.421.826	2.734.062	40,88%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>112.460.206</b>	<b>112.460.206</b>	<b>0,00%</b>	<b>131.470.472</b>	<b>19.010.266</b>	<b>16,90%</b>	<b>145.892.296</b>	<b>33.432.090</b>	<b>29,73%</b>	<b>161.649.742</b>	<b>49.189.537</b>	<b>43,74%</b>	<b>178.843.003</b>	<b>66.382.797</b>	<b>59,03%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>																
Obligaciones financieras	6.740.667	4.853.794	(1.886.874)	(27,99%)	2.627.283	(2.226.511)	(45,87%)	0	(4.853.794)	(100,00%)	0	(4.853.794)	(100,00%)	0	(4.853.794)	(100,00%)
Leasing financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>6.740.667</b>	<b>4.853.794</b>	<b>(1.886.874)</b>	<b>(27,99%)</b>	<b>2.627.283</b>	<b>(2.226.511)</b>	<b>(45,87%)</b>	<b>0</b>	<b>(4.853.794)</b>	<b>(100,00%)</b>	<b>0</b>	<b>(4.853.794)</b>	<b>(100,00%)</b>	<b>0</b>	<b>(4.853.794)</b>	<b>(100,00%)</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>6.740.667</b>	<b>117.314.000</b>	<b>110.573.332</b>	<b>1640,39%</b>	<b>134.097.755</b>	<b>16.783.755</b>	<b>14,31%</b>	<b>145.892.296</b>	<b>28.578.297</b>	<b>24,36%</b>	<b>161.649.742</b>	<b>44.335.743</b>	<b>37,79%</b>	<b>178.843.003</b>	<b>61.529.003</b>	<b>52,45%</b>
<b>PATRIMONIO</b>																
Capital Social	15.728.223	15.728.223	0	0,00%	15.728.223	0	0,00%	15.728.223	0	0,00%	15.728.223	0	0,00%	15.728.223	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	92.814.459	92.814.459	0,00%	201.794.706	108.980.247	117,42%	326.118.358	233.303.899	251,37%	467.279.979	374.465.521	403,46%	626.876.044	534.061.585	575,41%
Reserva Legal Acumulada	0	10.312.718	10.312.718	0,00%	12.108.916	1.796.199	0,00%	36.235.373	25.922.655	0,00%	51.919.998	41.607.280	0,00%	69.652.894	59.340.176	0,00%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>15.728.223</b>	<b>118.855.400</b>	<b>103.127.176</b>	<b>655,68%</b>	<b>229.631.845</b>	<b>110.776.446</b>	<b>93,20%</b>	<b>378.081.955</b>	<b>259.226.555</b>	<b>218,10%</b>	<b>534.928.201</b>	<b>416.072.801</b>	<b>350,07%</b>	<b>712.257.161</b>	<b>593.401.761</b>	<b>499,26%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>22.468.891</b>	<b>236.169.399</b>	<b>213.700.509</b>	<b>951,10%</b>	<b>363.729.600</b>	<b>127.560.201</b>	<b>54,01%</b>	<b>523.974.251</b>	<b>287.804.852</b>	<b>121,86%</b>	<b>696.577.943</b>	<b>460.408.544</b>	<b>194,95%</b>	<b>891.100.164</b>	<b>654.930.765</b>	<b>277,31%</b>

Fuente: los autores

**Análisis horizontal:** Este análisis denota el alto crecimiento de la empresa en sus activos con más del 280% en los dos escenarios CF-SF. Lo cual no sucede con los pasivos, teniendo un leve incremento por encima del 50%, en incremento horizontal de mayor relevancia para la empresa se encuentra en el patrimonio logrando un incremento del 499,26% en el escenario CF y de un 470.50 % en el escenario SF, ambos incrementos dan muestra de la buena gestión de la empresa del año 1 al año 5.

## 5.14 RAZONES FINANCIERAS CON Y SIN FINANCIACIÓN

Tabla 33. Razones financieras sin financiación en pesos

<b>CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA</b>					
<b>ANALISIS RAZONES FINANCIERAS ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CAPITAL TRABAJO NETO	120.904.331	243.540.597	382.960.582	540.928.928	719.379.989
RAZON CORRIENTE	2,2	3,3	4,2	5,1	5,9
PRUEBA ACIDA	2,2	3,3	4,2	5,1	5,9
ENDEUDAMIENTO	43,99%	30,14%	23,55%	19,58%	16,93%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	46,04%	34,26%	27,39%	23,23%	20,45%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	82,20%	49,05%	35,82%	28,89%	24,62%
MARGEN BRUTO	35,48%	35,48%	35,48%	35,48%	35,48%
MARGEN OPERACIONAL	15,52%	16,68%	17,42%	18,14%	18,82%
MARGEN NETO	10,24%	11,01%	11,50%	11,97%	12,42%
<b>DIAS AÑO</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>

Fuente: los autores

Tabla 34. Razones financieras con financiación en pesos

<b>CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA</b>					
<b>ANALISIS RAZONES FINANCIERAS ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CAPITAL TRABAJO NETO	118.368.293	238.353.046	374.985.255	532.953.601	711.404.661
RAZON CORRIENTE	2,2	3,2	4,2	5,0	5,8
PRUEBA ACIDA	2,2	3,2	4,2	5,0	5,8
ENDEUDAMIENTO	46,59%	31,29%	23,92%	19,82%	17,08%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	46,35%	34,67%	27,80%	23,51%	20,64%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	86,77%	50,47%	36,54%	29,32%	24,90%
MARGEN BRUTO	35,48%	35,48%	35,48%	35,48%	35,48%
MARGEN OPERACIONAL	15,52%	16,68%	17,42%	18,14%	18,82%
MARGEN NETO	10,18%	10,97%	11,49%	11,97%	12,42%
<b>DIAS AÑO</b>		<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>

Fuente: los autores

## 5.15 ANÁLISIS PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 35. Análisis del punto de equilibrio

CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA ISA																	
PUNTO DE EQUILIBRIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO EQUILIBRIO ERSF	289	296	302	309	316	324	332	341	349	359	368	379	3965	4071	4160	4253	4350
PUNTO EQUILIBRIO ERCF	295	302	308	315	322	330	338	346	355	365	374	385	4036	4078	4163	4253	4350

Fuente: los autores

## 5.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 36. Análisis de sensibilidad

<b>Análisis de sensibilidad</b>	
<b>Flujo de caja con financiación</b>	
<b>VPN(%)</b>	525,212,771
<b>TIR(%)</b>	31%
<b>B/C(VECES)</b>	34.39

Fuente: los autores

## 6 CONCLUSIONES

Frente al análisis de los resultados referente a la realización de un estudio de viabilidad para la conformación de un centro de estimulación temprana para niños de 0 a 4 años en el municipio de Yumbo, valle del cauca se pudo llegar a las siguientes conclusiones.

El estudio de mercado arrojó datos favorables en cuanto a la falta de competencia en la zona urbana del municipio, así mismo se identifica una necesidad latente sobre los servicios ofrecidos por este tipo de centros. En cuanto al valor promedio a pagar y a pesar que se ponderó con centros ubicados en la ciudad de Cali, los valores se ajustan a la realidad y al bolsillo de los Yumbeños.

El estudio técnico operativo define la facilidad y lo económico que resulta el desarrollo de este tipo de centros ya que, no requiere de equipos especializados, solo un área confortable y con elementos muy económicos y fáciles de adquirir en el mercado local.

En cuanto a los resultados del estudio organizacional y legal, este tipo de centros de estimulación, si bien es cierto que requiere un personal especializado, estos mismos se pueden conseguir en el mercado local y/o en la ciudad de Cali, lo cual no representa un obstáculo para el desarrollo del mismo, de igual forma los requerimientos legales son fáciles de tramitar.

En cuanto a los resultados del análisis financieros, se puede decir que el proyecto es factible desde todo punto de vista, ya que no se requiere una gran inversión como capital para iniciar el proyecto, de igual manera y frente a una buena estrategia publicitaria y de mercadeo, se espera llegar al punto de equilibrio muy rápido, lo que permitirá generar un buen flujo de caja y una buena utilidad a mediano plazo para los inversionistas.

## **7 RECOMENDACIONES**

Se da como recomendación de orden general la posibilidad de crear este tipo de centros de estimulación temprana para niños en otros municipios de donde se cuente con un número significativo de habitantes y un promedio razonable de ingresos, que le permitan a los mismos la posibilidad de aprovechar dichos centros para que mejoren y fortalezcan los procesos de movilidad motriz y cognitiva en una edad apropiada para sus hijos.

Se espera que los gobiernos municipales apoyen este tipo de proyectos, ya que, sirven para mejorar las condiciones físicas y de desarrollo mental de su futura fuerza productiva.

## 8 REFERENCIAS

- Alcaldía de Yumbo. (2020). Yumbo.gov. *Alcaldía municipal y la migración frente a la situación de venezolanos en Yumbo*: Recuperado a partir de <http://www.yumbo.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/Alcald%3ADa-Municipal-y-Migracion-Colombia-frente-a-la-situacion-de-venezolanos-en-Yumbo.aspx>
- BBVA. (2015). bbva. *Claves para realizar un buen proceso de selección para contratar personal en una pyme*: Recuperado a partir de <https://www.bbva.com/es/claves-para-realizar-un-buen-proceso-de-seleccion-para-contratar-personal-en-una-pyme/>
- Calvache Bolaños, L. J., & Fernandez López, G. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de estimulación y desarrollo infantil en la co,una 3 de la ciudad de Popayán en el año 2013*: Recuperado a partir de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2303/FernandezGloria2012.pdf;jsessionid=092F0B621D5271E802F6B384DA114DAE?sequence=>
- Concepto. (2020). concepto de. *Concepto cognitivo*: Recuperado a partir de <https://concepto.de/cognitivo/>
- Concepto definición. (2020). Definición › *Humanidades*. Acondicionamiento: Recuperado a partir de <https://conceptodefinicion.de/acondicionamiento/>
- Congreso de Colombia. (27 de Enero de 2006). *Secretaria del Senado. Ley 1014 de 2006*: Recuperado a partir de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)

Congreso de la República. (8 de Febrero de 1994). Secretaria del Senado. *Ley 115 de 1994*: Recuperado a partir de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0115\\_1994.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0115_1994.html)

Corrillo Machado, F., & Gutiérrez Quiroga, M. (2016). *ESTUDIO DE LOCALIZACION DE UN PROYECTO*. *Revistas bolivarianas*, 29-33.

Cuesta Valiño, P. (2006). Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial. *Estrategias de crecimiento de las empresas de distribución comercial*: Recuperado a partir de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/pcv/2k.htm>

Espinosa, R. (2014). robertoespinosa. *¿Cómo elaborar el plan de marketing?*: Recuperado a partir de <https://robertoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing>

Flores Aguilar, J. M. (2013). *Efectividad del programa de estimulación temprana en el desarrollo psicomotor de niños de 0 a 3 años*. *Ciencia y tecnología - Escuela de posgrado - UNT*, 1-17.

Flórez Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio: para pequeñas empresas* (2 ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

Guia infantil. (2016). [.guiainfantil.com/1148/la-estimulacion-temprana](http://guiainfantil.com/1148/la-estimulacion-temprana). *La estimulación temprana de los bebés*: Recuperado a partir de <https://www.guiainfantil.com/1148/la-estimulacion-temprana.html>

Humansmart. (2020). humansmart. *Las 7 pruebas psicométricas para el reclutamiento y selección de personal*: Recuperado a partir de

[https://humansmart.com.mx/1024671\\_7-pruebas-psicometricas-para-la-seleccion-y-reclutamiento-de-personal--pruebas--test--examenes--personalidad](https://humansmart.com.mx/1024671_7-pruebas-psicometricas-para-la-seleccion-y-reclutamiento-de-personal--pruebas--test--examenes--personalidad)

Inder. (2020). colombiamercadeo. *Investigación de Mercados*: Recuperado a partir de <https://www.colombiamercadeo.com/productos-y-servicios/investigacion-de-mercados.html>

Innova. (2019). amazonaws.com/academia.edu. *Plan de negocios - Cómo preparar un pln de negocos*: Recuperado a partir de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/57491664/act\\_19\\_Formato\\_plan\\_de\\_Negocios.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DComo\\_preparar\\_un\\_plan\\_de\\_negocios\\_exitos.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y5](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/57491664/act_19_Formato_plan_de_Negocios.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DComo_preparar_un_plan_de_negocios_exitos.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y5)

Innovamedia. (2020). innovamediaconsultores. *¿Qué es y para qué sirve un análisis de mercados?*: Recuperado a partir de <https://www.innovamediaconsultores.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-analisis-de-mercados/>

Marketing/mercadeo. (2012). jrsmarketingcommunications. *Mercao estrategico / liderazgo*: Recuperado a partir de <https://jrsmarketingcommunications.wordpress.com/2012/10/22/el-plan-de-mercadeo/>

Máster universitario en investigación en didácticas específicas. (10 de 10 de 2019). Universitat Do Valencia. *El desarrollo cognitivo: las fases de Piaget*: Recuperado a partir de <https://www.uv.es/uvweb/master-investigacion->

didactiques-especificques/es/blog/desarrollo-cognitivo-fases-piaget-1285958572212/GasetaRecerca.html?id=1285960943583

Mercadotecnia de servicios. (2020). promonegocios. *Características de los Servicios*: Recuperado a partir de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>

Ministerio de Educación. (11 de Septiembre de 1997). mineducación. *Decreto 2247 de 1997*: Recuperado a partir de [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104840\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104840_archivo_pdf.pdf)

MKT, C. (2017). ambiomkt.wordpress. *¿Para que sirve la Comunicación Integrada de Mercadotecnia?*: Recuperado a partir de <https://cambiomkt.wordpress.com/2017/06/12/para-que-sirve-la-comunicacion-integrada-de-mercadotecnia/>

Molina Velásquez, T., & Banguero Millán, L. F. (2008). *Diseño de un espacio sensorial para la estimulación temprana de niños con multideficit*. Ingeniería biometrica, 2(3), 40.47.

Muñoz M., Y. (2001). *Mercadeo Social en Colombia* (Vol. 1). Medellín: Fondo editorial Universidad EART.

Ospina Díaz, M. R., & Sanabria Rangel, P. E. (2010). *Un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia: el modelo migme*. Revista Facultad de ciencias económicas, 2(18), 107-136.

psicomotricistas.es/. (2020). FAP. *La psicomotricidad*: Recuperado a partir de [http://psicomotricistas.es/?page\\_id=11](http://psicomotricistas.es/?page_id=11)

Pando Moreno, M., Aranda Beltran, C., Amezcua Sandaval, M. T., Salazar Estrada, J. G., & Torres López, T. M. (2004). *Estimulación temprana en niños menores de 4 años de familias marginadas*. Revista Mexicana de pediatría, 71(6), 273-277.

Pando Moreno, M., Aranda Beltrán, C., Amezcua Sandoval, M. T., Salazar Estrada, J. G., & Torres López, T. M. (2004). *Estimulación temprana en niños menores de 4 años de familias marginadas*. Revista Mexicana de Pediatría, 71(6), 273-277.

Policonomics. (2020). policonomics.com/es/estructura-mercado. *Estructura de mercado*: Recuperado a partir de <https://policonomics.com/es/estructura-mercado/>

Portafolio. (2019). portafolio.co/economia. *La economía colombiana creció 3,3% durante el 2019, acaba de revelar el Dane*: Recuperado a partir de <https://www.portafolio.co/economia/pib-de-colombia-en-el-2019-538115>

Project management. (2020). obsbusiness.school. *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*: Recuperado a partir de <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>

Rankia. (2019). rankia.co/blog/mejores. SAS Colombia: *definición, características y ventajas*: Recuperado a partir de <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>

Renzi, G. M. (2020). *Educación Física y su contribución al desarrollo integral de los niños en la primera infancia*: Recuperado a partir de [https://upvv.clavijero.edu.mx/cursos/LEB0739/documentos/EF\\_y\\_su\\_contribucion\\_al\\_desarrollo\\_integral.pdf](https://upvv.clavijero.edu.mx/cursos/LEB0739/documentos/EF_y_su_contribucion_al_desarrollo_integral.pdf)

Rodriguez, L., & Vélez, X. (2020). uazuay. *Manual de estimulación del útero*: Recuperado a partir de <https://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/estimulacion/manualestimulacion.pdf>

Sanatorio Allende. (2020). sanatorioallende. *¿Qué exigen los Exámenes Médicos Laborales?*: Recuperado a partir de <https://www.sanatorioallende.com/notas/que-exigen-los-examenes-medicos-laborales/>

Senado de Colombia. (2 de Agosto de 2008). Secretaria del Senado. *Ley 1804 de 2008*: Recuperado a partir de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1804\\_2016.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1804_2016.html)

Tecnología En Gestión del Talento Humano, SENA - Regional Antioquia. (2010). rhtalentohumano. *RH Talento humano*: Recuperado a partir de <http://rhtalentohumano.blogspot.com/p/seleccion-de-personal.html>