

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL  
SERVICIO DE CURSOS TÉCNICOS A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA E-  
LEARNING EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA, CÓRDOBA**

**Autores:**

**Tatiana María Sierra Pérez**

**Erika Patricia Ramos Mercado**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas**

**Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales**

**Berástegui-Córdoba**

**Noviembre - 2020**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL  
SERVICIO DE CURSOS TÉCNICOS A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA E-  
LEARNING EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA, CÓRDOBA**

**Autores:**

**Tatiana María Sierra Pérez**

**Erika Patricia Ramos Mercado**

**Asesor:**

**Luis Fernando Alfonso Garzón**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas**

**Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales**

**Berástegui-Córdoba**

**Noviembre - 2020**

## **Agradecimientos**

Primero quiero dar gracias a Dios por permitirme cumplir este sueño, a mi mamá sin su esfuerzo constante esto no sería posible y a toda mi familia por ser mis motores principales para seguir adelante, sin duda alguna, sin mamá. También quiero agradecer a las personas que estuvieron conmigo apoyándome en este camino, los profesores del programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales. A las personas que hicieron que este proceso fuera más llevadero, mis compañeros María Claudia, Alcibíades, Erika, William, Álvaro, Ana Ariza, Ana Mercado entre otros, gracias a ustedes por su apoyo a lo largo de este viaje. Asimismo, quiero agradecer a los angelitos que tengo en el cielo, que sé que siempre han estado ahí cuidándome y en parte esto es por ellos también, hoy puedo decir lo logré.

*Tatiana María Sierra Pérez*

Este trabajo de grado lo dedico principalmente a Dios por sus bendiciones, por permitir que hoy pueda terminar mi carrera profesional. A mis padres Delcy Mercado y Marco Ramos, por todo el esfuerzo que hicieron por darme educación, por todos los valores que me han inculcado para hacer de mí la persona que hoy soy.

A mi compañero Eder Guzmán por su apoyo incondicional y sacrificios que realizó para que culminara mis estudios, por creer en mí y brindarme su comprensión, y amor; a mi hija Celeste Guzmán Ramos por ser mi fuente de inspiración cada día. A mis hermanos por sus palabras de aliento para que no decayera, en general a toda mi familia que de una u otra forma me apoyaron en esta etapa de mi vida. A la universidad de Córdoba por abrirme las puertas y poder formarme en tan excelente institución, a los docentes del programa de Administración En Finanzas Y Negocios Internacionales por todas sus enseñanzas.

*Erika Patricia Ramos Mercado.*

**Tabla de contenido**

|   | Pág. |
|---|------|
| Introducción                                  | 1    |
| Resumen ejecutivo                             | 4    |
| 1 Referente teórico y conceptual              | 5    |
| 1.1 Marco teórico                             | 5    |
| 1.2 Marco conceptual                          | 9    |
| 2 Módulo de mercado                           | 12   |
| 2.1 Servicio                                  | 12   |
| 2.1.1 Características técnicas                | 12   |
| 2.1.2 Usos del servicio                       | 13   |
| 2.1.3 Beneficios                              | 13   |
| 2.1.4 Servicios y/o productos sustitutos      | 14   |
| 2.1.5 Servicios y/o productos complementarios | 14   |
| 2.2 Consumidor final                          | 15   |
| 2.2.1 Segmentación del mercado                | 15   |
| 2.2.2 Características socioculturales         | 16   |
| 2.3 Delimitación del área geográfica          | 16   |
| 2.4 Análisis de la demanda                    | 17   |
| 2.4.1 Diseño muestral                         | 17   |

|   |    |
|---|----|
| 2.4.2 Instrumentos para la recolección de información | 19 |
| 2.4.3 Análisis de los resultados                      | 20 |
| 2.4.4 Cálculo de la demanda actual                    | 40 |
| 2.4.5 Proyección de la demanda                        | 41 |
| 2.5 Análisis de la oferta                             | 42 |
| 2.5.1 Cálculo de la oferta actual                     | 42 |
| 2.5.2 Proyección de la oferta                         | 44 |
| 2.6 Determinación del tipo de demanda                 | 44 |
| 2.6.1 Proyección de la demanda insatisfecha           | 45 |
| 2.7 Análisis de precios                               | 45 |
| 2.8 Canales de comercialización                       | 46 |
| 2.9 Imagen del servicio y slogan                      | 46 |
| 2.10 Estrategia de publicidad                         | 47 |
| 3 Módulo técnico                                      | 49 |
| 3.1 Tamaño del proyecto                               | 49 |
| 3.2 Localización                                      | 50 |
| 3.2.1 Macrolocalización                               | 51 |
| 3.2.2 Microlocalización                               | 52 |
| 3.3 Distribución en planta                            | 53 |
| 3.4 Ficha técnica                                     | 55 |

|  |    |
|--|----|
| 3.5 Proceso de prestación del servicio                   | 60 |
| 3.5.1 Descripción del proceso de prestación del servicio | 61 |
| 3.6 Cotización   | 63 |
| 4 Módulo organizacional                                  | 66 |
| 4.1 Naturaleza jurídica                                  | 66 |
| 4.2 Direccionamiento estratégico                         | 67 |
| 4.2.1 Misión   | 67 |
| 4.2.2 Visión   | 68 |
| 4.2.3 Principios Corporativos                            | 68 |
| 4.3 Organigrama  | 69 |
| 4.4 Manual de funciones                                  | 70 |
| 5 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental       | 78 |
| 5.1 Social   | 78 |
| 5.2 Económico  | 79 |
| 5.3 Ambiental  | 80 |
| 6 Módulo financiero                                      | 82 |
| 6.1 Inversiones fijas                                    | 82 |
| 6.2 Inversiones diferidas                                | 84 |
| 6.3 Distribución de costos                               | 85 |
| 6.4 Punto de equilibrio                                  | 89 |

|  |     |
|--|-----|
| 6.5 Capital de trabajo                     | 91  |
| 6.6 Flujo neto de inversión                | 92  |
| 6.7 Proyecciones financieras               | 93  |
| 6.8 Flujo neto de operación                | 96  |
| 6.9 Flujo neto del plan de negocios        | 97  |
| 6.10 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C | 97  |
| 7 Fuentes de financiación                  | 100 |
| 8 Conclusiones                             | 102 |
| 9 Recomendaciones                          | 104 |
| 10 Bibliografía                            | 105 |
| 11 Anexos                                  | 111 |

**Listas de tablas**

|  | Pág. |
|--|------|
| Tabla 1 Segmentación del mercado   | 15   |
| Tabla 2 Distribución porcentual de personas por estrato en Montería, Córdoba   | 18   |
| Tabla 3 Edad   | 20   |
| Tabla 4 Género   | 21   |
| Tabla 5 Escolaridad  | 22   |
| Tabla 6 ¿Conoce usted qué es un curso virtual?   | 23   |
| Tabla 7 ¿Le interesa la formación técnica como mecanismo para ampliar sus oportunidades en el mundo laboral y/o personal?                                | 24   |
| Tabla 8 ¿Considera oportuno aprovechar las ventajas de la tecnología para realizar actividades que otorguen beneficios a su vida personal y profesional? | 25   |
| Tabla 9 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?   | 25   |
| Tabla 10 ¿Cuenta su hogar con el servicio de conexión a internet?  | 26   |
| Tabla 11 ¿Si en su hogar no cuenta con servicio de conexión a internet, tiene forma de acceder a este servicio en otro lugar diferente a su hogar?       | 27   |
| Tabla 12 Si su respuesta es afirmativa responda por favor: ¿Cuál?  | 28   |
| Tabla 13 ¿Qué tipo de actividades realiza con mayor frecuencia a través de este medio (internet)?  | 29   |
| Tabla 14 ¿Cree que es importante la formación técnica de manera virtual?   | 30   |
| Tabla 15 ¿Se ha suscrito en alguna ocasión a plataformas o medios virtuales de formación y aprendizaje?  | 31   |
| Tabla 16 ¿Cuál es el nombre de esta plataforma?  | 32   |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 17 ¿Le gustaría adquirir un servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual?  | 33 |
| Tabla 18 ¿Qué cursos le gustaría que ofertara la plataforma?  | 34 |
| Tabla 19 ¿Con qué frecuencia considera que podría ingresar a la plataforma, si está interesado en realizar un curso virtual?  | 35 |
| Tabla 20 ¿Estaría interesado en realizar cursos virtuales gratuitos?  | 36 |
| Tabla 21 Si los cursos virtuales no son gratuitos, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar de manera mensual por este tipo de servicios?  | 37 |
| Tabla 22 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual en el municipio de Montería? | 38 |
| Tabla 23 ¿Cuál cree que es el medio más efectivo para dar a conocer este nuevo servicio en Montería?  | 39 |
| Tabla 24 Consumidores potenciales   | 41 |
| Tabla 25 Demanda actual   | 41 |
| Tabla 26 Proyección de la Demanda   | 42 |
| Tabla 27 Oferta de cursos SENA  | 43 |
| Tabla 28 Oferta actual  | 43 |
| Tabla 29 Proyección de la oferta  | 44 |
| Tabla 30 Demanda insatisfecha   | 45 |
| Tabla 31 Proyección de la demanda insatisfecha  | 45 |
| Tabla 32 Análisis de precios  | 45 |
| Tabla 33 Macrolocalización  | 51 |
| Tabla 34 Microlocalización  | 52 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 35 Ficha técnica marketing digital                          | 55 |
| Tabla 36 Ficha técnica ingles                                     | 56 |
| Tabla 37 Ficha técnica audiovisuales y fotografía                 | 57 |
| Tabla 38 Ficha técnica desarrollo web                             | 58 |
| Tabla 39 Ficha técnica diseño gráfico                             | 59 |
| Tabla 40 Cotización   | 63 |
| Tabla 41 Manual de funciones CEO                                  | 70 |
| Tabla 42 Manual de funciones director administrativo y financiero | 71 |
| Tabla 43 Manual de funciones auxiliar administrativo              | 72 |
| Tabla 44 Manual de funciones servicios generales                  | 73 |
| Tabla 45 Manual de funciones director digital                     | 74 |
| Tabla 46 Manual de funciones creador de contenido audiovisual     | 75 |
| Tabla 47 Manual de funciones director de formación                | 76 |
| Tabla 48 Manual de funciones formador                             | 77 |
| Tabla 49 Inversión en obras físicas                               | 82 |
| Tabla 50 Inversión en maquinaria y equipo                         | 83 |
| Tabla 51 Inversión en equipo de computación y comunicación        | 83 |
| Tabla 52 Inversión en muebles y enseres                           | 84 |
| Tabla 53 Inversión en activos intangibles                         | 84 |
| Tabla 54 Costo de mano de obra                                    | 85 |
| Tabla 55 Costo de servicios primer año de operación               | 86 |
| Tabla 56 Gasto por depreciación                                   | 86 |
| Tabla 57 Remuneración al personal administrativo                  | 87 |
| Tabla 58 Otros gastos administrativos                             | 87 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 59 Gastos de venta                         | 88  |
| Tabla 60 Amortización de gastos diferidos        | 88  |
| Tabla 61 Distribución de costos                  | 89  |
| Tabla 62 Punto de equilibrio                     | 91  |
| Tabla 63 Cálculo del capital de trabajo          | 91  |
| Tabla 64 Inversión en capital de trabajo         | 91  |
| Tabla 65 Programa de inversión fija del proyecto | 92  |
| Tabla 66 Programa de inversión                   | 92  |
| Tabla 67 Valor residual de activos               | 93  |
| Tabla 68 Flujo neto de inversiones               | 93  |
| Tabla 69 Presupuesto de ingresos                 | 94  |
| Tabla 70 Presupuesto de costo de producción      | 94  |
| Tabla 71 Presupuesto de gastos de administración | 95  |
| Tabla 72 Presupuestos de gastos de venta         | 95  |
| Tabla 73 Presupuesto de costos operacionales     | 95  |
| Tabla 74 Presupuesto de gastos financieros       | 96  |
| Tabla 75 Flujo neto de operaciones               | 96  |
| Tabla 76 Flujo neto del proyecto                 | 97  |
| Tabla 77 Valor presente neto                     | 97  |
| Tabla 78 Tasa interna de retorno                 | 98  |
| Tabla 79 Relación beneficio/costo                | 99  |
| Tabla 80 Datos                                   | 100 |
| Tabla 81 Amortización de la deuda                | 100 |

## Lista de gráficas

|  | Pág. |
|--|------|
| Gráfica 1 Edad   | 20   |
| Gráfica 2 Género   | 21   |
| Gráfica 3 Escolaridad  | 22   |
| Gráfica 4 ¿Conoce usted qué es un curso virtual?   | 23   |
| Gráfica 5 ¿Le interesa la formación técnica como mecanismo para ampliar sus oportunidades en el mundo laboral y/o personal?                                | 24   |
| Gráfica 6 ¿Considera oportuno aprovechar las ventajas de la tecnología para realizar actividades que otorguen beneficios a su vida personal y profesional? | 25   |
| Gráfica 7 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?   | 26   |
| Gráfica 8 ¿Cuenta su hogar con el servicio de conexión a internet?   | 27   |
| Gráfica 9 ¿Si en su hogar no cuenta con servicio de conexión a internet, tiene forma de acceder a este servicio en otro lugar diferente a su hogar?        | 28   |
| Gráfica 10 Si su respuesta es afirmativa responda por favor: ¿Cuál?  | 29   |
| Gráfica 11 ¿Qué tipo de actividades realiza con mayor frecuencia a través de este medio (internet)?  | 30   |
| Gráfica 12 ¿Cree que es importante la formación técnica de manera virtual?   | 31   |
| Gráfica 13 ¿Se ha suscrito en alguna ocasión a plataformas o medios virtuales de formación y aprendizaje?  | 32   |
| Gráfica 14 ¿Cuál es el nombre de esta plataforma?  | 33   |
| Gráfica 15 ¿Le gustaría adquirir un servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual?   | 34   |
| Gráfica 16 ¿Qué cursos le gustaría que ofertara la plataforma?   | 35   |

|   |    |
|---|----|
| Gráfica 17 ¿Con qué frecuencia considera que podría ingresar a la plataforma, si está interesado en realizar un curso virtual?  | 36 |
| Gráfica 18 ¿Estaría interesado en realizar cursos virtuales gratuitos?  | 37 |
| Gráfica 19 Si los cursos virtuales no son gratuitos, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar de manera mensual por este tipo de servicios?  | 38 |
| Gráfica 20 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual en el municipio de Montería? | 39 |
| Gráfica 21 ¿Cuál cree que es el medio más efectivo para dar a conocer este nuevo servicio en Montería?  | 40 |

**Lista de Figuras**

|  | Pág. |
|--|------|
| Figura 1 Canal de comercialización directo                 | 46   |
| Figura 2 Imagen del servicio                               | 46   |
| Figura 3 Distribución en planta                            | 53   |
| Figura 4 Flujograma del proceso de prestación del servicio | 60   |
| Figura 5 Organigrama                                       | 69   |

**Lista de anexos**

|  | Pág. |
|--|------|
| Anexo 1 Cuestionario   | 111  |
| Anexo 2 Carta dirigida al SENA                                       | 114  |
| Anexo 3 Conferencia con la delegada de la Secretaría de Educación    | 115  |
| Anexo 4 Validación del instrumento                                   | 116  |
| Anexo 5 Precios de suscripción anual en las Udemy, Platzi y Coursera | 122  |
| Anexo 6 Reglamento interno de trabajo                                | 123  |

## Introducción

Según lo expuesto por (Cardoso, 2018), el mundo laboral ha sufrido cambios profundos durante las últimas décadas y se ha tornado cada vez más exigente. Las nuevas y mejoradas formas de producción, el gran avance tecnológico, la apertura del comercio mundial, entre otros factores, han promovido un cambio estructural, convirtiéndolo en un escenario tan complejo que ya no basta con alcanzar un título profesional para acceder a él, sino que se debe contar con un perfil en donde al nivel de formación académico lo complementa la más variada formación.

De ahí que, son cada vez más las personas que consideran como prioritaria su formación profesional y requieren servicios relacionados con este ámbito; como indica (Santana, 2020), durante los últimos años en Colombia se ha generado una demanda creciente por servicios de educación superior y complementaria que ha propiciado la apertura de instituciones privadas y el surgimiento de universidades para ampliar la cobertura y fomentar el acceso a la educación.

De otro lado, la disrupción tecnológica ha dado un vuelco a la sociedad en general; (Castro, 2016), argumenta que las redes sociales, la tecnología digital, los dispositivos móviles y el internet, se han convertido en componentes esenciales de la vida moderna. Lo anterior se puede evidenciar en el informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2019), que destaca que actualmente aproximadamente el 53,6% de la población mundial cuenta con conexión a internet, lo que equivale a unos 4.100 millones de personas; afirmación que puede ser interpretada como una demanda creciente de los servicios y productos que se ofrecen a través de este medio, y que sin lugar a dudas se convierte en una oportunidad para la prestación de servicios digitales.

El panorama de Colombia no es ajeno a estos avances tecnológicos importantes, el país ha mostrado un evidente crecimiento en el uso de Internet. Según el (DANE, 2019), para el año 2018, el 52,7% de los hogares del país poseía conexión a Internet, lo que es lo mismo, más de la mitad de la población colombiana posee internet en sus hogares. Así mismo, la capital de Córdoba, es uno de los municipios del departamento con mayor acceso a internet, como lo muestra el (DNP, 2020), el porcentaje de hogares con acceso a internet de banda ancha en el municipio de Montería es equivalente a 12,4%, mientras que en municipios como Cereté, Lórica, San Pelayo, Sahagún, Montelíbano no superan el 8%, y el promedio en el departamento es igual a 5,69%.

Dentro de este orden de ideas, se considera oportuna la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación en cursos técnicos a través de la metodología e-learning en el municipio de Montería, Córdoba. Dicha formación se centrará en diferentes ámbitos de interés, que se adapten a las necesidades actuales del entorno. Con el propósito de que los usuarios puedan adquirir competencias que les permitan prepararse para la resolución de problemas y la supervivencia en un mundo cada vez más cambiante y tecnológico, permitiéndoles aprender a aprender; para que puedan obtener las capacidades y conocimientos necesarios para reaccionar de manera asertiva y aportar soluciones efectivas.

La finalidad de la presente propuesta es brindar a la población monteriana un servicio innovador y personalizado, que permita satisfacer los requerimientos del mundo moderno. Combinando la tendencia actual de la población hacia la adopción de tecnología, con la necesidad de adquirir los conocimientos que les permitan responder acertadamente a los retos que esta trae consigo.

El presente trabajo tuvo como objetivo principal determinar la factibilidad de la creación de empresa mencionada en los párrafos anteriores; para cumplir con lo propuesto,

se elaboró una investigación de mercado que permitió identificar el comportamiento de la oferta, la demanda, los precios, canales de comercialización y demás elementos relevantes; así mismo, se desarrolló un estudio técnico que determinó la localización de la empresa a nivel macro y micro, la distribución, los recursos y el tamaño óptimo que esta requiere; posteriormente, se determinó la estructura organizacional de la empresa, los recursos humanos necesarios para su eficiente funcionamiento y la plataforma estratégica que regirá su cultura; seguidamente se evaluaron los impactos que podrían generarse con la ejecución del proyecto, desde el marco económico, social y ambiental; y finalmente se elaboró un estudio financiero que comprendió las estimaciones de costos, gastos, inversiones, ingresos y demás componentes de carácter financiero y económico que permitieron determinar la factibilidad financiera del proyecto.

La investigación se enfocó en el método cuantitativo, comúnmente utilizado en las investigaciones científicas porque permite medir tendencias, como, por ejemplo: el consumo de servicios digitales y educativos, ingresos y demás características similares de una población o grupo de individuos. Se seleccionó este enfoque, porque proporcionará las bases para estimar a través de mediciones numéricas el grado de aceptación del servicio, la frecuencia de consumo, el número de clientes potenciales que podría tener la empresa, entre otras características determinantes, para reconocer la factibilidad de la misma.

## Resumen ejecutivo

**Empresa:** Edutec S.A.S

**Oportunidad de negocio:** La oportunidad de negocio surge de unir una necesidad cada vez más común en la sociedad, por la exigente evolución del mundo moderno, como lo es la capacitación, un elemento importante en la vida de cada persona, que contribuye a incrementar las habilidades, destrezas y competencias, y permite al individuo actuar de manera más informada y asertiva en sus ámbitos de interacción. Junto con la orientación digital y los comportamientos actuales del individuo moderno, quien adopta cada vez más el internet y los recursos digitales a sus actividades cotidianas, dentro de ellas la formación.

**Servicio:** cursos técnicos a través de la metodología e-learning (idiomas, diseño gráfico, marketing digital, audiovisuales, y desarrollo web)

**Competidores:** Dentro de los principales competidores del servicio, que ofrecen formación online a nivel nacional e internacional, y han alcanzado gran reconocimiento en el país se encuentran las plataformas Coursera, Udemy, Platzi, Smartbeemo.

**Inversión total:** \$450.800.766

**Rentabilidad:** 38,76%

**VPN:** \$207.087.086

**RB/C:** 2,89

## **1 Referente teórico y conceptual**

### **1.1 Marco teórico**

La creciente adopción del internet en la sociedad ha dado vuelcos trascendentales a la manera de hacer las cosas en los diferentes entornos donde participa el individuo; tales como actividades de ocio y entretenimiento, formación, relaciones sociales y laborales, entre otros; esto se debe a que esta herramienta permite a las personas realizar sus actividades desde cualquier lugar del mundo, cualquier día del año y a cualquier hora. La conexión a internet en las diferentes regiones del mundo ha ido incrementando durante los últimos años. De acuerdo con la (UIT, 2019), aproximadamente el 53,6% de la población mundial se encuentra conectada a internet, lo que equivale a unos 4.100 millones de personas, y se puede interpretar como una demanda creciente de los servicios y productos que se ofrecen a través de este medio, y que sin lugar a dudas se convierte en una oportunidad para la prestación de servicios digitales.

Colombia no es ajena a los avances tecnológicos importantes que se han presentado durante las últimas décadas, el país ha mostrado un evidente crecimiento en el uso de Internet, según el (DANE, 2019), para el año 2018, el 52,7% de los hogares del país poseía conexión a Internet, lo que es lo mismo, más de la mitad de la población colombiana posee internet en sus hogares, con mayor tenencia en la cabecera que en los centros poblados y rural disperso.

Ahora bien, algo semejante ocurre con el uso que se da al Internet en la actualidad, el cual ha pasado de ser solo una herramienta de entretenimiento a convertirse en un medio a través del cual las personas pueden tanto cumplir con sus compromisos laborales como potenciar sus habilidades y formarse en el área de su preferencia; por lo que la

globalización y la inmersión de las TIC hoy en día no solo han generado un cambio en la visión económica y social, sino también en el ámbito educativo; en el cual el e-learning ha ocupado un papel importante, por ofrecer una oportunidad de aprender de manera continua, desde la comodidad del hogar. Según lo expuesto por (Vergara, 2014), esta metodología se imparte a través del uso de las nuevas tecnologías, por tanto, lo que la distingue de la educación tradicional es que posee las grandes potencialidades y oportunidades que ofrecen las TIC para ser usadas como un excelente medio para capacitar a las personas.

Este tipo de formación se ha convertido en una tendencia durante los últimos años, considerando a (Ledesma, 2020), se ha desarrollado de manera constante y es elegida como medio de formación por miles de estudiantes cada año, puesto que ven en ella una alternativa válida para seguir formándose y especializándose a la vez que logran un equilibrio con su vida laboral y familiar.

Bajo este mismo argumento, Colombia ha evidenciado un comportamiento positivo en la adquisición y empleo de esta metodología de aprendizaje como refiere (Montes, 2019):

Los programas virtuales de entrenamiento y aprendizaje, también conocidos como e-learning, se han convertido en una de las herramientas más útiles para la creación de estrategias orientadas al desarrollo de talento en empresas y organizaciones. Según el último informe del mercado global de e-learning publicado por Online Business School (OBS), el avance de Colombia en la implementación de este sistema es de 18,6%, cifra que solo es superada por Brasil, cuyo progreso la ubica como la líder en América Latina, con 21,5%.

El e-Learning es definido por (Flórez, 2017), como el uso Tecnologías de Internet y multimedia para mejorar la calidad de enseñanza a través del acceso a los recursos de los

servicios educativos, así como permitir la evaluación remota, el intercambio y colaboración entre estudiantes y profesores; lo que lo convierte en una estrategia formativa que puede solucionar problemas como el distanciamiento geográfico, la necesidad de adquirir conocimientos relevantes y conformes al perfeccionamiento constante en que nos introduce la sociedad moderna, y el ahorro de dinero asociado a la movilización o traslado para tener acceso a un centro de formación. A los beneficios que el autor destaca, podemos agregar que esta estrategia permite a sus usuarios el uso de recursos virtuales en cantidades que antes ni siquiera se podían imaginar, lo que permite fortalecer el proceso de aprendizaje.

De este concepto se desprenden dos tipos de aplicación, denominados síncrono y asíncrono, desde el punto de vista de (Salvat, 2011), en el primero de ellos se emplea un modelo de aprendizaje que busca simular un curso al interior de una sala de clases, pero usando tecnologías de Internet. Dicho con otras palabras, se requiere que todos los miembros del curso que se está realizando se encuentren sincronizados al mismo tiempo, para interactuar y aprender; si apelamos a un ejemplo, las salas de videoconferencias virtuales enfocadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de un grupo de individuos, hacen parte del e-learning síncrono.

Por su parte el e-learning asíncrono, es postulado por (Valencia, 2014), como la versión Internet del CBT, que está basado en una acción diferida en el tiempo por parte de los participantes; eso significa que para realizar cursos a través de este medio los participantes no tienen la obligación de estar conectados al mismo tiempo, sino que pueden acceder en los periodos de tiempo que consideren convenientes y poder adquirir el aprendizaje e incluso interactuar con los compañeros pero sin la restricción de tiempo; para ello los contenidos se encuentran en una plataforma que los usuarios pueden utilizar sin restricción de tiempo.

El empleo de esta estrategia de aprendizaje, está relacionada directamente con un número considerable de ventajas, dentro de las que (Flórez, 2017), señala:

- a. Reducción de costos: teniendo en cuenta que puede llevarse a cabo desde cualquier espacio geográfico, el e-learning permite reducir y hasta eliminar gastos de traslado, alojamiento, material didáctico.
- b. Rapidez y agilidad: el perfeccionamiento constante que experimentan las comunicaciones a través de sistemas en la red permite realizar actividades con rapidez y agilidad.
- c. Acceso just-on-time: los usuarios de e-learning pueden acceder al contenido que este les proporciona desde cualquier lugar con conexión a Internet, cuando les surge la necesidad.
- d. Flexibilidad de la agenda: no se requiere que un grupo de personas coincidan en tiempo y espacio.
- e. Aprendizaje permanente: como se mencionó con anterioridad las personas pueden ingresar cuando quieran y cuantas veces quieran, con lo que se promueve su rendimiento y se puede aumentar su aprendizaje.
- f. Interacción y colaboración con otros institutos: permiten al usuario buscar y acceder a contenidos de aprendizaje en otros institutos asociados.

No obstante, esta estrategia de formación, también posee desventajas en comparación con los medios de formación tradicional, dentro de las que destaca la dependencia de los medios digitales e internet para poder participar; así como el requerimiento de estrategias de motivación que permitan a los usuarios mantener un nivel de interés elevado; razón por la cual, para ofrecer un aprendizaje de calidad, se deben afrontar estos grandes desafíos, como sugiere (Fernández, Álvarez, & Mariño, 2013),

creando contenidos con una estructura que suscite la participación activa del alumno en su formación, evitando el aprendizaje meramente reproductivo y favoreciendo los procesos de análisis, síntesis, reflexión razonada y la transferencia a contextos profesionales.

Resumiendo lo planteado, las definiciones de e-learning postuladas por diversos autores, se orientan hacia un sistema de enseñanza y aprendizaje basado en la utilización de las TIC, que permite recibir clases sin la restricción asociada al tiempo y espacio; a la par que permite a las personas aprender de manera autónoma y les otorga la facilidad para la obtención de información.

Es necesario destacar que este tipo de aprendizaje también requiere de evaluación y seguimiento, pues de lo contrario no se podría determinar el rendimiento del del proceso de enseñanza-aprendizaje, (Rubio, 2003), existen diferentes enfoques evaluativos, así como diferentes modelos, herramientas y experiencias encaminadas a determinar la calidad del e-Learning. El autor destaca dos enfoques principales, la evaluación de enfoque parcial, que enfatiza aspectos diversos del e- Learning (los materiales, los recursos tecnológicos, la docencia, etc.) y la evaluación de enfoque global, que utiliza modelos de la gestión de la calidad y la práctica del benchmarking.

## **1.2 Marco conceptual**

**TIC:** Herramientas que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro, acceso y presentación de datos, información y contenidos en forma alfanumérica, imágenes, videos, sonidos, aromas, vibraciones, temperaturas, movimientos, acciones a distancia (Cruz, Pozo, Aushay, & Parra, 2019). Estas herramientas han permitido el auge de los servicios digitales, como el expuesto en el presente trabajo, porque participan constantemente en todos los ámbitos donde participa el ser humano.

**E-learning:** estrategia de aprendizaje que se utiliza principalmente para desarrollar el aprendizaje colaborativo y facilitar el aprendizaje autónomo (Adam, 2013). A través de esta estrategia se pretende desarrollar el servicio de formación de Edutec S.A.S, de manera que es indispensable conocer su definición.

**Internet:** es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos (Zamora, 2014). Los usuarios del servicio de formación a través de la metodología e-learning deberán poseer conexión a esta red, de lo contrario no podrán acceder al servicio.

**Aprendizaje autónomo:** El aprendizaje autónomo es el proceso intelectual, mediante el cual el sujeto pone en ejecución estrategias cognitivas y metacognitivas, secuenciales, objetivas, procedimentales y formalizadas para obtener conocimientos estratégicos. (Mendoza, 2017). Este término es uno de las componentes indispensables que deben poseer los usuarios del servicio, ya que, para adquirir un aprendizaje significativo, requieren de disciplina, entrega y dedicación.

**Aprendizaje adaptativo:** un proceso adaptativo que combina la capacidad humana para hablar y crear herramientas con la capacidad de utilizarlas para cambiar el mundo. El cual permite al individuo adaptarse al entorno, entrando en ámbitos como la tecnología, el control del medio ambiente, la gestión de personas, la comercialización de productos y servicio (Torras, 2018). Este tipo de aprendizaje es el que se quiere lograr con el desarrollo de la actual investigación, pues se pretende ofrecer a la población las herramientas necesarias para que puedan responder al entorno y lograr mayor adaptación.

**Aula virtual:** es un escenario virtual para la socialización, en el cual tienen lugar las relaciones humanas y se fomenta el aprendizaje cooperativo (Acosta & Villegas, 2013),

este término hace referencia a los espacios que se crearán para la socialización y retroalimentación de los contenidos de formación que contiene el servicio.

**Plataforma Educativa:** es un entorno de trabajo en línea donde se comparten recursos para trabajar a distancia o en forma semipresencial (Valdez, 2017), se requiere una plataforma a través de la cual los usuarios puedan participar e interactuar, para afianzar sus conocimientos.

**Asesor:** Es un mediador que, al apoyarse en las teorías de aprendizaje, desarrolla habilidades para aplicarlas en su actuar profesional, con lo que refuerza su metodología y crea ambientes propicios para el aprendizaje autogestivo, propiciando una búsqueda constante del saber (Acosta & Villegas, 2013), otro elemento de gran importancia en la prestación del servicio son los asesores, que se encargarán de impartir las clases, subir los contenidos e interactuar con los usuarios.

**Formación asíncrona:** Es un proceso de aprendizaje en el que la presencia de alumno y profesor se produce de manera diferida, es decir, no están al mismo tiempo en el mismo espacio (Valencia, 2014), este tipo de formación e-learning será utilizado para la prestación del servicio, razón por la cual se considera pertinente conocer este término.

**Formación síncrona:** La formación online se lleva a cabo en tiempo real y la interacción de alumno y profesor coincide en el tiempo y el espacio (Salvat, 2011), se destaca esta definición para que el lector pueda diferenciar los tipos de formación que se pueden impartir a través del e-learning.

## **2 Módulo de mercado**

### **2.1 Servicio**

La plataforma de formación de e-learning tendrá como propósito principal impartir entrenamiento y aprendizaje en los siguientes campos: idiomas, diseño gráfico, marketing digital, audiovisuales y desarrollo web; ofreciendo a los usuarios una alternativa de aprendizaje entretenida, interactiva y especializada, que les permita reforzar sus conocimientos y adquirir nuevos aprendizajes en el campo de su preferencia; (Flórez, 2017), define a esta metodología como un espacio de aprendizaje que permite a todos los actores realizar sus tareas en un entorno tecnológicamente cargado, creando con ello un ambiente que garantiza la mejora de la calidad del proceso de aprendizaje.

#### **2.1.1 Características técnicas**

El servicio está constituido por programas virtuales de entrenamiento y aprendizaje, que permitan a sus usuarios aumentar sus competencias en los campos con los que tengan afinidad, durante el periodo de tiempo que consideren más conveniente y desde cualquier lugar con conexión a internet. El servicio se ofertará a través de una plataforma Moodle que utilizarán los docentes para crear y gestionar sus cursos a través de la red y evaluar el aprendizaje de los usuarios; y los usuarios la utilizarán para recibir los cursos, compartir contenidos y comunicarse con sus tutores y compañeros. Vale la pena mencionar, que para poder acceder al servicio es necesario que los usuarios cuenten con conexión a internet de banda ancha, con una velocidad promedio que les permita por ejemplo acceder a videos tutoriales, descargar libros, realizar los cursos en línea y comunicarse por Skype.

### **2.1.2 Usos del servicio**

La creciente adopción de la tecnología digital, el uso de los dispositivos electrónicos y la conexión a internet, permitirán a los usuarios adquirir el servicio de e-learning desde cualquier lugar, a cualquier hora y sin dejar de lado sus obligaciones personales, laborales o económicas. El servicio se usa para potenciar las habilidades de los usuarios en el campo de estudio de su preferencia y que estos adquieran nuevas competencias, permitiéndoles con ello: satisfacer los requerimientos de un mundo cada vez más exigente, que puedan responder a los retos con mayor asertividad, reaccionar de manera más informada, ser más competitivos, aportar soluciones más eficientes, ser receptivos al cambio y participar en la resolución de los problemas que se presenten en sus contextos de interacción.

De acuerdo con lo anterior, podemos afirmar que el uso del servicio está orientado para quienes deseen adquirir un aprendizaje no formal, que les permita obtener las competencias necesarias para ingresar de manera más rápida en el mercado laboral; así como para aquellos emprendedores que pretenden adquirir habilidades y destrezas para generar su propia unidad de servicios o negocios, a través de la prestación de servicios especializados, según su área de conocimiento; y en general a toda persona que espere alcanzar el enriquecimiento de su conocimiento y desarrollo personal etc.

### **2.1.3 Beneficios**

El servicio de cursos técnicos a través de la metodología e-learning, ofrece a sus usuarios los siguientes beneficios:

- a. Fortalecer sus competencias, mejorando su perfil profesional y aumentando su empleabilidad.
- b. Recibir cursos de distintas áreas, de acuerdo con sus preferencias y/o necesidades.

- c. Acceso a la plataforma de formación desde cualquier lugar con conexión a internet.
- d. Acreditación y certificación de las competencias adquiridas.
- e. Interacción con el equipo de trabajo de la empresa y los demás usuarios de la plataforma, para dar y recibir retroalimentación.
- f. Ingreso a la plataforma durante el tiempo que considere pertinente, sin interrumpir sus obligaciones, lo que les permitirá distribuir su tiempo acorde a sus necesidades y preferencias.

#### **2.1.4 Servicios y/o productos sustitutos**

Como servicios sustitutos se encuentra la formación presencial en aulas de aprendizaje convencionales que requieren de la presencia física de los usuarios para impartir las clases de formación; así mismo los cursos virtuales ofrecidos por instituciones de formación como el SENA; y los cursos gratuitos que se encuentran a disposición del navegador en los buscadores web.

#### **2.1.5 Servicios y/o productos complementarios**

Dentro de los servicios complementarios se encuentra el servicio de conexión a internet y el servicio de energía, indispensables para la prestación del servicio de e-learning; cursos de formación tecnológica, profesional o especialista. Como productos complementarios podemos encontrar los computadores, tabletas, celulares y demás dispositivos electrónicos e insumos necesarios para la recepción del entrenamiento y aprendizaje.

## 2.2 Consumidor final

El consumidor final de los servicios de entrenamiento y aprendizaje a través de herramientas digitales está conformado por los habitantes del municipio de Montería, sin distinción de ocupación, interesados en recibir formación para potenciar sus conocimientos y adquirir nuevas competencias en un mundo moderno cada vez más exigente y un mercado laboral cada vez más competitivo. Vale la pena señalar, que se delimita la población de Montería, porque la publicidad se orientará principalmente a los habitantes de este municipio y la empresa tendrá sus instalaciones físicas en él, pero la red proporciona la oportunidad de que cualquier persona interesada en mejorar sus conocimientos, pueda acceder a los servicios de formación desde cualquier lugar del mundo.

### 2.2.1 Segmentación del mercado

El segmento al que nos vamos a dirigir es la población del municipio de Montería.

Para la empresa en cuestión, se utilizaron los siguientes enfoques de segmentación:

*Tabla 1 Segmentación del mercado*

| <b>Segmentación del mercado</b>      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>País</b>                          | Colombia  |
| <b>Departamento</b>                  | Córdoba   |
| <b>Municipio</b>                     | Montería  |
| <b>Sexo</b>                          | Masculino y femenino                              |
| <b>Edad</b>                          | Entre 15 y 49 años de edad                        |
| <b>Ocupación</b>                     | Sin restricción                                   |
| <b>Estratos</b>                      | 3, 4, 5 y 6                                       |
| <b>Comportamiento del consumidor</b> | Tendencia hacia el aprendizaje continuo           |
| <b>Beneficios esperados</b>          | Adquisición de nuevos aprendizajes y competencias |

**Fuente:** Elaboración propia

### **2.2.2 Características socioculturales**

Montería es el centro económico, político, cultural y administrativo de la región cordobesa. Sus habitantes son cordiales, alegres y amables; preservan las actividades de sus ancestros, como la ganadería y la agricultura, y gracias a su ubicación en el centro del majestuoso Río Sinú desarrollan actividades como el comercio y el turismo. Los monterianos elaboran importantes certámenes turísticos y culturales, entre los que sobresalen las Fiestas Patronales de enero, la Feria Nacional Ganadera y el Reinado Nacional e Internacional de la Ganadería. El municipio destaca por su paisaje urbano, de original belleza, con el parque longitudinal Ronda del Sinú, localizado entre la Avenida Primera que corre paralela al río Sinú, y las edificaciones de arquitectura republicana, algunas de ellas restauradas y ubicadas a lo largo de la avenida. Montería cuenta con espacios culturales como "el teatrino" de la Ronda del Sinú, el Museo Zenú de arte contemporáneo, así como una escuela de bellas artes y posibilidades de formación artística a nivel universitario en donde los habitantes participan y desarrollan sus capacidades artísticas (MINTIC, 2020).

### **2.3 Delimitación del área geográfica**

Para iniciar sus actividades, la empresa tendrá como mercado objetivo el municipio de Montería, Córdoba; es válido señalar que el servicio podrá recibirse desde cualquier ordenador con conexión a internet, sin importar su ubicación geográfica; sin embargo, las campañas de marketing y el estudio de factibilidad se dirige inicialmente a la ciudad de Montería, esperando durante los años posteriores dirigirlo al mercado nacional e internacional. Montería, capital del departamento de Córdoba, se encuentra ubicada en la parte noroccidental del país en la región Caribe Colombiana, a orillas del río Sinú, por lo

que es conocida como la perla del Sinú. Al norte limita con el municipio de Cereté, Puerto Escondido y San Pelayo; al este con San Carlos y Planeta Rica; al sur con Tierralta y Valencia; al oeste con el departamento de Antioquia y los municipios de Canalete, Puerto Escondido y Los Córdoba. Tiene una densidad poblacional de 146, 52 hab. /km. La localización privilegiada en el centro del extenso y fértil valle del Sinú convierte a Montería en centro agrícola, ganadero, comercial y turístico; y es considerada la capital Ganadera de Colombia, por su importante foco para la economía ganadera y agroindustrial (Alcaldía de Montería, 2018).

## **2.4 Análisis de la demanda**

### **2.4.1 Diseño muestral**

Para llevar a cabo la investigación es indispensable definir los individuos o elementos que se van a investigar; para posteriormente seleccionar una parte de estos por un proceso de muestreo y generalizar los resultados obtenidos al resto de la población; (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), consideran que todo proceso de investigación debe ser transparente, así como estar sujeta a crítica y réplica, y esto solo es posible cuando el investigador delimita con claridad la población estudiada y hace explícito el proceso de selección de su muestra.

La población objeto de estudio de la presente investigación está conformada por los habitantes de la cabecera del municipio de Montería que se encuentran en los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 y su edad oscila entre los 15 y 49 años. Se toma este segmento porque se considera que son los individuos que podrían contar con la capacidad de pago necesaria para adquirir el servicio, poseen mayor conexión a internet y pueden mostrar enorme interés en el aprendizaje continuo.

De acuerdo con el (DANE, 2020), la población de la cabecera municipal de Montería es equivalente a 395.184. de los cuales el 52,99% oscilan entre los 15 y 49 años de edad, para un total de 209.408 habitantes con la edad señalada.

La segmentación por estrato socioeconómico se hará tomando como base la distribución porcentual de personas por estrato socioeconómico del municipio que muestra la siguiente tabla:

*Tabla 2 Distribución porcentual de personas por estrato en Montería, Córdoba*

| <b>Distribución porcentual de personas por estrato en Montería, Córdoba</b> |             |
|---|-------------|
| Estrato 1   | 73,3%       |
| Estrato 2   | 15,8%       |
| Estrato 3   | 6,7%        |
| Estrato 4   | 2,3%        |
| Estrato 5   | 0,8%        |
| Estrato 6   | 0,7%        |
| <b>Total</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** DANE – CNPV 2018

Las personas de estratos 3,4,5 y 6 equivalen al 10,5% de la población, lo que arroja una población objetivo de 21.987 personas.

Para el presente proyecto, la muestra se calculará utilizando la fórmula para población finita, donde la población segmentada en el epígrafe anterior muestra un valor de 21.987.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza)

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error o margen de muestreo

N = Población

Reemplazamos Valores:

$$n = \frac{(21.987) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (21.987 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

**n = 378**

El valor obtenido es de 378 lo que indica el número de encuestas que se deben realizar para la recolección de datos.

#### **2.4.2 Instrumentos para la recolección de información**

Para llevar a cabo la investigación es necesario determinar aquellos elementos que permitirán asegurar la obtención de información relacionada con el objeto de estudio. Es por ello que para la actual investigación se utilizará en primer lugar la revisión documental, según (Amaya & Vargas, 2018), esta técnica permite identificar aquellas investigaciones elaboradas con anterioridad sobre un determinado tema, material al que se acude como fuente de referencia y aporta investigaciones o da testimonio de una realidad. Se utilizó para delinear el objeto de estudio y determinar aspectos como la metodología que se utilizará durante el desarrollo de la investigación.

Así mismo se utilizará una encuesta dirigida a la población de la cabecera del municipio de Montería, cuyo objetivo será conocer el grado de aceptación del servicio de e-learning por parte del mercado, (Reyes, 2015), define la encuesta como:

Una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. En una encuesta se realizan

una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede (p.3).

Se aplicará esta técnica, porque se considera que es la forma idónea para conocer la necesidad del servicio que se va a ofrecer; así como las preferencias de los clientes potenciales, con el fin de definir pautas que permitan mejorar los procesos para satisfacerlos.

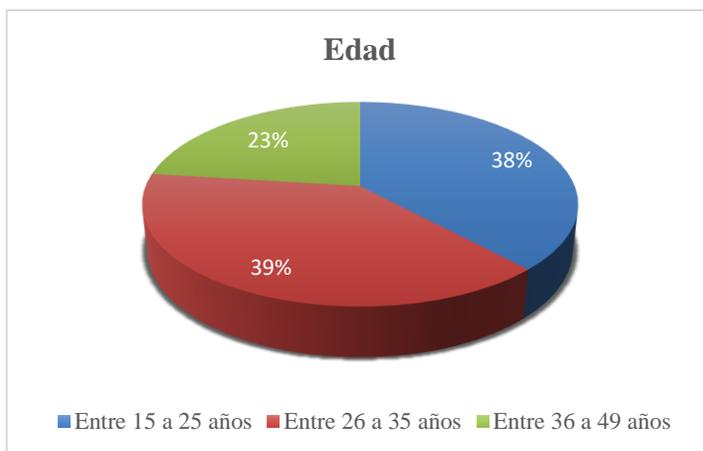
### 2.4.3 Análisis de los resultados

*Tabla 3 Edad*

| <b>Respuestas</b>  | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| Entre 15 a 25 años | 144                | 38%                |
| Entre 26 a 35 años | 147                | 39%                |
| Entre 36 a 49 años | 87                 | 23%                |
| <b>Total</b>       | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 1 Edad*



**Fuente:** Elaboración propia

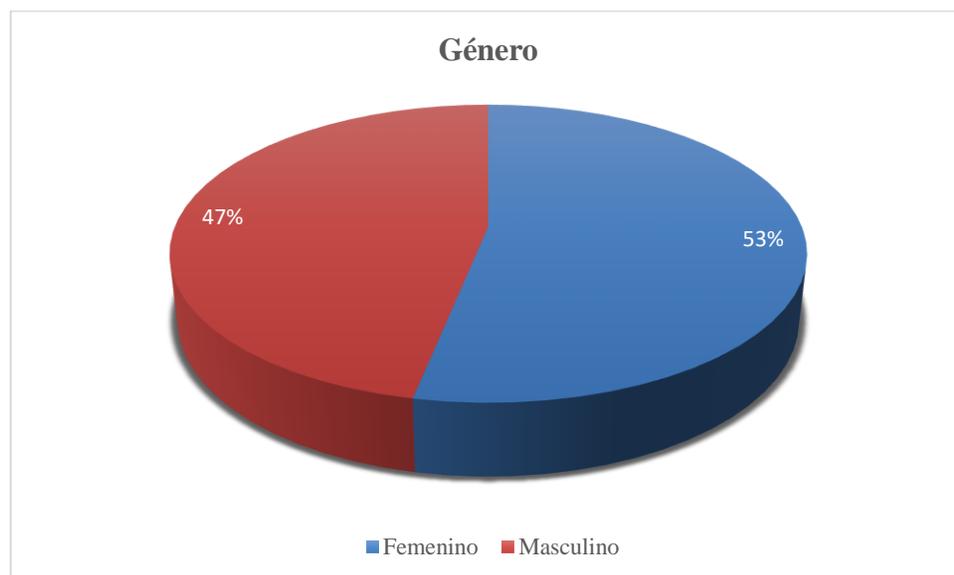
En la tabla anterior se muestran las edades de los entrevistados, como se puede evidenciar el 38% se encuentra entre los 15 y 25 años de edad, la edad del 39% oscila entre 26 y 35 años de edad, y el 23% restante se encuentran entre los 36 y 49 años.

*Tabla 4 Género*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Femenino          | 201                | 53%                |
| Masculino         | 177                | 47%                |
| <b>Total</b>      | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 2 Género*



**Fuente:** Elaboración propia

Los resultados obtenidos en la gráfica anterior muestran que el mayor número de encuestados pertenece al género femenino con un 53% de participación, mientras que el género masculino ocupó una participación de 47%. Los valores obtenidos con relación a las dos primeras variables (edad y género) permiten reconocer las características demográficas de la población y serán de suma importancia para diseñar estrategias de posicionamiento y

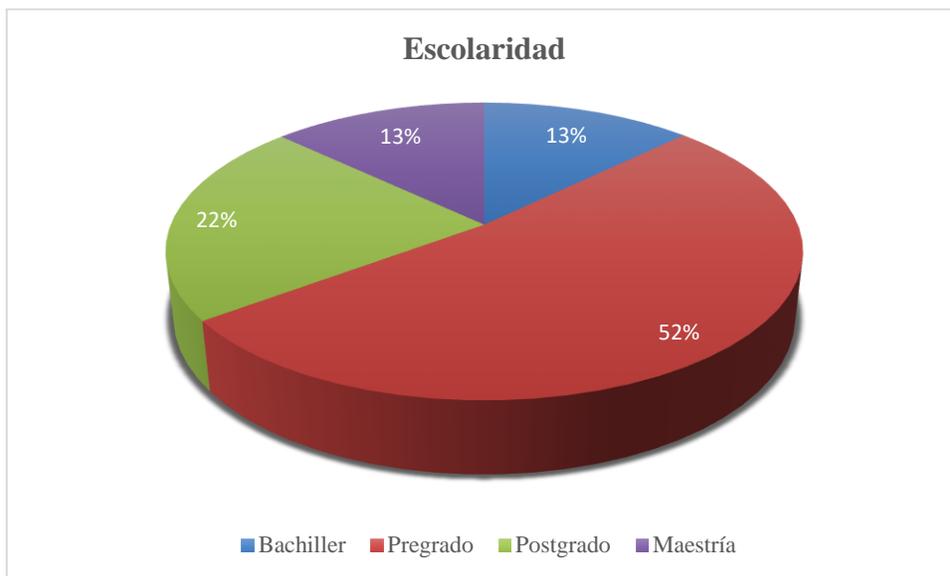
diseñar las líneas de formación que se deben agregar, conforme a las preferencias y características del mercado.

*Tabla 5 Escolaridad*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Bachiller         | 48                 | 13%                |
| Pregrado          | 197                | 52%                |
| Postgrado         | 84                 | 22%                |
| Maestría          | 49                 | 13%                |
| <b>Total</b>      | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 3 Escolaridad*



**Fuente:** Elaboración propia

Con relación a la variable escolaridad, fue posible obtener que el 13% de los individuos entrevistados es bachiller, el 52% se encuentra o ha terminado sus estudios de pregrado, el 22% está en el nivel académico postgrado y el 13% ha alcanzado el grado de maestría. Lo anterior puede ser interpretado como la oportunidad de ofrecer a los que pertenecen a la escolaridad bachiller una alternativa para comenzar su formación superior,

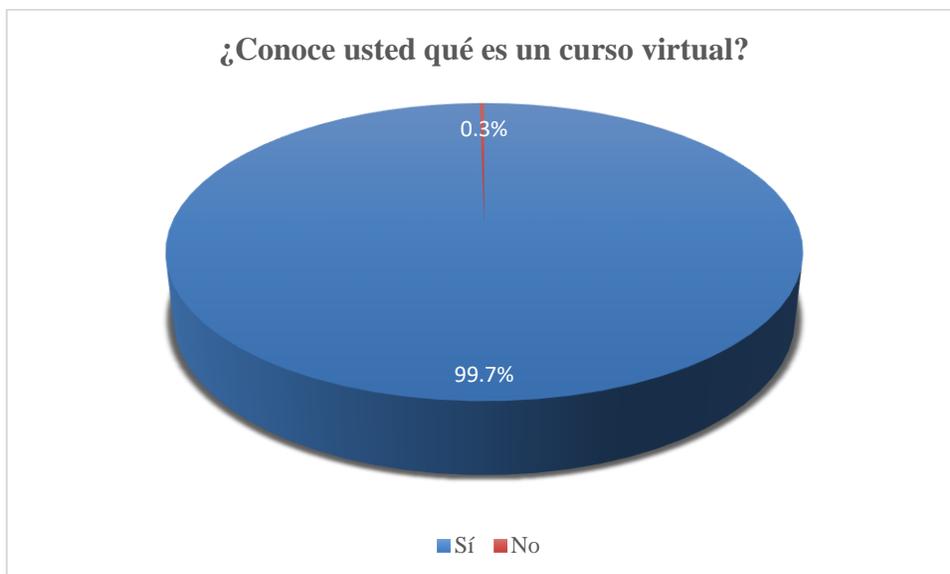
y a los grupos que se encuentran en educación superior una oportunidad de complementar sus conocimientos y ampliar sus oportunidades en el mundo laboral y empresarial.

*Tabla 6 ¿Conoce usted qué es un curso virtual?*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Sí                | 377                | 99,7%              |
| No                | 1                  | 0,3%               |
| <b>Total</b>      | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 4 ¿Conoce usted qué es un curso virtual?*



**Fuente:** Elaboración propia

El interrogante que determina el conocimiento de la población acerca de la existencia de cursos o clases virtuales, es favorable, al haber obtenido un porcentaje de 99,7% de conocimiento; la anterior afirmación se convierte en una evidencia de que la población está familiarizada con el tema estudiado, es decir, que conocen los productos formativos digitales que se ofrecen en el mercado.

*Tabla 7 ¿Le interesa la formación técnica como mecanismo para ampliar sus oportunidades en el mundo laboral y/o personal?*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Sí                | 376                | 99%                |
| No                | 2                  | 1%                 |
| <b>Total</b>      | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 5 ¿Le interesa la formación técnica como mecanismo para ampliar sus oportunidades en el mundo laboral y/o personal?*



**Fuente:** Elaboración propia

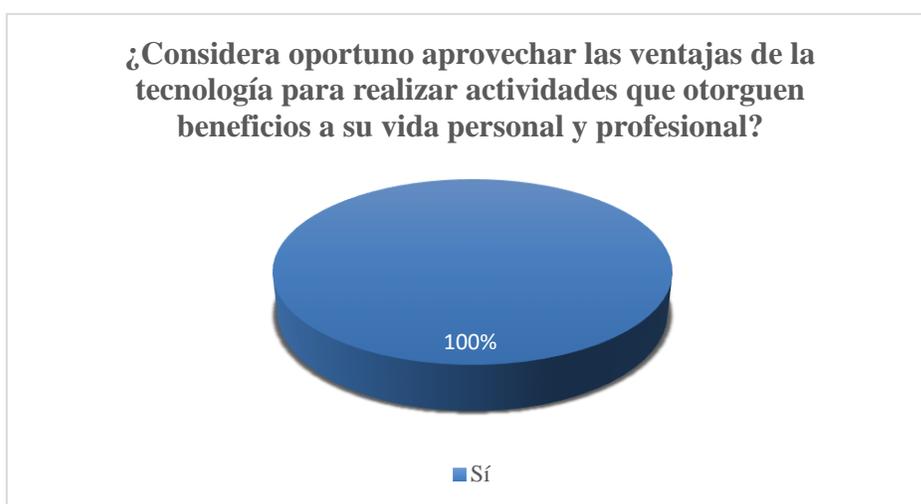
Sin lugar a dudas, la población monteriana muestra una enorme aceptación hacia los servicios de formación que les permitan adquirir mayores habilidades, ser más competitivos, responder con mayor asertividad, adaptarse al cambio, entre otras que les permitirán ampliar sus oportunidades en el entorno personal, profesional y laboral; así lo manifestó el 99% de los encuestados.

*Tabla 8 ¿Considera oportuno aprovechar las ventajas de la tecnología para realizar actividades que otorguen beneficios a su vida personal y profesional?*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Sí                | 378                | 100%               |
| <b>Total</b>      | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 6 ¿Considera oportuno aprovechar las ventajas de la tecnología para realizar actividades que otorguen beneficios a su vida personal y profesional?*



**Fuente:** Elaboración propia

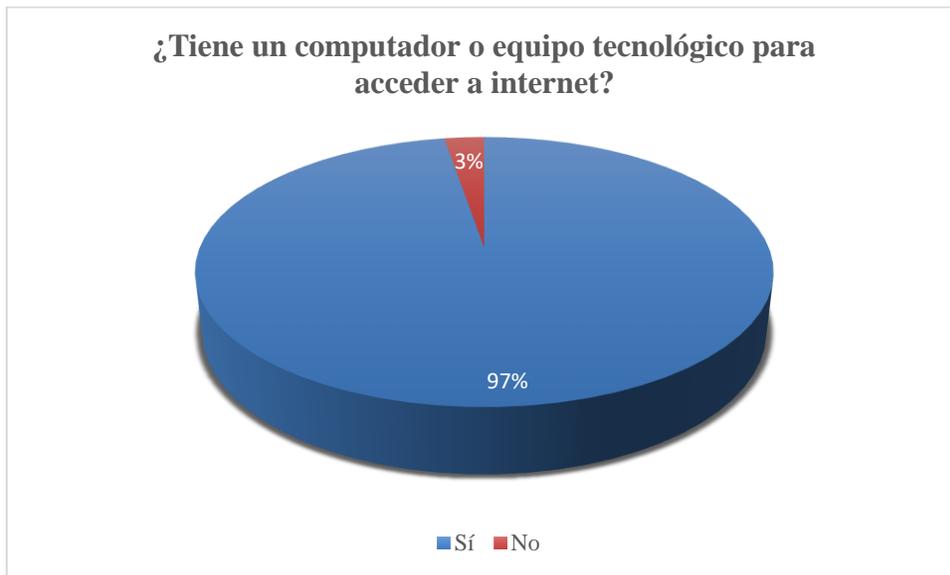
En materia de tecnología, fue posible determinar que el 100% de la población muestra una tendencia de aceptación hacia los recursos tecnológicos y la forma en que su adopción puede facilitar el desarrollo de las actividades personales, profesionales y/o laborales.

*Tabla 9 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Sí                | 368                | 97%                |
| No                | 10                 | 3%                 |
| <b>Total</b>      | <b>378</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 7 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?



**Fuente:** Elaboración propia

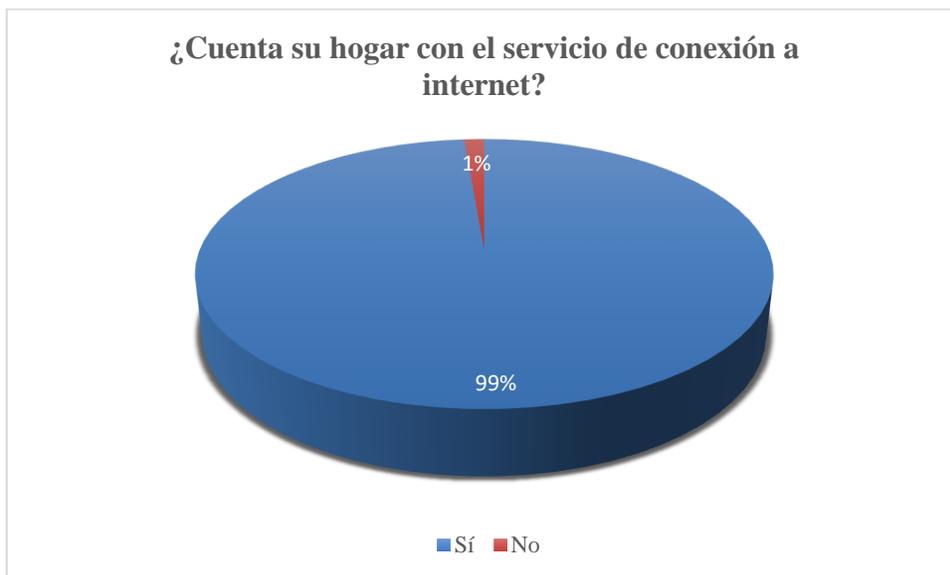
La tenencia de computadores o equipos tecnológicos mostró un resultado positivo, como se puede notar en la tabla anterior el 97% de las personas entrevistadas poseen un computador o cualquier otro dispositivo que permita la comunicación en red y el uso de las diferentes funcionalidades de la informática.

Tabla 10 ¿Cuenta su hogar con el servicio de conexión a internet?

| Respuestas   | N° Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Sí           | 373         | 99%         |
| No           | 5           | 1%          |
| <b>Total</b> | <b>378</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 8 ¿Cuenta su hogar con el servicio de conexión a internet?



**Fuente:** Elaboración propia

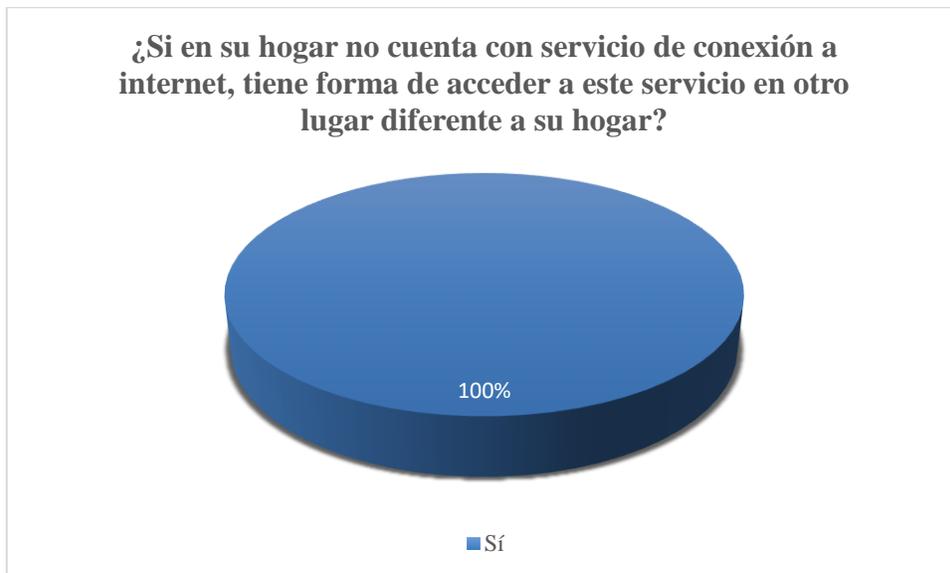
Partiendo de la premisa que el servicio de formación a través de la metodología e-learning, sólo puede ser recibido desde un lugar que cuente con conexión a internet; se interrogó a la población si su vivienda se encuentra en la actualidad conectada a dicho servicio, y el 99% de los entrevistados manifestó que sí; contrariamente el 1% señala que actualmente no cuenta con el servicio.

Tabla 11 ¿Si en su hogar no cuenta con servicio de conexión a internet, tiene forma de acceder a este servicio en otro lugar diferente a su hogar?

| <b>Respuestas</b> | <b>Nº Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Sí                | 5                  | 100%               |
| <b>Total</b>      | <b>5</b>           | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 9 ¿Si en su hogar no cuenta con servicio de conexión a internet, tiene forma de acceder a este servicio en otro lugar diferente a su hogar?



**Fuente:** Elaboración propia

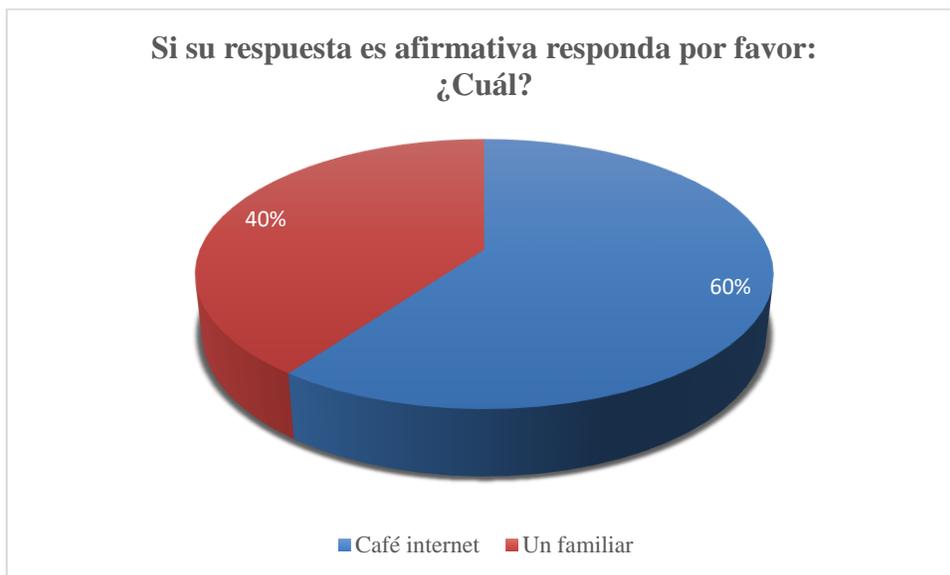
Teniendo en cuenta lo descrito en párrafos precedentes, acerca del requerimiento de la conexión a internet para recibir el servicio estudiado; se consultó a quienes manifestaron no contar en su hogar con servicio de conexión a internet, si era posible que pudieran acceder a este desde un lugar distinto a su hogar, y el 100% manifestó que sí, lo que permite inferir que el 100% de la población objetivo tiene acceso a internet.

Tabla 12 Si su respuesta es afirmativa responda por favor: ¿Cuál?

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Café internet     | 3                  | 60%                |
| Un familiar       | 2                  | 40%                |
| <b>Total</b>      | <b>5</b>           | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 10 Si su respuesta es afirmativa responda por favor: ¿Cuál?



**Fuente:** Elaboración propia

Los entrevistados que no cuentan con conexión a internet en su hogar, manifiestan que pueden acceder a él, desde la vivienda de un familiar (40%) o en un café internet (60%); de manera que el servicio es accesible para la población objetivo.

Tabla 13 ¿Qué tipo de actividades realiza con mayor frecuencia a través de este medio (internet)?

| Respuestas               | N° Personas | Porcentajes |
|--------------------------|-------------|-------------|
| Ocio y entretenimiento   | 139         | 37%         |
| Actividades laborales    | 138         | 37%         |
| Actividades de formación | 101         | 27%         |
| <b>Total</b>             | <b>378</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 11 ¿Qué tipo de actividades realiza con mayor frecuencia a través de este medio (internet)?



**Fuente:** Elaboración propia

Dentro de las principales actividades que realiza la población objetivo, con ayuda de internet, el 36,5% alude que son actividades de ocio y entretenimiento; el 36,8% actividades laborales y el 26,7% en las relacionadas con su formación. Estos dos últimos grupos, manifiestan que ante la situación actual ocasionada por la pandemia por Covid 19, sus obligaciones laborales y educativas deben ser desempeñadas actualmente desde el hogar.

Tabla 14 ¿Cree que es importante la formación técnica de manera virtual?

| Respuestas   | Nº Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Sí           | 373         | 99%         |
| No           | 5           | 1%          |
| <b>Total</b> | <b>378</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 12 ¿Cree que es importante la formación técnica de manera virtual?



**Fuente:** Elaboración propia

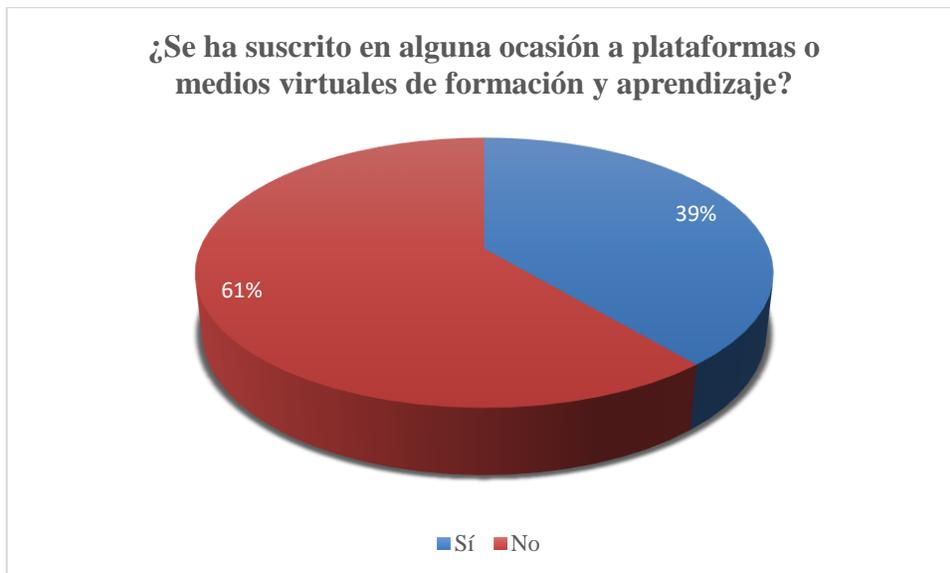
El 99% de los individuos encuestados consideran que la formación técnica de manera virtual es de suma importancia, principalmente por permitir a sus usuarios la facilidad de acceder a la educación desde cualquier lugar y a cualquier hora, lo que se puede ver reflejado en beneficios en materia económica, al no tener que incurrir en costos de transporte y otorgar el tiempo necesario para cumplir con las obligaciones laborales.

Tabla 15 ¿Se ha suscrito en alguna ocasión a plataformas o medios virtuales de formación y aprendizaje?

| Respuestas   | N° Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Sí           | 147         | 39%         |
| No           | 231         | 61%         |
| <b>Total</b> | <b>378</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 13 ¿Se ha suscrito en alguna ocasión a plataformas o medios virtuales de formación y aprendizaje?*



**Fuente:** Elaboración propia

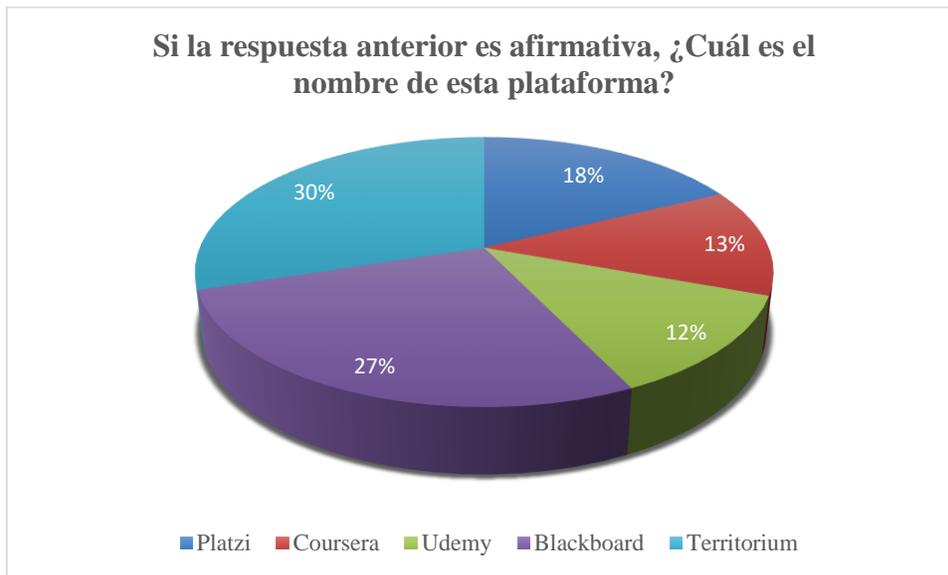
Durante el diseño del instrumento, se consideró oportuno interrogar a los entrevistados acerca del ingreso o suscripción en plataformas de aprendizaje online; obteniendo que el 39% de estos en alguna ocasión han participado en estos medios de aprendizaje. Para profundizar en el tema, en el siguiente gráfico se muestra el nombre de las plataformas más utilizadas por la población objetivo.

*Tabla 16 ¿Cuál es el nombre de esta plataforma?*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Platzi            | 26                 | 18%                |
| Coursera          | 19                 | 13%                |
| Udemy             | 18                 | 12%                |
| Blackboard        | 40                 | 27%                |
| Territorium       | 44                 | 30%                |
| <b>Total</b>      | <b>147</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 14 ¿Cuál es el nombre de esta plataforma?



**Fuente:** Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, el 18% de las personas encuestadas se han inscrito en Platzi, el 13% en Coursera, el 12% en Udemy, el 27% Blackboard y un 30% en Territorium. Esta información permite identificar las principales plataformas de educación que se encuentran actualmente en el país.

Tabla 17 ¿Le gustaría adquirir un servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual?

| Respuestas   | N° Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Sí           | 369         | 98%         |
| No           | 9           | 2%          |
| <b>Total</b> | <b>378</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 15 ¿Le gustaría adquirir un servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual?



**Fuente:** Elaboración propia

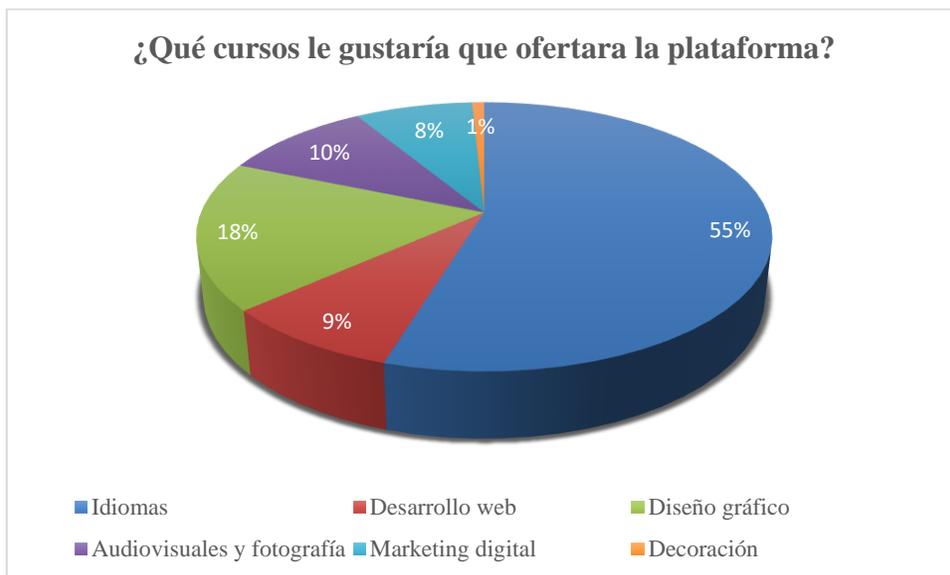
La gráfica anterior determina la aceptación de un servicio de formación certificada, a través de una plataforma virtual, como se puede notar el 98% de la población estaría de acuerdo con recibir el servicio, mientras que el 2% muestra poco interés en el mismo. Estos resultados se harán extensivos al resto de la población objetivo, para determinar la demanda actual del servicio de formación a través de la metodología e-learning.

Tabla 18 ¿Qué cursos le gustaría que ofertara la plataforma?

| Respuestas                 | N° Personas | Porcentajes |
|----------------------------|-------------|-------------|
| Idiomas                    | 202         | 55%         |
| Desarrollo web             | 32          | 9%          |
| Diseño gráfico             | 66          | 18%         |
| Audiovisuales y fotografía | 37          | 10%         |
| Marketing digital          | 29          | 8%          |
| Decoración                 | 3           | 1%          |
| <b>Total</b>               | <b>369</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 16 ¿Qué cursos le gustaría que ofertara la plataforma?



**Fuente:** Elaboración propia

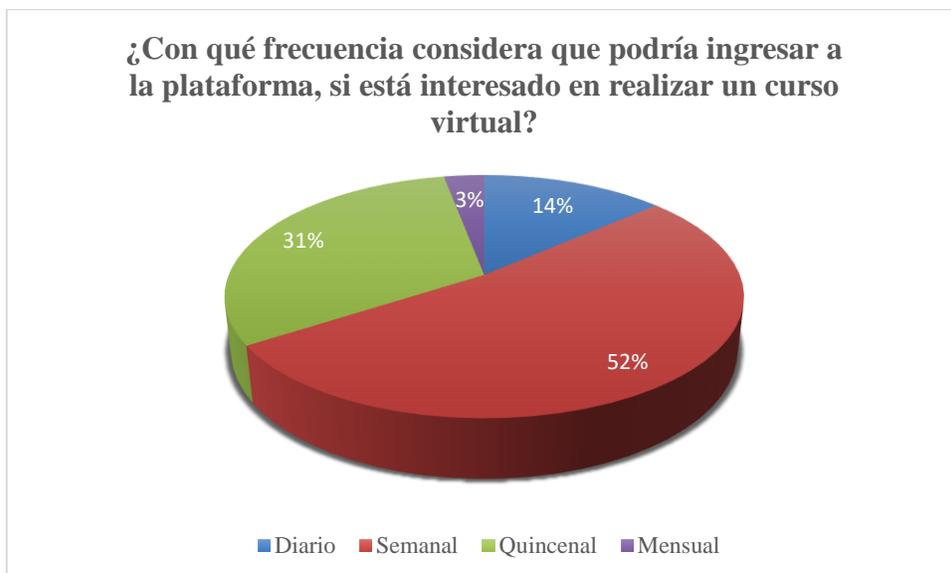
Para diseñar las líneas de formación que se agregarán a la plataforma educativa, es indispensable conocer la preferencia del mercado objetivo; quienes mostraron mayor aceptación hacia cursos de idiomas, diseño gráfico, audiovisuales, desarrollo web, marketing digital y decoración; en su respectivo orden de importancia.

Tabla 19 ¿Con qué frecuencia considera que podría ingresar a la plataforma, si está interesado en realizar un curso virtual?

| Respuestas   | N° Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Diario       | 50          | 14%         |
| Semanal      | 193         | 52%         |
| Quincenal    | 115         | 31%         |
| Mensual      | 11          | 3%          |
| <b>Total</b> | <b>369</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 17 ¿Con qué frecuencia considera que podría ingresar a la plataforma, si está interesado en realizar un curso virtual?



Fuente: Elaboración propia

La gráfica anterior muestra la frecuencia con que las personas entrevistadas que mostraron aceptación hacia el servicio, estarían dispuestas a ingresar a la plataforma.

Tabla 20 ¿Estaría interesado en realizar cursos virtuales gratuitos?

| Respuestas   | N° Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Sí           | 366         | 99%         |
| No           | 3           | 1%          |
| <b>Total</b> | <b>369</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 18 ¿Estaría interesado en realizar cursos virtuales gratuitos?



**Fuente:** Elaboración propia

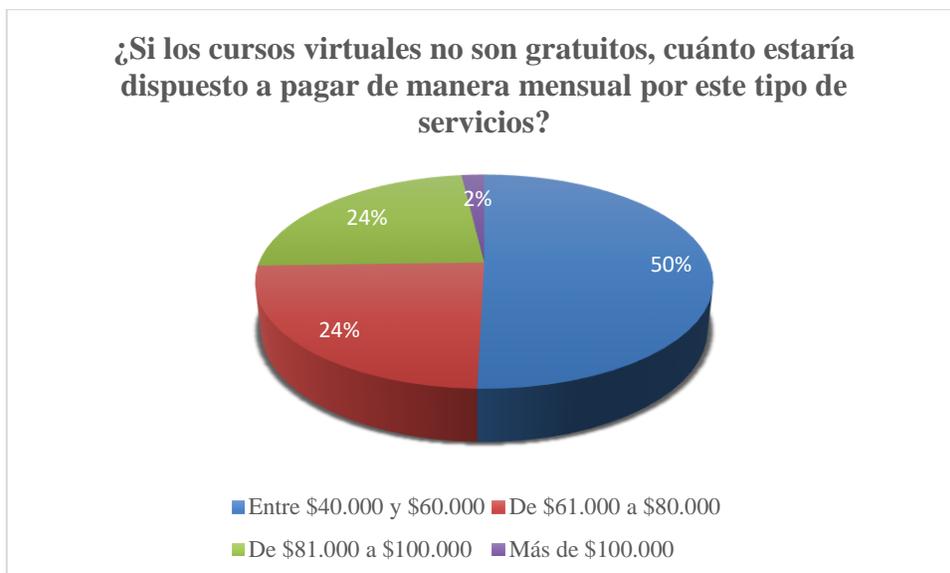
El 99% de la población muestra un enorme interés hacia la realización de cursos que le aporten a su crecimiento personal y no tengan que incurrir en ningún costo por ello.

Tabla 21 Si los cursos virtuales no son gratuitos, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar de manera mensual por este tipo de servicios?

| Respuestas                | N° Personas | Porcentajes |
|---------------------------|-------------|-------------|
| Entre \$40.000 y \$60.000 | 186         | 50%         |
| De \$61.000 a \$80.000    | 89          | 24%         |
| De \$81.000 a \$100.000   | 87          | 24%         |
| Más de \$100.000          | 7           | 2%          |
| <b>Total</b>              | <b>369</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 19 Si los cursos virtuales no son gratuitos, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar de manera mensual por este tipo de servicios?



**Fuente:** Elaboración propia

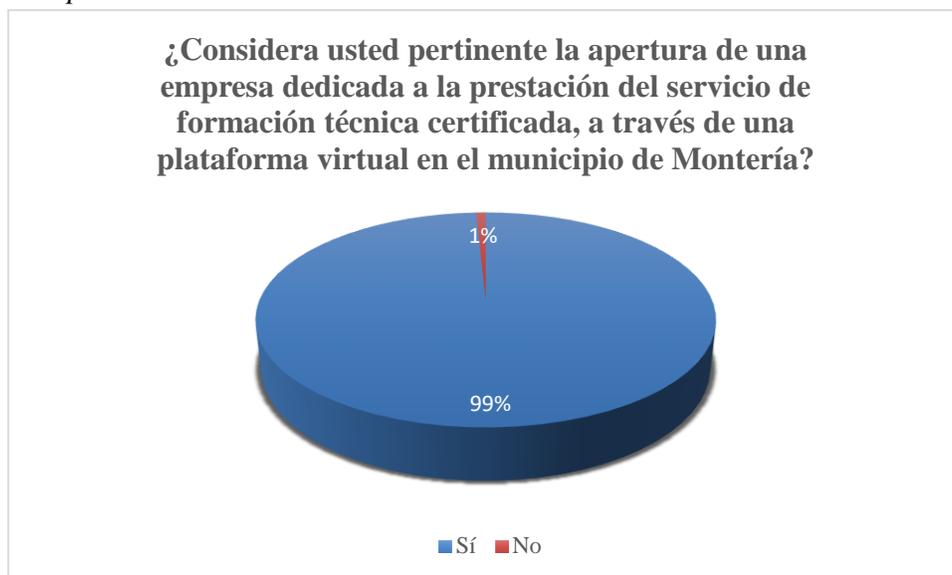
Para realizar un análisis de precios en función de la respuesta de los consumidores, y tener conocimiento de su capacidad de pago, y así determinar un precio de venta asequible a la población estudiada; se interrogó el precio de venta que estarían dispuestos a pagar de manera mensual por un servicio como el ofrecido, como se puede evidenciar el 50% pagaría entre \$40.000 y \$60.000, el 24% podrían pagar de \$61.000 a \$80.000, el 24% de \$81.000 a \$100.000, y el 2% restante más de \$100.000.

Tabla 22 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual en el municipio de Montería?

| Respuestas   | Nº Personas | Porcentajes |
|--------------|-------------|-------------|
| Sí           | 375         | 99%         |
| No           | 3           | 1%          |
| <b>Total</b> | <b>378</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

*Gráfica 20 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual en el municipio de Montería?*



**Fuente:** Elaboración propia

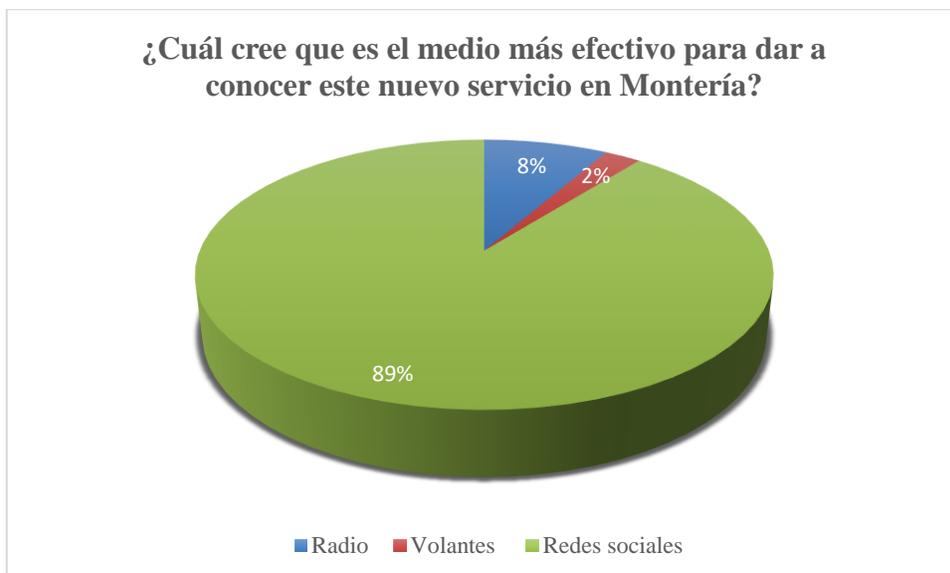
Con respecto a la pertinencia del servicio, fue posible constatar que el 99% de la población considera que es un servicio de gran utilidad y relevancia para la población monteriana, al ampliar las posibilidades de formación y capacitación, y contribuir de manera directa a la mejora del perfil profesional y laboral de las personas, aumentando con ello las posibilidades de acceso al mercado laboral.

*Tabla 23 ¿Cuál cree que es el medio más efectivo para dar a conocer este nuevo servicio en Montería?*

| <b>Respuestas</b> | <b>N° Personas</b> | <b>Porcentajes</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| Radio             | 31                 | 8%                 |
| Volantes          | 9                  | 2%                 |
| Redes sociales    | 335                | 89%                |
| <b>Total</b>      | <b>375</b>         | <b>100%</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

Gráfica 21 ¿Cuál cree que es el medio más efectivo para dar a conocer este nuevo servicio en Montería?



**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, se determinó el canal de comunicación, que desde el punto de vista de los entrevistados podría ser de mayor utilidad para difundir la información de la apertura de la empresa y los aspectos relacionados con este nuevo servicio en el municipio de Montería, obteniendo que el 89% creen que las redes sociales sería el medio de mayor efectividad.

#### 2.4.4 Cálculo de la demanda actual

Los resultados obtenidos en la investigación de mercado aplicada al municipio de Montería, permitieron identificar en primera instancia que el total de la población objetivo (estratos 3, 4, 5 y 6) tienen la posibilidad de recibir servicios que requieran de conexión a internet, y por tanto podrían ser consumidores del servicio de formación técnica a través de la metodología e-learning; las anteriores afirmaciones se hacen evidentes en el análisis de los resultados, donde el 99% de la muestra entrevistada manifiesta contar en su hogar con el

servicio de conexión a internet (ver gráfica 8), mientras que el 1% restante no cuenta con este servicio, pero afirma tener forma de acceder a él en lugares diferentes a su hogar (ver gráfica 9).

Así mismo, fue posible evidenciar un porcentaje de aceptación del servicio de formación técnica a través de la metodología e-learning de un 98% (ver gráfica 15); este valor se utilizó para extender los resultados obtenidos con la muestra, al resto de la población objetivo, y así determinar el número de consumidores potenciales del servicio, como se muestra en la siguiente tabla:

*Tabla 24 Consumidores potenciales*

|                                 |               |
|---------------------------------|---------------|
| Población objetivo              | 21.987        |
| % de aceptación                 | 98%           |
| <b>Consumidores potenciales</b> | <b>21.547</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

A partir de la generalización anterior, se agruparon las frecuencias con que cada uno de los entrevistados manifestó estar dispuestos a adquirir los servicios, y se calculó el consumo anual del servicio de formación.

*Tabla 25 Demanda actual*

| Frecuencia de consumo       | % de respuesta | # personas por frecuencia | Consumo anual    |
|-----------------------------|----------------|---------------------------|------------------|
| Diario                      | 14%            | 2.920                     | 1.051.086        |
| Semanal                     | 52%            | 11.270                    | 540.959          |
| Quincenal                   | 31%            | 6.715                     | 161.166          |
| Mensual                     | 3%             | 642                       | 7.708            |
| <b>Total demanda actual</b> |                |                           | <b>1.760.919</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla anterior, la demanda actual de servicios de formación técnica a través de la metodología e-learning es equivalente a 1.760.919.

#### **2.4.5 Proyección de la demanda**

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$D_f = D_a (1+i)^n$$

Dónde:

$D_f$  = Demanda Final

$D_a$  = Demanda Actual

$I$  = Tasa de crecimiento poblacional, de acuerdo con la información del (Banco Mundial, 2019) la tasa de crecimiento poblacional para Colombia en 2019 fue igual a 1,4%.

$n$  = Número de años a proyectar

Reemplazando valores:

$$D_{f1} = 1.760.919 (1+0,014)^1 = 1.785.572$$

$$D_{f2} = 1.760.919 (1+0,014)^2 = 1.835.918$$

$$D_{f3} = 1.760.919 (1+0,014)^3 = 1.914.111$$

$$D_{f4} = 1.760.919 (1+0,014)^4 = 2.023.573$$

$$D_{f5} = 1.760.919 (1+0,014)^5 = 2.169.246$$

*Tabla 26 Proyección de la Demanda*

| Año 1     | Año 2     | Año 3     | Año 4     | Año 5     |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1.785.572 | 1.835.918 | 1.914.111 | 2.023.573 | 2.169.246 |

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.5 Análisis de la oferta

### 2.5.1 Cálculo de la oferta actual

Para el cálculo de la oferta se visitaron las Instalaciones del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) ubicado en el municipio de Montería, en vista de que el establecimiento no se encuentra abierto al público se envió un correo electrónico solicitando la información relacionada con la oferta de cursos que guardarán similitud con

los que se pretenden ofrecer en la empresa en curso; sin embargo, no recibimos respuesta por parte de la institución (ver anexo 2). A partir de lo anterior se consultó en el portal educativo Sofia Plus, perteneciente a la institución nombrada, para reconocer la oferta de cursos virtuales cuyos contenidos fueran similares a los estudiados en la presente investigación y se obtuvo lo siguiente:

*Tabla 27 Oferta de cursos SENA*

| <b>Nombre del curso</b>                          | <b>Cantidad</b> |
|--|-----------------|
| Creación de contenido digital                    | 2               |
| Aprendiz digital                                 | 2               |
| English dot works                                | 1               |
| English dot works Beginner                       | 1               |
| Corel Draw Utilizacion de herramientas de diseño | 3               |
| Diseño asistido por computador                   | 1               |
| <b>Total</b>                                     | <b>10</b>       |

**Fuente:** (SENA, 2020).

Ahora bien, el portal del Sena también incluye las horas de servicio que ofrece cada curso, y se estimó a través de una fuente informal que los cursos virtuales del SENA reciben un promedio de 50 estudiantes, estas afirmaciones nos permitieron calcular la oferta que se muestra a continuación:

*Tabla 28 Oferta actual*

| <b>Nombre del curso</b>                          | <b>Cantidad</b> | <b>Horas</b> | <b>N° integrantes</b> | <b>Oferta actual</b> |
|--|-----------------|--------------|-----------------------|----------------------|
| Creación de contenido digital                    | 2               | 48           | 50                    | 4.800                |
| Aprendiz digital                                 | 2               | 40           | 50                    | 4.000                |
| English dot works                                | 1               | 60           | 50                    | 3.000                |
| English dot works Beginner                       | 1               | 60           | 50                    | 3.000                |
| Corel Draw Utilizacion de herramientas de diseño | 3               | 40           | 50                    | 6.000                |
| Diseño asistido por computador                   | 1               | 40           | 50                    | 2.000                |
| <b>Total Oferta</b>                              |                 |              |                       | <b>22.800</b>        |

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.5.2 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

$$O_f = O_a (1 + i)^n$$

Dónde:

$O_f$  = Oferta Futura

$O_a$  = Oferta Actual

$i$  = Constante

$i$  = Tasa de crecimiento de Actividades profesionales, científicas y técnicas, servicios administrativos y de apoyo 3,6% (ANDI, 2019).

$n$  = año a proyectar

$$O_{f1} = 22.800 (1+0,036)^1 = 18.818$$

$$O_{f2} = 22.800 (1+0,036)^2 = 20.493$$

$$O_{f3} = 22.800 (1+0,036)^3 = 22.317$$

$$O_{f4} = 22.800 (1+0,036)^4 = 24.303$$

$$O_{f5} = 22.800 (1+0,036)^5 = 26.466$$

*Tabla 29 Proyección de la oferta*

| Año 1  | Año 2  | Año 3  | Año 4  | Año 5  |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 23.621 | 24.471 | 25.352 | 26.265 | 27.210 |

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.6 Determinación del tipo de demanda

El tipo de demanda se determinó a través de la sustracción de la oferta actual a la demanda actual, como se evidencia en la siguiente tabla:

*Tabla 30 Demanda insatisfecha*

|                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| Demanda actual              | 1.760.919        |
| Oferta actual               | 22.800           |
| <b>Demanda insatisfecha</b> | <b>1.738.119</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.6.1 Proyección de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se proyectó determinando las diferencias entre las proyecciones de la oferta y demanda de las tablas 26 y 29 respectivamente.

*Tabla 31 Proyección de la demanda insatisfecha*

|                             | <b>Año 1</b>     | <b>Año 2</b>     | <b>Año 3</b>     | <b>Año 4</b>     | <b>Año 5</b>     |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Demanda actual              | 1.785.572        | 1.835.918        | 1.914.111        | 2.023.573        | 2.169.246        |
| Oferta actual               | 23.621           | 24.471           | 25.352           | 26.265           | 27.210           |
| <b>Demanda insatisfecha</b> | <b>1.761.951</b> | <b>1.811.447</b> | <b>1.888.759</b> | <b>1.997.309</b> | <b>2.142.035</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

### 2.7 Análisis de precios

Para el análisis de precios se consultaron plataformas de formación nacionales e internacionales, para reconocer los precios que se ofertan actualmente y considerar la determinación de un precio de venta competitivo. Es necesario señalar que los precios que se muestran a continuación corresponden a planes de suscripción anual, en donde los usuarios tienen acceso a todos los cursos que ofrece la plataforma.

*Tabla 32 Análisis de precios*

| <b>Plataforma</b> | <b>Suscripción anual</b> |
|-------------------|--------------------------|
| Udemy             | 1.400.580                |
| Platzy            | 1.190.000                |
| Coursera          | 1.812.708                |

*Nota:* la tabla anterior muestra los precios de venta de las plataformas de formación más reconocidas por los monterianos, se construyó a partir de información encontrada en las plataformas virtuales de las empresas Udemy, Platzi y Coursera (ver anexo 5).

## 2.8 Canales de comercialización

Figura 1 Canal de comercialización directo

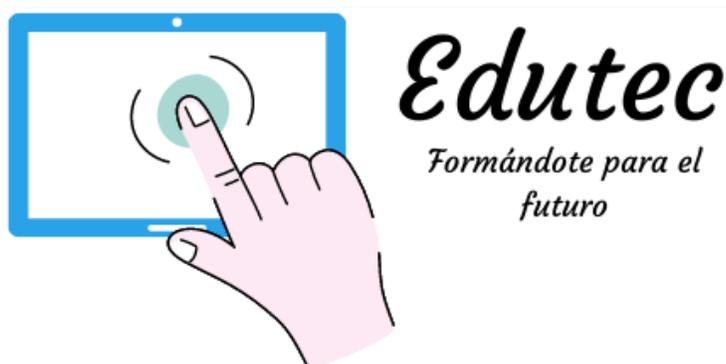


**Fuente:** Elaboración propia

Para la prestación del servicio se utilizará un canal de comercialización directo, entendiéndose este como el que se establece cuando una empresa acerca y vende su producto al consumidor final, sin utilizar intermediarios (Quiroa, 2020). Para tal efecto, la empresa contará con una plataforma con capacidad de carga de contenido, notificaciones automáticas, posibilidad de ser utilizada en dispositivos móviles y comunicación interna integrada; para que los usuarios puedan recibir la formación, interactuar, resolver sus dudas e inconvenientes, comunicándose de manera directa con la empresa.

## 2.9 Imagen del servicio y slogan

Figura 2 Imagen del servicio



**Fuente:** Elaboración propia

La imagen corporativa del servicio, está vinculada a un concepto de representación tecnológica, teniendo en cuenta la naturaleza del servicio de formación e-learning; en ella se muestra una mano que utiliza un dispositivo móvil, herramienta que será utilizada por los usuarios para acceder al servicio y recibir su formación; esto con el fin de persuadir a la población objetivo y representar la flexibilidad, autonomía y simplicidad que el servicio estudiado puede otorgarles. Al mismo tiempo, el eslogan de la compañía representa la razón de ser de la empresa, que es ofertar cursos técnicos de gran potencial que capaciten a las personas para el futuro, que les permitan adquirir las competencias y conocimientos que requiere un mundo cada vez más innovador.

### **2.10 Estrategia de publicidad**

La adopción de la tecnología durante las últimas décadas ha permeado la vida cotidiana de la humanidad, y como sostienen (Soengas, Vivar, & Abuín, 2015), “la evolución del consumidor obliga a una renovación completa de los aspectos vinculados a la promoción de los productos, para adaptarse a las necesidades que surgen cada día en el entorno digital” (p.117); de ahí que para la estrategia de publicidad de Edutec es necesario analizar aquellos entornos digitales que participan en mayor medida en la vida de las personas.

En esta misma línea, (Ramírez, Espinoza, & Salinas, 2019) afirman que uno de los medios digitales más utilizados actualmente para la difusión y el reconocimiento de los productos o servicios son las redes sociales, pues la mayoría de los consumidores realizan búsquedas en este medio, siguen a sus marcas favoritas, obtienen información y se comunican a través de ellas. Aunado a esto, en los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población monteriana, se obtuvo que el 89% de estos, considera que el medio

más efectivo para dar a conocer este servicio y los aspectos relacionados con el, son las redes sociales (ver gráfica 20).

Ante estas afirmaciones, se considera que las redes sociales son el medio más idóneo para ganar presencia y llegar a más consumidores del servicio de formación a través de la metodología e-learning, entendiendo también que los consumidores del servicio son internautas. Ahora bien, es importante reconocer la importancia de administrarlas correctamente, compartir contenido educativo y de interés para la sociedad en general, teniendo en cuenta que la razón de ser de la empresa es ofrecer una alternativa de formación que se centra en preparar a la sociedad monteriana para el competitivo mundo moderno. Así mismo, se considera apropiado, que la estrategia no solo conste del diseño de páginas en las diferente redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube); sino también, que para alcanzar un mayor posicionamiento la compañía pague publicidad, para que las redes cuelguen los anuncios a la vista de los posibles consumidores del servicio, y puedan proporcionar a la empresa la data necesaria para diseñar estrategias de publicidad cada vez más acordes con las características de su mercado objetivo.

### 3 Módulo técnico

#### 3.1 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño óptimo del servicio será necesario en primera instancia definir los recursos técnicos necesarios para ofrecer las cantidades esperadas en un periodo determinado. Inicialmente la empresa de e-learning contará con 20 profesionales de distintos campos para la creación de los contenidos a ofertar y que ofrezcan orientación a los usuarios de la academia digital; adicionalmente se requiere del personal administrativo (Gerente, asistente de gerencia y asesor legal y financiero) que se encarguen de planear, organizar, dirigir y controlar los procesos organizacionales necesarios para la prestación de un servicio de formación de calidad.

Finalmente, se destacan los recursos físicos, para el personal que ofrezca la atención al público, y el espacio equipado con los elementos audiovisuales necesarios para que los tutores puedan grabar los contenidos que requieran de herramientas audiovisuales para alcanzar un aprendizaje significativo por parte de los usuarios.

Así mismo, se requieren recursos tecnológicos, como la adquisición de la plataforma Moodle y el software necesario para ofertar un servicio garantizado, para el primer año se contará con un software con funcionalidades de carga de contenido, notificaciones automáticas, posibilidad de ser usado en dispositivos móviles, comunicación interna integrada, reportes, alojamiento en nube y generación de diplomas y certificaciones; cuya capacidad puede albergar alrededor de 10.000 usuarios.

Ahora bien, el servicio de e-learning es completamente digital; los tutores podrán colgar su contenido previamente a la inscripción e inicio de las clases por parte de los usuarios e interactuar con ellos por medio de mensajes; la plataforma tendrá capacidad para

recibir el número de usuarios señalados y alojar enormes cantidades de contenido; por lo que el tamaño óptimo del servicio debe determinarse en función de lo que se pueda recibir en la plataforma, vale la pena destacar, que la empresa podrá adquirir mayores funcionalidades y aumentar el número de usuarios de la plataforma conforme lo vaya requiriendo. Ahora bien, de los 10.000 usuarios que podría tener la empresa, se espera que los cursos con mayor aceptación en el estudio de mercado, que fueron idiomas, diseño gráfico, marketing digital, audiovisuales, y desarrollo web, reciban un promedio equitativo de usuarios, lo que significa que cada uno de ellos contará con un número aproximado de 2000 usuarios en el año; partiendo de la premisa de que cada curso ofrecerá 48 horas, el tamaño es equivalente a 480.000 horas del servicio de formación para el primer año, que equivale al 27,6% de la demanda insatisfecha.

### **3.2 Localización**

Para determinar la localización óptima de la empresa es necesario evaluar los posibles lugares en donde esta podría ser ubicada, para seleccionar la ubicación que por sus características intrínsecas pueda ofrecer los máximos beneficios; razón por la cual, en este epígrafe se muestran los estudios de localización a nivel macro y micro de la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación mediante la metodología e-learning; se evaluarán factores relevantes en el entorno macro y micro, los cuales fueron seleccionados teniendo en cuenta el servicio que se pretende ofrecer. La evaluación a nivel macro será útil para seleccionar el municipio que otorga las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, al ser una empresa dedicada a la prestación de un servicio digital se deben evaluar aspectos relevantes como el acceso y conexión a internet, poder adquisitivo de los habitantes, equipos electrónicos, desarrollo económico de la región, entre otros.

Mientras que a nivel macro se debe determinar el punto específico dentro de la ciudad establecida en la evaluación a nivel macro, analizando aspectos similares a los anteriores.

### 3.2.1 Macrolocalización

Tabla 33 Macrolocalización

| Factores Relevantes                                       | PESO ASIGNADO<br>Esc.0-1 | ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN |                        |                        |                        |                        |                        |
|---|--------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
|   |                          | Cereté                      |                        | Montería               |                        | Planeta Rica           |                        |
|   |                          | Calificación Esc.1-100      | Calificación ponderada | Calificación Esc.1-100 | Calificación ponderada | Calificación Esc.1-100 | Calificación ponderada |
| <b>ECONÓMICOS</b>   |                          |                             |                        |                        |                        |                        |                        |
| Comunicación y redes                                      | 0,25                     | 60                          | 15                     | 70                     | 17,5                   | 50                     | 12,5                   |
| Poder adquisitivo   | 0,1                      | 50                          | 5                      | 75                     | 7,5                    | 50                     | 5                      |
| Desarrollo económico de la región                         | 0,1                      | 65                          | 6,5                    | 85                     | 8,5                    | 60                     | 6                      |
| Medios de comunicación.                                   | 0,1                      | 75                          | 7,5                    | 85                     | 8,5                    | 75                     | 7,5                    |
| <b>CULTURALES</b>   |                          |                             |                        |                        |                        |                        |                        |
| Hábitos de compra   | 0,1                      | 75                          | 7,5                    | 85                     | 8,5                    | 80                     | 8                      |
| Tendencia al consumo de productos y servicios innovadores | 0,1                      | 70                          | 7                      | 83                     | 8,3                    | 64                     | 6,4                    |
| <b>POLÍTICOS</b>  |                          |                             |                        |                        |                        |                        |                        |
| Regulaciones específicas                                  | 0,05                     | 80                          | 4                      | 80                     | 4                      | 80                     | 4                      |
| <b>SOCIALES</b>   |                          |                             |                        |                        |                        |                        |                        |
| Interés del Municipio                                     | 0,1                      | 75                          | 7,5                    | 80                     | 8                      | 70                     | 7                      |
| Actitud de la comunidad empresarial                       | 0,1                      | 75                          | 7,5                    | 90                     | 9                      | 70                     | 7                      |
| <b>TOTAL</b>  | <b>1</b>                 |                             | <b>67,5</b>            |                        | <b>79,8</b>            |                        | <b>63,4</b>            |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra la localización a nivel macro de la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación a través de la metodología e-learning. Luego de analizar los factores relevantes que se evidencian en la tabla y asignar un peso a cada una de ellos, dando mayor relevancia a los que están directamente relacionados con el servicio (comunicaciones y redes, poder adquisitivo, desarrollo económico, tendencia al consumo de productos y servicios innovadores, etc); se seleccionó el municipio de Montería, como la ubicación que mayores beneficios puede otorgar para la creación de empresa, al obtener una calificación ponderada de 79,8 puntos. Se considera pertinente aclarar que los aspectos relacionados con comunicaciones y redes y la economía de los municipios fueron consultados en la página web del Departamento Nacional de Planeación.

### 3.2.2 Microlocalización

Tabla 34 Microlocalización

| Factores Relevantes              | Peso asignado<br>(0-1) | Alternativa de localización |                |                         |                |                         |                |
|----------------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------|-------------------------|----------------|-------------------------|----------------|
|                                  |                        | Norte de la ciudad          |                | Centro de la ciudad     |                | Sur de la ciudad        |                |
|                                  |                        | Calificación<br>(0-100)     | Peso ponderado | Calificación<br>(0-100) | Peso ponderado | Calificación<br>(0-100) | Peso ponderado |
| Conexión a Internet              | 0,25                   | 97                          | 24,25          | 85                      | 21,25          | 50                      | 12,5           |
| Cercanía con el mercado objetivo | 0,2                    | 100                         | 20             | 70                      | 14             | 45                      | 9              |
| Capacidad de pago                | 0,2                    | 100                         | 20             | 75                      | 15             | 40                      | 8              |
| Disponibilidades locativas       | 0,1                    | 60                          | 6              | 80                      | 8              | 85                      | 8,5            |
| Costo de arriendo                | 0,1                    | 50                          | 5              | 60                      | 6              | 80                      | 8              |
| Costo de servicios públicos      | 0,1                    | 50                          | 5              | 60                      | 6              | 75                      | 7,5            |
| Condiciones de Seguridad         | 0,05                   | 92                          | 4,6            | 70                      | 3,5            | 55                      | 2,75           |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>1</b>               |                             | <b>84,85</b>   |                         | <b>73,75</b>   |                         | <b>56,25</b>   |

**Fuente:** Elaboración propia

Posteriormente, se evaluó la ubicación óptima de la empresa dentro del municipio de Montería; si bien es cierto el servicio que se pretende ofrecer no requiere de presencia física de las personas en la academia, es necesario evaluar los factores indispensables para la puesta en marcha de la empresa y la recepción del servicio digital por parte de los usuarios, razón por la cual se seleccionó como factor de mayor relevancia la conexión a internet de los hogares ubicados en cada alternativa de localización dentro de la ciudad. Luego de analizarlas, se obtuvo que sería más rentable en términos de localización que la empresa sea ubicada al norte de la ciudad, cuya puntuación fue equivalente a 84,85.

### 3.3 Distribución en planta

*Figura 3 Distribución en planta*

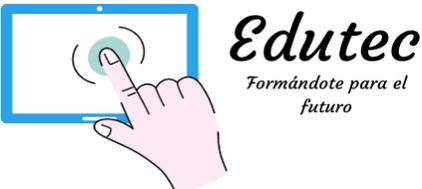


**Fuente:** Elaboración propia

1. Recepción (4 mts de ancho X 4 de largo)
2. Cafetería (6 mts de ancho X 2 de largo)
3. Sala de juntas (6 mts de ancho X 3 de largo)
4. Sala audiovisual 1 (4 1/2 mts de ancho X 5 de largo)
5. Sala de marketing (4 mts de ancho X 5 de largo)
6. Sala audiovisual 2 (6 mts de ancho X 3 de largo)
7. Baños (2 mts de ancho X 3 de largo)

### 3.4 Ficha técnica

Tabla 35 Ficha técnica marketing digital

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUTECH S.A.S</b>                           |    |
| <b>Ficha técnica</b>                           |  |
| <b>Curso</b>                                   | Marketing digital  |
| <b>Código CIU</b>                              | 8551   |
| <b>Duración</b>                                | 48 horas de contenido  |
| <b>Forma de entrega</b>                        | Plataforma Moodle  |
| <b>Descripción del servicio</b>                | Curso de competencias en la comercialización de productos y servicios, a través de los medios digitales; fundamentos del marketing digital; nuevos modelos de negocio; y las técnicas más innovadoras de marketing digital como SEO, SEM, PPC, entre otras.  |
| <b>Objetivo</b>                                | Formar aprendices capaces de sacar el máximo provecho de las oportunidades que el Internet ofrece a las empresas para hacer publicidad.  |
| <b>Requerimientos para acceder al servicio</b> | Conexión a internet de banda ancha con velocidad promedio y dispositivo móvil de uso personal.   |
| <b>Necesidades del usuario</b>                 | Requiere conocimientos en materia de posicionamiento, promoción y difusión de una marca o negocio a través de internet.  |
| <b>Expectativa del usuario</b>                 | Aprender las teorías y fundamentos de Marketing digital y las estrategias del mismo que permiten posicionar los productos y servicios en una era de disrupción tecnológica.  |
| <b>Características legales</b>                 | Actualmente la metodología de formación e-learning no cuenta con un marco regulatorio en Colombia, así lo manifestó la delegada de la Secretaría de Educación de Montería, a través de una videoconferencia (ver anexo 3); no obstante, es necesario señalar que la educación en el país se encuentra reglamentada por el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación 1075 de 26 de mayo de 2015. |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Ficha técnica inglés

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUTECH S.A.S</b>                           |  <b>Edutech</b><br><i>Formándote para el futuro</i>  |
| <b>Ficha técnica</b>                           |  |
|  |  |
| <b>Curso</b>                                   | Inglés   |
| <b>Código CIU</b>                              | 8551   |
| <b>Duración</b>                                | 48 horas de contenido  |
| <b>Forma de entrega</b>                        | Plataforma Moodle  |
| <b>Descripción del servicio</b>                | Curso de competencias de escritura, lectura, habla, escucha e interpretación del idioma Inglés.  |
| <b>Objetivo</b>                                | Formar aprendices capaces de interactuar y tener relaciones sociales y laborales a través del uso del idioma Inglés.   |
| <b>Requerimientos para acceder al servicio</b> | Conexión a internet de banda ancha con velocidad promedio y dispositivo móvil de uso personal.   |
| <b>Necesidades del usuario</b>                 | Entender el idioma inglés, practicar su vocabulario y pronunciación, aprender a desenvolverse en entornos empresariales y laborales haciendo uso de este idioma.   |
| <b>Expectativa del usuario</b>                 | Aprender inglés de manera interactiva, a través de contenido innovador y temas de gran interés en la actualidad  |
| <b>Características legales</b>                 | Actualmente la metodología de formación e-learning no cuenta con un marco regulatorio en Colombia, así lo manifestó la delegada de la Secretaría de Educación de Montería, a través de una videoconferencia (ver anexo 3); no obstante, es necesario señalar que la educación en el país se encuentra reglamentada por el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación 1075 de 26 de mayo de 2015. |

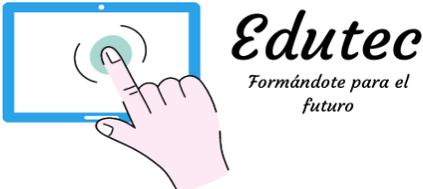
Fuente: Elaboración propia

Tabla 37 Ficha técnica audiovisuales y fotografía

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUTEC S.A.S</b>                            |    |
| <b>Ficha técnica</b>                           |  |
|  |  |
| <b>Curso</b>                                   | Audiovisuales y fotografía   |
| <b>Código CIU</b>                              | 8551   |
| <b>Duración</b>                                | 48 horas   |
| <b>Forma de entrega</b>                        | Plataforma Moodle  |
| <b>Descripción del servicio</b>                | Curso de competencias fotográficas y audiovisuales, comprende temáticas de composición fotográfica, Photoshop, iluminación, fotografía de retrato, publicidad, moda; y la producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales.  |
| <b>Objetivo</b>                                | Formar aprendices capaces de reconocer y aplicar las herramientas claves para la producción de imágenes y contenidos audiovisuales, así como las estrategias y materiales necesarios para que su formación sea lo más completa posible.  |
| <b>Requerimientos para acceder al servicio</b> | Conexión a internet de banda ancha con velocidad promedio y dispositivo móvil de uso personal.   |
| <b>Necesidades del usuario</b>                 | Requiere conocimientos en fotografía y producción audiovisual.   |
| <b>Expectativa del usuario</b>                 | Aprender las técnicas, instrumentos y herramientas necesarias para realizar fotografías y producciones audiovisuales.  |
| <b>Características legales</b>                 | Actualmente la metodología de formación e-learning no cuenta con un marco regulatorio en Colombia, así lo manifestó la delegada de la Secretaría de Educación de Montería, a través de una videoconferencia (ver anexo 3); no obstante, es necesario señalar que la educación en el país se encuentra reglamentada por el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación 1075 de 26 de mayo de 2015. |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 Ficha técnica desarrollo web

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUTECH S.A.S</b>                           |    |
| <b>Ficha técnica</b>                           |  |
|  |  |
| <b>Curso</b>                                   | Desarrollo web   |
| <b>Código CIU</b>                              | 8551   |
| <b>Duración</b>                                | 48 horas   |
| <b>Forma de entrega</b>                        | Plataforma Moodle  |
| <b>Descripción del servicio</b>                | Curso de formación en competencias para la creación de sitios web en internet; contiene todas las competencias relacionadas con la creación de sitios web de funcionamiento rápido, buena apariencia y buen desempeño.   |
| <b>Objetivo</b>                                | Formar aprendices capaces de desarrollar y mantener sitios web, programar y administrar las aplicaciones distribuidas en red.  |
| <b>Requerimientos para acceder al servicio</b> | Conexión a internet de banda ancha con velocidad promedio y dispositivo móvil de uso personal.   |
| <b>Necesidades del usuario</b>                 | Requiere conocimientos de programación, diseño y desarrollo de sitios web.   |
| <b>Expectativa del usuario</b>                 | Aprender los fundamentos requeridos para la creación y administración de sitios web, ya sea para su propio negocio o para ofrecer sus servicios en el mercado laboral.   |
| <b>Características legales</b>                 | Actualmente la metodología de formación e-learning no cuenta con un marco regulatorio en Colombia, así lo manifestó la delegada de la Secretaría de Educación de Montería, a través de una videoconferencia (ver anexo 3); no obstante, es necesario señalar que la educación en el país se encuentra reglamentada por el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación 1075 de 26 de mayo de 2015. |

**Fuente:** Elaboración propia

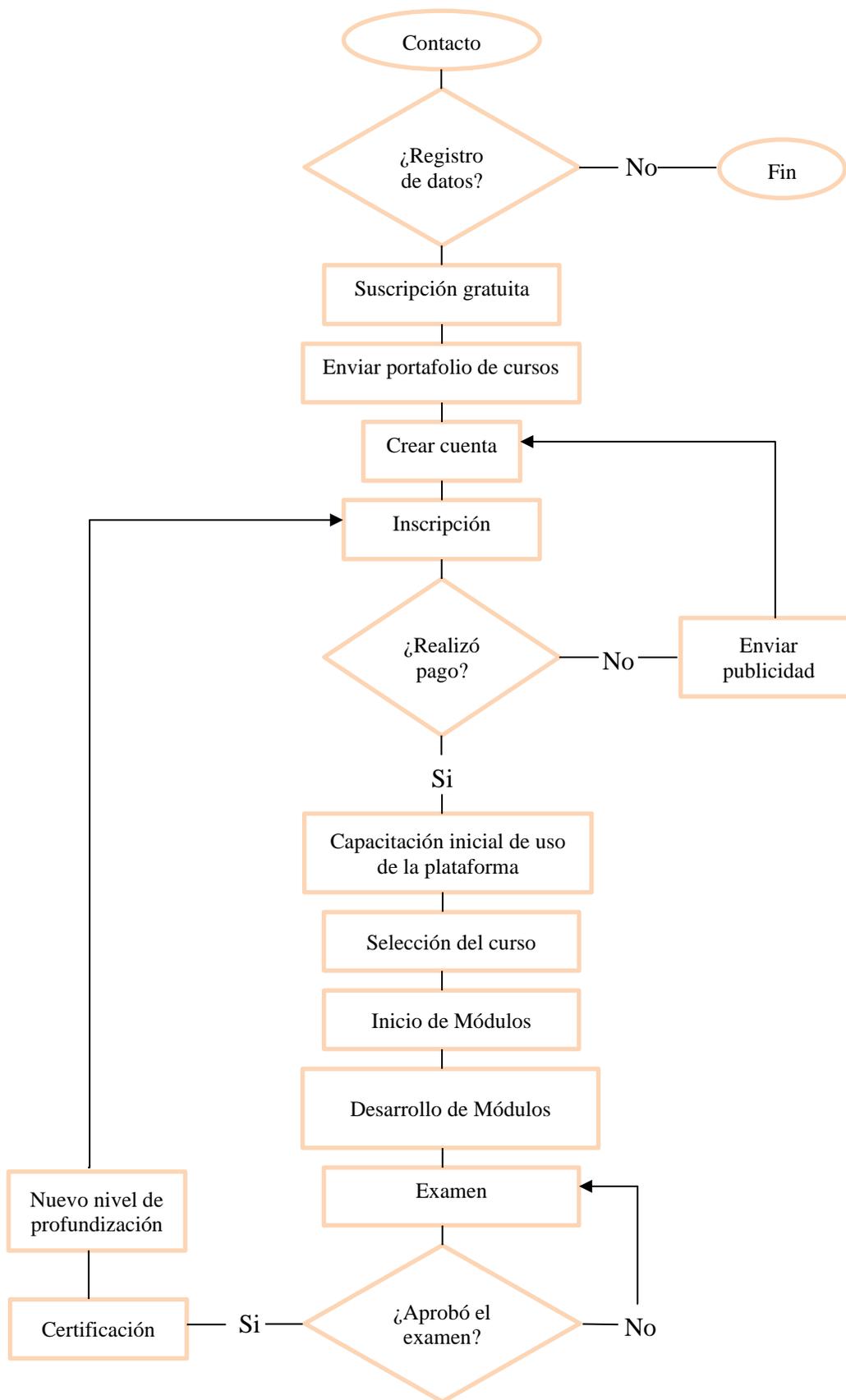
Tabla 39 Ficha técnica diseño gráfico

|  |  |
|--|--|
| <b>EDUTECH S.A.S</b>                           |    |
| <b>Ficha técnica</b>                           |  |
|  |  |
| <b>Curso</b>                                   | Diseño Gráfico   |
| <b>Código CIU</b>                              | 8551   |
| <b>Duración</b>                                | 48 horas   |
| <b>Forma de entrega</b>                        | Plataforma Moodle  |
| <b>Descripción del servicio</b>                | Curso de formación de competencias de diseño gráfico, con contenidos que expliquen de manera práctica la forma como el diseñador puede llevar a cabo la proyección de comunicaciones visuales dirigidos a la transmisión de mensajes.  |
| <b>Objetivo</b>                                | Formar aprendices capaces de dominar las herramientas de los programas digitales de dibujo y diseño de imagen más reconocidos del medio; asimilar los procesos para crear diseños; conocer los fundamentos básicos de la psicología del color; comprender los fundamentos de la publicidad en medios audiovisuales; entre otros.   |
| <b>Requerimientos para acceder al servicio</b> | Conexión a internet de banda ancha con velocidad promedio y dispositivo móvil de uso personal.   |
| <b>Necesidades del usuario</b>                 | Requiere conocimientos y competencias para diseñar y comunicar recursos visuales a través de medios tecnológicos.  |
| <b>Expectativa del usuario</b>                 | Aprender a configurar mensajes visuales, aprovechando su ingenio y creatividad.  |
| <b>Características legales</b>                 | Actualmente la metodología de formación e-learning no cuenta con un marco regulatorio en Colombia, así lo manifestó la delegada de la Secretaría de Educación de Montería, a través de una videoconferencia (ver anexo 3); no obstante, es necesario señalar que la educación en el país se encuentra reglamentada por el Decreto Único Reglamentario del Sector Educación 1075 de 26 de mayo de 2015. |

Fuente: Elaboración propia

### 3.5 Proceso de prestación del servicio

Figura 4 Flujograma del proceso de prestación del servicio



### 3.5.1 Descripción del proceso de prestación del servicio

**Contacto:** El proceso del servicio inicia con el contacto por parte de los potenciales clientes, este podrá ser a través de las redes sociales de la empresa, la página web o de manera personal en las instalaciones que esta posee. Durante este contacto la asistente de gerencia recibe a las personas y les explica la metodología a utilizar para el desarrollo de los cursos; los cursos que se encuentran disponibles; los niveles (básico, medio y avanzado) que se ofertarán y todo lo relacionado con la academia digital.

**Registro de datos:** Los clientes potenciales registran sus datos para el posterior envío de promociones, nuevas ofertas, términos y condiciones, entre otros aspectos relevantes que deben conocer para el inicio del proceso de formación e-learning.

**Suscripción:** Posteriormente el cliente podrá realizar su proceso de suscripción gratuita, en el cual acepta recibir información de la empresa de forma periódica.

**Enviar portafolio de cursos:** Se envía a los clientes potenciales a través del correo electrónico los cursos que se ofertarán con sus respectivas características, niveles y competencias; así como la información relacionada con la creación de su cuenta gratuita.

**Creación de cuenta:** El cliente podrá crear una cuenta en la plataforma, sin costo alguno, donde se mantenga informado de los paquetes promocionales, las nuevas ofertas de cursos, pueda realizar cursos gratuitos de los diferentes campos que se ofertarán e interactuar con los demás usuarios de la plataforma para conocer la calidad del servicio.

**Inscripción:** el usuario podrá seleccionar los cursos de su preferencia, cotizar el precio de cada uno de ellos e inscribirse en aquellos que considere pertinente.

**Pago:** El cliente debe hacer el pago de su inscripción en línea, puede hacerlo a través de tarjetas de crédito/débito, PayPal, transferencia bancaria, a través del móvil, monedas virtuales.

**Capacitación inicial de uso de la plataforma:** Para el correcto manejo de la plataforma el cliente debe ser orientado en lo relacionado al uso de las distintas funcionalidades que esta posee; así como el desarrollo de las clases virtuales, la aprobación y certificación y demás aspectos relevantes para culminar con éxito su formación.

**Selección del curso:** el usuario de la plataforma podrá seleccionar el curso o los cursos conforme al paquete que haya seleccionado para iniciar sus clases; dentro de los cursos que se ofertarán se encuentran: idiomas, diseño gráfico, marketing digital, audiovisuales, y desarrollo web. Es válido aclarar que existen tres niveles, básico, medio y avanzado; si el usuario desea iniciar un nivel secundario sin haber realizado el anterior, deberá presentar un examen de aprobación para determinar si se encuentra en el nivel que solicita.

**Inicio y desarrollo de módulos:** Se inician y desarrollan los módulos a través de contenido interactivo (Videos, audios, diálogos con otros usuarios, imágenes, contenido textual, mensajes); los usuarios deberán realizar actividades asignadas por el tutor acorde al desarrollo de las clases.

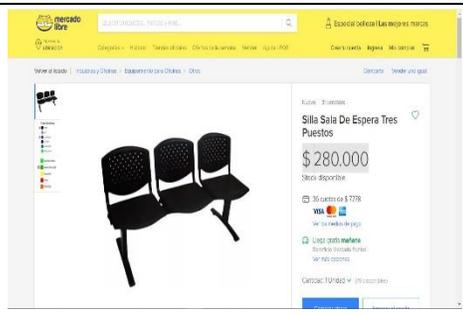
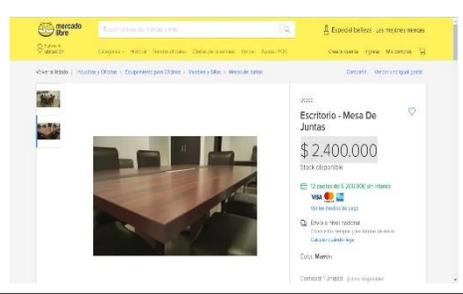
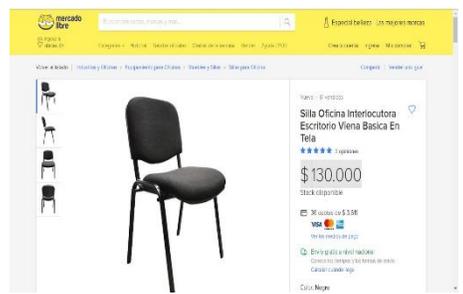
**Examen:** El usuario debe realizar un examen que evalúa la asimilación de las competencias propias de cada curso; el examen consta de preguntas de selección múltiple y debe ser realizado en un periodo de tiempo estimado entre 30 y 45 minutos.

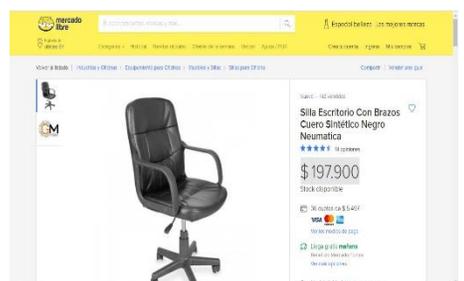
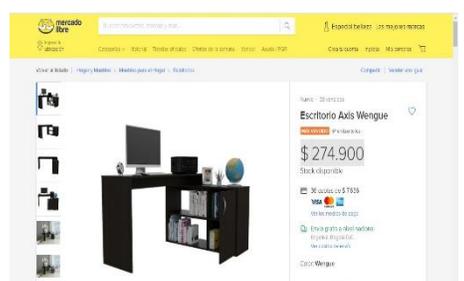
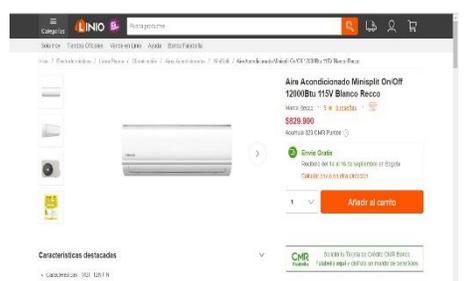
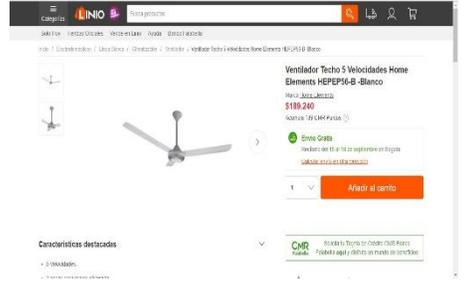
**Aprobación y certificación:** El examen será aprobado cuando el usuario acierte un porcentaje superior al 90% de las preguntas realizadas; luego de aprobar el examen se despliega una ventana con la certificación del curso. Es necesario destacar que, si el usuario no aprueba el examen, no adquiere el certificado del curso y deberá repetir el examen al pasar 6 horas, periodo de tiempo en el cual deberá repasar los contenidos para su posterior aprobación y certificación.

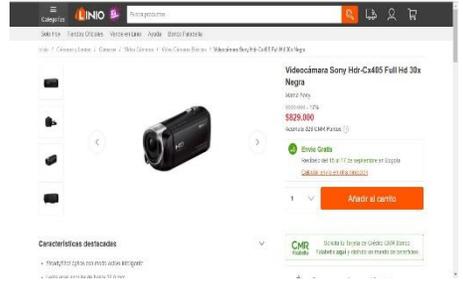
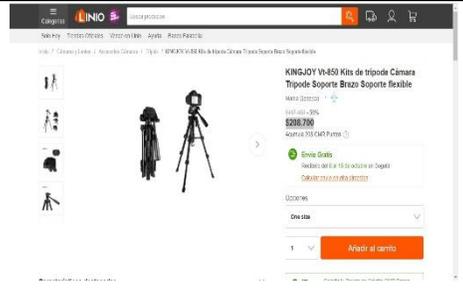
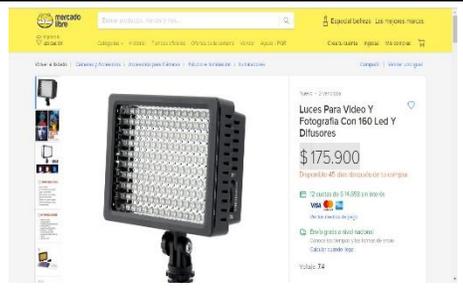
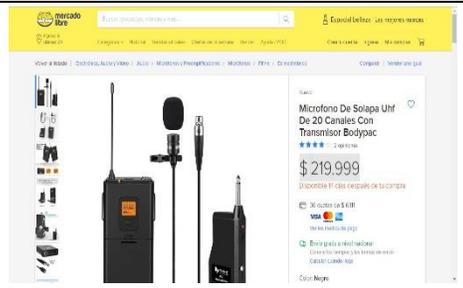
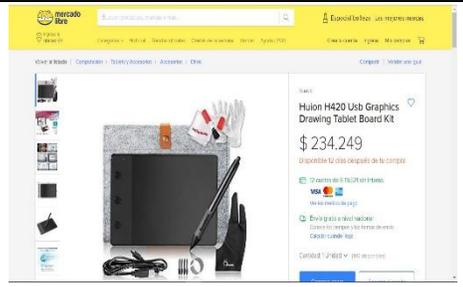
**Nuevo nivel de profundización o curso de otro campo:** Al culminar la aprobación el usuario podrá seguir profundizando y abordar un nuevo nivel del campo de su preferencia o realizar un curso nuevo si así lo requiere; con lo que se repite el proceso a partir de la etapa de inscripción.

### 3.6 Cotización

Tabla 40 Cotización

| Equipo                            | Unidades | Valor Uni   | Valor Total | Fuente  |
|-----------------------------------|----------|-------------|-------------|---|
| Silla Sala De Espera Tres Puestos | 2        | \$280.000   | \$560.000   |   |
| Escritorio - Mesa De Juntas       | 1        | \$2.400.000 | \$2.400.000 |  |
| Sillas para la sala de juntas     | 8        | \$130.000   | \$1.040.000 |  |

|   |    |             |              |   |
|---|----|-------------|--------------|---|
| Silla Escritorio Con Brazos Cuero Sintético Negro Neumática     | 6  | \$197.900   | \$1.187.400  |    |
| Escritorio Axis Wengue  | 5  | \$274.900   | \$1.374.500  |    |
| PORTÁTIL ASUS M409D AMD RYZEN 5 RAM 8 GB 256 GB HDD M409D       | 10 | \$2.150.000 | \$21.500.000 |   |
| Aire Acondicionado Minisplit On/Off 12000Btu 115V Blanco Recco  | 4  | \$829.900   | \$3.319.600  |  |
| Ventilador Techo 5 Velocidades Home Elements HEPEP56-B - Blanco | 2  | \$189.240   | \$378.480    |  |

|   |          |                  |                    |   |
|---|----------|------------------|--------------------|---|
| <p>Videocámara Sony Hdr-Cx405 Full Hd 30x Negra</p>                                 | <p>2</p> | <p>\$829.000</p> | <p>\$1.658.000</p> |    |
| <p>KINGJOY Vt-850 Kits de trípode Cámara Trípode Soporte Brazo Soporte flexible</p> | <p>2</p> | <p>\$208.700</p> | <p>\$417.400</p>   |    |
| <p>Luces Para Video Y Fotografía Con 160 Led Y Difusores</p>                        | <p>2</p> | <p>\$175.900</p> | <p>\$351.800</p>   |   |
| <p>Micrófono De Solapa Uhf De 20 Canales Con Transmisor Bodypac</p>                 | <p>2</p> | <p>\$219.999</p> | <p>\$439,998</p>   |  |
| <p>Huion H420 Usb Graphics Drawing Tablet Board Kit</p>                             | <p>2</p> | <p>\$234.249</p> | <p>\$468.498</p>   |  |

Fuente: Elaboración propia

## 4 Módulo organizacional

### 4.1 Naturaleza jurídica

La naturaleza jurídica bajo la cual se constituirá Edutec es la sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), se seleccionó este tipo de naturaleza por su flexibilidad y versatilidad. En primera instancia, porque no requiere de estructuras complejas para su constitución; así mismo, el costo de creación es menor que el de otro tipo de sociedades, porque la ley S.A.S. generó una reducción en el mismo, al evitar llevar la constitución a escritura pública y sólo hacerlo a través de su inscripción en la Cámara de Comercio; lo anterior permite también evitar engorrosos trámites en cualquier tipo de cambio en la sociedad; así mismo se pueden tener diferentes tipos de acciones (Gómez, 2014).

De acuerdo con la (Cámara de Comercio, 2020), los requisitos para constituir una S.A.S. son:

- a. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- b. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- c. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- d. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil,

lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- e. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- f. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

## **4.2 Direccionamiento estratégico**

Desde el punto de vista de (Guerrero & Santacruz, 2016) toda empresa al iniciar sus operaciones debe definir su misión, visión, metas, objetivos, esto es, diseñar un direccionamiento estratégico, que les permitirá transmitir a los miembros de la empresa la identidad y razón de ser de la compañía, como una base que dirija los planes, actividades y las funciones que se desempeñen dentro de ella. Atendiendo estas consideraciones se diseñó el direccionamiento estratégico de Edutec S.A.S, que se muestra en los siguientes epígrafes:

### **4.2.1 Misión**

Edutec S.A.S es una empresa digital que promueve la cualificación de la población monteriana, ofreciendo una modalidad de aprendizaje entretenida, interactiva e innovadora; contamos con personal especializado y orientado a contribuir al desarrollo personal, profesional y laboral de nuestros usuarios.

#### 4.2.2 Visión

La visión de Edutec S.A.S es ser la empresa líder del sector de educación en línea en la región cordobesa, distinguida por la calidad del servicio en sus especialidades formativas; aportando valor y dando respuestas a las distintas necesidades y demandas de la sociedad actual.

#### 4.2.3 Principios Corporativos

Los principios corporativos que dirigen el accionar de Edutec S.A.S son los siguientes:

**Compromiso:** Edutec es una empresa comprometida con la sociedad monteriana, su bienestar y desarrollo personal y profesional, ofreciendo una alternativa de formación con mayor flexibilidad, pero orientada en los más altos estándares de calidad.

**Integridad:** La empresa está conformada por un equipo altamente calificado, íntegro y orientado al servicio al cliente, que da prioridad a sus intereses y necesidades.

**Innovación:** Al encontrarnos en una sociedad disruptiva, la empresa se ha enfocado en ofrecer líneas de formación que otorguen a los usuarios los conocimientos y competencias que les permitan responder asertivamente a un mundo cada vez más innovador.

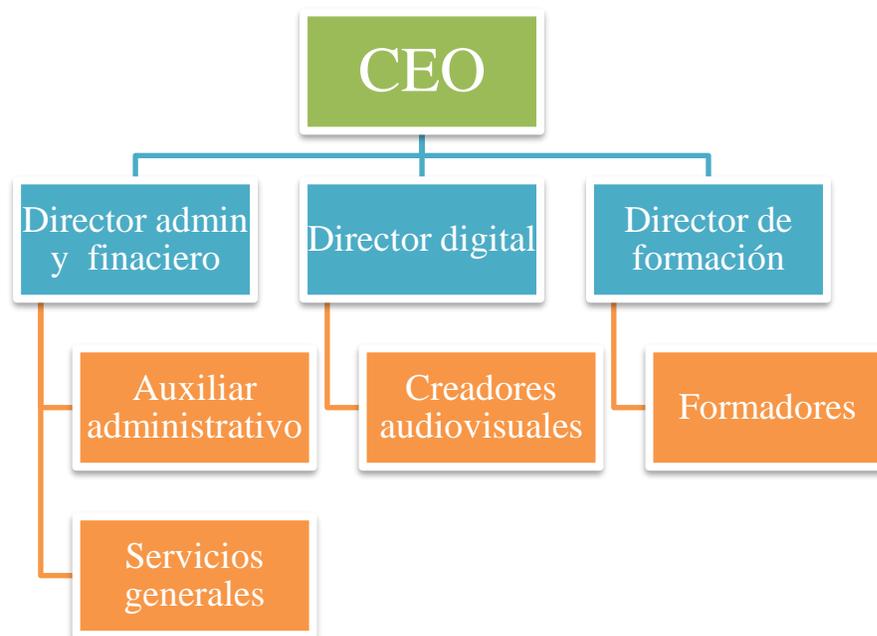
**Responsabilidad:** Edutec se caracteriza por ser una compañía responsable con sus colaboradores, usuarios y la sociedad en general.

**Adaptación al cambio:** la flexibilidad y la adaptación en una sociedad cada vez más disruptiva, permite a la empresa garantizar un permanente aporte de valor.

### 4.3 Organigrama

El organigrama es una representación visual de la estructura de la empresa, que permite reconocer las relaciones que se presentan entre los miembros de la empresa; (Parra & Guerrero, 2015), señalan que este elemento es indispensable para alcanzar la eficiencia de la organización, puesto que permite lograr un ambiente interno adecuado, en el que todos los miembros están informados de las cadenas de mando y podrán desempeñar sus actividades orientados al logro de los objetivos de la empresa. A continuación, se muestra el cronograma de la empresa objeto de estudio de la presente investigación:

*Figura 5 Organigrama*



**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.4 Manual de funciones

Tabla 41 Manual de funciones CEO

| <b>Manual de Funciones</b>  |   |
|---|---|
| <b>Denominación:</b>  | CEO   |
| <b>Área:</b>  | Administrativa  |
| <b>Supervisado por:</b>   | Junta de socios   |
| <b>Supervisa a:</b>   | Todo el personal de la empresa  |
| <b>Número de cargos:</b>  | 1   |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>  |   |
| <b>Formación:</b>   | Máster en Administración  |
| <b>Experiencia:</b>   | Mínimo tres (3) años de experiencia como director ejecutivo de empresas digitales.  |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>  | Innovación, resolución de conflictos, iniciativa, liderazgo comunicación asertiva, habilidades neurolingüísticas, adaptación al cambio, creatividad, disciplina, manejo de tecnologías, toma de decisiones. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>   |   |
| Planear y ejecutar estrategias que permitan cumplir los objetivos de la empresa, aprovechando la transformación digital de la sociedad para alcanzar el crecimiento sostenible de la organización.  |   |
| <b>FUNCIONES</b>  |   |
| <p>Velar por el cumplimiento de los objetivos de la empresa.</p> <p>Planificar estrategias que permitan cumplir los objetivos de la empresa.</p> <p>Formular soluciones innovadoras.</p> <p>Crear un equipo de trabajo eficiente y motivado, orientado a la prestación de un excelente servicio.</p> <p>Coordinar las actividades que desarrolla la empresa.</p> <p>Orientar sus esfuerzos hacia la satisfacción de los clientes.</p> <p>Verificar el cumplimiento de las funciones de los miembros de la empresa.</p> <p>Promover el trabajo en equipo.</p> <p>Mantener a la empresa preparada para la supervivencia a los cambios del entorno.</p> <p>Promover una cultura organizacional sólida.</p> <p>Crear un clima organizacional cálido y agradable.</p> <p>Determinar las estrategias de Marketing digital.</p> <p>Suministrar a los formadores los recursos tecnológicos necesarios para la prestación de un excelente servicio.</p> <p>Presentar informes a la junta de socios de la gestión, logros y el cumplimiento de los objetivos de la empresa.</p> |   |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 42 Manual de funciones director administrativo y financiero

| <b>Manual de Funciones</b>  |   |
|---|---|
| <b>Denominación:</b>  | Director Administrativo y financiero  |
| <b>Área:</b>  | Administrativa  |
| <b>Supervisado por:</b>   | CEO   |
| <b>Supervisa a:</b>   | Auxiliar administrativo   |
| <b>Número de cargos:</b>  | 1   |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>  |   |
| <b>Formación:</b>   | Profesional en Administración Financiera  |
| <b>Experiencia:</b>   | Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.   |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>  | Organización, iniciativa, responsabilidad, habilidades analíticas, trabajo en equipo, adaptación al cambio, habilidades para negociar, integridad, ética, conocimiento en el campo financiero y administrativo. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>   |   |
| Gestionar los recursos financieros de la empresa y hacer una administración eficiente de los mismos; tener una visión global del mercado financiero, que le permita anticiparse a los cambios, definir estrategias y tomar decisiones asertivas.  |   |
| <b>FUNCIONES</b>  |   |
| <p>Coordinar las operaciones administrativas, contables y financieras de la empresa.</p> <p>Determinar las fuentes de financiación de la empresa.</p> <p>Realizar la previsión de pagos y obligaciones de la empresa.</p> <p>Elaborar los presupuestos de la compañía.</p> <p>Administrar los recursos financieros y económicos de la empresa.</p> <p>Elaborar los informes contables, financieros y administrativos.</p> <p>Elaborar un sistema de control de costes.</p> <p>Evaluar las alternativas de inversión de la empresa.</p> <p>Gestionar la liquidez de la empresa.</p> <p>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 43 Manual de funciones auxiliar administrativo

| <b>Manual de Funciones</b>   |   |
|--|---|
| <b>Denominación:</b>   | Auxiliar administrativo   |
| <b>Área:</b>   | Administrativa  |
| <b>Supervisado por:</b>  | Director Administrativo y financiero  |
| <b>Supervisa a:</b>  | Servicios generales   |
| <b>Número de cargos:</b>   | 1   |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>   |   |
| <b>Formación:</b>  | Técnico o tecnólogo en administración financiera, contabilidad o afines   |
| <b>Experiencia:</b>  | Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.   |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>   | Atención al cliente, organización, adaptación al cambio, trabajo en equipo, manejo de sistemas empresariales y tecnológicos, calidez, comunicación asertiva, habilidades de escritura y redacción, manejo de herramientas ofimáticas. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>  |   |
| Brindar apoyo a la dirección administrativa y financiera en el eficiente desarrollo de las actividades administrativas y financieras de la empresa.  |   |
| <b>FUNCIONES</b>   |   |
| <p>Ofrecer servicio de atención al cliente.</p> <p>Gestionar todas las llamadas, correos electrónicos, mensajes vía WhatsApp, redes sociales o página web.</p> <p>Realizar el pago de nómina y documentos de carácter financiero y administrativo.</p> <p>Recibir y archivar los documentos, como recibos de pago, reportes, memos, correspondencia, etc.</p> <p>Coordinar y agendar reuniones de negocios, entrevistas, citas, y demás actividades afines</p> <p>Apoyar a la dirección financiera en la elaboración de informes.</p> <p>Administrar la documentación de la empresa.</p> <p>Registrar los movimientos contables y financieros de la empresa a diario.</p> <p>Resolver cualquier problema o requerimiento administrativo o financiero que se presente en la empresa.</p> <p>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 44 Manual de funciones servicios generales

| <b>Manual de Funciones</b>  |   |
|---|---|
| <b>Denominación:</b>  | Servicios generales   |
| <b>Área:</b>  | Administrativa  |
| <b>Supervisado por:</b>   | Auxiliar Administrativo   |
| <b>Supervisa a:</b>   | Ninguno   |
| <b>Número de cargos:</b>  | 1   |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>  |   |
| <b>Formación:</b>   | Bachiller académico   |
| <b>Experiencia:</b>   | Mínimo un (1) año de experiencia en cargos similares  |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>  | Organización, trabajo en equipo, amabilidad, calidez, puntualidad, higiene, cooperación, responsabilidad. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>   |   |
| Mantener en un estado de organización y limpieza las instalaciones físicas de la empresa.   |   |
| <b>FUNCIONES</b>  |   |
| <p>Proporcionar a las instalaciones internas y externas de la empresa la limpieza y organización necesaria.</p> <p>Aplicar la normatividad sanitaria vigente, para la limpieza y adecuación de la empresa.</p> <p>Mantener los equipos sanitarios en perfectas condiciones y con la dotación necesaria para su funcionamiento.</p> <p>Clasificar la basura, de acuerdo con la administración eficiente de residuos sólidos.</p> <p>Prestar el servicio de cafetería y atención a los miembros de la empresa.</p> <p>Orientar su servicio a la buena presentación de las instalaciones.</p> <p>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 45 Manual de funciones director digital

| <b>Manual de Funciones</b>   |  |
|--|--|
| <b>Denominación:</b>   | Director digital   |
| <b>Área:</b>   | Operativa  |
| <b>Supervisado por:</b>  | CEO  |
| <b>Supervisa a:</b>  | Productores audiovisuales  |
| <b>Número de cargos:</b>   | 1  |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>   |  |
| <b>Formación:</b>  | Ingeniero de sistemas  |
| <b>Experiencia:</b>  | Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.  |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>   | Comunicación asertiva, adaptación al cambio, capacidad de aprendizaje, capacidad de gestión de información, resolución de problemas, iniciativa, competencias digitales. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>  |  |
| Administrar eficientemente los recursos digitales de la empresa.   |  |
| <b>FUNCIONES</b>   |  |
| <p>Ayudar, atender y resolver las consultas e incidencias en el trabajo con la plataforma.</p> <p>Guiar y capacitar a los formadores en la mejor práctica del uso de la plataforma.</p> <p>Gestionar el alta, baja y modificaciones de usuarios.</p> <p>Mantenerse actualizado en las funcionalidades y posibilidades de la plataforma.</p> <p>Administrar las plataformas y redes digitales de la empresa (Facebook, página web, Instagram)</p> <p>Generar reportes, informes y estadísticas.</p> <p>Detección de necesidades de los usuarios que puedan resultar en el agregar recursos, actividades y Plugins.</p> <p>Crear contenido relacionado con las características de la plataforma para que sus usuarios puedan darle un uso eficiente.</p> <p>Dirigir las actividades de los productores audiovisuales.</p> <p>Comunicar las problemáticas, errores y dudas hacia el centro de atención y soporte del software.</p> <p>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.</p> |  |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 46 Manual de funciones creador de contenido audiovisual

| <b>Manual de Funciones</b>   |   |
|--|---|
| <b>Denominación:</b>   | Creador de contenido audiovisual  |
| <b>Área:</b>   | Operativa   |
| <b>Supervisado por:</b>  | Director digital  |
| <b>Supervisa a:</b>  | Ninguno   |
| <b>Número de cargos:</b>   | 2   |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>   |   |
| <b>Formación:</b>  | Fotógrafo profesional   |
| <b>Experiencia:</b>  | Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.   |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>   | Organización, comunicación asertiva, manejo de personal, trabajo en equipo, creatividad, capacidad de planificar y anticiparse, iniciativa, puntualidad, habilidades de producción de contenido digital, conocimientos de diseño y producción audiovisual, conocimientos en social media marketing. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>  |   |
| Crear los contenidos audiovisuales necesarios para la prestación del servicio de formación en línea.   |   |
| <b>FUNCIONES</b>   |   |
| <p>Coordinar las grabaciones de contenidos de formación que requieran material audiovisual.</p> <p>Producir los contenidos que requieran material audiovisual.</p> <p>Crear contenidos atractivos visualmente</p> <p>Coordinar la parte técnica para la grabación de contenidos.</p> <p>Traducir en imágenes los contenidos que aparecen en la pantalla.</p> <p>Hacer uso eficiente de los recursos audiovisuales proporcionados por la empresa.</p> <p>Aprovechar al máximo los recursos audiovisuales disponibles en la empresa.</p> <p>Crear los contenidos digitales para las redes sociales y página web de la empresa.</p> <p>Solucionar las dificultades que se presenten en los módulos de grabación.</p> <p>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 47 Manual de funciones director de formación

| <b>Manual de Funciones</b>  |  |
|---|--|
| <b>Denominación:</b>  | Director de formación  |
| <b>Área:</b>  | Operativa  |
| <b>Supervisado por:</b>   | CEO  |
| <b>Supervisa a:</b>   | Formadores   |
| <b>Número de cargos:</b>  | 1  |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>  |  |
| <b>Formación:</b>   | Especialista en educación  |
| <b>Experiencia:</b>   | Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.  |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>  | Dominio de herramientas tecnológicas, comunicación asertiva, conocimientos pedagógicos, trabajo en equipo, calidez, amabilidad, orientación digital. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>   |  |
| Coordinar las actividades de formación de la empresa.   |  |
| <b>FUNCIONES</b>  |  |
| Reconocer las necesidades formativas de los usuarios del servicio.<br>Diseñar las descripciones de los cursos que serán visualizadas por los interesados en el servicio.<br>Planear en conjunto con los formadores la metodología educativa a utilizar y los contenidos a trabajar.<br>Dirigir a los formadores hacia la prestación de un servicio de calidad.<br>Verificar el cumplimiento de las funciones del personal formador.<br>Liderar los procesos de capacitación de los formadores.<br>Gestionar los recursos necesarios para la elaboración de los contenidos en los distintos programas.<br>Colaborar al equipo directivo en la evaluación de los programas en línea que ofrece la empresa.<br>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato. |  |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 48 Manual de funciones formador

| <b>Manual de Funciones</b>   |   |
|--|---|
| <b>Denominación:</b>   | Formador  |
| <b>Área:</b>   | Operativa   |
| <b>Supervisado por:</b>  | Director de formación   |
| <b>Supervisa a:</b>  | Ninguno   |
| <b>Número de cargos:</b>   | 20  |
| <b>FORMACIÓN Y EXPERIENCIA</b>   |   |
| <b>Formación:</b>  | Título profesional en inglés, Marketing digital, Ingeniero de sistemas, Fotografía, Diseño gráfico.   |
| <b>Experiencia:</b>  | Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.   |
| <b>Competencias y habilidades propias del cargo:</b>   | Pedagogía, orientación digital, capacidad de transmisión de conocimientos, creatividad, innovación, respeto, cordialidad, comunicación asertiva, inteligencia emocional, manejo de personal, compromiso, capacidad de innovación y adaptación de teorías y fundamentos al entorno actual. |
| <b>MISIÓN DEL CARGO</b>  |   |
| Planificar y elaborar estrategias de formación innovadoras, que permitan fortalecer los conocimientos de los usuarios de la plataforma y potenciar sus habilidades en su área de especialidad.   |   |
| <b>FUNCIONES</b>   |   |
| <p>Impartir formación en el área de su especialización.</p> <p>Preparar los contenidos propios de su área de un modo claro y comprensible.</p> <p>Implementar estrategias que garanticen una formación de calidad y dinamicen las actividades de los usuarios.</p> <p>Motivar el aprendizaje de los usuarios.</p> <p>Alimentar la plataforma con los contenidos de su área.</p> <p>Hacer seguimiento constante a la evolución de los usuarios.</p> <p>Diseñar exámenes de evaluación y aprobación de los cursos.</p> <p>Informar las novedades que se presenten con los usuarios.</p> <p>Hacer uso eficiente de los recursos suministrados por la empresa</p> <p>Interactuar con los usuarios de la plataforma y resolver sus dudas e inconvenientes.</p> <p>Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |

**Fuente:** Elaboración propia

## **5 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental**

### **5.1 Social**

(Díaz, 2018), manifiesta que el concepto de impacto social suele emplearse en el terreno corporativo para señalar los efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa; ya que las compañías provocan con su operación cotidiana múltiples consecuencias hacia el entorno donde logran constituirse.

Teniendo en cuenta que la finalidad de la presente propuesta es brindar a la población monteriana un servicio innovador y personalizado; combinando la tendencia actual de la población hacia la adopción de tecnología, con la necesidad de adquirir los conocimientos que les permitan responder acertadamente a los retos que trae consigo la sociedad actual; es posible afirmar que los efectos de la empresa en el ámbito social son positivos, ya que las competencias que podrán adquirir los usuarios, les permitirán reaccionar de manera más informada, con mayor competitividad y aportar soluciones más eficientes y acordes a los problemas que se presenten en el entorno social, económico y laboral; lo que contribuye a construir un capital humano eficiente y facilita la empleabilidad, estando estos dos relacionados de manera directa con la mejora la calidad de vida de la población.

Así mismo, el servicio aumenta la autoestima y realización personal de los usuarios; según lo expuesto por (Hernández O. A., 2004), ambos componentes tienen gran relevancia en las elecciones fundamentales de la persona, que significan el asumir, las direcciones de su vida hacia fines importantes que deben realizar en su proyecto vital; generando la potencialidad de expresarse proactiva y socialmente, en la construcción de proyectos de vida individuales y colectivos para su realización en el sistema de acción social.

## 5.2 Económico

Considerando a (Porto, 2018), el impacto económico, en el marco empresarial alude al efecto que una acción provoca en la situación económica de una persona, comunidad, región, país o el mundo. La empresa actuaría positivamente a través de la creación de nuevas fuentes de empleo para profesionales de distintos ámbitos que no cuentan con un puesto de trabajo en el mercado laboral actual; teniendo presente que la generación de empleo es indispensable para que estos puedan obtener los ingresos necesarios para su subsistencia y la de sus familias.

Por si fuera poco, el mundo laboral moderno y los constantes cambios en el entorno, exigen que cada día las personas estén más preparadas, la fuerte competitividad existente en este mercado, obliga a que la formación complementaria sea cada vez más importante para encontrar un empleo o para permanecer en él; como menciona (Sociedad, 2019), “el mercado laboral actual es tan complejo que ya no vale con disponer de una carrera para acceder a un puesto de trabajo, se demanda un perfil profesional en donde al nivel académico le acompañe una variada y completa formación”; de manera que la creación de empresa permitirá a sus usuarios adquirir formación y aprendizaje en temas de gran utilidad que los harán más competitivos en el mundo laboral y les permitirá aumentar sus ingresos.

Adicionalmente el servicio de formación a través de una plataforma digital, otorgará a sus usuarios el tiempo suficiente para realizar las actividades que consideren necesarias ya sean laborales, personales o económicas; en la medida en que podrán recibir la formación en los periodos que consideren pertinentes, sin tener que dejar de lado sus compromisos y obligaciones; y distribuir su tiempo de forma más adecuada para generar nuevas y mejores fuentes de ingresos.

Igualmente, las empresas del municipio se verán beneficiadas al adquirir un capital humano eficiente, con mayores habilidades y conocimientos; lo que cobra cada vez más importancia, según (Romero, 2010), porque uno de los factores más importantes para que las empresas alcancen mayor competitividad, es mantener un alto nivel de calidad en los productos o servicios que se ofrezcan, lo cual es el resultado de la calidad en los procesos productivos y administrativos que se llevan a cabo dentro de la organización; y estos procesos están relacionados con la eficiencia y calidad del recurso humano.

### **5.3 Ambiental**

El impacto ambiental por su parte es definido por (Orjuela & Sandoval, 2002), como el efecto causado por una actividad humana o empresarial sobre el medio ambiente; el autor agrega que muchas actividades económicas pueden generar una influencia negativa sobre el medio, por lo que lo más pertinente es reconocer el impacto y tratar de minimizarlo. Bajo este argumento, es válido señalar que la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación en cursos técnicos, a través de la metodología e-learning, no genera impacto negativo alguno sobre el medio ambiente; ya que la actividad no involucra procesos de extracción de recursos naturales, disposición inadecuada de residuos, emisión de contaminantes u otra operación que pueda afectar gravemente al medio.

Sin embargo, se plantea la adquisición de una cultura empresarial ambientalmente responsable, centrada en el desarrollo de actividades ecológicas en el municipio de Montería, como la recogida y disposición eficiente de residuos informáticos, para entregarlos a organismos y compañías que puedan reutilizarlos en la producción de nuevos equipos tecnológicos; organización de eventos de manera virtual, para orientar a los usuarios de la empresa hacia el uso eficiente de los recursos y el conocimiento del impacto

negativo que pueden generar sus acciones para el ecosistema en el que interactúan; realizar campañas de reforestación y limpieza de espacios contaminados; entre otros.

## 6 Módulo financiero

De acuerdo con (Ramírez D. , 2000), el estudio financiero se centra en considerar la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos que se generarán a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija, el capital de trabajo, las fuentes de financiamiento para la operación; y la evaluación para conocer la utilidad y la factibilidad de la inversión.

### 6.1 Inversiones fijas

Las inversiones que se muestran en las Tablas 48, 49, 50 y 51, corresponden a la inversión en activos fijos cuyo propósito es proveer a la empresa las condiciones necesarias para llevar a cabo sus actividades; como obras físicas, maquinaria y equipo, equipo de computación y comunicación y muebles y enseres.

*Tabla 49 Inversión en obras físicas*

| <b>Detalle de Inversión</b>    | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo Total</b> | <b>Vida Útil Años</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| Construcciones y edificaciones | 1               | 250.000.000           | 250.000.000        | 45                    |
| <b>Total</b>                   |                 |                       | <b>250.000.000</b> |                       |

**Fuente:** Elaboración propia

A pesar de que el servicio que se pretende ofrecer en el mercado de Montería es en línea, y los usuarios no tendrán que asistir a un espacio físico para recibir su formación, es necesario que la empresa cuente con instalaciones físicas, para que el personal tutor cuente con un espacio apropiado para la preparación de contenidos audiovisuales, para ello se realizará una inversión en construcciones y edificaciones por una suma de \$250.000.000.

*Tabla 50 Inversión en maquinaria y equipo*

| <b>Detalle de Inversión</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo Total</b> | <b>Vida Útil Años</b> |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| Plataforma Moodle           | 1               | 50.000.000            | 50.000.000         | 10                    |
| Software                    | 1               | 10.000.000            | 10.000.000         | 10                    |
| <b>Total</b>                |                 |                       | <b>60.000.000</b>  |                       |

**Fuente:** Elaboración propia

La maquinaria y equipo de la empresa está conformada por la plataforma Moodle y el Software que permitirán la interconexión de la empresa y sus usuarios, la plataforma que se utilizará tendrá capacidad para albergar a 10.000 usuarios, y contará con amplias funcionalidades para facilitar el acceso y la comunicación entre tutores y usuarios.

*Tabla 51 Inversión en equipo de computación y comunicación*

| <b>Detalle de Inversión</b>    | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo Total</b>   | <b>Vida Útil Años</b> |
|--------------------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Computador portátil            | 10              | 2.150.000             | 21.500.000           | 5                     |
| Videocámara Sony Hdr-Cx405     | 2               | 829.000               | 1.658.000            | 5                     |
| Trípode Cámara Trípode Soporte | 2               | 208.700               | 417.400              | 5                     |
| Luces Para Video Y Fotografía  | 2               | 175.900               | 351.800              | 5                     |
| Micrófono De Solapa            | 2               | 219.999               | 439.998              | 5                     |
| Tablero digital                | 2               | 234.249               | 468.498              | 5                     |
| <b>Total</b>                   |                 |                       | <b>\$ 24.835.696</b> |                       |

**Fuente:** Elaboración propia

En esta misma línea, para la creación de materiales de capacitación o contenidos audiovisuales, como videos, grabaciones, fotografías, etc. Para facilitar las instrucciones de los cursos, facilitar los conocimientos y motivar a los usuarios al aprendizaje autónomo; es necesario contar con un equipo de grabación audiovisual como el que se muestra en la tabla anterior.

*Tabla 52 Inversión en muebles y enseres*

| <b>Detalle de Inversión</b>       | <b>Cantidad</b> | <b>Costo Unitario</b> | <b>Costo Total</b> | <b>Vida Útil Años</b> |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| Silla Sala De Espera Tres Puestos | 2               | 280.000               | 560.000            | 10                    |
| Escritorio - Mesa De Juntas       | 1               | 2.400.000             | 2.400.000          | 10                    |
| Sillas para la sala de juntas     | 8               | 130.000               | 1.040.000          | 10                    |
| Silla Escritorio Con Brazos Cuero | 6               | 197.900               | 1.187.400          | 10                    |
| Escritorio Axis Wengue            | 5               | 274.900               | 1.374.500          | 10                    |
| Aire Acondicionado Minisplit      | 4               | 829.900               | 3.319.600          | 10                    |
| Ventilador Techo 5 Velocidades    | 2               | 189.240               | 378.480            | 10                    |
| <b>Total</b>                      |                 |                       | <b>10.259.980</b>  |                       |

**Fuente:** Elaboración propia

En el último rubro de la inversión fija se encuentra el mobiliario que se utilizará para equipar las instalaciones físicas de la empresa, cuya inversión asciende a un total de \$10.259.980.

## **6.2 Inversiones diferidas**

Las inversiones que se muestran a continuación se realizan previamente a la puesta en marcha de las operaciones de la empresa, pues son indispensables para que pueda conformarse, pero no intervienen directamente en la producción; dentro de esta inversión destacan los estudios de factibilidad, licencias, tramites, gastos de montaje y puesta en marcha, etc.

*Tabla 53 Inversión en activos intangibles*

| <b>Detalle de Inversión</b>                   | <b>Costo total</b> |
|---|--------------------|
| Estudio de prefactibilidad                    | 1.000.000          |
| Estudio de factibilidad                       | 2.000.000          |
| Licencias de funcionamiento                   | 4.000.000          |
| Trámites de constitución                      | 1.000.000          |
| Montaje y puesta en marcha                    | 1.500.000          |
| Gastos de organización                        | 1.200.000          |
| Imprevistos                                   | 2.000.000          |
| <b>Total Inversión en Activos Intangibles</b> | <b>12.700.000</b>  |

**Fuente:** Elaboración propia

### 6.3 Distribución de costos

La distribución de costos que se muestra en este apartado del proyecto, considera los desembolsos que deben efectuarse en las diferentes áreas de la empresa, a lo largo del primer año de operación, para que esta pueda llevar a cabo sus actividades en el mercado monteriano.

*Tabla 54 Costo de mano de obra*

| <b>Cargo</b>                  | <b>Remuneración Mensual</b> | <b>Remuneración Actual</b> | <b>Prestaciones Sociales</b> | <b>Costo total</b> |
|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------|
| <b>Mano de Obra Directa</b>   |                             |                            |                              |                    |
| Formadores (20)               | 40.000.000                  | 480.000.000                | 251.184.000                  | 731.184.000        |
| Director de formación         | 3.000.000                   | 36.000.000                 | 18.838.800                   | 54.838.800         |
| Director digital              | 1.800.000                   | 21.600.000                 | 11.303.280                   | 32.903.280         |
| Productores audiovisuales (2) | 3.000.000                   | 36.000.000                 | 18.838.800                   | 54.838.800         |
| <b>Total</b>                  |                             |                            |                              | <b>873.764.880</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

La mano de obra de la empresa está conformada en su totalidad por mano de obra directa, de la cual hacen parte los formadores que se encargarán de crear el contenido formativo e interactuar con los usuarios de la plataforma; el director de formación que es el encargado de dirigir las actividades formativas; el director digital, cuyo propósito es administrar eficientemente la plataforma y garantizar su funcionamiento; y los productores audiovisuales que deben producir los contenidos que requieran material audiovisual; el sobre costo en términos porcentuales para el pago de prestaciones sociales, corresponde al 52,33% de la remuneración anual.



|   |    |           |                   |                   |                   |                   |                   |                    |
|---|----|-----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Escritorio Axis<br>Wengue<br>Aire<br>Acondicionado<br>Minisplit<br>Ventilador<br>Techo 5<br>Velocidades | 10 | 1.374.500 | 137.450           | 137.450           | 137.450           | 137.450           | 137.450           | 687.250            |
| <b>Total</b>  |    |           | <b>17.548.693</b> | <b>17.548.693</b> | <b>17.548.693</b> | <b>17.548.693</b> | <b>17.548.693</b> | <b>257.352.212</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Los activos fijos de la empresa durante los cinco años del horizonte de planeación, incurren en una pérdida de valor equivalente a \$17.548.693 cada año, alcanzando un valor residual para el quinto año de \$257.352.212. El cálculo de estos valores se deriva del costo del activo y la vida útil que posee por su naturaleza.

*Tabla 57 Remuneración al personal administrativo*

| Cargo                              | Remuneración | Remuneración | Prestaciones | Remuneración Total |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|
|                                    | Mensual      | Actual       | Sociales     | Anual              |
| CEO                                | 4.500.000    | 54.000.000   | 28.258.200   | 82.258.200         |
| Director financiero                | 2.500.000    | 30.000.000   | 15.699.000   | 45.699.000         |
| Auxiliar admin                     | 1.400.000    | 16.800.000   | 8.791.440    | 25.591.440         |
| Auxiliar de servicios<br>generales | 1.100.000    | 13.200.000   | 6.907.560    | 20.107.560         |
| <b>Total</b>                       |              |              |              | <b>173.656.200</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla anterior se muestra el gasto de personal en el que incurre la empresa durante el primer año de operación, este gasto está compuesto por el sueldo de los empleados del área administrativa y el sobrecosto en materia de prestaciones sociales (52,33%).

*Tabla 58 Otros gastos administrativos*

| Detalle                       | Costo Mensual | Costo Anual       |
|-------------------------------|---------------|-------------------|
| Elementos de aseo y Cafetería | 500.000       | 6.000.000         |
| Industria y comercio          | 2.000.000     | 24.000.000        |
| Útiles y Papelería            | 700.000       | 8.400.000         |
| <b>Total</b>                  |               | <b>38.400.000</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 59 Gastos de venta

| <b>Detalle</b> | <b>Costo anual</b> | <b>Observación</b>   |
|----------------|--------------------|--|
| Redes Sociales | 21.600.000         | Costos asociados a la publicidad pagada en redes sociales para el posicionamiento de la marca y la difusión de las características y bondades del servicio de formación a través de la metodología e-learning. |
| <b>Total</b>   | <b>21.600.000</b>  |  |

**Fuente:** Elaboración propia

La estrategia de publicidad de la empresa se enfocó en las redes sociales como medio de difusión masivo del servicio, partiendo de que el mercado objetivo de la empresa está compuesto por internautas; esta publicidad en Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Snapchat, genera un costo total anual de \$21.600.000.

Tabla 60 Amortización de gastos diferidos

| <b>Activos</b>              | <b>Plazo de Amortización</b> | <b>Costo</b>      | <b>Valor Anual a Amortizar</b> |                  |                  |                  |                  |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                             |                              |                   | <b>1</b>                       | <b>2</b>         | <b>3</b>         | <b>4</b>         | <b>5</b>         |
| Estudio de prefactibilidad  | 5                            | 1.000.000         | 200.000                        | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          |
| Estudio de factibilidad     | 5                            | 2.000.000         | 400.000                        | 400.000          | 400.000          | 400.000          | 400.000          |
| Licencias de funcionamiento | 5                            | 4.000.000         | 800.000                        | 800.000          | 800.000          | 800.000          | 800.000          |
| Trámites de constitución    | 5                            | 1.000.000         | 200.000                        | 200.000          | 200.000          | 200.000          | 200.000          |
| Montaje y puesta en marcha  | 5                            | 1.500.000         | 300.000                        | 300.000          | 300.000          | 300.000          | 300.000          |
| Gastos de organización      | 5                            | 1.200.000         | 240.000                        | 240.000          | 240.000          | 240.000          | 240.000          |
| Imprevistos                 | 5                            | 2.000.000         | 400.000                        | 400.000          | 400.000          | 400.000          | 400.000          |
| <b>Total preoperativos</b>  |                              | <b>12.700.000</b> | <b>2.540.000</b>               | <b>2.540.000</b> | <b>2.540.000</b> | <b>2.540.000</b> | <b>2.540.000</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

La inversión en activos diferidos que se muestra en la tabla 52, por ser intangibles, están sujetos a amortización y se recuperan a largo plazo; es por ello que en la tabla anterior se amortizaron por un periodo de cinco años.

Tabla 61 Distribución de costos

| Detalle                      | Costos               | Costos Totales     |                    |
|------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|
|                              |                      | Costos Fijos       | Costos Variables   |
| <b>Costos de Producción.</b> |                      |                    |                    |
| M de O. Directa              | 873.764.880          |                    | 873.764.880        |
| Servicios                    | 8.640.000            |                    | 8.640.000          |
| Depreciación                 | 17.548.693           | 17.548.693         |                    |
| <b>SUBTOTAL</b>              | <b>899.953.573</b>   | <b>17.548.693</b>  | <b>882.404.880</b> |
| <b>Gastos de Adm.</b>        |                      |                    |                    |
| Sueldos y Prestac.           | 173.656.200          | 173.656.200        |                    |
| Otros Gast. Adm.             | 38.400.000           | 38.400.000         |                    |
| Amortización.                | 2.540.000            | 2.540.000          |                    |
| <b>SUBTOTAL</b>              | <b>214.596.200</b>   | <b>214.596.200</b> |                    |
| <b>Gastos de ventas</b>      |                      |                    |                    |
| Publicidad                   | 21.600.000           | 21.600.000         |                    |
| <b>SUBTOTAL</b>              | <b>21.600.000</b>    | <b>21.600.000</b>  |                    |
| <b>Total</b>                 | <b>1.136.149.773</b> | <b>253.744.893</b> | <b>882.404.880</b> |

Fuente: Elaboración propia

La distribución de costos que se muestra en la tabla anterior, tomó los valores de las tablas desarrolladas en este epígrafe, para determinar los costos totales de la operación de la empresa; estos costos se categorizaron en fijos y variables, los primeros considerados como los que no dependen de la capacidad de producción, y los segundos los que están directamente relacionados con esta.

#### 6.4 Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es un indicador que se utiliza para conocer las cantidades de producción del bien o servicio que deben ser vendidas, para cubrir los costos totales en los que se incurre, como señala (Garrinson, Noreen, & Brewer, 2007) “se puede definir como el punto en que las ventas totales son iguales a los gastos totales, o como el punto en el que el margen de contribución total es igual al total de los gastos fijos” (p.245). A

continuación, se calcula el punto de equilibrio en cantidad de horas que debe alcanzar la empresa para no generar ni utilidades, ni pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizaron las siguientes ecuaciones:

$$Pe = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

$$Pvu = Cu + \frac{Cu \times M}{1 - m}$$

$$Cvu = \frac{Cv}{Q}$$

$$Cu = \frac{CT}{Q}$$

Dónde:

Pe = Punto de equilibrio

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

CT = Costos Totales

Cf = Costos fijos

Cv = Costos Variables

Q = Cantidad

$$Cu = \frac{1.136.149.773}{480.000}$$

$$Cu = 2.367$$

$$Cvu = \frac{882.404.880}{480.000}$$

$$Cvu = 1.838$$

$$Pvu = 2.367 + \frac{2.367 \times 02}{1 - 0,8}$$

$$Pvu = 2.959$$

$$Pe = \frac{253.744.893}{2.959 - 1.838}$$

$$Pe = 226.481$$

*Tabla 62 Punto de equilibrio*

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| Costo unitario             | 2.367          |
| Costos Totales             | 1.136.149.773  |
| Precio de venta unitario   | 2.959          |
| Costo variable unitario    | 1.838          |
| <b>Punto de Equilibrio</b> | <b>226.481</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

## 6.5 Capital de trabajo

(Rizzo, 2007) señala que el capital de trabajo es la cantidad de activos circulante que requiere la empresa para mantener su ciclo operativo, esto es, el margen de seguridad con el que cuentan las empresas para financiar el giro habitual de su operación.

*Tabla 63 Cálculo del capital de trabajo*

|   |                   |
|---|-------------------|
| Costo de producción - depreciación      | 882.404.880       |
| Gastos de administración - amortización | 212.056.200       |
| Gastos de venta                         | 21.600.000        |
| Costo de operación anual                | 1.116.061.080     |
| Costo de operación diaria               | 3.100.170         |
| Ciclo operativo                         | 30                |
| <b>Inversión en Capital de trabajo</b>  | <b>93.005.090</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

*Tabla 64 Inversión en capital de trabajo*

| Detalle                                  | Años       |                   |                   |                    |                    |
|--|------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
|  | 0          | 1                 | 2                 | 3                  | 4                  |
| Capital de trabajo                       | 93.005.090 | 3.162.173         | 3.269.687         | 3.380.856          | 3.495.805          |
| <b>Valor residual Capital de trabajo</b> |            | <b>96.167.263</b> | <b>99.436.950</b> | <b>102.817.806</b> | <b>106.313.612</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

## 6.6 Flujo neto de inversión

El primer componente del flujo neto de inversiones, es la inversión fija que requiere la empresa para su montaje y operación, en ella se incluyen los activos fijos tangibles como construcciones y edificaciones, maquinaria y equipo, el equipo de computación y comunicación, y los muebles y enseres; y los activos intangibles de la empresa:

*Tabla 65 Programa de inversión fija del proyecto*

| Concepto                       | Años               |   |   |   |   |
|--------------------------------|--------------------|---|---|---|---|
|                                | 1                  | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>Activos fijos tangibles</b> |                    |   |   |   |   |
| Construcciones y edificaciones | 250.000.000        |   |   |   |   |
| Maquinaria y equipo            | 60.000.000         |   |   |   |   |
| Equipo de computación y com.   | 24.835.696         |   |   |   |   |
| Muebles y enseres              | 10.259.980         |   |   |   |   |
| Subtotal                       | 345.095.676        |   |   |   |   |
| <b>Activos Diferidos</b>       |                    |   |   |   |   |
| Gastos Preoperativos           | 12.700.000         |   |   |   |   |
| Subtotal                       | 12.700.000         |   |   |   |   |
| <b>Total Inversión Fija</b>    | <b>357.795.676</b> |   |   |   |   |

**Fuente:** Elaboración propia

Posteriormente se incluye el capital de trabajo requerido para mantener el ciclo operativo de la empresa y sus adiciones año tras año, las proyecciones al capital de trabajo se efectuaron con una tasa de inflación de 3,4%:

*Tabla 66 Programa de inversión*

| Concepto           | 0           | Años      |           |           |           |   |
|--------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---|
|                    |             | 1         | 2         | 3         | 4         | 5 |
| Inversión fija     | 357.795.676 |           |           |           |           |   |
| Capital de trabajo | 93.005.090  | 3.162.173 | 3.269.687 | 3.380.856 | 3.495.805 |   |

**Fuente:** Elaboración propia

En esta misma línea, se debe considerar el valor residual de los activos al finalizar el horizonte de planeación estipulado:

*Tabla 67 Valor residual de activos*

| Detalle                         | Años |   |   |   |                    |
|---------------------------------|------|---|---|---|--------------------|
|                                 | 1    | 2 | 3 | 4 | 5                  |
| Activos de producción           |      |   |   |   | 257.352.212        |
| Vr. Residual Capital de Trabajo |      |   |   |   | 106.313.612        |
| <b>Total Vr. Residual</b>       |      |   |   |   | <b>363.665.824</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Para finalmente calcular los montos totales de inversión desde el año cero hasta el quinto año de estudio (resumiendo las tablas 64,65 y 66):

*Tabla 68 Flujo neto de inversiones*

| Concepto                         | 0 | 1                  | 2                  | 3                  | 4                  | 5                  |
|----------------------------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Inversión fija (357.795.676)     |   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Capital de trabajo (93.005.090)  |   | (3.162.173)        | (3.269.687)        | (3.380.856)        | (3.495.805)        |                    |
| Valor residual                   |   |                    |                    |                    |                    | 363.665.824        |
| <b>Inversiones (450.800.766)</b> |   | <b>(3.162.173)</b> | <b>(3.269.687)</b> | <b>(3.380.856)</b> | <b>(3.495.805)</b> | <b>363.665.824</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

## 6.7 Proyecciones financieras

El siguiente apartado estudia el comportamiento del proyecto durante el horizonte de planeación, con el objetivo de pronosticar los resultados económicos de la empresa durante el periodo señalado y evaluar su factibilidad; para efectuar las proyecciones que se muestran a continuación, se tomaron los valores del primer año de operación y se proyectaron durante cinco años con una tasa de inflación del 3,4% tomada del (Banco Mundial, 2020).

La siguiente tabla considera las ventas absolutas del servicio de formación, cuya cantidad para el primer año es equivalente a 480.000 horas, y las multiplica por el precio de venta (2.959); los años futuros fueron proyectados con el índice de inflación:

*Tabla 69 Presupuesto de ingresos*

| <b>Detalle</b>       | <b>Años</b>          |                      |                      |                      |                      |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                      | <b>1</b>             | <b>2</b>             | <b>3</b>             | <b>4</b>             | <b>5</b>             |
| Ingresos por ventas  | 1.420.187.216        | 1.468.473.581        | 1.518.401.683        | 1.570.027.340        | 1.623.408.270        |
| <b>Total Ingreso</b> | <b>1.420.187.216</b> | <b>1.468.473.581</b> | <b>1.518.401.683</b> | <b>1.570.027.340</b> | <b>1.623.408.270</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

*Tabla 70 Presupuesto de costo de producción*

| <b>Detalle</b>                | <b>Años</b>        |                    |                    |                    |                      |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
|                               | <b>1</b>           | <b>2</b>           | <b>3</b>           | <b>4</b>           | <b>5</b>             |
| Costos directos               |                    |                    |                    |                    |                      |
| Mano de obra directa          | 873.764.880        | 903.472.886        | 934.190.964        | 965.953.457        | 998.795.874          |
| Depreciación                  | 17.548.693         | 17.548.693         | 17.548.693         | 17.548.693         | 17.548.693           |
| <b>Subtotal costo directo</b> | <b>891.313.573</b> | <b>921.021.579</b> | <b>951.739.657</b> | <b>983.502.150</b> | <b>1.016.344.567</b> |
| Gastos generales de fab.      |                    |                    |                    |                    |                      |
| Servicios                     | 8.640.000          | 8.933.760          | 9.237.508          | 9.551.583          | 9.876.337            |
| <b>Subtotal</b>               | <b>8.640.000</b>   | <b>8.933.760</b>   | <b>9.237.508</b>   | <b>9.551.583</b>   | <b>9.876.337</b>     |
| <b>Total</b>                  | <b>899.953.573</b> | <b>929.955.339</b> | <b>960.977.165</b> | <b>993.053.733</b> | <b>1.026.220.904</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 71 Presupuesto de gastos de administración

| Detalle                        | Años               |                    |                    |                    |                    |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                | 1                  | 2                  | 3                  | 4                  | 5                  |
| Sueldos y prestaciones         | 173.656.200        | 179.560.511        | 185.665.568        | 191.978.197        | 198.505.456        |
| Otros gastos de administración | 38.400.000         | 39.705.600         | 41.055.590         | 42.451.480         | 43.894.831         |
| Amortización                   | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          |
| <b>Total</b>                   | <b>209.516.200</b> | <b>216.726.111</b> | <b>224.181.159</b> | <b>231.889.678</b> | <b>239.860.287</b> |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 72 Presupuestos de gastos de venta

| Detalle           | Años              |                   |                   |                   |                   |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                   | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 |
| Marketing digital | 21.600.000        | 22.334.400        | 23.093.770        | 23.878.958        | 24.690.842        |
| <b>Total</b>      | <b>21.600.000</b> | <b>22.334.400</b> | <b>23.093.770</b> | <b>23.878.958</b> | <b>24.690.842</b> |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 73 Presupuesto de costos operacionales

| Detalle                  | Años                 |                      |                      |                      |                      |
|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                          | 1                    | 2                    | 3                    | 4                    | 5                    |
| Costos de producción     | 899.953.573          | 929.955.339          | 960.977.165          | 993.053.733          | 1.026.220.904        |
| Gastos de administración | 209.516.200          | 216.726.111          | 224.181.159          | 231.889.678          | 239.860.287          |
| Gastos de ventas         | 21.600.000           | 22.334.400           | 23.093.770           | 23.878.958           | 24.690.842           |
| <b>Total Cost. Oper.</b> | <b>1.131.069.773</b> | <b>1.169.015.849</b> | <b>1.208.252.093</b> | <b>1.248.822.368</b> | <b>1.290.772.033</b> |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 74 Presupuesto de gastos financieros

| Detalle         | Años              |                   |                   |                   |                   |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                 | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 |
| Abono a capital | 35.129.560        | 39.520.755        | 44.460.849        | 50.018.456        | 56.270.763        |
| Intereses       | 24.813.810        | 20.422.615        | 15.482.520        | 9.924.914         | 3.672.607         |
| <b>Total</b>    | <b>59.943.370</b> | <b>59.943.370</b> | <b>59.943.370</b> | <b>59.943.370</b> | <b>59.943.370</b> |

Fuente: Elaboración propia

Los gastos financieros que se estimaron en la tabla anterior, consolidan los intereses y el abono a capital que deben ser pagados anualmente, por la financiación obtenida en el Banco BBVA (ver tabla 79).

## 6.8 Flujo neto de operación

Tabla 75 Flujo neto de operaciones

| Detalle                     | Años               |                    |                    |                    |                    |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                             | 1                  | 2                  | 3                  | 4                  | 5                  |
| Ingresos operacionales      | 1.420.187.216      | 1.468.473.581      | 1.518.401.683      | 1.570.027.340      | 1.623.408.270      |
| Egresos operacionales       | 1.131.069.773      | 1.169.015.849      | 1.208.252.093      | 1.248.822.368      | 1.290.772.033      |
| Utilidad operacional        | 289.117.443        | 299.457.732        | 310.149.590        | 321.204.972        | 332.636.236        |
| Gastos financieros          | 59.943.370         | 59.943.370         | 59.943.370         | 59.943.370         | 59.943.370         |
| Utilidad antes de impuestos | 229.174.074        | 239.514.362        | 250.206.221        | 261.261.602        | 272.692.867        |
| Impuestos (32%)             | 73.335.704         | 76.644.596         | 80.065.991         | 83.603.713         | 87.261.717         |
| UTILIDAD NETA               | 155.838.370        | 162.869.766        | 170.140.230        | 177.657.890        | 185.431.149        |
| Más depreciación            | 17.548.693         | 17.548.693         | 17.548.693         | 17.548.693         | 17.548.693         |
| Más amortización            | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          |
| <b>Beneficio Neto</b>       | <b>175.927.063</b> | <b>182.958.459</b> | <b>190.228.923</b> | <b>197.746.582</b> | <b>205.519.842</b> |

Fuente: Elaboración propia

El cuadro anterior muestra el beneficio neto obtenido por la prestación del servicio durante el horizonte de planeación; descontando de los ingresos por ventas los costos

operativos, financieros y el impuesto a la renta, y adicionando los gastos por depreciación y amortización de los activos.

## 6.9 Flujo neto del plan de negocios

Tabla 76 Flujo neto del proyecto

| Detalle                  | Años          |             |             |             |             |             |
|--------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                          | 0             | 1           | 2           | 3           | 4           | 5           |
| Flujo neto de inversión. | (450.800.766) | (3.162.173) | (3.269.687) | (3.380.856) | (3.495.805) | 363.665.824 |
| Flujo Neto de Operación. |               | 175.927.063 | 182.958.459 | 190.228.923 | 197.746.582 | 205.519.842 |
| Total Neto del Proyecto  | (450.800.766) | 172.764.890 | 179.688.772 | 186.848.066 | 194.250.777 | 569.185.666 |

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto del proyecto se calculó hallando la diferencia entre el total neto generado (ver tabla 74) y el total neto invertido (ver tabla 67).

## 6.10 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C

Tabla 77 Valor presente neto

|            |                    |
|------------|--------------------|
|            | (450.800.766)      |
|            | 172.764.890        |
|            | 179.688.772        |
|            | 186.848.066        |
|            | 194.250.777        |
|            | 569.185.666        |
| <b>VPN</b> | <b>207.087.086</b> |

Fuente: Elaboración propia

El Valor Presente Neto (VPN) es definida por (Madrigal, 2011), como una técnica de evaluación de proyectos de inversión que calcula el valor presente de un determinado número de flujos de efectivo futuros, para determinar su equivalencia en el periodo cero, este indicador arroja un resultado en unidades monetarias, es decir, corresponde a una medida absoluta. El autor destaca que para su cálculo se debe utilizar una Tasa de

expectativa, conocida generalmente como tasa de descuento, que determina la rentabilidad mínima aceptable por la empresa, por debajo de la cual los proyectos no deben aceptarse, en el proyecto en curso se utilizó una tasa del 20%.

En esta misma línea (Mete, 2014), manifiesta que el criterio de decisión de este indicador es que, si es mayor o igual a cero el proyecto debe ser aceptado, caso contrario se debe rechazar. Ante estas afirmaciones, se considera que la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación a través de la metodología e-learning en el municipio de Montería, es factible, alcanzando un Valor Presente Neto de \$207.087.086.

*Tabla 78 Tasa interna de retorno*

|            |               |
|------------|---------------|
|            | (450.800.766) |
|            | 172.764.890   |
|            | 179.688.772   |
|            | 186.848.066   |
|            | 194.250.777   |
|            | 569.185.666   |
| <b>TIR</b> | <b>38,76%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

La segunda técnica de evaluación utilizada fue la Tasa Interna de Retorno, postulada por (Madrigal, 2011) como un indicador matemático derivado del VPN, la cual evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento, mediante la cual la totalidad de los flujos de caja netos (positivos y/o negativos) y actualizados a valor presente son exactamente iguales a la inversión inicial (negativa). Es decir, la tasa TIR es aquella tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero.

(Madrigal, 2011) hace énfasis en que el criterio de decisión de esta técnica es que para aprobarse el proyecto, debe ser mayor que la tasa de mínima de corte o tasa de descuento, de lo contrario el proyecto se rechaza. En virtud de lo anterior, el actual proyecto es considerado viable y debe ser aceptado, pues el resultado de esta técnica fue de

38,76%, y logra superar una tasa de descuento del 20%, por lo que los ingresos generados cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa.

*Tabla 79 Relación beneficio/costo*

|               |             |
|---------------|-------------|
| 172.764.890   |             |
| 179.688.772   |             |
| 186.848.066   |             |
| 194.250.777   |             |
| 569.185.666   |             |
| 1.302.738.171 | 450.800.766 |
| <b>R B/C</b>  | <b>2,89</b> |

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente se utilizó la Relación Beneficio-Costo que compara directamente, como su nombre lo indica, los beneficios y los costos de un proyecto para definir su viabilidad; como criterio de decisión se tiene que Si B/C es mayor que 1, el proyecto debe ser considerado, porque esto indica que los beneficios son mayores a los costos (ESAN, 2017). El resultado obtenido de 2,89 evidencia que el proyecto también es factible en términos de este indicador, demostrando que por cada costo de 1 peso que se invierta, se obtendrá un beneficio de 1,89 pesos.

## 7 Fuentes de financiación

La inversión inicial para el montaje y operación de la empresa es igual a \$450.800.766; la empresa utilizará como fuentes de financiación una fuente interna denominada aportaciones sociales, y una fuente externa de crédito bancario, cada una de ellas con un porcentaje del 50%. La última fuente señalada corresponde a un crédito obtenido en el Banco BBVA, a una tasa de interés del 12,5% efectivo anual, para ser pagados en un periodo de cinco años, capitalizables mensualmente.

*Tabla 80 Datos*

|                 |              |
|-----------------|--------------|
| <b>Saldo</b>    | 225.400.383  |
| <b>Periodos</b> | 60           |
| <b>Tasa EM</b>  | 0,99%        |
| <b>Cuota</b>    | \$ 4.995.281 |

**Fuente:** Elaboración propia

*Tabla 81 Amortización de la deuda*

| <b>Años</b> | <b>Interés</b> | <b>Cuota</b> | <b>Abono a capital</b> | <b>Saldo</b> |
|-------------|----------------|--------------|------------------------|--------------|
| -           |                |              |                        | 225.400.383  |
| 1           | 2.223.255      | \$ 4.995.281 | \$ 2.772.026           | 222.628.357  |
| 2           | 2.195.913      | \$ 4.995.281 | \$ 2.799.368           | 219.828.989  |
| 3           | 2.168.301      | \$ 4.995.281 | \$ 2.826.980           | 217.002.009  |
| 4           | 2.140.417      | \$ 4.995.281 | \$ 2.854.864           | 214.147.145  |
| 5           | 2.112.258      | \$ 4.995.281 | \$ 2.883.023           | 211.264.122  |
| 6           | 2.083.821      | \$ 4.995.281 | \$ 2.911.460           | 208.352.662  |
| 7           | 2.055.103      | \$ 4.995.281 | \$ 2.940.178           | 205.412.484  |
| 8           | 2.026.103      | \$ 4.995.281 | \$ 2.969.178           | 202.443.306  |
| 9           | 1.996.816      | \$ 4.995.281 | \$ 2.998.465           | 199.444.841  |
| 10          | 1.967.240      | \$ 4.995.281 | \$ 3.028.041           | 196.416.801  |
| 11          | 1.937.373      | \$ 4.995.281 | \$ 3.057.908           | 193.358.893  |
| 12          | 1.907.211      | \$ 4.995.281 | \$ 3.088.070           | 190.270.823  |
| 13          | 1.876.752      | \$ 4.995.281 | \$ 3.118.529           | 187.152.294  |
| 14          | 1.845.992      | \$ 4.995.281 | \$ 3.149.289           | 184.003.005  |
| 15          | 1.814.928      | \$ 4.995.281 | \$ 3.180.352           | 180.822.652  |
| 16          | 1.783.559      | \$ 4.995.281 | \$ 3.211.722           | 177.610.930  |
| 17          | 1.751.880      | \$ 4.995.281 | \$ 3.243.401           | 174.367.529  |
| 18          | 1.719.888      | \$ 4.995.281 | \$ 3.275.393           | 171.092.137  |
| 19          | 1.687.581      | \$ 4.995.281 | \$ 3.307.700           | 167.784.437  |

|    |           |              |              |             |
|----|-----------|--------------|--------------|-------------|
| 20 | 1.654.955 | \$ 4.995.281 | \$ 3.340.325 | 164.444.111 |
| 21 | 1.622.008 | \$ 4.995.281 | \$ 3.373.273 | 161.070.838 |
| 22 | 1.588.735 | \$ 4.995.281 | \$ 3.406.546 | 157.664.293 |
| 23 | 1.555.134 | \$ 4.995.281 | \$ 3.440.146 | 154.224.146 |
| 24 | 1.521.202 | \$ 4.995.281 | \$ 3.474.079 | 150.750.068 |
| 25 | 1.486.935 | \$ 4.995.281 | \$ 3.508.345 | 147.241.722 |
| 26 | 1.452.331 | \$ 4.995.281 | \$ 3.542.950 | 143.698.772 |
| 27 | 1.417.384 | \$ 4.995.281 | \$ 3.577.896 | 140.120.876 |
| 28 | 1.382.094 | \$ 4.995.281 | \$ 3.613.187 | 136.507.689 |
| 29 | 1.346.455 | \$ 4.995.281 | \$ 3.648.826 | 132.858.862 |
| 30 | 1.310.464 | \$ 4.995.281 | \$ 3.684.817 | 129.174.046 |
| 31 | 1.274.119 | \$ 4.995.281 | \$ 3.721.162 | 125.452.883 |
| 32 | 1.237.415 | \$ 4.995.281 | \$ 3.757.866 | 121.695.017 |
| 33 | 1.200.349 | \$ 4.995.281 | \$ 3.794.932 | 117.900.085 |
| 34 | 1.162.917 | \$ 4.995.281 | \$ 3.832.364 | 114.067.721 |
| 35 | 1.125.116 | \$ 4.995.281 | \$ 3.870.165 | 110.197.557 |
| 36 | 1.086.942 | \$ 4.995.281 | \$ 3.908.338 | 106.289.218 |
| 37 | 1.048.392 | \$ 4.995.281 | \$ 3.946.889 | 102.342.330 |
| 38 | 1.009.462 | \$ 4.995.281 | \$ 3.985.819 | 98.356.511  |
| 39 | 970.147   | \$ 4.995.281 | \$ 4.025.133 | 94.331.377  |
| 40 | 930.445   | \$ 4.995.281 | \$ 4.064.836 | 90.266.542  |
| 41 | 890.351   | \$ 4.995.281 | \$ 4.104.929 | 86.161.612  |
| 42 | 849.862   | \$ 4.995.281 | \$ 4.145.419 | 82.016.193  |
| 43 | 808.973   | \$ 4.995.281 | \$ 4.186.307 | 77.829.886  |
| 44 | 767.681   | \$ 4.995.281 | \$ 4.227.599 | 73.602.286  |
| 45 | 725.982   | \$ 4.995.281 | \$ 4.269.299 | 69.332.988  |
| 46 | 683.872   | \$ 4.995.281 | \$ 4.311.409 | 65.021.578  |
| 47 | 641.346   | \$ 4.995.281 | \$ 4.353.935 | 60.667.643  |
| 48 | 598.400   | \$ 4.995.281 | \$ 4.396.881 | 56.270.763  |
| 49 | 555.031   | \$ 4.995.281 | \$ 4.440.250 | 51.830.513  |
| 50 | 511.234   | \$ 4.995.281 | \$ 4.484.046 | 47.346.467  |
| 51 | 467.006   | \$ 4.995.281 | \$ 4.528.275 | 42.818.192  |
| 52 | 422.341   | \$ 4.995.281 | \$ 4.572.940 | 38.245.251  |
| 53 | 377.235   | \$ 4.995.281 | \$ 4.618.046 | 33.627.206  |
| 54 | 331.685   | \$ 4.995.281 | \$ 4.663.596 | 28.963.610  |
| 55 | 285.685   | \$ 4.995.281 | \$ 4.709.596 | 24.254.014  |
| 56 | 239.231   | \$ 4.995.281 | \$ 4.756.049 | 19.497.964  |
| 57 | 192.320   | \$ 4.995.281 | \$ 4.802.961 | 14.695.003  |
| 58 | 144.945   | \$ 4.995.281 | \$ 4.850.335 | 9.844.668   |
| 59 | 97.104    | \$ 4.995.281 | \$ 4.898.177 | 4.946.491   |
| 60 | 48.790    | \$ 4.995.281 | \$ 4.946.491 | - 0         |

**Fuente:** Elaboración propia

## 8 Conclusiones

El estudio de factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación a través de la metodología e-learning en el municipio de Montería, Córdoba, permitió determinar los siguientes hallazgos:

✓ Desde el punto de vista de mercado la empresa que se pretende constituir se considera factible, por existir una demanda insatisfecha de 1.738.119 horas del servicio; con un porcentaje de aceptación por parte de los consumidores del 98%, esto se debe a que la población objetivo considera pertinente ampliar la oferta de servicios de formación en el municipio, manifiestan una tendencia hacia el uso de la tecnología para el desarrollo de sus actividades cotidianas y consideran que el servicio podría ser una forma de acceder al conocimiento de manera más fácil, flexible y a menor costo. Así mismo, la investigación de mercado evidenció que los miembros de la población monteriana que se encuentran en estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6, cuentan en su mayoría con servicio de conexión a internet, así lo aseguró el 99% de la población, y el 1% restante manifiesta que aunque no cuenta con el servicio puede acceder a él desde otros espacios; lo que puede ser interpretado como la oportunidad de suministrar servicios a través de este medio y se convierte en un componente de impulso para la creación de la empresa estudiada.

✓ En lo que respecta al componente técnico de esta investigación, se determinaron los recursos técnicos y tecnológicos necesarios para la operación de la empresa; destacando la importancia del uso de una plataforma Moodle con capacidad de albergar a 10.000 usuarios y con funcionalidades de acceso y flexibilidad para los mismos, esta plataforma permitió determinar un tamaño óptimo de 480.000 horas de formación en los diferentes cursos a ofertar, con lo que se alcanza a cubrir el 27,6% de la demanda insatisfecha.

✓ Uno de los aspectos organizacionales de mayor importancia para la operación de la empresa, es el recurso humano; de ahí que, durante el desarrollo de este epígrafe se destacó la importancia de que este recurso, cuente con competencias y habilidades propias de un mundo innovador, para que se puedan implementar estrategias que garanticen una formación de calidad, dinamicen las actividades de los usuarios, los motiven a participar, fomenten el aprendizaje autónomo y puedan adaptar las bases teóricas a los entornos actuales, para ofrecer escenarios formativos pensados en el futuro. De lo contrario, la empresa tendrá dificultades para establecer y afianzar las relaciones con sus usuarios, y estos sentirán poco o nulo interés de participar en ella.

✓ El módulo de impacto evaluó las implicaciones que la puesta en marcha de la empresa podría generar sobre el municipio de Montería; generando efectos positivos como la participación en la generación de 27 nuevas fuentes de empleo directo, que pueden contribuir económica y socialmente a la mejora de la calidad de vida de la sociedad monteriana; la oferta de servicios que aportan significativamente al crecimiento personal y profesional; y la conformación de una cultura amigable con el medio ambiente.

✓ Finalmente se determinaron los recursos económicos y financieros necesarios para la constitución y puesta en marcha de la empresa, cuyo valor asciende a \$450.800.766, los cuales serán obtenidos el 50% de financiación interna por aportaciones sociales y el 50% de un crédito bancario, obtenido con el Banco BBVA a una tasa de interés del 12,5% efectivo anual, para ser pagados en un periodo de cinco años, capitalizables mensualmente.

Posteriormente se obtuvo el flujo neto del proyecto y se utilizaron las técnicas de evaluación VPN, TIR Y RBC, las cuales determinaron la factibilidad del proyecto desde el punto de vista económico y financiero.

## 9 Recomendaciones

✓ Actualmente existen en el mercado un considerable número de páginas web que ofrecen cursos gratuitos, pero contienen información difusa y publicidad que interrumpe el proceso de aprendizaje, por eso las personas prefieren suscribirse a plataformas privadas, pero estas últimas deben ser diferenciadoras, para permanecer en el mercado digital; de ahí que, se recomienda a la empresa que realice estudios que midan la calidad del servicio, para detectar las funcionalidades que causen desagrado a los usuarios.

✓ La plataforma que se va a utilizar para la prestación del servicio posee capacidad para albergar contenido en la nube en cantidades inimaginables, por lo que se considera pertinente que la empresa aumente su oferta educativa a partir del primer año, y se diseñen nuevos cursos acordes a las tendencias y preferencias de los consumidores, que puedan incentivarlos a participar, llamar su atención y ofrecer los conocimientos y habilidades que demanda el mundo moderno.

✓ Uno de los aspectos fundamentales para la prestación de un excelente servicio es la conformación de un equipo de tutores altamente calificado; en virtud de ello, la selección del personal debe ser muy estricta, centrada en la integración de un equipo que cuente con los conocimientos, competencias, habilidades y actitudes necesarias para ofrecer un servicio innovador, que motive a los usuarios y se centre en sus necesidades.

✓ Como se mencionó con anterioridad la formación a través de la metodología e-learning no se encuentra regulada actualmente por la normatividad colombiana, sin embargo, es necesario que la empresa se mantenga al tanto de lo que surja en materia de legislación; así cuando el gobierno comience a regular esta metodología, pueda cumplir con los requisitos necesarios y no se vea obligado a salir del mercado.

## 10 Bibliografía

- Acosta, C., & Villegas, B. (2013). *Uso de las aulas virtuales bajo la modalidad de aprendizaje dialógico interactivo*. Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda.
- Adam, M. R. (2013). E-learning: características y evaluación. *Ensayos de economía*, 143-159.
- Alcaldía de Montería. (06 de Noviembre de 2018). *Alcaldía de Montería, gobierno de la gente*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Montería:  
<https://www.monteria.gov.co/publicaciones/148/economia/>
- Amaya, L. D., & Vargas, M. H. (2018). *Revisión documental: el estado actual de las investigaciones desarrolladas sobre discriminación a las personas con discapacidad auditiva en países latinoamericanos de habla hispana entre los años 2009 al primer trimestre de 2018*. Soacha, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- ANDI. (2019). *Colombia: Balance 2019 y Perspectivas 2020*. Bogotá, D.C: Asociación Nacional de Industriales.
- Banco Mundial. (2019). *Crecimiento de la población (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW>
- Banco Mundial. (2020). *Inflación, precios al consumidor (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG>
- Cámara de Comercio. (2020). *Sociedad por Acciones Simplificada*. Obtenido de Cámara de Comercio: <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

- Cardoso, C. E. (2018). *Mercado laboral y formación por competencias*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Castro, C. (2016). El fenómeno de la violencia entre iguales en España. Roles, género, edad, actitudes y estrategias de intervención. *Revista Catedra Paralela*, 127-154.
- Cruz, M., Pozo, M., Aushay, H., & Parra, A. (2019). Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil. *e-Ciencias de la Información*, 9(1).
- DANE. (2019). *Indicadores básicos de tenencia y uso de tecnologías de la información y comunicación – TIC en hogares y personas de 5 y más años de edad*. Bogotá, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- DANE. (2020). *Principales resultados censales a nivel nacional, departamental y municipal por área total, cabeceras municipales, centros poblados y rural disperso CNPV 2018*. Bogotá, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.
- Díaz, J. (12 de Enero de 2018). *Cuatro fenómenos sociales que tendrán impacto en la economía*. Obtenido de [www.expansion.com:http://www.expansion.com/economia/2018/06/05/5b0bd915268e3e44068b4587.html](http://www.expansion.com/economia/2018/06/05/5b0bd915268e3e44068b4587.html)
- DNP. (2020). *Ficha técnica de Montería*. Obtenido de Departamento Nacional de Planeación: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/23001>
- ESAN. (24 de Enero de 2017). *El índice beneficio/costo en las finanzas corporativas*. Obtenido de Escuela Superior de Administración y Negocios:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-indice-beneficiocosto-en-las-finanzas-corporativas/>

Fernández, M., Álvarez, Q., & Mariño, R. (2013). E-learning: Otra manera de enseñar y aprender en una Universidad tradicionalmente presencial. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, vol. 17, núm. 3, 273-291.

Flórez, S. Y. (2017). E-learning rompiendo fronteras. *Revista Unidistrital*, 91-100.

Garrinson, R., Noreen, E., & Brewer, P. (2007). *Contabilidad Administrativa (1 Edición)*. México: McGraw-Hill Companies.

Gómez, G. (28 de Julio de 2014). *¿Qué tipo de sociedad escoger?* Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/criterios-para-saber-cual-sociedad-adapta-su-tipo-negocio/199133>

Guerrero, V., & Santacruz, A. (2016). *Estudio de mercados, administrativo y legal, para la constitución de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches (Santander)*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.

Hernández, O. A. (2004). *Autorrealización personal y espiritualidad en las condiciones complejas de la sociedad contemporánea*. La Habana, Cuba: Ponencia Encuentro Educación y Pensamiento-Puerto Rico-2004.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación, Sexta edición*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.

Ledesma, D. (06 de Febrero de 2020). *10 datos estadísticos sobre e-learning que necesitas saber*. Obtenido de IPLACEX: <https://www.iplacex.cl/blog/observatorio/datos-elearning>

Madrigal, R. S. (2011). Técnicas de evaluación de flujos de inversión: Mitos y Realidades. *Ciencias Económicas*, 423-441.

Mendoza, Y. S. (2017). Aprendizaje autónomo y competencias. *Dom. Cien., ISSN: 2477-8818*, 241-253.

Mete, M. R. (2014). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides Et Ratio* (7), 67-85.

MINTIC. (2020). *Guía Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. .

Obtenido de MINTIC:

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=17628>

Montes, S. (09 de Marzo de 2019). *Según el último informe del mercado global de e-learning publicado por Online Business School (OBS), el avance de Colombia en la implementación de este sistema es de 18,6%, cifra que solo es superada por Brasil, cuyo progreso la ubica como la líder en Amé*. Obtenido de La República:

<https://www.larepublica.co/internet-economy/colombia-es-el-segundo-que-mas-avanza-en-e-learning-en-america-latina-2837584>

Orjuela, S., & Sandoval, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Chile: Facultad de ciencias Económicas y Administrativas .

Parra, G. A., & Guerrero, A. E. (2015). *Elaboración de un organigrama, diseño del departamento de gestión de talento humano, así como el levantamiento de procesos, procedimientos y manual de funciones para el conjunto hotelero Chacha Parra, en el periodo noviembre 2014 - marzo 2015* . Cuenca, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.

Porto, J. (10 de Enero de 2018). *Definición de impacto económico*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/impacto-economico/>

- Quiroa, M. (24 de Abril de 2020). *Canal de distribución directo*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion-directo.html>
- Ramírez, D. (2000). *Contabilidad Administrativa. (5ª. Edición)*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Ramírez, M. M., Espinoza, A. B., & Salinas, S. I. (2019). *Las redes sociales como estrategia de marketing digital en las pymes desde la perspectiva de los pequeños empresarios*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Reyes, M. P. (2015). *La encuesta*. CNICM .
- Rizzo, M. M. (2007). El capital de trabajo neto y el valor de las empresas. *Revista EAN No. 61* , 103-122.
- Romero, D. (2010). *Propuesta de automatización de los procesos de verificación y despachos de una empresa panificadora*. Bogotá: Universidad Pontificia Javeriana.
- Rubio, M. (2003). Enfoques y modelos de evaluación del e-learning. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa, vol. 9, n° 2*.
- Salvat, B. (2011). *Evolución y retos de la educación virtual: construyendo el e-learning del siglo XXI*. Barcelona: Editorial UOC. Barcelona: Editorial UOC.
- Santana, M. (18 de Marzo de 2020). *Educación en Colombia: Avances en cobertura y desafíos en calidad*. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/analisis/mauricio-santa-maria---anif-2941063/educacion-en-colombia-avances-en-cobertura-y-desafios-en-calidad-2979408>
- SENA. (29 de Octubre de 2020). *Oferta Educativa*. Obtenido de Sofia Plus: <http://oferta.senasofiaplus.edu.co/sofia-oferta/buscar-oferta-educativa.html>

- Sociedad. (18 de Junio de 2019). *Diario Signo*. Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de Diario Signo: <https://www.diariosigno.com/la-importancia-de-la-formacion-complementaria-a-nivel-educativo-y-profesional/>
- Soengas, X., Vivar, H., & Abuín, N. (2015). Nuevas estrategias de publicidad y marketing para una sociedad hiperconectada. *Telos: Revista de pensamiento sobre comunicación, tecnología y sociedad*, 101-169.
- Torras, M. E. (2018). *Fundamentos y práctica del aprendizaje adaptativo*. Valencia: Universidad Internacional de Valencia.
- UIT. (2019). *Nuevos datos de la UIT indican que, pese a la mayor implantación de Internet la brecha de género digital sigue creciendo*. Ginebra, Suiza: Unión Internacional de Telecomunicaciones. Obtenido de Unión Internacional de Telecomunicaciones: <https://www.itu.int/es/mediacentre/Pages/2019-PR19.aspx>
- Valdez, W. R. (2017). Uso de las plataformas educativas y su impacto. *Revista electrónica de tecnología educativa*, 1-13.
- Valencia, J. C. (2014). *Plan de negocio para la creación de una empresa digital dedicada a la capacitación y certificación online*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Vergara, M. C. (2014). E- learning es la formación que se imparte mediante el uso de las nuevas. *Revista Venezolana de Información de Tecnología y Conocimiento 11 (2)*, 115-125.
- Zamora, M. A. (2014). *Internet*. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

## 11 Anexos

### Anexo 1 Cuestionario

#### NOMBRES Y APELLIDOS:

---

#### Edad:

Entre 15 a 25 años  Entre 26 a 35 años

Entre 36 a 55 años  Más de 56 años

**Género:** Femenino  Masculino

**Escolaridad:** Primaria  Bachiller  Pregrado  Postgrado

Maestría  Ninguno

Estimado participante, la presente es una investigación de campo realizada por estudiantes de la Universidad de Córdoba, el cuestionario tiene como propósito reconocer si existe un número considerable de clientes potenciales del servicio de cursos técnicos a través de la metodología e-learning en el municipio de Montería. Agradecemos su participación, sus respuestas serán confidenciales y no se compartirán con terceros.

#### Por favor seleccione sólo una respuesta marcando con una X

1. ¿Conoce usted qué es un curso virtual?

Si  No

2. ¿Le interesa la formación técnica como mecanismo para ampliar sus oportunidades en el mundo laboral y/o personal?

Si  No

3. ¿Considera oportuno aprovechar las ventajas de la tecnología para realizar actividades que otorguen beneficios a su vida personal y profesional?

Si  No

4. ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?

Si  No

5. ¿Cuenta su hogar con el servicio de conexión a internet?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta 7, si es negativa pase a la pregunta 6.

6. ¿Si en su hogar no cuenta con servicio de conexión a internet, tiene forma de acceder a este servicio en otro lugar diferente a su hogar?

Si  No

Si su respuesta es afirmativa responda por favor: ¿Cuál? Escoja una sola opción.

Café  internet  Un Familiar  Oficina  Universidad  Otro

Si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 16.

7. ¿Qué tipo de actividades realiza con mayor frecuencia a través de este medio (internet)?

Ocio y entretenimiento  Actividades laborales  Actividades de formación

Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Cree que es importante la formación técnica de manera virtual?

Si  No

9. ¿Se ha suscrito en alguna ocasión a plataformas o medios virtuales de formación y aprendizaje?

Si  No

10. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cuál es el nombre de esta plataforma?

Platzi  Coursera  Udemy  Blackboard  Territorium

Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

11. ¿Le gustaría adquirir un servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual?

Si  No

Si la respuesta anterior es afirmativa, responda las preguntas de la 12 a la 15, de lo contrario pase a la pregunta 16.

12. ¿Qué cursos le gustaría que ofertara la plataforma?

Idiomas  Desarrollo web  Diseño gráfico  Audiovisuales y fotografía

Marketing digital  Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

13. ¿Con qué frecuencia considera que podría ingresar a la plataforma, si está interesado en realizar un curso virtual?

Diario  Semanal  Quincenal  Mensual

14. ¿Estaría interesado en realizar cursos virtuales gratuitos?

Si  No

15. Si los cursos virtuales no son gratuitos, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar de manera mensual por este tipo de servicios?

Entre \$40.000 y \$60.000  De \$61.000 a \$80.000  De \$81.000 a \$100.000

Más de \$100.000

16. ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de formación técnica certificada, a través de una plataforma virtual en el municipio de Montería??

Si  No

17. ¿Cuál cree que es el medio más efectivo para dar a conocer este nuevo servicio en Montería??

TV  Radio  Volantes  Redes sociales  Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**Muchas Gracias por su colaboración y tiempo, es de vital importancia esta investigación para tomar decisiones acertadas.**

**Anexo 2 Carta dirigida al SENA**

Montería - Córdoba

Octubre 29 del 2020

Señores: Servicio Nacional de Aprendizaje Sena

Cordial saludo

En esta ocasión nos dirigimos a ustedes con el fin de solicitar muy respetuosamente una información la cual necesitamos para avanzar con el proyecto de trabajo de grado, para optar por el título de **Administradoras En Finanzas Y Negocios Internacionales De La Universidad De Córdoba.**

La solicitud de información requerida se basa en lo siguiente:

El proyecto se titula: **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CURSOS TÉCNICOS A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA E-LEARNING EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA, CÓRDOBA,** para esto requerimos datos sobre la oferta de cursos virtuales que su institución ofrece y qué cantidad de alumnos reciben al año; esto para tener una base o referente con la cual poder realizar la oferta de nuestro proyecto, esperamos puedan brindarnos dicha información la cual no será divulgada y no se compartirá con terceros.

De antemano muchas gracias.

Atentamente,

*Erika Ramos*

Erika Patricia Ramos Mercado

Cc: 1065000613 de Cereté

Celular: 3024074879

Email: [Cederi092421@gmail.com](mailto:Cederi092421@gmail.com)

*Tatiana M Sierra P.*

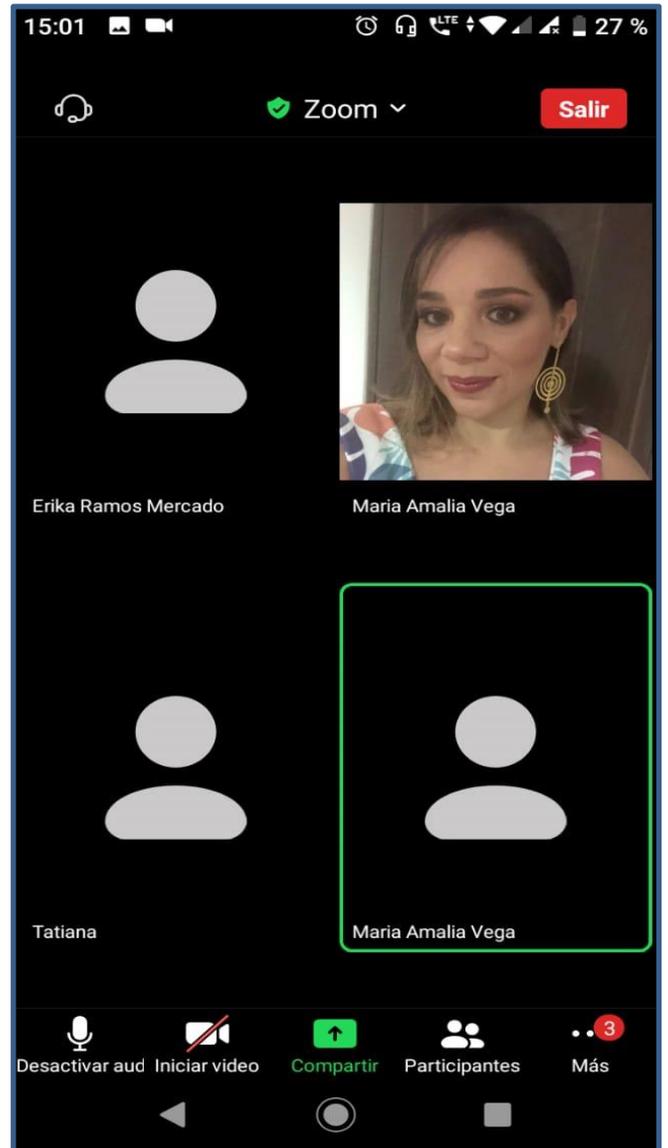
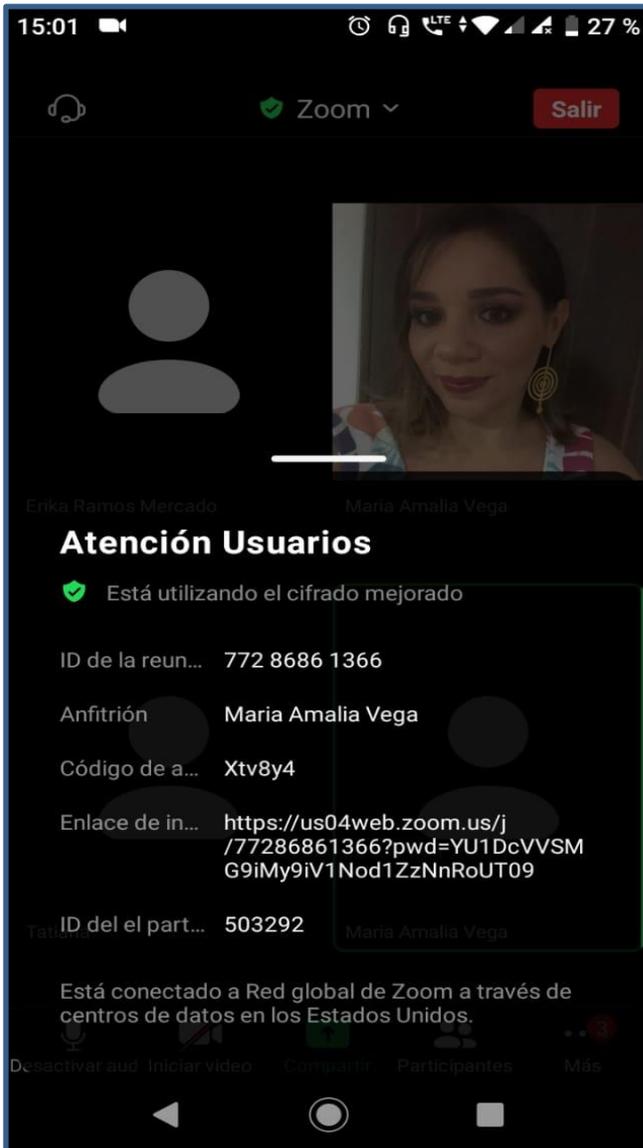
Tatiana María Sierra Pérez

Cc: 1062683019 de Cotorra

Celular: 3219944970

Email: [Taty97sierra@gmail.com](mailto:Taty97sierra@gmail.com)

### Anexo 3 Conferencia con la delegada de la Secretaría de Educación



## Anexo 4 Validación del instrumento

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Montería, septiembre 2020

Cordial saludo.

En esta oportunidad, nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración dada su experiencia y conocimientos en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente cuestionario el cual será aplicado para realizar un trabajo de investigación, titulado **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CURSOS TÉCNICOS A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA E-LEARNING EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA, CÓRDOBA**, para optar por el título **De Administradoras En Finanzas Y Negocios Internacionales** de la **Universidad De Córdoba**.

Para efectuar la validación, usted debe leer atentamente cada enunciado y sus alternativas de respuesta, donde podrá seleccionar los ítems de acuerdo a su apreciación personal, experiencia.

Se agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, congruencia u otro aspecto relevante que considere necesario para mejorar la misma.

Cordialmente

Erika Patricia Ramos Mercado

Tatiana María Sierra Pérez

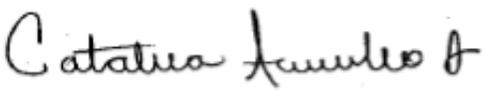
|                          | Regular | Bien | Muy bien | Excelente |
|--------------------------|---------|------|----------|-----------|
| Claridad en la redacción |         |      | x        |           |
| Coherencia interna       |         | x    |          |           |
| Lenguaje adecuado        |         |      |          | x         |
| Mide lo que pretende     |         |      | x        |           |

Cambio en la secuencia de preguntas y algunas correcciones de redacción, pero en general buen trabajo.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado académico: Administradora de negocios, Especialista en mercadeo

Nombres y Apellidos: Catalina Aramburo Isaza

Firma: 

Cedula: 32.184.845

Celular: 313 6464678

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Montería, septiembre 2020

Cordial saludo.

En esta oportunidad, nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración dada su experiencia y conocimientos en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente cuestionario el cual será aplicado para realizar un trabajo de investigación, titulado **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CURSOS TÉCNICOS A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA E-LEARNING EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA, CÓRDOBA**, para optar por el título **De Administradoras En Finanzas Y Negocios Internacionales** de la **Universidad De Córdoba**.

Para efectuar la validación, usted debe leer atentamente cada enunciado y sus alternativas de respuesta, donde podrá seleccionar los ítems de acuerdo a su apreciación personal, experiencia.

Se agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, congruencia u otro aspecto relevante que considere necesario para mejorar la misma.

Cordialmente

Erika Patricia Ramos Mercado

Tatiana María Sierra Pérez

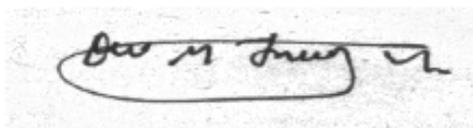
|                                 | <b>Regular</b> | <b>Bien</b> | <b>Muy bien</b> | <b>Excelente</b> |
|---------------------------------|----------------|-------------|-----------------|------------------|
| <b>Claridad en la redacción</b> |                |             | <b>x</b>        |                  |
| <b>Coherencia interna</b>       |                |             | <b>x</b>        |                  |
| <b>Lenguaje adecuado</b>        |                | <b>x</b>    |                 |                  |
| <b>Mide lo que pretende</b>     |                |             | <b>x</b>        |                  |

Muchas gracias por su apoyo.

Grado académico Economista con Maestría en Ciencias Económicas

Actualmente se desempeña Docente catedrático Universidad de Córdoba

**Nombres y Apellidos Orlando Mauricio Lorduy Herrera**



**Firma**

**Cedula 78.713.683**

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Montería, octubre 19 de 2020

Cordial saludo.

En esta oportunidad, nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración dada su experiencia y conocimientos en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente cuestionario el cual será aplicado para realizar un trabajo de investigación, titulado **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CURSOS TÉCNICOS A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA E-LEARNING EN EL MUNICIPIO DE MONTERÍA, CÓRDOBA**, para optar por el título **De Administradoras En Finanzas Y Negocios Internacionales** de la **Universidad De Córdoba**.

Para efectuar la validación, usted debe leer atentamente cada enunciado y sus alternativas de respuesta, donde podrá seleccionar los ítems de acuerdo a su apreciación personal, experiencia.

Se agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, contenido, congruencia u otro aspecto relevante que considere necesario para mejorar la misma.

Cordialmente

Erika Patricia Ramos Mercado

Tatiana María Sierra Pérez

|                          | Regular | Bien | Muy bien | Excelente |
|--------------------------|---------|------|----------|-----------|
| Claridad en la redacción |         |      |          | X         |
| Coherencia interna       |         |      |          | X         |
| Lenguaje adecuado        |         |      |          | X         |
| Mide lo que pretende     |         |      |          | X         |

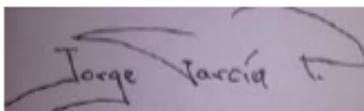
La única sugerencia de mi parte fue (pregunta 10) agregar las plataformas que usan la mayoría de las universidades (Moodle), blackboard y territorium (Esta última es la que usa el SENA y como todos sabemos es la entidad que ofrece la mayor oferta virtual en diferentes modalidades.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado académico

Actualmente se desempeña

**Nombres y Apellidos JORGE RAFAEL GARCÍA PATERNINA**

**Firma** 

**Cedula N°** \_\_\_\_\_

## Anexo 5 Precios de suscripción anual en las Udey, Platzi y Coursera

ufbsupport.udemy.com/hc/es/articles/115010907827-Preguntas-más-frecuentes-acerca-del-plan-Team#:~:text=Tu%20equipo%20podrá%20realizar%20los.en%20concepto...

Udemy for Business > Administrador > Primeros pasos

### Preguntas más frecuentes acerca del plan Team

El plan Team es un modelo de suscripción con autoservicio para la solución para negocios de Udemy, **Udemy for Business**. El Plan para equipos se ha diseñado especialmente para equipos u organizaciones de 5 a 20 personas que necesiten una herramienta de aprendizaje y desarrollo bajo demanda en el entorno de trabajo. Con una suscripción al plan Team, tanto tú como tu equipo podrás acceder a más de 5000 cursos de negocios y técnicos de Udemy con la mejor calificación.

A continuación, incluimos las respuestas a algunas de las preguntas más frecuentes que recibimos sobre el Plan para equipos. Puedes obtener más información sobre nuestro plan Team [aquí](#).

**¿Qué precio tiene?**

El Plan para equipos tiene un precio de 360 USD en concepto de suscripción anual por persona y año y el pago se realiza en su totalidad por adelantado. Es necesario alcanzar un mínimo de 5 usuarios para poder realizar la compra. Esto significa que la compra mínima en este caso será de 1800 USD, más los impuestos aplicables. [Puedes obtener más información aquí](#).

Artículos relacionados

- Cómo añadir más licencias a tu cuenta
- Preguntas más frecuentes acerca de la renovación del plan Team
- Recibos del plan Team
- Importación de cursos de Udemy.com a mi cuenta de Business (solamente para clientes de empresa)
- ¿Puedo fusionar mis cuentas de Udemy.com y de Udemy for Business?

Platzi.com/categorias/marketing/

### Elige un plan y empieza a estudiar

- Precios en pesos colombianos
- Compra segura, protegemos tus datos

Múltiples medios de pago

VISA, AMEX, CLP, PayPal

| Plan    | Precio mensual   | Pago anual  | Ahorros anual       |
|---------|------------------|-------------|---------------------|
| BASIC   | \$109.000 al mes | \$1.308.000 | -                   |
| EXPERT  | \$66.333 al mes  | \$795.990   | \$512.010 vs. Basic |
| EXPERT+ | \$99.167 al mes  | \$1.190.000 | \$118.000 vs. Basic |

Acceso a la Escuela de Negocios

es.coursera.org/courseraplus

Explorar | ¿Qué deseas aprender? | Para Empresas | Para los estudiantes | Inicia Sesión | Únete de forma gratuita

### Coursera PLUS

Acceso ilimitado a #3,000+ cursos, Proyectos guiados, Especializaciones y Certificados profesionales.

**Prueba Coursera Plus** 399 US\$ / year

Garantía de devolución de dinero de 14 días

Activar Windows

## **Anexo 6 Reglamento interno de trabajo**

### **REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO EDUTEC S.A.S**

CAPITULO I ARTÍCULO 1°.- El presente es el reglamento interno de trabajo es prescrito para las oficinas y demás dependencias actualmente existentes y las que posteriormente se instalen, por EDUTEC S.A.S con domicilio en la ciudad de Montería - Córdoba y a sus disposiciones quedan sometidas, tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que, sin embargo, sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPITULO II CONDICIONES DE ADMISION ARTICULO 2°.- Quien aspire a desempeñar un cargo en EDUTEC S.A.S., debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos, advirtiéndole que debe cumplir con los requisitos y el perfil definidos por EDUTEC S.A.S. a) Cédula de ciudadanía. b) Certificado del último patrono con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado. c) Hoja de vida actualizada

NOTA: EDUTEC S.A.S. establecerá procedimientos internos que garanticen la vinculación de personas idóneas para cada cargo. EDUTEC S.A.S., podrá establecer en el Reglamento, además de los documentos mencionados, todos aquellos que considere necesarios para admitir o no admitir al aspirante. Sin embargo, tales exigencias no deben incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas para tal efecto: Así, es prohibida la exigencia de la inclusión de formatos o cartas de solicitud de empleo, la religión que profesan o el partido político al cual pertenezcan..." (art. primero, Ley 13 de 1972); lo mismo que la exigencia de la prueba de gravidez para las mujeres, solo que se trate de actividades catalogadas como de alto riesgo (art.43 C.N.; Art. primero y segundo convenio

No. 111 de la OIT., Resolución número 4050 de 1994 del Ministerio de Trabajo), el examen de SIDA (Artículo 22 decreto reglamentario 559 de 1991), ni la libreta militar (Artículo 111 decreto 2150 de 1995), lo que no obsta para que el trabajador certifique por escrito tener definida su situación militar. PERIODO DE PRUEBA ARTÍCULO 3°.-

EDUTECH S.A.S, una vez admitido el aspirante podrá estipular con él, un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto, apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, la conveniencia de las condiciones de trabajo (Artículo 76 CST).

ARTÍCULO 4°.- El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario, los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo

(Artículo 77, numeral primero, CST). ARTÍCULO 5°.- El periodo de prueba no puede exceder de dos meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un año, el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato (Artículo 7, Ley 50 de 1990). ARTÍCULO 6°.- Durante el periodo de prueba, el contrato puede darse

por terminado unilateralmente en cualquier momento y por cualquiera de las partes, sin previo aviso; sin embargo, si transcurrido el periodo de prueba y el trabajador continúa al servicio del empleador expresa o tácitamente, se considerará regulado por lo estipulado en el contrato. Los trabajadores en periodo de prueba, gozan de todas las prestaciones sociales de ley (Artículo 80 CST). CAPITULO III TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS ARTÍCULO 7°.

Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de EDUTECH S.A.S.

Estos trabajadores tienen derecho, además del salario y demás prestaciones sociales, al descanso remunerado en dominicales y festivos (Artículo 6° CST). CAPITULO IV

HORARIO DE TRABAJO ARTÍCULO 8°.- Las horas de entrada y salida de los trabajadores son Personal administrativo: Días Hora de entrada Hora de salida Descanso 1 De Lunes a Viernes Ocasional Sábados 7:30 am 5:30 pm Almuerzo: 45 minutos Descanso: 15 minutos Personal de atención al público cargo misional: Días Hora de entrada Hora de salida Descanso 1 De lunes a viernes 8.00 am 8.00 pm Almuerzo 90 minutos Descanso 30 minutos Sábado, domingos y festivos 8.00 am 8.00 pm Almuerzo 90 minutos Descanso 30 minutos Personal operativo misional: Días Hora de entrada Hora de salida Descanso 1 De Lunes a Viernes 6:00 am 2:00 pm Descanso: 15 minutos 2:00 pm 10:00 pm 10:00 pm 6:00 am Sábado, domingos y festivos 6:00 am 2:00 pm 2:00 pm 10:00 pm Descanso: 15 minutos

Nota: Sin perjuicio de que se modifiquen o adopten otros horarios de acuerdo con las necesidades del servicio, sin superar la jornada máxima establecida por la Ley, se dará aviso oportuno a los trabajadores y se incorporará si son definitivos, en el presente reglamento. Parágrafo 1: La hora de almuerzo para los diferentes horarios, oscilará entre las 12:30 p.m. y 2:00 p.m. Salvo casos especiales de necesidad para apoyo del servicio o afines. ARTÍCULO 9°.- Cuando la naturaleza de la labor no exija actividad continua y se lleve a cabo por turnos de trabajadores, la duración de la jornada ordinaria puede ampliarse en más de ocho horas, o en más de cuarenta y ocho horas semanales, siempre que el promedio de las horas de trabajo calculado para un período que no exceda de tres semanas, no exceda de ocho horas diarias ni de cuarenta y ocho horas a la semana. Esta aplicación no constituye trabajo suplementario o de horas extras (Artículo 165 CST). Parágrafo 1.

Jornada Especial: Si la empresa establece nuevas actividades en el futuro, podrá acordar con los trabajadores, temporal o indefinidamente, la organización de turnos de trabajo

sucesivos, que permitan operar a la empresa o secciones de la misma, sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no exceda de seis (6) horas al día y treinta y seis (36) horas a la semana; (Artículo 51. Ley 789 de 2002 modificadorio del inciso primero del literal c) Artículo 161 del CST subrogado por el Artículo 20 de la Ley 50 de 1990). Parágrafo 2. El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. Parágrafo 3. En éste, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana, y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, siempre y cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (Artículo 51 de la Ley 789 del 2002) Parágrafo 4. El empleador no podrá, aún con el consentimiento del trabajador, contratarlo para la ejecución de dos (2) turnos en el mismo día, salvo en labores de supervisión, dirección, confianza o manejo (Artículo 20, literal C, Ley 50 de 1990).

**CAPITULO V LAS HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO**

**ARTICULO 10°.** Trabajo ordinario y nocturno. Artículo 25 Ley 789/02 que modificó el Artículo 160 del Código Sustantivo de Trabajo quedará así: 1. Trabajo ordinario es el que se realiza entre las seis horas (6:00 a.m.) y las veintidós horas (10:00 p.m.). 2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintidós horas (10:00 p.m.) y las seis horas (6:00 a.m.).

**ARTICULO 11°.-** Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal (Artículo 159 CST).

**ARTICULO 12°.-** El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del C. S. T., sólo podrá efectuarse en

dos (2) horas diarias y mediante autorización expresa del Ministerio de Trabajo (Art. 47 Decreto 205 de 2003) o de una autoridad delegada por éste. (Artículo primero, Decreto 13 de 1.967). ARTÍCULO 13°.- Tasas y liquidación de recargos. 1. El trabajo nocturno, por el sólo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco (35%) sobre el valor del trabajo diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1.990. 2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno. 3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno. 4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con algún otro (Artículo 24, Ley 50 de 1.990). ARTICULO 14°.- El pago de trabajo suplementario o de horas extras y de recargo por trabajo nocturno, en su caso, se efectuará junto con el período siguiente (Art. 134, ord. 2 del CST). PARAGRAFO: EDUTEC S.A.S., podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno a sus trabajadores, de acuerdo con lo previsto por el Decreto 2352 de 1965. ARTICULO 15°.- EDUTEC S.A.S, no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo que integran el presente capítulo de este Reglamento. PARAGRAFO: En ningún caso las horas extras de trabajo, diurnas o nocturnas, podrán exceder de dos (2) horas diarias y doce (12) semanales. Cuando la jornada de trabajo se amplíe por acuerdo entre empleadores y trabajadores a diez (10) horas días, no se podrá en el mismo día laborar horas extras. (Art. 22 ley 50 de 1990). Descanso en día sábado: pueden repartirse en cuarenta y ocho (48) horas semanales de trabajo ampliando la jornada ordinaria hasta por dos horas, por acuerdo entre las partes, pero con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso durante todo el sábado.

Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras. CAPITULO VI  
DIAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS ARTICULO 16°.- Serán de  
descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como  
tales en nuestra legislación laboral. 1. Todo trabajador tiene derecho al descanso  
remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1 de Enero, 6 de  
Enero, 19 de Marzo, 1 de Mayo, 29 de Junio, 20 de Julio, 7 de Agosto, 15 de Agosto, 12 de  
Octubre, 1 de Noviembre, 11 de Noviembre, 8 y 25 de Diciembre, además de los días  
Jueves y Viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.  
2. Pero el descanso remunerado del seis de enero, diez y nueve de marzo, veintinueve de  
junio, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, once de noviembre,  
Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús, cuando no caigan en día  
lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades  
caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes. 3. Las  
prestaciones y derechos que para el trabajador originen el trabajo en los días festivos, se  
reconocerá en relación al día de descanso remunerado establecido en el inciso anterior.  
(Ley 51 del 22 de diciembre de 1.983). PARAGRAFO 1. Cuando la jornada de trabajo  
convenida por las partes, en días u horas no implique la prestación de servicios en todos los  
días laborables de la semana, el trabajador tendrá derecho a la remuneración del descanso  
dominical en proporción al tiempo laborado (Artículo 26, numeral 5°, Ley 50 de 1.990).  
PARÁGRAFO 2. TRABAJO DOMINICAL Y FESTIVO. Artículo 26 Ley 789/02  
Modificó Artículo 179 del Código Sustantivo de Trabajo. 1. El trabajo en domingo y  
festivos se remunerará con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario  
ordinario en proporción a las horas laboradas. 2. Si el domingo coincide otro día de  
descanso remunerado solo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en

el numeral anterior. 3. Se exceptúa el caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previstas en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990. (Artículo 26 Ley 789 del 2002) Parágrafo 3. El trabajador podrá convenir con el empleador su día de descanso obligatorio el día sábado o domingo, que será reconocido en todos sus aspectos como descanso dominical obligatorio institucionalizado. Interpretese la expresión dominical contenida en el régimen laboral en este sentido exclusivamente para el efecto del descanso obligatorio. Las disposiciones contenidas en los artículos 25 y 26 de la Ley 789 del 2002 se aplazarán en su aplicación frente a los contratos celebrados antes de la vigencia de la presente ley hasta el 1 de abril del año 2003. AVISO SOBRE TRABAJO DOMINICAL. Cuando se tratare de trabajos habituales o permanentes en domingo, el empleador debe fijar en lugar público del establecimiento, con anticipación de doce (12) horas por lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones del servicio no pueden disponer el descanso dominical. En esta relación se incluirán también el día y las horas de descanso compensatorio (Artículo 185 CST). ARTICULO 17°.- El descanso en los días domingos y los demás expresados en el artículo 22 de este reglamento, tiene una duración mínima de 24 horas, salvo la excepción consagrada en el literal c) del artículo 20 de la Ley 50 de 1990 (Artículo 25 de la Ley 50 de 1990). ARTICULO 18°.- Cuando por motivo de fiesta no determinada en la Ley 51 del 22 de diciembre de 1983, EDUTECH S.A.S., suspendiere el trabajo, está obligada a pagarlo como si se hubiere realizado. No está obligada a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión o compensación o estuviere prevista en el reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras. (Artículo 178 CST). VACACIONES REMUNERADAS ARTICULO 19°.- Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince

(15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (Artículo 186, numeral primero, CST). ARTICULO 20°.- La época de las vacaciones debe ser señalada por EDUTECS.A.S., a más tardar dentro del año siguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (Artículo 187 CST). ARTICULO 21°.- Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (Artículo 188 CST). ARTICULO 22°.- Compensación en dinero de las vacaciones. Empleador y trabajador, podrán acordar por escrito, previa solicitud del trabajador, que se pague en dinero hasta la mitad de las vacaciones de acuerdo con el artículo 20 de la ley 1429 de 2.010 que modificó parcialmente el artículo 189 del CST; por acuerdo entre el Empleador y el trabajador, se autoriza la compensación en dinero hasta de la mitad de las vacaciones, previa solicitud escrita del trabajador. Cuando el contrato de trabajo termine sin que el trabajador hubiere disfrutado de las vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año de servicio cumplido y proporcionalmente por fracción de año. La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años cuando se trate de trabajadores técnicos o personal de confianza (Artículo 190 CST). En todo caso, para la compensación de vacaciones se tendrá como base para su liquidación, el último salario devengado por el trabajador (Artículo 189, CST). Cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracción de año. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador (Artículo 189 CST). ARTICULO 23°.- 1. En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son

acumulables. 2° Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos años. 3° La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza, de manejo o de extranjeros que presten sus servicios en lugares distintos de los de la residencia de sus familiares. (Artículo 190 CST). PARAGRAFO: El empleado de manejo que hiciera uso de sus vacaciones, puede dejar un reemplazo, bajo su responsabilidad solidaria y previa aquiescencia de EDUTECH S.A.S., Si este no aceptare el candidato indicado por el trabajador y llamare a otra persona a reemplazarlo, cesa por este hecho, la responsabilidad del trabajador que se ausente en sus vacaciones (Artículo 191 CST). ARTICULO 24°.- Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan. ARTICULO 25°.-, llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas (Decreto 13 de 1.967, artículo 5°). PARAGRAFO 1. En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (artículo tercero, párrafo, Ley 50 de 1.990). PARAGRAFO 2. Para los efectos de disfrute de vacaciones, el día sábado se contabiliza como día no hábil para todos los trabajadores que laboren el día sábado dentro de su jornada de trabajo. PERMISOS ARTICULO 26°.- EDUTECH S.A.S., concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa

aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a EDUTECH S.A.S., y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen su funcionamiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones: - En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir éste, según lo permita las circunstancias. - En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores. - En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se dará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de EDUTECH S.A.S., (Numeral sexto, Artículo 57 CST). Así mismo EDUTECH S.A.S., concederá al trabajador en caso de fallecimiento de su cónyuge, compañero o compañera permanente o de un familiar hasta el grado segundo de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil, una licencia remunerada por luto de cinco (5) días hábiles, cualquiera sea su modalidad de contratación o de vinculación laboral. La grave calamidad doméstica no incluye la licencia por luto que trata este numeral. (Ley 1280 de 2009). La trabajadora que haga uso del descanso remunerado en la época del parto, tomará las 14 semanas de licencia a que tiene derecho de acuerdo a la ley o a las 16 semanas en caso de parto múltiple. El esposo o compañero

permanente tendrá derecho a ocho (8) días hábiles de licencia remunerada de paternidad. Esta licencia remunerada es incompatible con la licencia de calamidad doméstica y en caso de haberse solicitado esta última por el nacimiento del hijo, estos días serán descontados de la licencia remunerada de paternidad. La licencia remunerada de paternidad sólo opera para los hijos nacidos de la cónyuge o de la compañera permanente. En este último caso se requerirán dos (2) años de convivencia. El único soporte válido para el otorgamiento de licencia remunerada de paternidad es el Registro Civil de Nacimiento, el cual deberá presentarse a la EPS a más tardar dentro de los 30 días siguientes a la fecha del nacimiento del menor. La licencia remunerada de paternidad estará a cargo de la EPS, para lo cual se requerirá que el padre haya cotizado como mínimo treinta y seis (36) semanas previas al reconocimiento de la licencia (Ley 755 de 2002, Sentencia C-174 de 2009 y Sentencia C – 663 de 2009.)

**CAPITULO VII SALARIO MINIMO, CONVENCIONAL, LUGAR, DIAS, HORAS DE PAGOS Y PERIODOS QUE LO REGULAN ARTICULO 27°.-** Formas y libertad de estipulación 1. EDUTECH S.A.S., y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales. 2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13,14,16, 21, y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con estas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extra legales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones. 3.

En ningún caso, el salario integral podrá ser inferior al monto de diez (10) salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior a treinta por ciento (30%) de dicha cuantía. El monto del factor prestacional, quedará exento del pago de retención en la fuente y de impuestos. 4. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar, pero la base para efectuar los aportes parafiscales es el setenta por ciento (70%). 5. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (Artículo 18, Ley 50 de 1.990). ARTICULO 28°.- Se denomina jornal el salario estipulado por días y, sueldo, el estipulado con período mayores (Artículo 133 CST). ARTICULO 29°.- Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después que éste cese. (Artículo 138, numeral primero, CST). PERIODOS DE PAGO: El periodo de pago es mes vencido para todo el personal. ARTICULO 30°.- El salario se pagará directamente al trabajador: 1. El salario se pagara quincenalmente. 2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (Artículo 134 CST). ARTICULO 31°.- EDUTEC S.A.S., pagará al trabajador mediante consignación en la cuenta de nómina de éste, el salario correspondiente al trabajo realizado. La empresa no pagará salario en especie. Parágrafo: EDUTEC S.A.S. no tiene establecidas prestaciones adicionales a las previstas en la ley. CAPITULO VIII SERVICIO MEDICO, MEDIDAS DE SEGURIDAD, RIESGOS LABORALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, NORMAS SOBRE LABORES EN ORDEN A LA

**MAYOR HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO ARTICULO**

32°.- Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de seguridad y salud en el trabajo, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador. ARTICULO 33°.- Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por la E.P.S o la A.R.L. a las que estén afiliados y a través de las IPS correspondientes. En caso de no afiliación estarán a cargo del empleador, sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

ARTICULO 34°.- Todo trabajador, desde el mismo día en que se sienta enfermo, deberá comunicarlo al empleador, a su representante, o a quien haga sus veces, el cual hará lo necesario para que sea examinado por el médico correspondiente, a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo, y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse. Si éste no diere aviso dentro del término indicado, o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

Todo trabajador que sufra un accidente de trabajo está en la obligación de dar inmediato aviso al Consorcio o su representante. EDUTECH S.A.S., no es responsable de la agravación que se presente en las lesiones y perturbaciones, por no haber dado el trabajador este aviso o haberlo demorado sin justa causa. (Artículo 221 CST) ARTÍCULO 35°.- Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordenan a EDUTECH S.A.S., en determinados casos. El trabajador que sin justa

causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa. (Artículo 55 Decreto 1295 de 1994). PARAGRAFO 1º: El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro de los programas de seguridad y salud en el trabajo de la respectiva empresa, que le hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como para los servidores públicos, previa autorización de Ministerio de Trabajo (Art. 47 Decreto 205 de 2003), respetando el derecho de defensa (Artículo 91 Decreto 1295 de 1994 y la ley 1562 de 2.012). ARTICULO 36º.- Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general y en particular, a las que ordene la empresa o la ARL, para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo, especialmente para evitar los accidentes de trabajo. ARTICULO 37º.- En caso de accidente de trabajo, el Jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, informando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 y la ley 1562 de 2.012 ante la E.P.S. y la A.R.L. respectivas. ARTICULO 38º.- En caso de accidente no mortal, aún el más leve incidente, el trabajador lo comunicará inmediatamente a EDUTECH S.A.S., a su representante, o a quien haga las veces de jefe de área de Gestión Humana, para que estos procuren los primeros auxilios, provean la asistencia médica y tratamiento oportuno y den cumplimiento a lo previsto por la normatividad legal vigente. El médico

continuará el tratamiento respectivo e indicará las consecuencias del accidente y la fecha en que cesa la incapacidad, si la hubiere. ARTÍCULO 39°.- Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo. , y las entidades administradoras de riesgos laborales, deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales conforme lo exige la legislación de salud ocupacional y seguridad en el trabajo, para lo cual deberán, en cada caso, determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de enfermedad profesional. El Ministerio del Trabajo, establecerá las reglas a las cuales debe sujetarse el procesamiento y remisión de esta información (Artículo 61, Decreto 1295 de 1994 y la ley 1562 de 2.012) ARTICULO 40°.- En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto EDUTEC S.A.S., como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos Laborales del Código Sustantivo del Trabajo, la Resolución No. 1016 de 1.989, expedida por el Ministerio de Trabajo y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera, ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto Ley 1295 de 1994, la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002 y a la ley 1562 de 2.012, del Sistema General de Riesgos laborales, de conformidad a los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas. PARAGRAFO 1°: EDUTEC S.A.S., no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o con culpa grave de la víctima. En este caso, solo estará obligada a prestar los primeros auxilios. Tampoco responderá de la agravación que se presente en las lesiones o perturbaciones causadas por cualquier accidente, por razón de no haber dado el trabajador, el aviso oportuno

correspondiente o haberlo demorado sin justa causa. PARAGRAFO 2º: De todo accidente se llevará registro en libro especial, con indicación de la fecha, hora, sector y circunstancias en que ocurrió, nombre de los testigos presenciales si los hubiere, y un relato sucinto de lo que puedan declarar. CAPITULO IX PRESCRIPCIONES DE ORDEN ARTÍCULO 41º.-

Los trabajadores EDUTEC S.A.S., tienen como deberes los siguientes: a) Respeto y subordinación a los superiores. b) Respeto a sus compañeros de trabajo. c) Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores. d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa. e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible. f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa. g) Ser verídico en todo caso h) Recibir y aceptar las ordenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general. i) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo Jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo y j) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar sus labores, siendo prohibido, salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros. k) Acatar los procedimientos legalmente establecidos en la ejecución de las tareas laborales que realicen. CAPITULO X ORDEN JERARQUICO

ARTÍCULO 42º.- El orden Jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en EDUTEC S.A.S., es el siguiente: 1. Junta Directiva 2. Gerente General 3. Gerente Administrativo ETC PARÁGRAFO: La facultad para imponer sanciones o firmar documentos (contrato, otrosí, etc) está reservada al Gerente General o a quien haga sus veces sin perjuicio de la

delegación que se efectúa a los Gerentes, Jefes y Coordinadores la cual puede ser encomendada de manera verbal por el Gerente General. CAPITULO XI LABORES PROHIBIDAS PARA MUJERES Y MENORES DE 18 AÑOS ARTICULO 43°.- EDUTECH S.A.S., no permitirá por ningún motivo contratar personal menor de 18 años, salvo que por disposición legal o reglamentaria sea necesario vincular personal que aún no haya cumplido la mayoría de edad. Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años y a las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos pigmentos. Las mujeres sin distinción de edad y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleadas en trabajos subterráneos de las minas ni en general trabajar en labores peligrosas, insalubres o que requieran grandes esfuerzos (ordinales 2 y 3 del Artículo 242 del CST) ARTICULO 44°.- Las mujeres y los menores no podrán ser empleados para realizar trabajos que impliquen peligro, que sean nocivos para su salud e integridad física o psicológica, de esta forma no podrán ser empleadas en los trabajos que a continuación se enumeran, por cuanto suponen exposición severa a riesgos para su salud: 1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud. 2. Trabajos en temperaturas anormales, en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación. 3. Trabajos donde se tenga que manipular sustancias radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos x o que impliquen exposiciones a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radiofrecuencia. 4. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje. 5. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes patógenos. 6. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas e inflamables. 7. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, de sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos. 8. Trabajos y

operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas. 9. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad. 10. Las demás que señalen en forma específica los Reglamentos del Ministerio del Trabajo. Los menores no podrán ser empleados en los trabajos que a continuación se enumeran, por cuanto suponen exposición severa a riesgos para su salud o integridad física: 1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud. 2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación. 3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación. 4. Trabajos donde el menor de edad está expuestos a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles. 5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radio frecuencia. 6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje. 7. Trabajos submarinos. 8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos. 9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas. 10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo. 11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, de sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos. 12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares. 13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábrica de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y prensa pesada de metales. 14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas. 15. Trabajos relacionados con cambios, de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros

trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad. 16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras, otras máquinas particularmente peligrosas. 17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima; trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica. 18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas. 19. Trabajos en fábricas en ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos. 20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad. 21. Trabajo en la industria metalúrgica de hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos donde se desprenden vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento. 22. Actividades agrícolas o agro industriales que impliquen alto riesgo para la salud. 23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de Trabajo. PARAGRAFO. Los trabajadores menores de dieciocho (18) años y mayores de catorce (14), que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del Sistema Nacional de Bienestar Familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de Trabajo (Art. 47 Decreto 205 de 2003), o que obtenga el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje, "SENA", podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de Trabajo, pueden ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de las medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Quedan prohibidos a los trabajadores menores de dieciocho (18) años

todo trabajo que afecte su moralidad. En especial les está prohibido el trabajo en casas de lenocinio y demás lugares de diversión donde se consuma bebidas alcohólicas. De igual modo se prohíbe su contratación para la reproducción de escenas pornográficas, muertes violentas, apología del delito u otros semejantes. (Artículo 245 y 246 Decreto 2737 de 1989). Queda prohibido el trabajo nocturno para los trabajadores menores, no obstante, los mayores de dieciséis (16) años y menores de dieciocho (18) años podrán ser autorizados para trabajar hasta las ocho (8) de la noche siempre que no se afecte su asistencia regular en un centro docente, ni implique perjuicio para su salud física o moral (artículo 243 del decreto 2737 de 1989).

**CAPITULO XII OBLIGACIONES ESPECIALES PARA EDUTEC S.A.S. Y LOS TRABAJADORES ARTÍCULO 45°.-** Son obligaciones especiales de EDUTEC S.A.S.,

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 32 de este Reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará

que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurrido cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente. 8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador. Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador, se entienden comprendidos los de familiares que con él convivieren. 9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras y de trabajadores menores que ordena la ley. 10. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo. 11. Conservar el puesto a las empleadas que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o por licencia de enfermedad motivada en el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, éste expire durante los descansos o licencias mencionadas. 12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas. 13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes. 14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, concederá en los términos de ley, las respectivas licencias de paternidad y de luto a sus trabajadores que obtengan este derecho. ARTÍCULO 46°.- Son obligaciones especiales de los trabajadores de EDUTEC S.A.S., 1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta EDUTEC S.A.S., o sus representantes según el orden

jerárquico establecido. 2. No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo o permitir que terceros tengan acceso a información que tenga carácter reservado, especialmente sobre las cosas cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes. 3. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes. 4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros. 5. Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estime conducentes a evitarle daños y perjuicios. 6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminente que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa. 7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidado las instrucciones y ordenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales. 8. Informar al Área de Gestión Humana su domicilio, dirección, teléfono y demás datos de contacto, e informar oportunamente los cambios que al respecto se susciten. 9. Acatar y ejecutar en debida y estricta forma las políticas de seguridad de la información trazadas para EDUTECH S.A.S. 10.- Acatar y ejecutar las políticas de especial custodia y seguridad aplicables a la prestación del servicio a los archivos custodiados y administrados por EDUTECH S.A.S. 11.- A guardar el respeto por la información confidencial que reciba directamente o a través de terceros. 12.- A mantener la información confidencial en estricta reserva y restringir la revelación de la misma, incluso compañeros de trabajo que no tengan la necesidad de conocerla para los propósitos de su trabajo y a suministrar la información a aquellas personas que la requieran para el buen desempeño de las funciones, y solo hasta el límite necesario de su

conocimiento. 13.- A no extraer información de las oficinas de EDUTECH S.A.S., en medios físicos, impresiones, USB, CDS, medios magnéticos, correos electrónicos o por cualquier otro medio conocido o por conocerse. 14.- A abstenerse de llevar o traer sus equipos de cómputo, tabletas y demás medio tecnológicos personales o dispositivos de conexión a internet. ARTÍCULO 47°.- Son también obligaciones de los trabajadores: 1. Cumplir con diligencia, eficiencia y eficacia, las funciones que les sean encomendadas. 2. Dar pleno rendimiento en el desempeño de su trabajo y laborar de manera efectiva la jornada reglamentaria. 3. Someterse a todas las medidas de control que establezca la empresa a fin de obtener la puntual asistencia general y para evitar o descubrir maniobras indebidas que pueda efectuar algún trabajador. 4. Observar estrictamente lo establecido por la empresa en la solicitud de permisos. En cualquier caso, justificar el motivo de su ausencia, dando aviso previo a su jefe inmediato o a quien corresponda allegando la demostración respectiva. 5. Portar en una parte visible el carné de identificación de la empresa, y presentarlo en todas las ocasiones que le sea solicitado por razones de tramitación, informe, o de cualquier control para entrar o salir de alguna dependencia. El carné debe conservar las características conforme fue entregado por la empresa. Por tanto, queda prohibida cualquier adulteración o modificación al mismo. 6. Asistir con puntualidad y aprovechar los cursos especiales de entrenamiento, capacitación o perfeccionamiento, organizados o indicados por la empresa, dentro o fuera de su recinto. 7. Concurrir cumplidamente a las reuniones generales o de grupos organizadas y convocadas por la empresa. 8. Usar de manera adecuada la dotación, vestido de labor, elementos de protección personal y seguridad que le suministre la empresa. 9. Abstenerse de ejecutar cualquier acto u omisión que pueda causar la suspensión o perturbación injustificada del servicio, o que implique abuso o extralimitación en las funciones del cargo, o así mismo el incumplimiento de las obligaciones de EDUTECH S.A.S.

10. Acatar las instrucciones, programas, procedimientos, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados por la empresa en forma general o específica, y que se encuentren dentro de los programas de salud ocupacional (Artículo 91 Decreto 1295 de 1994). 11. Cumplir con los deberes y obligaciones señalados en este reglamento.

#### PROHIBICIONES ESPECIALES PARA EDUTEC S.A.S. Y LOS TRABAJADORES

ARTICULO 48°.- Se prohíbe a EDUTEC S.A.S.: 1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa de estos para cada caso o sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes: a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152, y 400 del Código Sustantivo de Trabajo. b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta de 50% cincuenta por ciento de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en forma y en los casos en que la ley los autorice. c) De acuerdo con la ley 1527 de 2.012, se tendrá en cuenta lo preceptuado en ella en cuanto a órdenes de descuento por libranzas. d) En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en el caso del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo. 2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa. 3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por otro motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de éste. 4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en el ejercicio de su derecho de asociación. 5. Imponer a los trabajadores obligaciones de caracteres religiosos o políticos o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio. 6. Hacer, o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo. 7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios. 8. Emplear en las certificaciones de que trata

el ordinal 7º del artículo 57 del Código Sustantivo de Trabajo signos convencionales que tienden a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de "lista negra", cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio. 9. Cerrar intempestivamente el establecimiento. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones, e indemnizaciones por el lapso que dure cerrado. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de éstos, será imputable a aquel y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores. 10. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto. 11. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (Artículo 59 CST). ARTICULO 49º.- Se prohíbe a los trabajadores de S.A., 1. Sustraer de las instalaciones de la empresa, los útiles de trabajo, las materias primas, insumos, productos elaborados, títulos, valores o documentos, sin permiso de la empresa. 2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o de drogas enervantes, consumirlas o incitarlas a consumir en dicho sitio. 3. Ingresar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo o a lugares externos a éste en actividades organizadas por EDUTEC S.A.S., a excepción de las que, con autorización legal, pueda portar el personal de vigilancia. 4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo. 5. Disminuir dolosa o culposamente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo o

incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas. 6. Hacer colectas, rifas, fondos, cadenas, pirámides y similares en los lugares de trabajo, salvo las actividades con fines sociales o de bienestar programadas por la empresa. 7. Efectuar cualquier clase de propaganda en los lugares de trabajo. 8. Usar los útiles o herramientas suministrados por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado. 9. Fumar en las oficinas o sitios cerrados, salvo en los lugares específicos determinados para este efecto por el empleador. 10. Solicitar o recibir cualquier clase de lucros o dádivas provenientes directa o indirectamente del usuario del servicio o cualquier persona que tenga interés en la gestión. 11. Promover, incitar, organizar y participar en la realización de mítines en las instalaciones de la empresa, dentro o no de su turno de trabajo. 12. Suspender labores para conversar o tratar asuntos ajenos al trabajo, abandonarlo antes de la hora que termina su jornada sin permiso de la empresa o dificultar o impedir el trabajo de otros compañeros. 13. Discutir o promover discusiones dentro de las instalaciones de EDUTECH S.A.S., en horas laborales, sobre asuntos relacionados con política, religión u otro tema, que perturbe el normal funcionamiento de las labores. 14. Vender o comercializar mercancías, loterías, chance, alimentos y/o combustibles u otros objetos, y jugar dinero dentro de las instalaciones de la empresa salvo las actividades de bienestar programadas por la empresa. 15. Dormir en el trabajo. 16. Retirarse del sitio del trabajo sin que haya culminado su respectiva jornada laboral, sin causa justificada a juicio del empleador. 17. Cambiar el turno de trabajo sin autorización previa de la empresa. 18. Realizar cualquier clase o tipo de reuniones en las instalaciones EDUTECH S.A.S., sin previa autorización. 19. Adulterar las tarjetas y/o planillas de control de tiempo de entrada y salida, si las hubiere o el mecanismo dispuesto por la empresa para tal fin, realizar la marcación o registro por otro trabajador, o no realizar la marcación o el registro a la hora de entrada o salida del respectivo turno. 20.

Permanecer en las instalaciones de la empresa en horas distintas a las de su jornada de trabajo sin permiso u orden superior o sin justificación alguna. 21. Entrar a sitios o áreas restringidas, sin autorización. 22. Guardar las herramientas o materiales e implementos de trabajo en lugares distintos a los destinados para el efecto. 23. Dejar de cubrir los materiales o las máquinas al finalizar la jornada de trabajo, con las cubiertas que la empresa destine para ello. 24. Usar o conservar herramientas o equipos que no le hayan sido asignados. 25. Fijar, remover, dañar o distribuir información o material de las carteleras o colocar avisos de cualquier clase dentro de las instalaciones de la empresa, sin previa autorización, o destruir o dañar de cualquier forma las existentes. 26. Hacer afirmación falsa, maliciosa y/o malintencionada sobre EDUTECH S.A.S., sus trabajadores o personal vinculado, productos o servicios. 27. Ejecutar labores remuneradas para terceros, dentro de la jornada laboral, sin autorización de la empresa. 28. Mantener dentro de la empresa y en cualquier cantidad, tóxicos, explosivos, estupefacientes, drogas enervantes o cualquier sustancia o producto semejante. 29. Comer en las horas de trabajo, salvo indicación médica. 30. Solicitar el pago de cuentas, o de planillas de trabajo suplementario, horas extras, dominicales o festivos, recargos nocturnos, o viáticos no causados, que no correspondan a la realidad. 31. Utilizar la papelería y los medios de comunicación de la empresa con fines inapropiados. 32. Destruir, dañar o retirar de los archivos físicos y/o magnéticos, documentos de la empresa o dar a conocer cualquier información contenida en ellos, sin autorización expresa de la misma. 33. Distribuir periódicos, volantes, circulares o documentos semejantes no ordenados o autorizados por la empresa. 34. Fijar papeles y carteles o escribir en muros internos o externos de la empresa sin previa autorización. 35. Transportar en los vehículos de la empresa, personas u objetos ajenos a EDUTECH S.A.S., sin previa autorización. 36. Manejar vehículos de la empresa o contratados por esta o puestos a su servicio sin licencia

de conducción y otros documentos vencidos, o con obligaciones pendientes por pagar por concepto de multas o comparendos. 37. Permitir que los vehículos de la empresa sean maniobrados o conducidos por personas diferentes al respectivo conductor. 38. Por razones de seguridad, introducir en, y/o dejar o retirar bienes muebles de las instalaciones de la empresa o de los parqueaderos habilitados por esta. En aquellos sitios donde esta situación se permita, se deberá revelar el contenido y cumplir el procedimiento correspondiente. 39. Permitir que otro trabajador o que un extraño use su carné de identificación o usar un carné ajeno. 40. Permitir que personas ajenas a EDUTECH S.A.S., utilicen la dotación o el vestido de labor, entregado por la empresa. 41. Comprar o vender a sus compañeros de trabajo la dotación, el vestido de labor, los elementos de protección personal, los útiles e implementos de oficina y demás suministros que provea la empresa. 42. Haber presentado cualquier documento o información falsa, enmendada o no ceñida a la estricta verdad, para la admisión a la empresa, o en oportunidad posterior. 43. Confiar a otro trabajador, sin la autorización correspondiente, la ejecución del propio trabajo, instrumentos y elementos de la empresa. 44. El empleo o uso de los medios informáticos que en razón de la labor, hayan sido puestos en su conocimiento, custodia, administración o uso, absteniéndose en especial de: a. Realizar actividades criminales. b. Realizar negocios personales. c. Obtener acceso no autorizado. d. Diseminar cadenas de mensajes no autorizados. e. Transmitir mensajes amenazantes. f. Usar cualquiera de los medios informáticos, y en especial el correo electrónico de la empresa para distribuir, ver, bajar, almacenar, guardar o reenviar material que contenga información sexualmente explícita o material ofensivo. g. Distribuir de manera no autorizada documentos internos de la empresa. h. Divulgar, información de la empresa que no sea verídica o que tenga carácter reservado o confidencial que no permita su libre circulación. 45. Las demás que resulten de la naturaleza misma del contrato y de las

disposiciones legales vigentes, de este mismo reglamento y de los diversos estatutos y normas de la empresa. 46. Hacer uso del teléfono celular durante la jornada laboral (personal de atención al cliente) 47. Cumplir con el manual de procedimientos y responsabilidades del cargo asignado 48. Respetar y acatar el reglamento interno de trabajo de la usuaria y usar adecuadamente y en divida forma los elementos de protección personal entregados por la usuaria. CAPITULO XIII ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS ARTICULO 50°.- Las sanciones establecidas en EDUTECH S.A.S., son y no podrán imponer a sus trabajadores sanciones diferentes: 1.- Llamado de atención verbal 2.- Llamado de atención escrito. 3.- Llamado de atención escrito con copia a la hoja de vida. 4.- Suspensión al trabajo, la primera hasta por 8 días y la segunda hasta por dos meses ARTICULO 51°.- Se establecen las siguientes clases de faltas leves y sus sanciones disciplinarias, así: a) El retardo o la ausencia injustificada, el no presentarse al trabajo durante su jornada o cuando así lo solicite el empleador, el engaño, la mentira en cualquiera de sus formas, la disculpa, el uso inadecuado de los insumos o útiles de trabajo, la imprudencia, la imprevisión, implican por primera vez, el uso de cualquiera de las sanciones previstas en el artículo anterior debidamente calificadas por los responsables de imponerlas. b) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias. ARTICULO 52°.- Constituyen faltas graves: Además de las justas causales de terminación del contrato de trabajo, señaladas en el Artículo 62 de CST. (D.L. 2351/65 Artículo 7°) se tendrán en cuenta entre otras las siguientes: 1.- Omitir la aplicación de los procedimientos internos de la empresa. 2.- Omitir requisitos prescritos por la empresa, o en la legislación vigente regulatoria de los servicios de registro distrital concesionados o exigir requisitos no prescritos por la misma o la normatividad aplicable, cuando en razón del cargo, esté obligado a exigirlos o a aplicarlos. 3.- Transgredir las prohibiciones señaladas

en el Artículo 49 num. 44 del Reglamento Interno de Trabajo. 4.- El empleo o uso de bienes de propiedad de EDUTEC S.A.S., o con los que éste tenga en virtud de contrato o convenio, en provecho del trabajador o en favor de terceros sin que medie autorización expresa del empleador. 5.- El empleo, uso o divulgación de procesos o aplicaciones industriales o comerciales de propiedad de EDUTEC S.A.S., sin autorización de este, en provecho de sí o de terceros, de los que tenga conocimiento el trabajador, por razón de su cargo, oficio o profesión y que deban permanecer en reserva durante la vigencia del contrato de trabajo. 6.- El empleo, uso o divulgación de información, en provecho propio o de terceros que haya conocido en el desarrollo de su vínculo contractual con EDUTEC S.A.S., y que no sea objeto de conocimiento público. En especial de la información obrante en los registros custodiados y administrados por EDUTEC S.A.S. sin que medie autorización expresa del empleador, de la ley, del concedente o de quien haga sus veces; o violando el procedimiento interno aplicable para la atención del servicio público concesionado. 7.- El abuso del cargo o la extralimitación de funciones por parte del trabajador, constriñendo o induciendo a otra persona a dar o prometer al trabajador o a un tercero, dinero o cualquier dádiva para retardar, omitir o agilizar un acto propio de su cargo o para violar el procedimiento interno aplicable para la atención del servicio público concesionado. 8.- Retardar la atención de solicitudes de trámite u órdenes judiciales con término perentorio sin excusa suficiente, cuando en razón del cargo deba estar obligado a ejecutarlos, en especial, cuando cause perjuicio de consideración a la empresa o al servicio concesionado. 9.- Causar perjuicio de consideración a la empresa cuando en uso de los sistemas informáticos, infrinja las prohibiciones señaladas en el Artículo 49 núm. 44 del Reglamento Interno de Trabajo. 10.- Extender documento público o privado a nombre de la empresa, utilizando el nombre, logotipo o cualquier documento, asociado a la prestación

del servicio, o de propiedad de la empresa, consignando una falsedad. 11.- Adulterar, modificar o suprimir documento público o privado de propiedad de EDUTECH S.A.S., o relacionado con las actividades del cargo. 12.- La falta total al trabajo o ausencia injustificada durante uno o más días o turnos, sin excusa suficiente. Parágrafo 1: Además de la imposición de multas, EDUTECH S.A.S., puede abstenerse de efectuar el pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar. El valor de las multas se consignará en cuenta especial para destinarse a premios, regalos o a actividades de bienestar para los trabajadores que cumplan sus obligaciones. Las multas no podrán exceder del valor de la quinta parte del salario de un día. PROCEDIMIENTOS PARA COMPROBACION DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACION DE LAS SANCIONES DISCIPLINARIAS ARTICULO 53.- Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador enviará una comunicación al trabajador donde se le fórmulan los cargos por cualquier conducta disciplinaria debidamente establecida en la ley, el contrato, el reglamento interno de trabajo, los protocolos, normas, circulares y procedimientos internos o cualquier perjuicio económico causado y derivado de su conducta o si se prefiere se le compartirán de manera verbal el día de la diligencia. ARTICULO 54.- Los cargos se le explicaran al empleado teniendo en cuenta detallar de manera clara, expresa y concisa, las conductas que alteraron el orden laboral, las mismas que deben estar escritas en el reglamento interno de trabajo o los demás instrumentos citados en el artículo anterior, adjuntando las pruebas que existan como fundamento a la diligencia y el tiempo que la empresa dará para que el trabajador se presente o conteste si es escrito, indicándole que puede adjuntar las pruebas que considere necesarias para debatir el cargo fórmulado con el objeto de garantizar la legitima defensa y el debido proceso. ARTICULO 55.- Si la complejidad de las pruebas así lo amerite, el empleador ampliara más el plazo de respuesta para permitir no solo su mejor comprensión

de los hechos, sino de elaborar las pruebas conducentes. Así mismo el trabajador podrá solicitar suspender la diligencia o acordar el plazo con el empleador para establecer y materializar el concepto de la legítima defensa sin que este se convierta en un elemento de dilación de la audiencia. ARTÍCULO 56.- No existe tiempo legal para ningún evento de los tratados en los artículos anteriores. Solo será la prudencia la que recomiende la agilización del mismo procedimiento. ARTICULO 57.- Fin del proceso y la imposición de la sanción: Una vez terminada la audiencia o las audiencias, el empleador, teniendo en cuenta todo lo actuado, tomara la decisión de sancionar o no al trabajador, citando muy claramente las normas violadas, teniendo en cuenta que la sanción debe ser proporcional al perjuicio causado y tener en cuenta el historial del trabajador y su antigüedad. ARTÍCULO 58.- En caso que la audiencia pueda finalizar con la terminación del contrato con justa causa, se le debe advertir en la carta de terminación del mismo, que el trabajador que se sienta vulnerado en sus derechos, podrá acudir a la jurisdicción laboral con el fin de impugnar la decisión del empleador. ARTICULO 59.- No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (Artículo 115 CST). ARTÍCULO 60.-: Es competencia de la persona encargada, centralizar las investigaciones disciplinarias que tengan lugar en EDUTEC S.A.S., impulsando su realización y dando traslado de las mismas al gerente administrativo de EDUTEC S.A.S. como instancia competente para la decisión de la procedencia o no de la imposición de sanciones ARTÍCULO 57-: EDUTEC S.A.S., a través de la persona autorizada para hacer los descargos o en su defecto el Gerente General recomendará la imposición de sanciones disciplinarias y correctivos laborales en aquellos casos cuyo conocimiento haya logrado de acuerdo con sus funciones de seguimiento y control de las actividades críticas de la empresa y de velar por el cumplimiento de las normas establecidas y publicadas al interior

de la empresa. ARTÍCULO 58-: Es competencia de la persona encargada, centralizar las investigaciones disciplinarias que tengan lugar en EDUTEC S.A.S., impulsando su realización y dando traslado de las mismas a la gerencia como instancia competente para la decisión de la procedencia o no de la imposición de sanciones. ARTÍCULO 59-:

Corresponderá a la Gerencia administrativa convocar al trabajador a rendir sus respectivos descargos. En todo caso, el Gerente General de EDUTEC S.A.S., podrá adelantar, por sí mismo, la investigación de los hechos constitutivos de faltas disciplinarias y/o incumplimiento de obligaciones contractuales a cargo del personal vinculado a EDUTEC S.A.S., así como decidir la procedencia o no de sanción. CAPITULO XIV RECLAMOS

#### PERSONAS ANTE QUIENES DEBE PRESENTARSE Y SU TRAMITACION

ARTICULO 60°.- Los reclamos de los trabajadores se presentarán ante los Gerentes de área; o ante quien sea designado por la empresa, estudiando y resolviendo la situación con justicia y equidad. ARTICULO 61°.- Se deja claramente establecido que para efectos de los reclamos que tengan que ver con cualquiera de las estipulaciones de la Ley 1010 de 2.006 sobre acoso laboral, deberán tramitarse ante el respectivo comité de convivencia laboral de EDUTEC S.A.S. CAPITULO XV MECANISMO DE PREVENCION DEL ACOSO

LABORAL Y PROCEDIMIENTO INTERNO DE SOLUCION ARTICULO 62°.- Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por EDUTEC S.A.S., constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva connivente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidación, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo. ARTICULO 63°.- En desarrollo del propósito a que se refiere el artículo anterior, EDUTEC S.A.S., ha previsto los siguientes mecanismos: 1. Información a los trabajadores sobre la ley 1010 de 2006, que

incluya campañas de divulgación preventiva, conversatorios y capacitaciones sobre el contenido de dicha ley, particularmente en relación con las conductas que constituyen acoso laboral, las que no, las circunstancias agravantes, las conductas atenuantes y el tratamiento sancionatorio. 2. Espacios para el dialogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior de la empresa. 3. Diseño y aplicación de actividades con la participación de los trabajadores, a fin de: a. Establecer, mediante la construcción conjunta, valores y hábitos que promuevan vida laboral conviviente. b. Formular las recomendaciones constructivas a que hubiere lugar en relación con situaciones empresariales que pudieran afectar el cumplimiento de tales valores y hábitos. c. Examinar conductas específicas que pudieren configurar acoso laboral u otros hostigamientos en la empresa, que afecten la dignidad de las recomendaciones correspondientes. 4. Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere EDUTECH S.A.S., para desarrollar el propósito previsto en el artículo anterior.

ARTÍCULO 64°.- Para los efectos relacionados con la búsqueda de solución de las conductas de acoso laboral, se establece el siguiente procedimiento interno con el cual se pretende desarrollar las características de confidencialidad, efectividad y naturaleza conciliatoria señaladas por la ley para este procedimiento. 1. EDUTECH S.A.S., tendrá un comité, integrado en forma bipartita, por un representante de los trabajadores y un representante de EDUTECH S.A.S., con sus respectivos suplentes. Este comité se denominará Comité de Convivencia Laboral. 2. El comité de convivencia laboral realizara las siguientes funciones: (Res: 652 de 2.012) a. Recibir y dar trámite a las quejas presentadas en las que se describan situaciones que puedan constituir acoso laboral, así como las pruebas que las soportan. b. Examinar de manera confidencial los casos

específicos o puntuales en los que se formule queja o reclamo, que pudieran tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral, al interior de la entidad pública o empresa privada. c. Escuchar a las partes involucradas de manera individual sobre los hechos que dieron lugar a la queja. d. Adelantar reuniones con el fin de crear un espacio de diálogo entre las partes involucradas, promoviendo compromisos mutuos para llegar a una solución efectiva de las controversias. e. Formular un plan de mejora concertado entre las partes, para construir, renovar y promover la convivencia laboral, garantizando en todos los casos el principio de la confidencialidad. f. Hacer seguimiento a los compromisos adquiridos por las partes involucradas en la queja, verificando su cumplimiento de acuerdo con lo pactado. g. En aquellos casos en que no se llegue a un acuerdo entre las partes, no se cumplan las recomendaciones formuladas o la conducta persista, el Comité de Convivencia Laboral, deberá remitir la queja a la Procuraduría General de la Nación, tratándose del sector público. En el sector privado, el Comité informará a la alta dirección de la empresa, cerrará el caso y el trabajador puede presentar la queja ante el inspector de trabajo o demandar ante el juez competente. h. Presentar a la alta dirección de la entidad pública o la empresa privada las recomendaciones para el desarrollo efectivo de las medidas preventivas y correctivas del acoso laboral, así como el informe anual de resultados de la gestión del comité de convivencia laboral y los informes requeridos por los organismos de control. i. Hacer seguimiento al cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Convivencia a las dependencias de gestión del recurso humano y salud ocupacional de las empresas e instituciones públicas y privadas. j. Elaborar informes trimestrales sobre la gestión del Comité que incluya estadísticas de las quejas, seguimiento de los casos y recomendaciones, los cuales serán presentados a la alta dirección de la entidad pública o empresa privada. 3. Este comité se reunirá de manera ordinaria por lo menos una vez cada

tres meses y extraordinaria cuando así lo determinen sus integrantes o cuando le remitan una queja para su estudio. Designará un presidente y un secretario ante quien podrá presentarse las solicitudes de evaluación de situaciones eventualmente con figurantes de acoso laboral con destino al análisis que debe hacer el comité, así como las sugerencias que a través del comité realizaren los miembros de la comunidad empresarial para el mejoramiento de la vida laboral. 4. Recibidas las solicitudes para evaluar posibles situaciones de acoso laboral, el comité en la sesión respectiva las examinará, escuchando, si a ello hubiere lugar, a las personas involucradas; construirá con tales personas la recuperación de tejido conviviente, si fuere necesario; formulará las recomendaciones que estime indispensables y, en casos especiales promoverá entre los involucrados compromisos de convivencia. 5. Si como resultado de la actuación del comité, este considerare prudente adoptar medidas disciplinarias, dará traslado de las recomendaciones y sugerencias a los funcionarios o trabajadores competentes de la empresa, para que adelanten los procedimientos que correspondan de acuerdo con lo establecido para estos casos en la ley y en el presente reglamento. 6. En todo caso, el procedimiento preventivo interno consagrado en este artículo, no impide o afecta el derecho de quien se considere víctima de acoso laboral para adelantar las acciones administrativas y judiciales establecidas para el efecto en la Ley 1010 de 2006 y sus decretos o resoluciones reglamentarios

**CAPITULO XVI PRUEBA DE ALCOHOLEMIA ARTÍCULO 65.-**  
Ningún trabajador podrá presentarse a laborar mediante el efecto de bebidas alcohólicas, enervantes o estupefacientes, pues de hacerlo, se considera una falta grave. **ARTÍCULO 66.-** Ningún trabajador podrá negarse a practicar la prueba de alcoholemia cuando su superior o jefe la solicite. En caso que el empleado se niegue a practicar dicha prueba se puede considerar causal de terminación del contrato de trabajo por justa causa. **ARTÍCULO**

67.- La empresa podrá hacer uso de dispositivos técnicos para determinar el estado de embriaguez de sus empleados, con el fin de permitir y preservar la seguridad industrial y prevenir situaciones de riesgo de las personas, los bienes y el mismo trabajador afectado. En caso que el dispositivo técnico pueda presentar alguna falla o el empleado así lo considere, se tendrán en cuenta otros elementos indicativos de tal estado, como, entre otros, el comportamiento distorsionado, la falta de motricidad, la falta de coordinación y el alto aliento alcohólico, que pueden ser apercibidos fácilmente, sin necesidad de prueba técnica alguna.

**CAPITULO XVII TELETRABAJO ARTICULO 68.-** El teletrabajo es una modalidad de trabajo que se viene implementando desde el año 2009 en algunas empresas del sector privado después del ingreso de la ley 1221 de 2008 en la cual se aclara la modalidad de teletrabajo que podrá manejarse y el alcance que el mismo debe tener para poder ser aplicado así: “El teletrabajo puede revestir una de las siguientes formas: • Autónomos son aquellos que utilizan su propio domicilio o un lugar escogido para desarrollar su actividad profesional, puede ser una pequeña oficina, un local comercial. En este tipo se encuentran las personas que trabajan siempre fuera de la empresa y sólo acuden a la oficina en algunas ocasiones. • Móviles son aquellos teletrabajadores que no tienen un lugar de trabajo establecido y cuyas herramientas primordiales para desarrollar sus actividades profesionales son las Tecnologías de la Información y la comunicación, en dispositivos móviles. • Suplementarios, son aquellos teletrabajadores que laboran dos o tres días a la semana en su casa y el resto del tiempo lo hacen en una oficina. • Teletrabajador. Persona que desempeña actividades laborales a través de tecnologías de la información y la comunicación por fuera de la empresa a la que presta sus servicios.”

**CAPITULO XVIII DISPOSICIONES FINALES ARTICULO 69°.-** Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha,

haya tenido EDUTECH S.A.S. CAPITULO XIX CLAUSULAS INEFICACES ARTICULO

70°.- No producirá ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (Artículo 109

CST). CAPITULO XX PUBLICACIONES ARTICULO 71°.- Superado el trámite del artículo 17 de la ley 1429 de 2.010 el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos.

CAPITULO XXI VIGENCIA ARTICULO 72°.- El presente Reglamento entrará a regir de inmediato, acatando las disposiciones legales y en especial las contempladas en el artículo 17 de la ley 1429 de 2.010.