

**Viabilidad para la creación de una agencia de asesoramiento de estudiantes en
Bucaramanga con destino a Australia**

Jhomaira Durán Castro

I.D: 000159828

Universidad Pontificia Bolivariana

Facultad de Ingeniería Industrial

Bucaramanga- Colombia

2018

**Viabilidad para la creación de una agencia de asesoramiento de estudiantes en
Bucaramanga con destino a Australia**

Jhomaira Durán Castro

I.D: 000159828

Dr. Reinaldo Arenas Fajardo

Director de trabajo de grado

Trabajo de grado como requisito para optar al título de Ingeniera Industrial

Universidad Pontificia Bolivariana

Facultad de Ingeniería Industrial

Bucaramanga- Colombia

2018

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, octubre de 2018

Agradecimientos

El autor expresa su agradecimiento a:

A Dios por darme esta oportunidad de crecimiento profesional.

A mí querida familia quien me brindó su apoyo incondicional.

A los docentes por su infinita paciencia y conocimiento transmitido.

A la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) por la oportunidad ofrecida a través de éste proceso académico en el que se cristaliza mi formación profesional.

Esta tesis es el fruto de la constancia como estudiante dentro de un proceso de enseñanza y aprendizaje orientado por el Dr. Reinaldo Arenas Fajardo, quien con su amplio conocimiento fue la guía constante en este complejo proceso.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado con amor a mi Dios supremo dador de todas las cosas, merecedor de toda honra y toda gloria.

A MI MADRE: Omaira Castro Delgado, por tu amor, por tu paciencia, tu dedicación y esfuerzo constante para que yo logre cada una de mis metas, por fomentar en mi ideales y principios morales, las palabras no me alcanzan para agradecer todo tu amor, apoyándome en los momentos buenos y malos, sin ti esto no hubiera sido posible.

A MI PADRE: Víctor Manuel Durán, por ser un padre ejemplar, el que todo hijo desea, papi gracias por enseñarme el valor y lo que significa esfuerzo para lograr un objetivo, por ser mi ejemplo de que con dedicación y empeño todo es posible, gracias por tu apoyo y por ser mi soporte en este camino.

A MI HERMANA: Katya Isabel, por ser mi apoyo incondicional y ser mi voz de aliento para que siga adelante con mis proyectos, por siempre creer en mi capacidad de conseguir esta anhelada meta.

Glosario

A continuación, se describen términos y abreviaturas del proyecto. El servicio público australiano usa los acrónimos para definir algunos términos del ámbito educacional donde sus definiciones no son exhaustivas ni legalmente precisas.

AEI: Australian Education International: AEI lidera la política estratégica, la regulación y la participación de gobierno a gobierno en el sector educativo internacional.

ANAO: Oficina Nacional de Auditoría de Australia: la ANAO lleva a cabo auditorías de desempeño y auditorías de estados financieros de los organismos del sector público de la Commonwealth y proporciona informes independientes y asesoramiento al Parlamento, el gobierno y la comunidad.

AQF: El Marco de Cualificaciones de Australia: un marco nacional de calidad garantizado de las calificaciones en la escuela, la educación y formación profesional (EFP) y los sectores de educación superior en Australia.

AUSAID: Agencia Australiana para el Desarrollo Internacional: la agencia gubernamental australiana responsable de gestionar el programa de ayuda exterior de Australia.

BRIDGING VISA: Visa temporal que proporciona a los no ciudadanos estatus legal y evita que sean detenidos mientras tienen negocios con el departamento o los tribunales con respecto a un asunto departamental.

CHEQUE INTERNACIONAL: Verifique que el estudiante tenga que comprar en un banco local en su país, cuando el estudiante esté solicitando fuera de la costa (en el extranjero), para una visa de estudiante.

CRICOS: Registro de Instituciones y Cursos de la Commonwealth para Estudiantes Extranjeros: una base de datos de más de 1,200 instituciones educativas australianas.

Cualquier institución educativa que recluta, inscribe o enseña a estudiantes extranjeros debe estar registrada en CRICOS.

CoE: Confirmación de inscripción: emitida por un proveedor a un estudiante como una oferta de inscripción en un curso específico. Almacenado electrónicamente en PRISMS y notificado a DIAC. Un CoE es un requisito previo para la concesión de una visa de estudiante.

DEEWR: Departamento de Educación, Empleo y Relaciones Laborales: la principal agencia gubernamental que brinda liderazgo nacional en educación y capacitación en el lugar de trabajo, transición al trabajo y condiciones y valores en el lugar de trabajo.

DIAC: Departamento de Inmigración y Ciudadanía: administra el proceso de visa para las personas que desean visitar, trabajar, estudiar o vivir en Australia. Término / abreviación

Descripción

Doctorado en Filosofía: Un título universitario superior otorgado para investigación original en diversos temas.

ELICOS: Cursos intensivos de inglés para estudiantes extranjeros: los programas ELICOS están diseñados para estudiantes que requieren capacitación en inglés antes de comenzar estudios formales en Australia.

eVisa: es un servicio de alojamiento de visas en línea o visa electrónica.

HDR: Grado más alto por investigación: un máster por investigación o un doctorado (PhD)

IELTS: Sistema Internacional de Evaluación del Idioma Inglés: una de las pruebas aceptadas por DIAC para evaluar el nivel de dominio del idioma inglés de los solicitantes en relación con su nivel de evaluación y el sector educativo del estudio.

Ley ESOS: Ley de servicios educativos para estudiantes extranjeros: protege a los estudiantes extranjeros que vienen a Australia con visas de estudiantes y establece roles y responsabilidades claros para las instituciones educativas que desean enseñar a estudiantes extranjeros.

Lista de Ocupaciones Calificadas de SOL: La lista identifica las ocupaciones que son de gran valor y ayudarán a satisfacer las necesidades a mediano y largo plazo de la economía australiana.

NEAS: Esquema de Acreditación Nacional de Aprendizaje del Idioma Inglés (ELT). NEAS establece estándares de calidad en la provisión de programas ELT y servicios relacionados y proporciona un juicio profesional sobre si los centros ELT se reúnen y continúan cumpliendo con esos estándares.

NCN: aviso de incumplimiento. Este es un registro interno del sistema informático del DIAC de un cambio en las circunstancias del alumno que se genera automáticamente mediante informes recibidos de proveedores de educación a través de PRISMS.

Nivel de evaluación AL: a cada país, en cada sector educativo, se le asigna una AL que se basa en el riesgo de inmigración calculado que representan los estudiantes de ese país que estudian en ese sector educativo.

OHSC: Cobertura médica para estudiantes en el extranjero requerida por el gobierno australiano para estudiantes internacionales que vayan a solicitar / extender la visa. Se debe proporcionar para obtener la visa. Y la duración debe ser para el período de los estudios más dos meses adicionales.

PRISMAS: Registro de Proveedores y Sistema de Gestión de Estudiantes Internacionales. Este es un sistema informático desarrollado por DEEWR en asociación con DIAC con el fin de recibir y almacenar información sobre estudiantes extranjeros.

PROVEEDOR: Proveedor de educación para estudiantes internacionales según la Ley ESOS.

PV: visa de protección. Esta visa forma la parte terrestre del Programa Humanitario de Australia y ofrece protección a las personas en Australia que cumplen con las obligaciones de protección de Australia en virtud de la Convención de Refugiados.

PVA: evaluación previa a la visa. Este es un acuerdo que se aplica a los solicitantes de visa de estudiante de alto riesgo en alta mar que realizan su solicitud inicial de visa por escrito (en lugar de hacerlo electrónicamente a través de eVisa). Les da una indicación, pero no un compromiso, sobre si su aplicación final puede tener éxito.

TI: tecnología de la información: el uso de computadoras y software para administrar la información.

Contenido

	Pág.
RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO.....	18
GENERAL SUMMARY OF GRADE WORK	19
Introducción	20
1. Planteamiento del problema	22
1.1 Descripción del problema.....	22
1.2 Formulación del problema	24
1.3 Alcance Investigativo.....	24
2. Justificación.....	27
3. Objetivos.....	29
3.1. Objetivo general.....	29
3.2 Objetivos específicos.....	29
4. Marco referencial	31
4.1 Antecedentes	31
<i>4.1.1 Antecedentes internacionales.....</i>	<i>31</i>
<i>4.1.2 Antecedentes nacionales</i>	<i>32</i>
<i>4.1.3 Antecedentes locales</i>	<i>34</i>
<i>4.1.4 Estado del arte</i>	<i>34</i>
4.2 Marco teórico.....	36
<i>4.2.1 Acerca de Australia.....</i>	<i>36</i>
<i>4.2.2 Descripción del sistema educativo.....</i>	<i>39</i>
<i>4.2.3 Proceso de aplicación a la visa australiana.....</i>	<i>40</i>
<i>4.2.4 Visado</i>	<i>41</i>

4.2.5 Rol de las agencias de educación australianas	41
4.2.6 Servicios de una agencia de educación	42
4.3 Marco conceptual	43
4.3.1 Plan de negocios	43
4.3.3 Estudio técnico económico y financiero.....	45
4.3.4 Estudio administrativo	46
4.3.5 Estudio ambiental.....	47
4.3.6 Estudio legal y organizacional.....	47
4.3.7 Implementación o fase operativa	49
5. Metodología	50
5.1 Diseño metodológico	50
5.2 Fuentes de información	50
5.2.1 Fuentes primarias	51
5.2.2 Fuentes secundarias	51
5.3 Tipo de la investigación	51
5.4 Hipótesis.....	51
5.5 Muestra	52
5.6 Criterios de inclusión.....	53
5.7 Criterios de exclusión	54
5.8 Técnicas de investigación.....	54
5.9 Instrumentos de recolección de la información	55
5.10 Análisis de los datos.....	55
6. Resultados.....	56
6.1 Estudio de mercado	56
6.1.1 Descripción del servicio	56

6.1.2 Mercado potencial.....	56
6.1.3 Resultados de las encuestas.....	61
6.1.4 Cuantificación de la demanda y proyección.....	67
6.1.5 Competencia	68
6.1.6 Estrategia de promoción y publicidad.....	70
6.2 Estudio técnico.....	74
6.2.1 Tamaño y capacidad del proyecto	74
6.2.2 Distribución de planta.....	75
6.2.3 Localización.....	76
6.2.4 Equipamiento.....	79
6.3 Estudio administrativo	79
6.3.1 Análisis organizacional.....	79
6.3.2 Análisis del recurso humano y administración del personal.....	82
6.4 Estudio legal.....	83
6.4.1 Requerimientos para la creación de la empresa.....	83
6.4.2 Normas y regulaciones.....	84
6.5 Estudio financiero.....	86
6.5.1 Inversión.....	86
6.5.2 Ventas	87
6.5.3 Costos.....	89
6.5.4 Margen de contribución.....	90
6.5.5 Punto de equilibrio.....	91
6.5.6 Estado de cuentas y resultados.....	92
6.5.7 Política de cartera	95
6.5.8 Flujo de fondos	95

<i>6.5.9 Balance general</i>	97
<i>6.5.10 Concepto de viabilidad</i>	99
6.6 Estudio social	100
7. Conclusiones	102
Referencias	104
Apéndices	107

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Visas otorgadas a estudiantes fuera de Australia para cursos de inglés</i>	25
Tabla 2. <i>Cumplimiento de objetivos del proyecto</i>	30
Tabla 3. <i>Cuadro comparativo de Estructura de Plan de Negocios según autores</i>	44
Tabla 4. <i>Generalidades del segmento de mercado</i>	58
Tabla 5. <i>Estudiantes población objetivo</i>	60
Tabla 6. <i>Distribución porcentual por nivel socioeconómico</i>	62
Tabla 7. <i>Ingresos promedio mensuales</i>	62
Tabla 8. <i>Porcentaje por área de interés</i>	63
Tabla 9. <i>Agencias consultadas</i>	64
Tabla 10. <i>Ubicación</i>	65
Tabla 11. <i>Medios utiliza para investigar</i>	67
Tabla 12. <i>Proyección de la demanda</i>	68
Tabla 13. <i>Competidores</i>	69
Tabla 14. <i>Capacidad</i>	75
Tabla 15. <i>Microlocalización por puntos</i>	78
Tabla 16. <i>Equipamiento</i>	79
Tabla 17. <i>Recurso humano</i>	83
Tabla 18. <i>Inversión</i>	87
Tabla 19. <i>Conceptos de inversión</i>	87
Tabla 20. <i>Proyección de ventas año 1</i>	88
Tabla 21. <i>Proyecciones de ventas años 2 y 3</i>	89
Tabla 22. <i>Composición de costos fijos</i>	89

Tabla 23. Margen de Contribución.....	90
Tabla 24. Punto de equilibrio.....	92
Tabla 25. Estados de Resultados Proyectado Anual	93
Tabla 26. Cambios porcentuales	94
Tabla 27. Comportamiento de Cartera.....	95
Tabla 28. Flujo de fondos anual.....	96
Tabla 29. Balance general proyectado	98

Lista de figuras

	Pág.
<i>Figura 1. Pasos para seleccionar la muestra</i>	53
<i>Figura 2. Distribución por nivel socioeconómico</i>	61
<i>Figura 3. Distribución por áreas de interés</i>	63
<i>Figura 4. Criterio de decisión para estudiar en Australia.</i>	64
<i>Figura 5. Distribución por servicio ofertado</i>	66
<i>Figura 6. Flujograma del proceso</i>	73
<i>Figura 7. Flyer promocional</i>	74
<i>Figura 8. Plano oficina</i>	76
<i>Figura 9. Macrolocalización.....</i>	77
<i>Figura 10. Microlocalización</i>	78
<i>Figura 11. Logo de la empresa.....</i>	80
<i>Figura 12. Macro de Excel proyecto emprendimiento.....</i>	86
<i>Figura 13. Composición costos fijos.....</i>	90
<i>Figura 14. Proyección de ventas para punto de equilibrio.....</i>	92
<i>Figura 15. Cambios porcentuales anuales</i>	94

Lista de apéndices

	Pág.
Apéndice A. Cronograma de actividades	107
Apéndice B. Recursos	108
Apéndice C. Encuesta.....	109
Apéndice D. Carta de presentación	112

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE ASESORAMIENTO DE ESTUDIANTES EN BUCARAMANGA CON DESTINO A AUSTRALIA

AUTOR(ES): JHOMAIRA DURÁN CASTRO

PROGRAMA: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): REINALDO ARENAS FAJARDO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo central evaluar la viabilidad para la creación de una empresa de asesoramiento de estudiantes internacionales en Bucaramanga con destino a Australia. La metodología incluyó la realización de los estudios técnicos, de mercado, administrativo, legal, social, ambiental y financiero con el fin de establecer las condiciones adecuadas que determinen su puesta en marcha. Los resultados dan cuenta de una viabilidad técnica proyectada a tres años en la que se determinó un valor de capital de trabajo de \$ 84.929.200, una TIR la cual es de 35% y una VPN de \$ 24.715.559. Se puede concluir que en su conjunto los estudios permiten la puesta en marcha de esta empresa en el futuro inmediato.

PALABRAS CLAVE:

Emprendimiento, Factibilidad, Servicios, Asesoría.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: VIABILITY FOR THE CREATION OF A STUDENT ADVISORY AGENCY IN BUCARAMANGA WITH DESTINATION TO AUSTRALIA

AUTHOR(S): JHOMAIRA DURÁN CASTRO

FACULTY: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR: REINALDO ARENAS FAJARDO

ABSTRACT

The main objective of the present research was to evaluate the feasibility for the creation of an international student advisory company in Bucaramanga for Australia. The methodology included the realization of technical, market, administrative, legal, social, environmental and financial studies in order to establish the appropriate conditions that determine their implementation. The results show a technical feasibility projected for three years in which a working capital value of \$ 84,929,200 was determined, an IRR which is 35% and a NPV of \$ 24,715,559. It can be concluded that as a whole the studies allow the start-up of this company in the immediate future.

KEYWORDS:

Entrepreneurship, Feasibility, Services, Advice.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

Desde hace 40 años atrás la migración de colombianos hacia otras naciones se convirtió en un fenómeno ligado a la situación de conflicto armado interno que vivió el país, sobre todo en relación al narcotráfico de mediados de la década de 1980 y hasta inicios de los años 90. La búsqueda de refugio y asilo político constituían en ese entonces los motivos de mayor representatividad para viajar y radicarse en el exterior.

En la actualidad, la situación es bastante diferente, pues a pesar de que muchos colombianos deciden viajar para radicarse fuera del país, cientos de ellos emprenden su travesía a otros países en búsqueda de nuevas experiencias de vida y mejores oportunidades académicas y laborales.

Según el boletín Anual de estadísticas del Ministerio de Relaciones Exteriores (2017), en el año 2015 salieron del país alrededor de 3.861.508 colombianos y en el 2016 cerca de 3.794.529, teniendo como destino predilecto países como Estados Unidos, México, Chile, España, Francia, Países Bajos y Australia.

Entre los principales motivos de migración internacional están el turismo, la residencia, la búsqueda de oportunidades laborales y el estudio, con el fin de mejorar los niveles de calidad de vida y la posibilidad de acceso a una oferta altamente diferenciada de estudios en educación superior (Cancillería Colombiana, 2017).

Atendiendo a lo anterior, el presente documento describe en detalle todos los elementos de un plan de negocios para viabilizar la creación de una agencia de asesoramiento de estudiantes en Bucaramanga con destino a Australia, con el objeto de brindar la información y acompañamiento adecuados a los estudiantes que toman la decisión de enrutarse su accionar académico en Australia como destino preferente para alcanzar sus objetivos personales.

La disposición sistemática de un marco referencial, teórico y conceptual, acompañado de los elementos teóricos fácticos y técnicos propios de los estudios de viabilidad, hacen posible la correcta planeación para la creación de esta agencia, teniendo como base los estudios de mercado, técnicos, administrativos, legales, y financiero, que permitan entender las necesidades del mercado, la competencia, el entorno, los requisitos, la mejor forma de constitución jurídica, costos, punto de equilibrio, entre otros aspectos importantes a conocer el futuro posible, los riesgos aparentes y puesta en escena de la empresa en la realidad comercial.

1. Planteamiento del problema

Cada país tiene claramente establecidos los parámetros sobre los cuales delimita el ingreso, estancia y residencia de extranjeros en su territorio, asociado a la asignación de visa, duración de la estadía, procesos y procedimientos para su regulación a la luz de unas políticas migratorias.

En las embajadas de los diferentes países se verifica y actualiza cada año los requisitos para el trámite de la visa, lo que representa para los colombianos una dificultad, debido a que las personas no están acostumbradas a estar en contacto con este tipo de entidades, o en ocasiones les causa temor el establecer algún tipo de interrelación sobre la duda de fracasar en el proceso de visado.

Aunque para muchos colombianos resulta novedoso establecerse con fines académicos en países como Australia, la cristalización de ese sueño exige de un detallado proceso para la obtención de visa, en la que se ha vuelto necesario contar con las agencias de asesoría de estudios en el exterior como alternativa de solución.

1.1 Descripción del problema

La decisión de viajar a otro país sea por motivos de estudio, trabajo o residencia, constituye un proceso minucioso que involucra más que un viaje, un proyecto de vida para muchas personas en el que se invierte tiempo, dinero y esfuerzo, desarraigo familiar y social, así como la prórroga de otros planes.

Establecerse en otro país es más que la obtención de una visa, es en esencia una aventura cultural, un desafío social, y un riesgo económico, toda vez que el hecho de estar

visado no es un elemento de garantía con el que la persona asegura va a alcanzar los objetivos y expectativas previamente fijados.

Los engaños son frecuentes en los viajeros en el exterior, y las malas y lamentables experiencias de muchos colombianos en otros países han sido ampliamente divulgadas por medios de comunicación, ya que muchos de ellos fueron víctimas por desconocimiento y falta de asesoramiento, evidencia de ello son los 5.721 procesos que cursaban en la Fiscalía sobre este particular a diciembre de 2015.

En ese sentido, Australia como destino de muchos colombianos, constituye de igual manera una oportunidad y a la vez un riesgo que puede abrir un mundo de oportunidades, o por el contrario, convertirse en un calvario de inicio a fin. Así pues, el presente trabajo pretende ser un camino de cristalización de oportunidades para los Bumangueses que ven en un destino como Australia, el camino para construir un futuro mejor a través de la formación académica del idioma inglés, de cursos complementarios y estudios formales de postgrado en diferentes áreas.

Conocer los requisitos, realizar trámites consulares, seleccionar el programa más adecuado para realizar estudios teniendo en cuenta el nivel académico, necesidades y presupuesto, llevar a cabo un proceso de matrícula, y articularse con nuevos modelos culturales ya académicos, resultan ser una contrariedad para todo aquel que quiere llegar a otro país a estudiar.

Australia se ha convertido en uno de esos destinos de elección por muchos jóvenes colombianos que ven en las escuelas de inglés, *collages* y universidades en este país, una oportunidad de viajar a aprender inglés como segunda lengua, empezar o continuar sus estudios de pregrado y posgrado.

Normalmente las agencias que existen en Bucaramanga solo brindan la ayuda en el proceso de visado, por lo que este proyecto busca brindar una asesoría más amplia a los

estudiantes contando con alianzas estratégicas con agencias de acomodación, traslado, tiquetes, seguros y turismo para ofrecer un servicio completo, adicionalmente se les brinda una guía para la búsqueda eficaz de trabajo, conocimiento sobre este tema desde Colombia, y también se busca dar un acompañamiento al estudiante desde el momento que comienza su proceso de visado hasta que finalice su curso e incluso retorno al país.

1.2 Formulación del problema

A partir de la descripción planteada surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las condiciones que determinan la viabilidad para la creación de una agencia de asesoramiento en Bucaramanga para personas que tienen como destino académico a Australia?

1.3 Alcance Investigativo

Australia, como muchos países en el mundo manejan un método de asesoramiento de estudiantes internacionales mediante las agencias de educación; estas tienen el poder de elegir con cuáles instituciones desean trabajar y han logrado que el sistema de educación australiano sea el tercero más grande del mundo contribuyéndole a su economía alrededor de AUD\$18,3 billones en el año 2010 (Deardorff, De Wit, Heyl, & Adams, 2012).

A través de los años esta economía ha aumentado significativamente ya que según los datos estadísticos suministrados por el Department of Home Affairs de Australia, para el 2017 Colombia ocupó el segundo lugar con mayores visas otorgadas para ir a estudiar inglés después de Brasil con 2.509, estableciéndose este destino como el más apetecido por los

colombianos que desean aprender inglés. La tabla 1 muestra algunos datos sobre otorgamiento de visas de estudio (Department of Home Affairs Australia, 2017).

Tabla 1. *Visas otorgadas a estudiantes fuera de Australia para cursos de inglés*

Citizenship Country	2016-17 to 31/12/16	2017-18 to 31/12/17	% Change from 2016-17	2017-18 as % of Total
Brazil	4,557.00	4,119.00	-9.6%	27.0%
Colombia	2,035.00	2,509.00	23.3%	16.4%
Japan	1,097.00	1,394.00	27.1%	9.1%
Thailand	1,658.00	1,209.00	-27.1%	7.9%
Spain	1,077.00	1,170.00	8.6%	7.7%
Mongolia	83.00	590.00	610.8%	3.9%
Chile	328.00	501.00	52.7%	3.3%
Korea, South	421.00	439.00	4.3%	2.9%
Saudi Arabia	240.00	350.00	45.8%	2.3%
France	246.00	331.00	34.6%	2.2%
Switzerland	339.00	318.00	-6.2%	2.1%
Turkey	289.00	287.00	-0.7%	1.9%
Italy	326.00	272.00	-16.6%	1.8%
Taiwan	285.00	209.00	-26.7%	1.4%
Mexico	187.00	200.00	7.0%	1.3%
Other countries	1,680.00	1,357.00	-19.2%	8.9%
Sub-total Outside Australia	14,848	15,255	2.7%	100.0%
Total	18,852	19,293	2.3%	

Fuente: Department of Home Affairs Australia (2017).

En atención a lo descrito anteriormente, es imperativo que toda persona que decide salir del país con destino a Australia, obtenga la orientación profesional de una agencia legalmente constituida que le pueda brindar la información precisa, clara y oportuna de las características que configuran el entorno cultural, social y académico del país destino.

Asimismo, las motivaciones personales que conducen a realizar el proceso de obtención de visa y la conexión con el centro de formación para adelantar estudios formales, requieren indiscutiblemente un perfil del aplicante, de manera tal que a éste le otorgue opciones claras y posibles para llevar a cabo este proyecto de vida.

Australia constituye hoy en día una atracción que ofrece como destino cinco de las 30 mejores ciudades del mundo para estudiantes basadas en la combinación de diferentes

culturas, la asequibilidad, la calidad de vida y la actividad del empleador, todos elementos importantes para los estudiantes a la hora de elegir el mejor destino de estudio.

Además, este país cuenta con más de 200 millones de dólares australianos proporcionados por el Gobierno australiano cada año en becas internacionales, facilitando al extranjero la posibilidad de experimentar la diferencia que una educación australiana puede brindar a las futuras oportunidades profesionales.

Frente a lo expuesto, el principal alcance del presente proyecto es evaluar la viabilidad de esta agencia de asesoramiento en Bucaramanga sobre la base de los siguientes factores: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio legal, estudio social, ambiental y financiero.

2. Justificación

Las organizaciones en los tiempos actuales enfocan sus esfuerzos a la producción de productos y servicios en diversos reglones de la economía nacional, en el que el sector cuaternario ligado a los servicios de salud y educación está ocupando un lugar preponderante en la oferta comercial.

La validación de un modelo de negocios a partir de un estudio complejo de viabilidad para la creación de una agencia de asesoría de estudios en el exterior persigue unos propósitos mercantiles, a la vez que busca ayudar a las personas a llevar a cabo su sueño de estudiar en Australia de la forma más confiable y segura posible, a través de brindar información y acompañamiento permanente.

De igual forma, la agencia se proyecta para ayudar a los clientes a alcanzar sus sueños, y también, a nivel organizacional pretende dar respuesta a las necesidades del equipo de trabajo promoviendo un clima empresarial amigable, colaborativo y motivacional, en el marco de unas condiciones justas de retribución económica que contribuyan al desarrollo integral y mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores.

En adición, dichos propósitos están asociados a la globalización del conocimiento y de la información, así como a las actuales exigencias del mercado laboral en donde cada vez más las personas son conscientes de los retos que impone la dinámica académica y de negocios por lo que muchos de ellos realizan esfuerzos económicos para poder adelantar estudios en el exterior, en algunos casos por el sólo interés de aprender un segundo idioma, y en la mayor parte de los casos, en la necesidad de obtener niveles certificados de estudio que permitan acceder a un entorno competitivo con mayores garantías y facilidades.

Los jóvenes de esta época se abren paso a un mundo nuevo lleno de oportunidades, por eso se esmeran en conocer nuevas culturas, aprender un idioma adicional al nativo, y establecer relaciones con similares en otros lugares del planeta como forma de asegurar un futuro mejor.

La vida cotidiana de hoy está cargada de un sinnúmero de experiencias alrededor del idioma inglés que hacen posible viajar, conocer, participar y adaptarse a un estilo de vida de mayor independencia que propende por la proyección de nuevos espacios sociales, laborales y de entretenimiento que traen en sí mismos beneficios propios y al país.

La relevancia del estudio de viabilidad de esta agencia tiene relación con que una organización de este tipo logra dar bienestar de manera continua y en terreno a las necesidades de sus clientes, a los institutos de educación, y simultáneamente sirve a los estudiantes interesados en emigrar a Australia, funcionando como un nexo que conecta los intereses de ambas partes, reduciendo la complejidad de los procesos, optimizando los recursos y generando valor para los involucrados.

El punto de diferencia de las agencias presentes en Bucaramanga es que este proyecto busca dar asesoría especializada en diferentes ámbitos como búsqueda de trabajo, licencia y permisos para trabajos, transito, alojamiento, recibimiento en los centros de formación y asesoría una vez los estudiantes llegan a Australia y hasta que culmine sus estudios.

Australia es un país que ofrece alta calidad de educación, evidenciado en un crecimiento continuo año tras año en todos los aspectos educativos, contando con más de 22.000 cursos en 1.100 instituciones, y ocupando el octavo lugar en el ranking de universidades 2012 de los sistemas nacionales de educación superior (Study in Australia, 2015). Desde esta óptica, Australia resulta ser un destino de elección por costos y beneficios para los colombianos en los temas de turismo, educación y negocios.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Evaluar la viabilidad para la creación de una empresa de asesoramiento de estudiantes internacionales en Bucaramanga con destino a Australia, sustentada en los estudios técnicos, de mercado, administrativo, legal, social, ambiental y financiero con el fin de establecer las condiciones adecuadas que determinen su puesta en marcha.

3.2 Objetivos específicos

1. Realizar el estudio de mercado para delinear el plan de negocios de la empresa.
2. Elaborar un estudio técnico con el fin de proyectar un plan operativo mediante la investigación de los procesos relacionados con los factores requeridos para desarrollar la agencia e inversión requerida para su creación.
3. Desarrollar un estudio administrativo definiendo la misión, visión, organigrama, descripción de cargos con el fin de plantear la estructura organizacional que más se ajuste a esta iniciativa.
4. Realizar un estudio económico-financiero que permita determinar y evaluar la inversión necesaria para la creación de la empresa.
5. Analizar el área ambiental y social a partir de los criterios e impactos de la iniciativa empresarial para la comunidad y medio ambiente, para definir su sostenibilidad en el horizonte de evaluación.

En la tabla 2 se relacionan los objetivos propuestos y su respectivo ítem de la tabla de contenido en donde se les da cumplimiento.

Tabla 2. *Cumplimiento de objetivos del proyecto*

Objetivo	Ítem	Cumple
Realizar el estudio de mercado para delinear el plan de negocios de la empresa.	6.1	SI
Elaborar un estudio técnico con el fin de proyectar un plan operativo mediante la investigación de los procesos relacionados con los factores requeridos para desarrollar la agencia e inversión requerida para su creación.	6.2	SI
Desarrollar un estudio administrativo definiendo la misión, visión, organigrama, descripción de cargos con el fin de plantear la estructura organizacional que más se ajuste a esta iniciativa.	6.3 – 6.4	SI
Realizar un estudio económico-financiero que permita determinar y evaluar la inversión necesaria para la creación de la empresa.	6.5	SI
Analizar el área ambiental y social a partir de los criterios e impactos de la iniciativa empresarial para la comunidad y medio ambiente, para definir su sostenibilidad en el horizonte de evaluación.	6.6	SI

Fuente: Elaboración propia.

4. Marco referencial

4.1 Antecedentes

4.1.1 Antecedentes internacionales

Dávila-González (2017) en su artículo: “*Programa para el fortalecimiento de intercambios académicos entre Australia y México*”, explica las actividades de la participante en el Programa de Aplicación Profesional en la agencia educativa Australian Option en el periodo de otoño 2017, los cuales consisten en brindar un proceso de asesoramiento a estudiantes con el interés de realizar un viaje académico para cursar estudios de posgrados, diplomados o cursos de inglés.

Este estudio considera que es necesario aumentar la promoción y generar bases de datos para poder crear eventos de calidad y personalizados para aquellos que buscan una experiencia profesional o académica en Australia.

También se explica como tema crucial la cooperación y la relación bilateral entre Australia y México, como elemento que apoya al sector educativo en los dos países.

Se concluye, que los objetivos que lograron una apreciación personal al Proyecto de Aplicación Profesional, radica en la focalización en las áreas donde hubo mayor interés y en las actividades de inclusión integral cultural y académica.

Alén-González, Fraiz-Brea, & Rodríguez-Comesaña (2009) en su artículo: “*Análisis de los determinantes del uso de fuentes de información previas al viaje y de las oficinas de turismo en destino*”, tuvo como objeto central evidenciar que la información turística juega un papel relevante en la promoción de los destinos turísticos, con una gran influencia en la creación e imagen de los mismos (O’Leary 2005).

Por tanto, los gestores del destino deben conocer qué fuentes de información utilizan los turistas durante la planificación de su viaje y también el uso que hacen de las oficinas de turismo en destino.

Los resultados obtenidos evidencian la influencia de algunas variables sociodemográficas en la selección de la fuente de información utilizada antes de la visita, así como la importancia de la oficina de turismo como vía para canalizar las demandas del turista y por ende, fundamental para el desarrollo del mismo.

4.1.2 Antecedentes nacionales

Espitia-Ibarra & Aguilera-Hernández (2012), en su tesis doctoral titulada: ***“Investigación de mercados para los estudiantes universitarios interesados en aprender inglés como segunda lengua a través de intercambios culturales”***, tuvo como objetivo principal identificar los gustos y preferencias que tienen los estudiantes frente a los programas de inglés en el exterior, mediante una investigación de mercado para la empresa Intern Group con el fin de conocer al cliente y lograr una venta segura de sus servicios.

La metodología usada incluyó la aplicación de encuestas estructuradas y la realización de grupos focales con sectores de interés, así como un análisis crítico de la teoría asociada al tema de estudio.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se pudo concluir que las personas que prefieren aprender inglés para mejorar su competitividad profesional eligen como destino Estados Unidos y el Reino Unido.

También se detectó que la mayoría de personas buscan planes de estudio intensivos ya que tienen como principal obstáculo para su viaje el factor dinero. Otro hallazgo que se evidenció fue que las personas que se encuentran actualmente trabajando ganan en su mayoría entre uno y dos salarios mínimos legales vigentes y actualmente viven con sus

padres. Estas personas piensan financiar sus estudios apoyados en los ingresos de su núcleo familiar o en créditos del sector financiero.

Por su parte Casadiego-Peña, L. (2012), en su tesis titulada: “*Plan de negocios para creación de Global Services SAS*”, tuvo como objetivo la elaboración de un plan de negocios para la formalización de una empresa dedicada a la asesoría y acompañamiento a personas interesadas en realizar algún tipo de estudio en el exterior (curso de idiomas, pregrado o posgrado), en la que identificaron como clientes potenciales a personas entre 17 y 24 años, de estrato entre 4, 5 y 6 ubicadas en la ciudad de Bogotá.

Los resultados del análisis financiero realizado en el trabajo de Casadiego-Peña, L. (2012) permitió establecer que la constitución de la empresa requeriría una inversión inicial de \$30.000.000 de pesos colombianos, y una proyección de ventas de 13 cursos mensuales por valor de \$ 9.206.946 con un total de ventas mensuales de \$119.690.298; al año serían 156 cursos con ventas de un total de \$1.436.283.576. La Tasa Interna de Retorno es de 194,92% y el VAN es de \$109.664.427; basados en las cifras de rentabilidad atractivas, se tomó la decisión de iniciar ese proyecto.

En consonancia, Murcia-Méndez (2018) en su trabajo titulado: “*Creación de agencia de asesoría de estudios en el exterior: Open Skies-International Education SAS*”, tuvo como objetivo crear una agencia de asesoría de estudios en el exterior, que brinde la información y acompañamiento necesarios a personas que tengan el proyecto de viajar a estudiar en otro país.

Los resultados permitieron determinar que la demanda de estos clientes en Bogotá correspondería 4.938 clientes potenciales en el año 2018. En el estudio financiero determinó un valor de capital de trabajo igual a \$ 18.427.796 de pesos con una Tasa de Interna de Retorno del 100%. El punto de equilibrio de la agencia se fijó en 2 ventas por mes para el

primer año, lo que para la capacidad de trabajo de la agencia y la alta demanda del mercado, es una cantidad totalmente alcanzable.

4.1.3 Antecedentes locales

En relación al objeto de estudio, no se encontraron investigaciones desarrolladas en el departamento de Santander, luego de una amplia búsqueda en la web y en las más conocidas bases de datos entre los que se consultaron: Google Scholar, Redalyc, Dialnet, Elsevier y Science Direct, principalmente.

Este particular, permite plantear la necesidad de desarrollar una investigación en este tema con el ánimo de aportar conocimientos válidos sobre el fenómeno desde las conceptualizaciones y prácticas propias en la construcción de un estudio de viabilidad para la creación de una empresa de asesoramiento de estudiantes en Bucaramanga con destino a Australia.

4.1.4 Estado del arte

En relación al objeto de estudio, se logró identificar una serie de criterios utilizados en la investigación de la educación en el exterior y creación de agencias de reclutamiento de estudiantes internacionales, entre los cuales se encuentra el estudio realizado por Lucas Luchilo (2018) del Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior donde se encarga de analizar diversos aspectos de los fenómenos de movilidad internacional de estudiantes universitarios.

Tales procesos constituyen una de las principales manifestaciones de la movilidad de personal calificado y son, así mismo, la faceta más notoria de la internacionalización de la educación superior. Se listan aquí las principales dimensiones globales de la movilidad internacional de estudiantes universitarios, así:

- ✓ La intencionalidad de estudio
- ✓ Escala y dinámica de la movilidad internacional
- ✓ La migración calificada
- ✓ Nuevos escenarios de formación

En el mismo sentido González & Jirón (2015) sobre la experiencia de su trabajo en la oferta de servicios de promoción, reclutamiento y representación a universidades de Malasia, con el fin de difundir sus programas educativos en Chile e incrementar la cantidad de estudiantes chilenos que cursen programas en ese país, da paso al surgimiento del desarrollo de políticas para mejorar la educación, reconociendo que esta actividad es clave para alcanzar la meta de convertir a Malasia en un país avanzado.

Para el caso de Australia, ésta se ha convertido en los últimos años en un destino atractivo para miles de colombianos que anualmente viajan con la intención de crecer académicamente, perfeccionar su inglés o simplemente mejorar su situación financiera (El Espectador, 2018).

Recientemente en los datos estadísticos suministrados por el *Department of Home Affairs* de Australia, Colombia ocupa el séptimo lugar con mayores visas otorgadas para ir a estudiar cursos *ELICOS*, vocacionales, pregrados y postgrados. Este número ha aumentado entre el año 2016 y 2017 un 22,3% tal como se muestra en la tabla 2 (Department of Home Affairs Australia, 2017).

Tabla 3. *Visas de estudiantes otorgadas 2016-2017*

Citizenship Country	2016-17 to 31/12/16	2017-18 to 31/12/17	% Change from 2016-17	2017-18 as % of Total
China, Peoples Republic of (excl SARs)	28,600	28,934	1.2%	27.2%
India	11,082	12,364	11.6%	11.6%
Nepal	5,323	7,612	43.0%	7.2%
Brazil	5,685	5,145	-9.5%	4.8%
United States of America	3,092	3,721	20.3%	3.5%
Vietnam	3,542	3,515	-0.8%	3.3%
Colombia	2,347	2,870	22.3%	2.7%
Japan	1,870	2,688	43.7%	2.5%
Indonesia	2,866	2,601	-9.2%	2.4%
Malaysia	1,997	2,091	4.7%	2.0%
Korea, South	1,991	2,035	2.2%	1.9%
Spain	1,744	2,029	16.3%	1.9%
Pakistan	1,467	1,820	24.1%	1.7%
Thailand	3,220	1,793	-44.3%	1.7%
Hong Kong (SAR of the PRC)	1,992	1,767	-11.3%	1.7%
Other countries	24,726	25,366	2.6%	23.9%
Outside Australia Total	101,544	106,351	4.7%	100.0%

Fuente: Department of Home Affairs Australia (2017).

4.2 Marco teórico

4.2.1 Acerca de Australia

Australia es un gobierno constitucional federal que ocupa la principal masa continental de la plataforma *Sahul*, abarcando además algunos territorios oceánicos en el Pacífico, Índico y Antártico, y es considerado el sexto país más grande del mundo con una superficie de 7.741.220 km², y cuenta con cerca de 23,5 millones de habitantes, concentrados principalmente en las grandes ciudades costeras de Sídney, Melbourne, Brisbane, Perth, Adelaida y la capital Canberra (Abbondanza, 2017).

En cuanto al tema de relaciones exteriores, Australia tiene una alianza estratégica con Estados Unidos a través del tratado ANZUS, con la Asociación de Naciones del Sureste Asiático y el Foro de las Islas del Pacífico al hacer parte del Grupo Cairns para la

Cooperación Económica del Asia-Pacífico adscrito a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, hace parte también de la Organización Mundial del Comercio, y mantiene vigente alianzas con el Reino Unido y la Comunidad Británica de Naciones, y mantiene acuerdos de cooperación internacional con más de 60 países.

Desde el punto de vista económico, Australia posee un ingreso per cápita (IPC) similar al promedio europeo lo que lo convierte en una nación con poder adquisitivo circulante, y su marcado Índice de Desarrollo Humano (IDH) le permitió ocupar en el año 2015 el sexto puesto en el índice de calidad de vida.

Tiene la ventaja de poseer la cuarta economía más libre del mundo según el reporte de Índice de Libertad Económica (ILE) de acuerdo a la publicación de la firma consultora internacional *Heritage Foundation*.

Además, Australia es el tercer país del mundo con más cantidad de estudiantes internacionales, cuenta con más de 22.000 cursos ofrecidos en 1.100 instituciones, y ocupó el octavo puesto en el Ranking U21 de Sistemas de Educación Superior Nacional de Universidades 2012 (Study in Australia, 2015). En aspectos de cooperación académica, este país aporta más de AUS\$200 millones por año con destino a becas internacionales (Study in Australia, 2015).

Durante más de 20 años, Australia ha liderado al mundo en la implementación de sistemas y procesos que garantizan que los estudiantes extranjeros reciban la educación de alta calidad que esperan. Estas medidas incluyen:

- ✓ La Ley de Servicios Educativos para Estudiantes Extranjeros (ESOS), aprobada en el año 2000, que cubre el proceso de registro de los proveedores de servicios educativos y las obligaciones que tienen con los aplicantes durante el proceso de presentación de una solicitud. Esto también incluye el Servicio de Protección de Pagos (TPS), que te

garantiza un reembolso en el caso improbable de que el proveedor no pueda continuar ofreciendo el curso para el que te matriculaste (Department of education and training, 2018).

- ✓ La Autoridad Australiana de Calidad de las Habilidades (ASQA) es la entidad reguladora del sector de educación y capacitación técnica/formación profesional. ASQA regula cursos y proveedores de capacitación para garantizar que se cumplan los estándares de calidad aprobados a nivel nacional (Australian skills quality authority, 2017).
- ✓ La Agencia de Estándares y Calidad de la Educación Superior (TEQSA) regula y garantiza la calidad del sector de la educación superior en Australia. Lleva a cabo evaluaciones tanto de cumplimiento como de calidad (Tertiary Education Quality and Standards Agency, 2011).
- ✓ Por otro lado, las organizaciones de los Defensores del Pueblo pueden investigar quejas sobre problemas que los alumnos internacionales tengan con las instituciones donde estudian. Pueden también encontrar centros de apoyos para estudiante latinos donde brindan consejería y apoyo en dificultades que se puedan presentar.

En el año 2012, el gobierno australiano, en colaboración con los principales organismos educativos y los departamentos de educación de los gobiernos estatales y territoriales, llevó a cabo una encuesta entre los estudiantes internacionales para obtener información acerca de su experiencia de vida y de aprendizaje en Australia. Los principales resultados de la encuesta incluyeron:

- ✓ El 87% de los alumnos internacionales que respondieron están ‘satisfechos’ o ‘muy satisfechos’ con su experiencia general en Australia.

- ✓ El 86% de los alumnos internacionales que respondieron están ‘satisfechos’ o ‘muy satisfechos’ con su experiencia educativa en Australia.
- ✓ El 88% de los alumnos internacionales que respondieron están ‘satisfechos’ o ‘muy satisfechos’ con su vida en Australia (Study in Australia, 2015).

4.2.2 Descripción del sistema educativo

Educación escolar (primaria y secundaria)

La educación escolar es similar en toda Australia, con pocas diferencias entre los estados y territorios. La educación escolar (primaria y secundaria) es obligatoria entre las edades de seis y dieciséis años (desde el año 1 hasta el año 9 o 10), se extiende durante 13 años y se divide en:

- ✓ Escolaridad primaria: Tiene una duración de siete u ocho años y comienza con el Jardín de Infancia o Educación Preescolar hasta el año 6 o 7.
- ✓ Escolaridad secundaria: Tiene una duración de tres o cuatro años, desde el año 7 hasta el año 10 o desde el año 8 hasta el 10.
- ✓ Escolaridad secundaria superior: Tiene una duración de dos años, años 11 y 12.

Educación terciaria

La educación terciaria abarca tanto la educación superior (incluso universidades) como la educación y capacitación técnica/formación profesional (*VET*).

Idioma de enseñanza

El inglés es el idioma oficial de Australia y también es el principal idioma de enseñanza en el sistema educativo. Muchas escuelas ofrecen programas bilingües o programas en otros idiomas (English Australia, 2013).

4.2.3 Proceso de aplicación a la visa australiana

Para estudiar en Australia, se debe presentar una solicitud de admisión ante la institución elegida y también una solicitud para visa de estudiante ante el gobierno australiano (Study in Australia, 2015).

Se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Decidir cuál es el curso y la institución de tu preferencia.
- ✓ Presentar tu solicitud ante la institución.
- ✓ Recibir y aceptar una Carta de Oferta.
- ✓ Recibir tu Confirmación de Inscripción (CoE).
- ✓ Solicitar la Visa de Estudiante.

También hay una serie de requisitos de ingreso que se deben cumplir para la solicitud de admisión ante la institución y la solicitud de tu Visa de Estudiante. Entre ellos se encuentran los siguientes:

- ✓ Requisitos académicos.
- ✓ Requisitos de idioma inglés.
- ✓ Constancia de solvencia para pagar tus estudios.
- ✓ Cobertura médica para estudiantes extranjeros.

4.2.4 Visado

Australia introdujo un sistema simplificado de visa de estudiante (SSVF/simplified student visa framework), el 1 de julio del 2016. Bajo el SSVF, todas las postulaciones a visa presentadas por estudiantes internacionales y por los agentes de educación son procesadas en línea, para lo cual deben crear una cuenta en la página de inmigración.

Visa de Estudiante (*Subclase 500*) Todos los siguientes tipos de estudio están incluidos en este tipo de visa:

- ✓ ELICOS Independiente (*ELICOS - English Language Intensive Courses for Overseas Students*)
- ✓ Colegios (enseñanza primaria y secundaria e intercambios a nivel escolar)
- ✓ Educación y Capacitación Técnica/Formación Profesional (VET)
- ✓ Educación Superior
- ✓ Posgrado por investigación
- ✓ Cursos no conducentes a título
- ✓ Estudiantes internacionales patrocinados por el Ministerio de Relaciones Exteriores (DFAT) o por el Ministerio de Defensa.

4.2.5 Rol de las agencias de educación australianas

Una vez el estudiante tome la decisión de estudiar en Australia y sepa dónde desea estudiar y qué curso quiere realizar, puede inscribirse directamente en la institución. No obstante, si necesita más ayuda para completar el proceso, puede recurrir a un agente/promotor especializado en educación.

Un agente/promotor puede explicarle cómo es estudiar y vivir en Australia y puede ayudarle a completar y presentar la solicitud de visa y de admisión. En muchos casos, los agentes/promotores tienen experiencia porque han estudiado en Australia y pueden compartir sus experiencias con los estudiantes. Además, como se dedican a diario a resolver todos los requisitos de la solicitud de admisión y de visas/visados, podrán brindar asesoramiento para cada caso en particular (Study in Australia, 2015).

4.2.6 Servicios de una agencia de educación

Dentro de los principales servicios de una agencia de asistencia en educación se encuentran:

- ✓ Asesoría en la elección de la ciudad y la institución
- ✓ Gestión del proceso de admisión a la institución escogida
- ✓ Certificación de documentos
- ✓ Evaluación de costos
- ✓ Procesamiento de la solicitud para la visa de estudiante
- ✓ Información de becas y promociones
- ✓ Asesoría para preparar tu viaje
- ✓ Acompañamiento durante tu estadía en Australia
- ✓ Coordinación en el proceso de extensión de estudios y visa del estudiante
- ✓ Asistencia para obtener el Tax File Number (TFN) y el Australian Business Number (ABN), identificaciones necesarias para trabajar en Australia.
- ✓ Asesoría para búsqueda de empleo, cambio de vivienda y otros aspectos derivados de la vida diaria en Australia. Además de soporte en casos de emergencia (English Australia, 2013).

4.3 Marco conceptual

4.3.1 Plan de negocios

Crear empresa es un sueño o una idea que para muchos se convierte en realidad, pero para otros, infortunadamente, no lo es. La diferencia radica en la planificación del negocio, en colocar sobre la mesa y evaluar las condiciones a favor y en contra, la evaluación de los distintos riesgos, de entender el mercado y gestionar los recursos necesarios para sacar a flote la propuesta de negocio.

La importancia del plan de negocio radica en la posibilidad de evaluar un escenario de negocios antes de realizar inversiones para la ejecución del mismo, ayudando a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto.

Según Fleitman (2000) un plan de negocio se define como: “(...) un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa”. Para Pérez-Sandi (2002) un plan de negocios es: “poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos” (p. 89).

Para Kushell (2001), el plan de negocios es:

(...) una validación de su idea, es una herramienta que ayuda a reducir la incertidumbre y saber si las cifras y análisis realizados tienen sentido. Describe un conjunto de actividades que se tienen que realizar para lograr un objetivo particular, con un costo y tiempo determinado. Un plan de negocios es un documento de análisis para la toma de decisiones sobre cómo llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de negocio, tiene entre sus características ser un documento ejecutivo, demostrativo de un nicho o área de

oportunidad, en el que se evidencia la rentabilidad, así como la estrategia a seguir para generar un negocio viable (p.7).

Existen varias definiciones sobre el tema plan de negocios, pero en lo que concuerdan la mayoría de autores, es que un plan de negocios, es un instrumento, método o herramienta que permite, comprobar la viabilidad de un proyecto, analizar la posibilidad de éxito, obtener financiamiento, elaborar plan de mercados, presupuestos, implementar nuevos productos o servicios, así como mejorar los ya existentes. La tabla 3, muestra un esquema comparativo de definiciones sobre plan de negocios, adaptada por la autora de este documento.

Tabla 3. Cuadro comparativo de Estructura de Plan de Negocios según autores

Watson y Wise (1997)	Monserrat Ollé y otros (1998)	Lambing y Kuehl (1998)	Kushell (2001)
1. Título y caratula	Presentación del empresario (formación y experiencia profesional)	1. Resumen ejecutivo	1. Resumen ejecutivo
2. Índice		2. Determinación de la misión	2. Descripción del negocio
3. Resumen ejecutivo		3. Ambiente del negocio	3. Descripción del mercado
4. Descripción de la compañía	1. Descripción del producto o servicio	4. Plan de ventas	4. Plan gerencial
5. Mercadeo y competencia	2. Plan de marketing	5. Equipo de administración	5. Plan de operaciones
6. Producto /servicio	3. Plan de operaciones	6. Datos financieros	6. Plan de marketing y publicidad
7. Mercadotecnia: ventas y promociones	4. Plan de organización	7. Aspectos legales	7. Ventas y distribución
8. Financiamiento	5. Plan económico y financiero	8. Requerimiento de seguros	8. Aspectos financieros
9. Apéndice	6. Forma jurídica	9. Otros factores clave	9. Anexos
10. Consideración legal.	7. Conclusiones	10. Proveedores	
11. Administración plan operativo		11. Riesgos	
		12. Supuestos/conclusiones	

Fuente: Barrientos (2003, p. 11-34).

Además, un plan de negocios presenta un esquema o secuencia de pasos lógicamente ordenados para su cabal desarrollo, que va desde una fase de lluvia de ideas hasta la puesta en marcha del negocio. A continuación, se describirán cada uno de los pasos a tener en cuenta en el desarrollo de la presente propuesta de plan de negocios para la empresa Carlota E.U.

A propósito, Watson & Wise (1997), proponen utilizar el plan de negocios como parte de un proceso continuo para tener un mayor control de lo que se realiza en la empresa, bajo

un método para llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro, lo cual puede realizarse para cualquier actividad y en cualquier periodo de tiempo.

4.3.2 Estudio de mercado

Esta fase ajusta y evalúa las oportunidades de mercadeo objetivos que tiene el producto, o servicio en la penetración en el mercado principalmente, quiénes son mis potenciales o reales clientes, cuántos son, dónde están ubicados, y el posible éxito que obtenga mediante la utilización de publicidad, distribución, oferta, entre otros.

Skarzynski (2012) opina que la ideación tiene la capacidad de modificar las expectativas y hábitos de los emprendedores, de cambiar las bases de las ventajas competitivas de una empresa, y de alterar la fuente de generación de valor. Según Ramos, citado por Alvarado (2005), comenta: *“Uno de los aspectos más importantes que debe analizarse para establecer la factibilidad de un proyecto es la comercialización, que es el conjunto de actividades que se relacionan con la circulación del producto desde donde se produce hasta su consumidor final”* (p.4).

El estudio de mercado es más que el estudio y determinación de la oferta y demanda de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando el escenario futuro y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial (Nassir, 2007).

4.3.3 Estudio técnico económico y financiero

Esta es una etapa donde se explora y se realizan todos aquellos cálculos económicos que permiten visualizar con claridad el escenario donde se mueve el proyecto, en el que es importante determinar las inversiones, costos e ingresos esperados, los cuales deben ser

proyectados en el tiempo para establecer si económicamente el proyecto viable o no (Friend, 2008).

Esta es una etapa de evaluación específica de los flujos financieros más importantes (flujos de entrada y de salida), con el propósito de describir los recursos indispensables para que una inversión pueda ser evaluada (Friend, 2008).

En consecuencia, se lleva de la mano del análisis económico el de la factibilidad financiera, entendida como la viabilización sostenible en el tiempo de la empresa con las fuentes de crédito con las que se puede contar. La estructuración económica y financiera debe ser clara y centrada en la realidad del negocio, bajo unos indicadores que de no cumplirse es imposible continuar (Fleitman, 2000).

Así, el objetivo principal de un estudio de factibilidad de un proyecto de inversión es determinar la factibilidad social, económica y financiera del flujo de fondos de una empresa a través de herramientas contables y económicas pertinentes (p. 189).

4.3.4 Estudio administrativo

El estudio administrativo en un proyecto proporciona las herramientas que sirven de orientación a quienes administraran dicho proyecto, en el que hay que destacar elementos administrativos tales como la planeación estratégica que define el norte y las acciones a implementar para alcanzar los objetivos de la empresa. Asimismo, otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos son la finalidad de este apartado (Fleitman, 2000).

Con una serie de metas empresariales claras, un plan de negocios se convierte en una fortaleza competitiva toda vez que conoce o por lo menos ha establecido su hoja de ruta, su derrotero frente a los que dese ser y llegar a ser de una forma organizada (Friend, 2008).

4.3.5 Estudio ambiental

Para Ortega y Rodríguez (1997) citado por Aguiló, y otros (1998), identifican la evaluación ambiental como el procedimiento técnico, jurídico y administrativo, empleado para la toma de decisiones relacionadas con actividades con repercusión sobre el medio ambiente, regulado por la legislación vigente.

La evaluación del impacto ambiental consta de una serie de pasos concretos regulados por plazos temporales establecidos, por el órgano ambiental competente, los cuales deben tener una documentación elaborada con soporte científico, técnico y legal.

Así pues, el medio ambiente está conformado por la estrecha interrelación de los conjuntos de factores geofísicos, bióticos, económicos, sociales, culturales y estéticos; interrelación que constituye el entorno de desarrollo del ser humano, pero limitando y condicionando su comportamiento para el alcance a una determinada calidad de vida, por lo que el desarrollo del estudio ambiental resulta tan fundamental como el aspecto económico de un proyecto (Friend, 2008).

4.3.6 Estudio legal y organizacional

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación (Chain, 2007).

De otro lado se deberá simular en forma detallada la organización administrativa para cuando el proyecto entre en operación. De ahí se deberán desprender los gastos e inversiones

asociados a la operación, los cuales afectaran, igualmente, el flujo de caja del proyecto (García-Neira & Pertuz-Espinel, 2015).

En el momento de estructurar un plan de negocios se debe tener en cuenta el punto de vista legal, en el que la actividad a la cual se destina el proyecto está permitida legalmente y cómo funcionan los mecanismos de participación empresarial de dicha figura empresarial. Esta significa, que un proyecto no sólo debe ser viable desde la rentabilidad que pueda generar, sino también desde el punto de vista legal. El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de varios aspectos normativos a considerar, según (Rojas, 2009), así:

- ✓ Normas que rigen la actividad económica
- ✓ Normas de uso de suelo
- ✓ Normas en cuanto a localización de productos, subproductos e incluso patentes
- ✓ Legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.
- ✓ Legislación tributaria
- ✓ Normas en manipulación de alimentos y manejo ambiental

Una de las áreas más relevantes al estudio legal es la legislación tributaria, de la cual depende la entrega de dineros al Estado que por lo general implican un porcentaje importante de los ingresos del negocio, así como las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto (Rojas, 2009).

4.3.7 Implementación o fase operativa

De manera muy breve se comenta aquí, que la fase operativa está más relacionada con los procesos que se van a implementar, la maquinaria y equipos, el talento humano, las materias primas e insumos, entre otros.

Si el análisis resulta positivo se tiene luz verde para continuar con la puesta en marcha del proyecto. De ninguna manera hay que poner en funcionamiento un proyecto sin que cuente con la inversión necesaria y la absoluta disponibilidad de recursos (Garcia-Neira & Pertuz-Espinel, 2015).

5. Metodología

5.1 Diseño metodológico

La presente es una investigación cuantitativa de carácter descriptivo y corte transversal por cuanto su propósito es el de determinar, reseñar e identificar las características del mercado y de la población objetivo con respecto a la visualización de la creación de una empresa para ofrecer servicios de educación en el exterior específicamente Australia en un espacio y tiempo determinados (Hernández-Sampieri, Baptista-Lucio, & Fernández-Collado, 2010).

Se profundiza en el hecho del interés y acogida frente al servicio de dicho intercambio, por lo cual se hará el estudio de mercado acorde con el problema formulado y los objetivos planteados (Bernal Torres, 2006).

Para el cumplimiento de los objetivos es importante analizar los componentes de los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero por medio de este método de investigación y así lograr la consolidación de esta iniciativa empresarial.

5.2 Fuentes de información

La recolección de la información es una de los aspectos clave dentro de la serie de actividades a desarrollar en la formulación del plan de negocios, en las que se va a optar por la obtención de información a partir de fuentes primarias y secundarias para determinar las características, preferencias y beneficios del servicio.

5.2.1 Fuentes primarias

El mercado potencial objeto del análisis son los jóvenes universitarios inicialmente matriculados en tres importantes universidades de la ciudad, como lo son la Universidad Pontificia Bolivariana, La Universidad Santo Tomas y la Universidad Autónoma de Bucaramanga pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5, con edades entre los 18 y los 28 años, quienes se encuentren estudiando actualmente entre primero y noveno semestre de cualquier programa académico.

5.2.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias de la información presentada se basan en el material disponible en cada una de las universidades trabajadas, en bases de datos y en internet.

5.3 Tipo de la investigación

La presente es una investigación cuantitativa no experimental de diseño transversal por cuanto la obtención de los datos se realizará una sola vez, en cada una de las instituciones y las unidades objeto de este proyecto, así como la recolección de información en cada participante en la entrevista personal (Mccarthy & Perreault, 2001).

5.4 Hipótesis

H₀: La actividad académica no se encuentra asociada a expectativas particulares del sujeto inmerso en el mercado potencial que desea estudiar programas de inglés, diplomados, pregrados o postgrados y trabajar durante una temporada fuera del país.

H₁: Existe interés en los estudiantes universitarios en viajar fuera de Colombia para practicar una segunda lengua y trabajar durante una temporada, a través de la obtención de una visa de estudiante internacional en Australia.

5.5 Muestra

El tamaño de la muestra se estimará a partir de la información suministrada por las tres universidades, cumpliendo con los requerimientos específicos de edad, semestre y estrato socioeconómico, acudiendo en principio a los registros magnéticos de estudiantes regulares de las universidades objeto de estudio y proporcionados por la unidad de admisiones de cada una de ellas, o en su defecto a la información reportada por la universidades en la página web institucional o de los informes provenientes del DANE o el MEN.

En la Figura 1 se esquematiza el proceso que se seguirá en el muestreo, junto al desarrollo de la siguiente fórmula para determinar la población de la demanda se tiene en cuenta a las universidades seleccionadas de la ciudad de Bucaramanga, teniendo en cuenta la siguiente formula (Levin, Rubin, & Samaniego, 1996):

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

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

n= Tamaño de la muestra
 z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

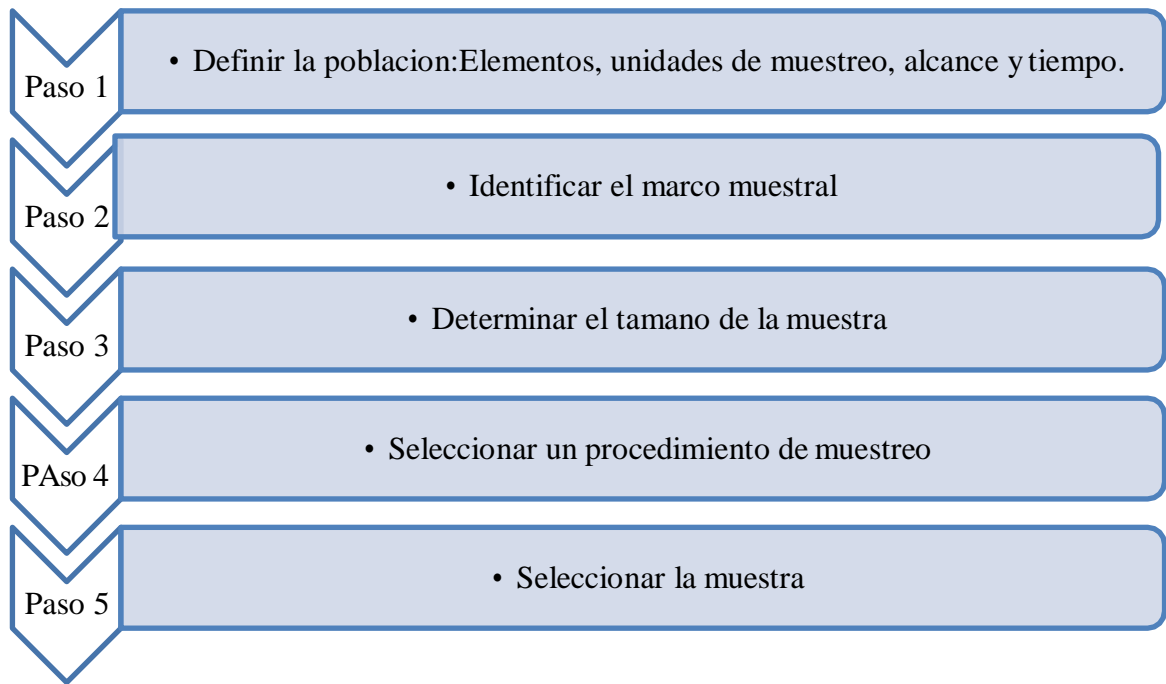


Figura 1. Pasos para seleccionar la muestra

Fuente: Adaptado de Hernández-Sampieri, Baptista-Lucio, & Fernández-Collado (2010)

5.6 Criterios de inclusión

Los estudiantes que se eligen para realizar la encuesta tipo entrevista personal tienen las siguientes características:

- ✓ Para el estudio se tuvo en cuenta que existen en Bucaramanga un número importante de Instituciones de Educación Superior, donde se seleccionaron tres Universidades en atención a su característica principal en el promedio de ingresos por concepto de matrículas y estratificación frente a otras Universidades, así: La Universidad Pontificia Bolivariana, La Universidad Santo Tomás y la Universidad Autónoma de Bucaramanga, las cuales cuentan con estudiantes de estrato 3, 4 y 5.
- ✓ Los estudiantes con edades comprendidas entre los 18 y los 28 años.
- ✓ Los estudiantes no se discriminaron con relación al programa académico.
- ✓ Estudiantes que estén entre segundo y noveno semestre de su carrera universitaria.

- ✓ Por sus antecedentes, algunos estudiantes de estas Instituciones ya habrán participado en el programa.

5.7 Criterios de exclusión

Los criterios de exclusión para este estudio son:

- ✓ Estudiantes de 1 y 10 semestre de cualquier carrera.
- ✓ Estudiantes menores a 18 años y mayores a 28.
- ✓ Estar caracterizado en estrato sociodemográfico 1 y 2.

5.8 Técnicas de investigación

Esta técnica se define como “una alternativa convencional”, que se caracteriza por la preparación previa y anticipada de una serie de preguntas agrupadas con la finalidad de hallar datos viables para la investigación en su mayoría de veces sigue un orden estipulado para no perder el sentido que se le quiere dar a la formulación de la misma.

Además, es la técnica que permite obtener información a través de preguntas a un sujeto sobre variantes de una investigación (Santoro, 2004), lo cual permite conocer otra perspectiva sobre el fenómeno a analizar, la encuesta puede ser estructurada, el entrevistador lleva una guía de preguntas, semiestructurada, la entrevista permite la interacción del entrevistador y el sujeto a investigar, y no estructurada, el sujeto informante conoce los aspectos a trabajar y los describe según su experiencia.

El método utilizado para recopilar la información en esta investigación es la técnica de encuesta estructurada (Kinnear & Taylor, 1993).

5.9 Instrumentos de recolección de la información

Se diseñará un encuesta estructurada como instrumento para la recolección y posterior análisis de la información en una muestra de la población objeto de estudio (McKernan, 2013).

5.10 Análisis de los datos

A partir de los datos colectados de la encuesta para el estudio de mercado, se usará el paquete de Excel Microsoft Office, y el análisis estadístico se inferirá mediante el uso del estadístico SPSS. De igual forma, mediante el uso de tablas de cálculo en Excel Microsoft Office, se realizará la estructuración de los aspectos económicos y financieros del proyecto.

6. Resultados

6.1 Estudio de mercado

6.1.1 Descripción del servicio

International Studies Australia SAS consciente de las necesidades de un importante sector de la población decide entregar un servicio denominado: **Asesoría Integral de Estudios en Australia**, el cual es una oferta gratuita de tipo orientativa sobre la oferta académica existente en Australia, y que consta del asesoramiento en formaciones de pregrado, posgrado, cursos de inglés y aplicación a visas principalmente. Es de anotar que la empresa obtiene como ganancia las comisiones que las entidades educativas pagan por cada estudiante que captan a través de los servicios de International Studies Australia SAS, donde el asesoramiento gratuito es una estrategia para llegar al cliente potencial.

6.1.2 Mercado potencial

6.1.2.1 Análisis del sector servicios en Colombia

Enfocados en el sector terciario y cuaternario en Colombia, el cual incluye todas aquellas actividades económicas alrededor de la producción de servicios encaminados a brindar apoyo y complementariedad al funcionamiento de la economía, se tienen en cuenta subsectores según la clasificación de actividades económicas CIIU (DANE, 2017):

(...) servicios en general, comercio, actividades financieras, función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como servicios en torno a la seguridad y defensa, las actividades en torno a la justicia, la hostelería y el turismo, el ocio, la cultura, el deporte y los espectáculos, que incluyen las llamadas industrias audiovisuales o de imagen y sonido, transporte, comunicación y medios de comunicación, telecomunicaciones y otras aplicaciones de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet; además incluye servicios personales como: educación, sanidad, servicios públicos, peluquerías, agencias de estudios, etc., servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión financiera, jurídica y contable, así como los servicios de consultoría.

Según reveló el DANE (2017): “(...) *el sector de servicios continuó desacelerándose hacia expansiones moderadas de 2,3% real anual durante el primer semestre de 2017, cifra inferior al 3,2% registrado un año atrás*”. Sergio Clavijo de la ANIF por su parte ha señalado en un reportaje al Diario La República que:

Aun con los datos del DANE, se logró superar el desempeño de la economía (como un todo), que se expandió 1,2% en el 2017. Ello respondió a desaceleraciones en todos los subsectores que componen el sector de servicios: i) la intermediación financiera-servicios empresariales moderó su crecimiento hacia valores de 4,1% anual en el primer semestre de 2017 (vs. 4,8% un año atrás); ii) los servicios sociales se desaceleraron hacia 2,9% (vs. 3,5%); iii) el suministro de electricidad, gas y agua creció a ritmos de 0,3% en 2017 (vs. 1,1%); y iv) el comercio-turismo registró expansiones de 0,2% (vs. 2,4%), al igual que el transporte-telecomunicaciones (0,2% vs. 0,6%).

En el caso de los servicios ofertados por agencias de conexión para adelantar estudios en el exterior se incluyen dentro de los servicios de consultoría personas, empresas y áreas complementarias se ha observado un crecimiento del 9% entre 2016 y 2017, ocupando un tercer lugar detrás de la oferta de servicio de asesoría y consultoría en Marketing y sus derivados con un 21%, y de asesoría legal y contable y los servicios de calidad y talento humano con un 11% (FONADE, 2018).

De igual manera, el subsector de servicios personales mostró un ligero crecimiento a finales de 2017 del 1,8%, el cual se espera que para 2018 llegue al 2,2%, gracias a la variación que tiene en forma directa con el PIB (DANE, 2017).

6.1.2.2 Segmento del mercado

Partiendo de considerar que el segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing, se considera que la segmentación para el caso de la agencia de asesoramiento de estudiantes en Bucaramanga con destino a Australia está compuesto como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Generalidades del segmento de mercado

Elemento	Descripción
Ubicación geográfica	Bucaramanga
Rango de edad	18 a 28 años
Nivel socioeconómico	Estaros 3, 4 y 5
Género	Masculino y femenino
Grado de instrucción	Universitario en curso entre 2 y 9 semestre de cualquier pregrado.
Localización	Universidades de Bucaramanga
Mercado objetivo	Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad Santo Tomas y Universidad Autónoma de Bucaramanga.
Nivel de ingresos	Superior a 3 SMLMV
Estilo de vida	Medio-alto

Fuente: Autor

6.1.2.3 Características del mercado objetivo

Según Philip Kotler (2006) un segmento del mercado es un grupo de consumidores que comparten necesidades y deseos similares, lo que presupone para este estudio de mercado el conglomerado de estudiantes entre 18 a 28 años de edad que cursan de 2 a 9 semestre de

cualquier pregrado de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), Universidad Santo Tomas (USTA), y Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), que posean ingresos medio-altos y que socioeconómicamente este ubicados en los estratos 3, 4 y 5.

6.1.2.4 Estimación del mercado objetivo

De acuerdo con el informe de Educación Superior del Departamento de Santander (2017), el boletín de Síntesis Estadística del Departamento de Santander (2014), y el documento sectorial en Educación Superior de la Subdirección de Desarrollo Sectorial adscrita al Ministerio de Educación Nacional (2016), en Bucaramanga hay 110.776 estudiantes universitarios que equivalen al 86,71% del total de estudiantes universitarios del departamento de Santander, el cual asciende a los 127.744 estudiantes de pregrado (Entendido pregrado por los ciclos de formación técnica, tecnológica, carrera universitaria, especialización, maestría y doctorado).

Asimismo, el documento sectorial en Educación Superior de la Subdirección de Desarrollo Sectorial adscrita al Ministerio de Educación Nacional (2016) reporta que 61.178 son los estudiantes de las universidades de Bucaramanga que cursan una carrera universitaria, de los cuales el 55% estudian en universidades públicas y el 45% restante en universidades privadas.

En relación al mercado objetivo el Sistema de Información del MEN (2017) y la plataforma Datos Abiertos del Gobierno Digital de Colombia (2017), junto a las plataformas de cifras institucionales de la UPB, USTA y UNAB (2017) reportan un número de estudiantes en pregrado presencial, tal como se muestra en la Tabla 5, con cohorte a 20 de noviembre de 2017.

Aunque no se pudo acceder a información secundaria que dé cuenta del estrato socioeconómico, en entrevista informal en ventanilla de admisiones de cada una de las universidades en cuestión, funcionarios aseguraron que cerca del 95% de la población estudiantil pertenecen a estratos 3, 4 y 5.

Tabla 5. *Estudiantes población objetivo*

Universidad	Primer semestre	Último semestre	De 2 a 9 semestre	Total
UPB	285	479	3.920	4.684
USTA	390	646	5.327	6.363
UNAB	408	721	5.664	6.793
Total	1.083	1.846	14.911	17.840

Fuente: Autor

En este sentido, la población objetivo está compuesta por 14.911 estudiantes de 2 a 9 semestre de pregrado presencial, de los cuales el 95% correspondería a jóvenes de estratos 3, 4 y 5 que equivale a 14.165 personas.

Datos Ecuación:

Z= 95%

e= 5%

N= 14.165

Luego;

n = 375 (margen de error: 5%, índice de confianza: 95%)

6.1.3 Resultados de las encuestas

Para la recolección de la información se diseñó una encuesta estructurada la cual consta de 17 ítems la cual se puede visualizar en el [Apéndice C](#) y que fue aplicada a través de la plataforma de formularios de Google.

La encuesta fue aplicada en su totalidad a la muestra de 375 estudiantes de las universidades seleccionadas, entre las cuales la UPB participó con el 26,7% (n=100), la USTA con el 32,5% (n=122), y la UNAB con el 40,8% (n=153). Se pudo establecer como rango de edad que el 79,2% tienen entre 18 y 25 años, el 17,1% manifiesta tener más de 25 años, y el 3,7% menos de 18.

Por su parte, en la Tabla 6 se muestra las respuestas en relación a la pregunta, en las que el nivel socioeconómico reportado se destaca que el 66,7% de la muestra se ubica en los niveles socioeconómicos 4 y 5. La Figura 2 muestra la distribución por nivel socioeconómico.

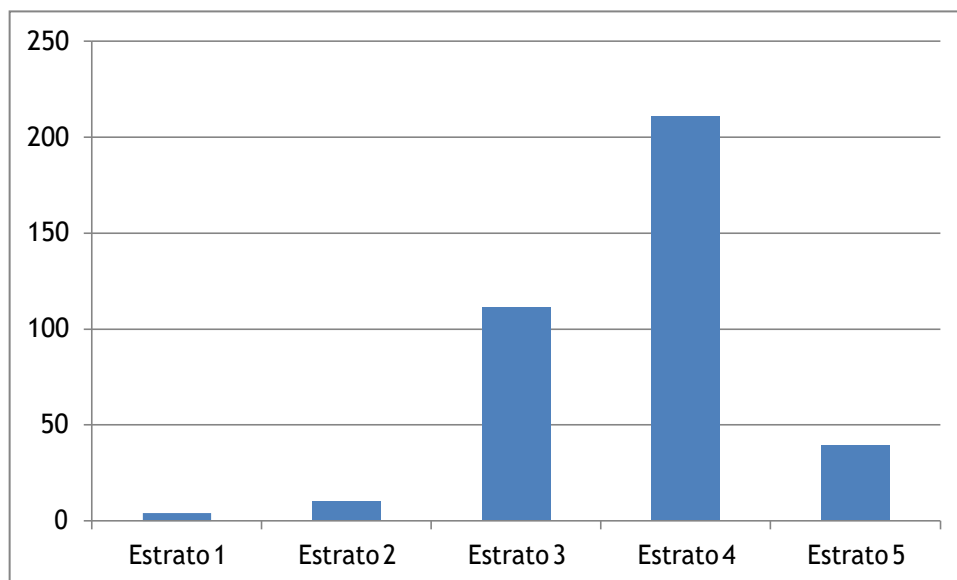


Figura 2. Distribución por nivel socioeconómico

Fuente: Autor.

Tabla 6. *Distribución porcentual por nivel socioeconómico*

Estrato Socioeconómico	%
Estrato 1	1,1
Estrato 2	2,7
Estrato 3	29,6
Estrato 4	56,3
Estrato 5	10,3

Fuente: Autor.

Se indagó de igual forma, sobre el nivel de ingresos mensual promedio en el núcleo familiar, partiendo de la base del SMMLV, la cual se encuentra en \$781.242. Se pudo establecer que la unidad económica familiar representada en la Tabla 7, donde el 66,4% de la muestra tiene ingresos entre 3 y 5 SMMLV, mientras que el 14,7% poseen ingresos superiores a 5 SMMLV.

Tabla 7. *Ingresos promedio mensuales*

Ingresos	No	%
Menos de 1	8	2,1
1 y 2 SMMLV	63	16,8
3 y 5 SMMLV	249	66,4
Más de 5	55	14,7

Fuente: Autor.

Por otro lado, el 57,1% de los encuestados saben que Australia es el tercer destino más popular para estudiantes internacionales, mientras el 42,9% aseguraron que no lo sabían por falta de información. Asimismo, el 67,2% está interesado en aprender inglés mientras estudia y trabaja en Australia, pero el 32,8% dijo que no le interesa.

Se preguntó sobre el interés en realizar estudios complementarios en Australia, a lo que el 66,9% de la muestra manifiesta querer realizar estudios en Australia, mientras que el 33,1% por el contrario declaró que Australia no sería su destino de elección.

En consonancia con lo anterior, la Figura 3 muestra la distribución de áreas de interés para cursar en Australia, donde la Tabla 8 se muestra la relación porcentual dentro de la que se destaca la formación de posgrado en el 44,8% frente a idiomas en el 34,1% de la muestra.

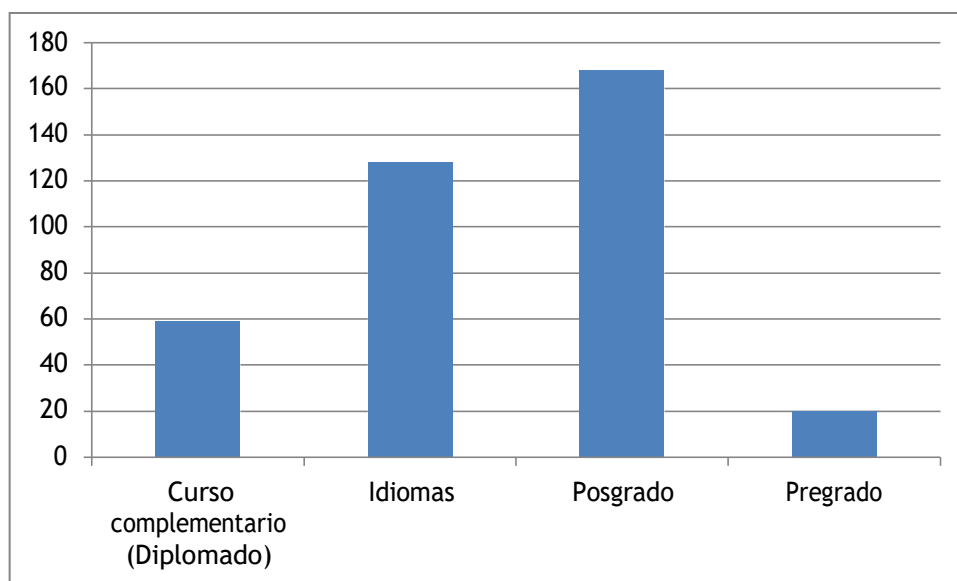


Figura 3. Distribución por áreas de interés

Fuente: Autor.

Desde otro aspecto, el 11,7 % de los encuestados ha solicitado cotizaciones a agencias sobre el visado estudiantil australiano, mientras que el 88,7% no ha realizado ningún tipo de trámite al respecto.

Tabla 8. Porcentaje por área de interés

Tipo de Formación	%
Diplomado	15,7
Idiomas	34,1
Posgrado	44,8
Pregrado	5,4

Fuente: Autor.

En la Tabla 9 se relacionan las empresas que han sido consultadas, aunque es evidente que prevalece en el 91,7% de los encuestados la variable de no saber o no responder al ítem indicado.

Tabla 9. *Agencias consultadas*

Empresa	%
Aiso	1,1
Australian option education	0,3
Babel studies	0,5
Blue studies	1,9
EF	0,5
Estudien Australia	0,8
Isc	0,3
Latino Australia	1,6
Veta	1,1
Yeah! Australia	0,3

Fuente: Autor.

Igualmente, al preguntar por el criterio que más importancia tiene en el momento de tomar la decisión de estudiar en Australia, el 17,3% lo haría por aprender inglés, para aumentar el nivel académico el 25,9%; estudiar y trabajar en simultanea el 39,5%; y por cuestiones de precio 17,3%; tal y como se muestra en la Figura 4.

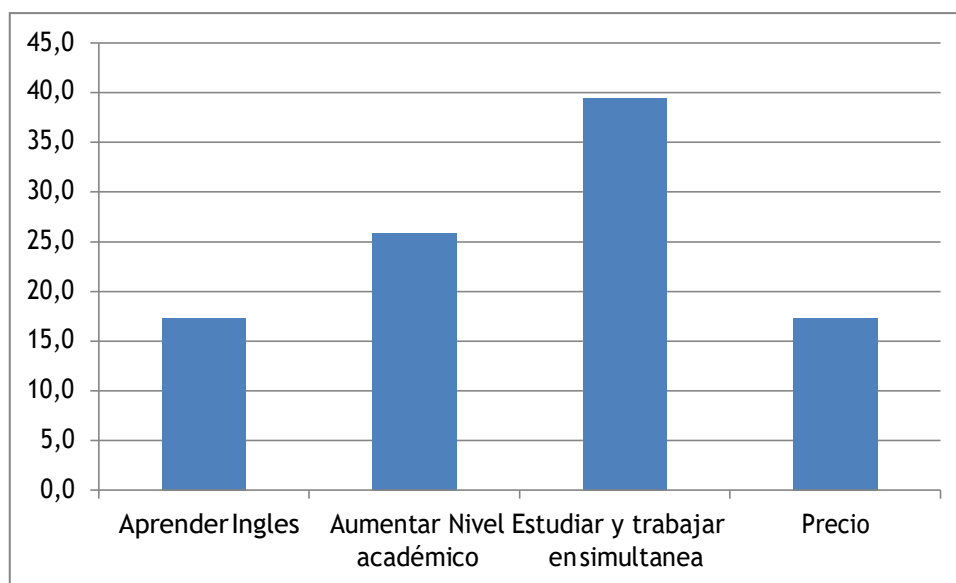


Figura 4. Criterio de decisión para estudiar en Australia.

Fuente: Autor.

Al preguntar por el conocimiento de que la aplicación a cualquier instituto educativo australiano se debe hacer por medio de una agencia, el 60% dijo que sí lo sabía, mientras el

40% dijo que no, lo que implica un desconocimiento de información asertiva que puede ser aprovechado mediante la estrategia publicitaria de la agencia. También se indagó si al realizar dicho trámite por medio de una empresa en qué lugar le gustaría que estuviera ubicada. En la Tabla 10 se muestra las ubicaciones seleccionadas con sus respectivos porcentajes.

Tabla 10. *Ubicación*

Ubicación	%
Cabecera	42,9
Cañaveral	21,1
Centro Bucaramanga	10,7
Le es indiferente	25,3

Fuente: Autor.

De otra parte, al preguntar sobre cuál servicio representa mayor importancia a la hora de contar con una agencia de asesoría de estudios el asesoramiento estudiantil ocupó el primer lugar con el 46,7%, seguido del alojamiento con un 15,7%, y en tercer lugar el visado con el 11,2%; tal como se muestra en la Figura 5. Este resultado tiene un impacto positivo en la viabilidad de la empresa, toda vez que los servicios que se ofertaran están orientados en estos tres aspectos.

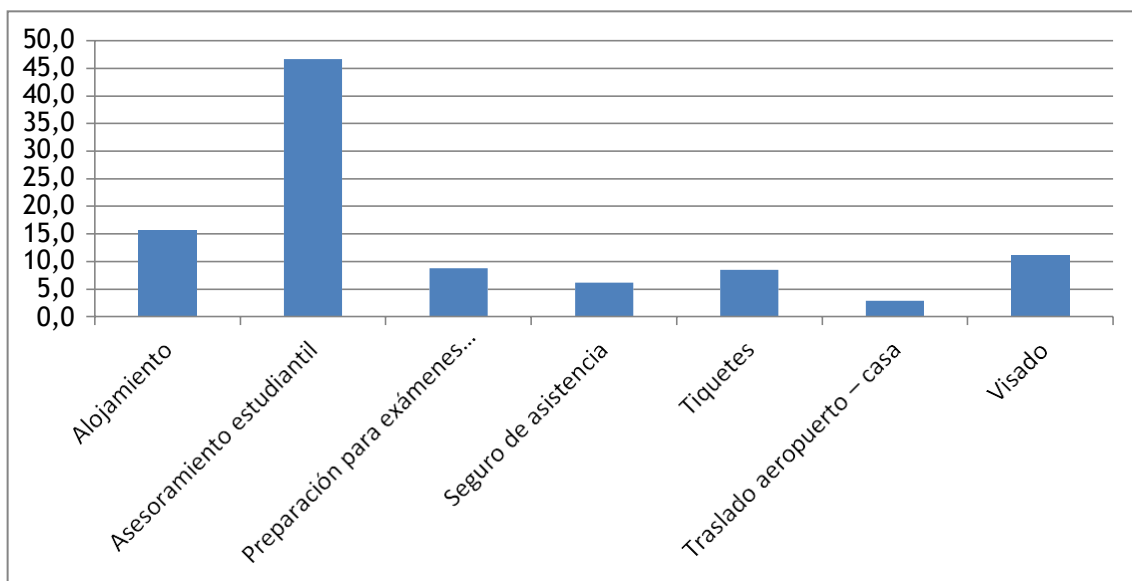


Figura 5. Distribución por servicio ofertado

Fuente: Autor.

Se pudo identificar también, que el 73,1% de los encuestados desconoce que la asesoría que ofrecen las agencias para personas interesadas en estudiar en Australia es gratuita, por el contrario, el 26,9% si lo sabían. Asimismo, la encuesta arrojó que al 59,2% les gustaría recibir atención personalizada, seguido del 29,1% que prefieren el contacto electrónico, y finalmente, el 11,7% por vía telefónica. Este aspecto tiene implicaciones estratégicas para la viabilidad de la empresa, ya que permite dar pasos en el reconocimiento de un asesoramiento gratuito al cliente o prospecto, lo que genera un “gancho publicitario” a la hora de iniciar un camino de atención integral para analizar la oferta educativa Australiana, y de esa forma motivar al usuario a que tome el curso. De igual forma, este dato brinda orientación de los canales de atención a clientes potenciales y usuarios finales, así como en las preferencias de búsqueda de información frente al particular.

En la Tabla 11 se muestra las preferencias de los encuestados en relación a los canales de búsqueda de información para averiguar por agencias de estudios para Australia, en la que prevalece el internet con el 49,6%.

Tabla 11. *Medios utiliza para investigar*

Medio	%
Amigos	28,5
Internet	49,6
Medios escritos	6,4
Redes sociales	15,5

Fuente: Autor.

Por último, se quiso establecer los factores por los cuales el encuestado se sentía desmotivado cuando ha contemplado la posibilidad de viajar al exterior, en la que el dinero ocupa el 58,9% de la desmotivación, seguido de la carencia de asesoría para viajar en el 18,7% de los casos, y los trámites en el 22,4%. Frente a este particular, existe la ventaja para la agencia de poder llegar con soluciones efectivas al 41,1% que agrupa el tema de asesoría y tramites, pero en relación a la limitante de recursos económicos le atañe al estudiante obtener las soluciones respectivas del proceso.

6.1.4 Cuantificación de la demanda y proyección

La demanda para el servicio ofertado por la empresa está compuesto por las personas que estarían dispuestas a iniciar un proceso de asesoría y trámite para estudiar en Australia, los cuales en la mayoría de los casos constituyen universitarios recién egresados. Para realizar el cálculo, se tomó como línea base el número de estudiantes graduados en 2017 y se proyectó a 3 años de acuerdo a la tasa de graduados por año del Ministerio de Educación Nacional y las estimaciones del Observatorio Laboral, tal como se muestra en la tabla 12. La tasa de absorción de bachilleres por parte de la educación superior estimada por el MEN (2014) es del 34,6% de la cual egresa sólo el 26,8% al finalizar el pregrado. El crecimiento en la tasa de egresados a nivel nacional según el Observatorio Laboral (2014) es del 3,6%. Sobre este último dato se realizó la proyección.

Tabla 12. *Proyección de la demanda*

Universidad	2017	2018	2019	2020
UPB	479	496	514	533
USTA	646	669	693	718
UNAB	721	747	774	802
Total	1.846	1.912	1.981	2.053

Fuente: Tasa de proyección Observatorio Laboral (2014) sobre datos de Universidades 2017-2018.

Se considera necesario aclarar, que es usual en las tesis de grado y estudios de viabilidad observar proyecciones a 5 o más años, sin embargo, Pereira (2017) del Centro Nacional de Consultoría, y Herrera (2017) de la firma consultora Organización Gabriel Herrera SAS y Montgomery (2014) del Centro de Liderazgo de la Universidad de Harvard, refieren que las proyecciones son más fiables en cuanto a la validez y consistencia interna de los datos sobre los cuales se proyecta siempre y cuando posean una determinada robustez, pero que en el entendimiento del analista, es claro que la línea de tiempo demanda sucesos que se escapan al orden numérico o probabilístico, por lo que pensar en proyecciones a corto plazo sugieren mayor estabilidad en los datos dejando espacio a simulaciones más ajustadas al escenario de la realidad.

6.1.5 Competencia

Mediante la consulta realizada por el portal de la Cámara de Comercio de Bucaramanga se pudo establecer que operan en la ciudad 16 empresas que en su portafolio prestan el servicio de asesoría integral para estudios en el exterior. Cada una de estas empresas está legalmente constituida y renovaron su existencia y representación legal en 2018.

Se destaca que la oferta de cada una de las empresas es amplia y tienen en cuenta pregrados, posgrados y cursos de inglés, pero concentra su accionar comercial en este último, ya que las comisiones para pregrado y posgrado son inferiores al 1%, mientras que en el caso de los cursos de inglés las comisiones están entre el 25% y 30%.

De igual forma, la oferta se centra en destinos a nivel mundial, sólo se encontró una empresa que tiene su oferta concentrada en Australia, en especial, para cursos de inglés de corta, media y larga estancia. En la tabla 13 se puede ver la relación de empresas encontradas.

Tabla 13. *Competidores*

Empresa	Destinos	Énfasis
Grupo viva y aprenda	Todo el mundo	Cursos de inglés
Mas Education	Todo el mundo	Cursos de inglés
Kaplan International	Todo el mundo	Cursos de inglés
EF	Todo el mundo	Cursos de inglés
Babel Studies	Todo el mundo	Cursos de inglés
Global Connection	Todo el mundo	Cursos de inglés
Be Global	Todo el mundo	Cursos de inglés
Hi International Studies	Todo el mundo	Cursos de inglés
International Student Center- ISC	Todo el mundo	Cursos de inglés
Go Global	Todo el mundo	Cursos de inglés
AC Estudios en el Exterior	Todo el mundo	Cursos de inglés
UNO 800	Todo el mundo	Cursos de inglés
Study Union	Todo el mundo	Cursos de inglés
EDEX Estudios en el Exterior	Todo el mundo	Cursos de inglés
ISSO Estudios en el Exterior	Todo el mundo	Cursos de inglés
VETA Estudios en el Exterior	Sólo Australia	Cursos de inglés

Fuente: Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018).

Los precios están basados en las tarifas dadas por las escuelas de formación para cada uno de los casos de estancia, con pago total anticipado del curso, y retorno de la comisión a la empresa. En este sentido, se denota una homogeneidad en términos de captación frente a la competencia, pues no hay una guerra de precios específica, sino que el tema es de calidad en el asesoramiento y prestación del servicio.

Este aspecto es crucial para la viabilidad de la agencia, pues el modelo de negocio no admite un cobro al estudiante lo que representa una oferta de servicios de asesoría totalmente gratuitos. Asimismo, la homogeneidad de los precios y pago de comisiones de los institutos

en Australia hace que exista un equilibrio competitivo, lo cual es un elemento altamente diferenciado de la competencia tradicional vista en nuestro medio.

6.1.6 Estrategia de promoción y publicidad

6.1.6.1 Estrategia servicio

La estrategia de servicio se orientará bajo los siguientes cinco aspectos de acuerdo con lo planteado por Zeithaml, Bitner, Lara-Choy, Hirschfeld, & Becerril (2002):

- 1. Capacitación del equipo humano de trabajo:** La empatía, dedicación y alineación con los objetivos del cliente es algo que debe formarse en el equipo asesor.
- 2. Hablar el lenguaje de los clientes:** La opinión del cliente es parte fundamental de cualquier estrategia efectiva de servicio, ya que, al saber cómo se sienten los clientes acerca del negocio, se pueden cambiar las cosas que no les gustan y promover los aspectos que les hacen seguir interesados.
- 3. Facilitar la comunicación bidireccional:** Así como se escucha al cliente, es necesario que él conozca la visión de servicio al cliente a los empleados, ya que ellos deben comprender los objetivos de la organización para el servicio y su responsabilidad para ayudar a lograr esa visión dual.
- 4. Promover y mejorar la comunicación interna:** La empresa contará con un sistema de comunicación interna eficiente que en oportunidad de tiempo y espacio se retroalimentaran los procesos en todos los niveles de la compañía.

5. **Aprovechar el Big Data:** Adquisición de una plataforma virtual de CRM alimentada a través de bases de datos, de manera tal, que la administración del cliente sea más eficiente.

Además, debido a que se evidencia un número importante de competidores en la ciudad se debe enfocar una campaña publicitaria muy atractiva que permita la captura de clientes, así como una alta calidad en la prestación del servicio. Dado que se percibe un mercado potencial interesante, se incrementará moderadamente la capacidad de trabajo, contratando más asesores de ventas para lograr abarcar un mayor porcentaje de la demanda, y se realizará un seguimiento a la normatividad aplicable a las Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) para estar al tanto de los requisitos legales que le competen y en la parte tributaria, saber con qué obligaciones debe cumplir y cada cuanto para evitar así, sanciones o multas por parte de los entes de control.

6.1.6.2 Estrategia de precio

La estructura de ingresos depende del valor captado por comisiones de los servicios vendidos por la agencia, que corresponden en promedio al 25% sobre el valor total del servicio vendido.

De acuerdo a la ciudad, institución y tipo de programa el valor del curso generalmente varía, por lo que, para efectos de cálculo, se tomó para la base de ingresos promedio de la agencia, el costo de un programa de inglés de una duración de 24 semanas (seis meses). La agencia dará adicionalmente, asesoría para la obtención de alojamiento y tiquetes con destino a Australia.

La información suministrada por otras agencias como Babel Studies, EF Education First y Mundo Destinos, el valor promedio de un curso de inglés para 2018 como el señalado en el párrafo anterior tiene un costo de \$15.000.000 de pesos colombianos. En ese sentido, la estrategia de precio está enfocada a brindar el mismo valor de referencia del mercado, con un descuento especial, el cual se describe en la estrategia de promoción. Sobre el costo en tiquetes y visado no hay una tasa de comisión, sólo hay la captación del porcentaje de comisión que retorna como pago por parte del establecimiento educativo en Australia. Para efectos de cálculo financiero, la tasa de comisión es del 25% sobre el valor total pagado a la institución educativa australiana.

6.1.6.3 Estrategia de distribución

La agencia es un intermediario entre el estudiante y la institución educativa en Australia, la cual brinda toda la información, orientación y acompañamiento al estudiante en el cumplimiento de los requisitos para la inscripción y matrícula del programa internacional para su formación en inglés, alojamiento y alimentación; así como el apoyo en el trámite de solicitud de la visa y compra de tiquetes aéreos. En la Figura 6 se esquematiza el flujograma del servicio, donde se toma como eje principal en la ruta al cliente quien es atendido por la empresa International Studies Australia SAS, la cual lo conecta con la oferta académica de las instituciones educativas australianas, y le brinda asesoría sobre aspectos relacionados con su estancia, alojamiento, alimentación, visado y traslados de origen-destino y viceversa.

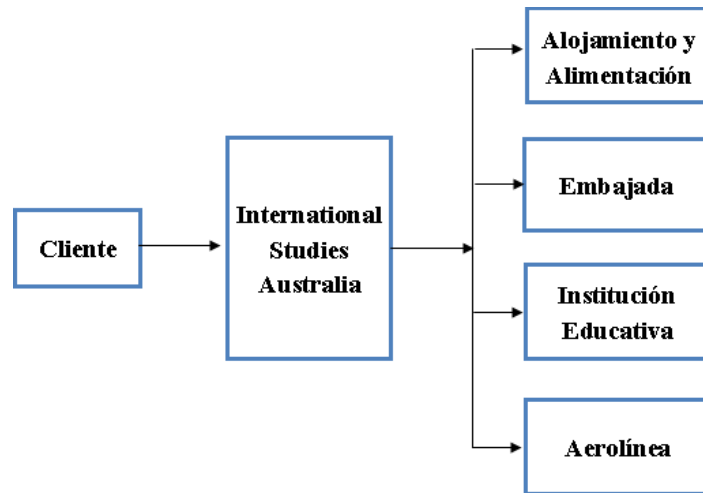


Figura 6. Flujograma del proceso

Fuente: Autor.

La creación de una página web interactiva permitirá una mejor experiencia del cliente potencial en relación a la información que requiere obtener, a través de la cual también podrá realizarle seguimiento a su proceso.

La página web también estará vinculada a redes sociales en las que se dará a conocer no sólo el portafolio de servicios, sino que, de igual forma, las experiencias de otros clientes en la línea de tiempo de vigencia, comentarán su caso particular, a fin de motivar la decisión final de compra del servicio con nuestra empresa.

6.1.6.4 Estrategia de promoción

La publicidad se orientará a personas jóvenes, que tengan relación con estudios en el exterior, como se muestra en la Figura 7.



Figura 7. Flyer promocional

Fuente: Autor.

Se emplearán los medios de comunicación impresos y virtuales como mecanismos de difusión del portafolio de servicios. Este tipo de publicidad también se divulgará por redes sociales, ya que estas herramientas tecnológicas son las más asentadas en la actualidad debido principalmente a su bajo coste y su facilidad de uso. El objetivo es aumentar las ventas, atraer clientes, mejorar el reconocimiento de la empresa y mejorar la identidad de marca.

6.2 Estudio técnico

6.2.1 Tamaño y capacidad del proyecto

De acuerdo con la ley 905 de 2004 por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, y en la que se tipifican las empresas por su tamaño, se puede decir que International Studies Australia SAS es una microempresa, ya que cuenta con una

planta de personal no superior a 10 trabajadores y tiene unos activos no mayores a 500 SMMLV.

La capacidad del proyecto está sustentada en una serie de ventas proyectadas que permiten alcanzar su equilibrio y rentabilidad económica frente a la inversión que requerirá la puesta en marcha de la agencia. De acuerdo con un estudio realizado por Murcia-Méndez (2018) un asesor junior en este sector de servicios puede vender alrededor de 6 a 8 cursos al mes, realizando todo el proceso de inicio a fin, incluyendo seguimiento, asesoría, inscripción y matrícula del estudiante al programa con la entidad en el exterior, realizando el proceso de pago y el proceso de trámite de Visa, en un horario de 8 horas, 5 días a la semana, aspecto sobre el cual se realizó la estimación de la capacidad de la empresa, tal como se muestra en la tabla 14, partiendo de considerar que se cuenta con dos vendedores junior y dos freelance (La relación de personal se puede ver en el punto [6.3.2](#) de este documento).

Tabla 14. *Capacidad*

Periodo	Ventas proyectadas	Capacidad utilizada
Año 1	40	27,7%
Año 2	59	40,9%
Año 3	84	58,3%

Fuente: Autor.

6.2.2 Distribución de planta

Atendiendo a los resultados de la encuesta la empresa se ubicará en la zona de Cabecera en Bucaramanga y la distribución de la oficina se esquematiza en la Figura 8. Dicha esquematización y distribución de la misma responde a las dimensiones y áreas en m² de oficinas en el sector.

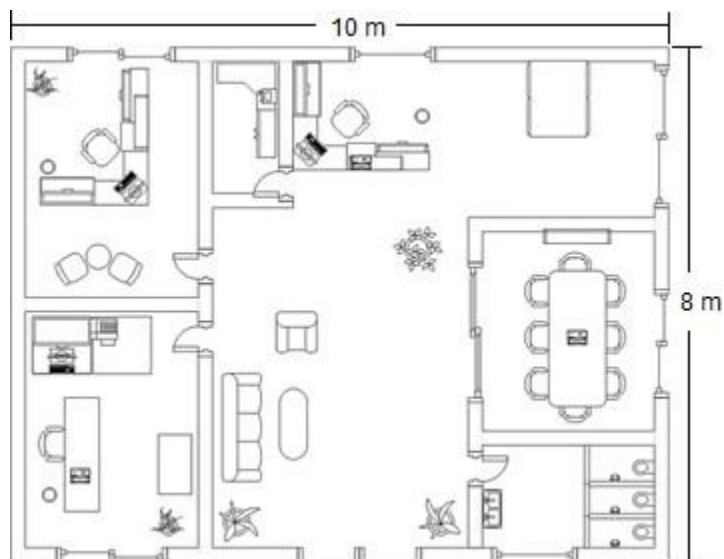


Figura 8. Plano oficina
Fuente: Autor.

6.2.3 Localización

La localización de la agencia se pueden apreciar en la figura 9 y 10, partiendo de considerar dos aspectos: uno de macrolocalización, el cual fue dado como resultado de la encuesta aplicada, y en segundo lugar, la ubicación tentativa de la empresa en dicho sector o microlocalización a través del método cualitativo por puntos.

Aunque los métodos para la localización de un proyecto dependen en su mayoría del criterio del inversionista, para el caso de este trabajo de estudio de viabilidad se tomó como criterio para la macrolocalización la información suministrada por la encuesta de intención aplicada para el análisis del mercado detallado en la pregunta No 11 de la encuesta (título [6.3.1](#) del presente documento), en la cual al preguntar por el conocimiento de que la aplicación a cualquier instituto educativo australiano se debe hacer por medio de una agencia, el 60% dijo que sí lo sabía, mientras el 40% dijo que no, lo que implica un desconocimiento de información asertiva que puede ser aprovechado mediante la estrategia publicitaria de la agencia.

Se indagó si al realizar dicho trámite por medio de una empresa en qué lugar le gustaría que estuviera ubicada. Las ubicaciones seleccionadas con sus respectivos porcentajes son: Cabecera 42,9%; Cañaveral 21,1%; Centro de Bucaramanga 10,7%; y le es indiferente 25,3%.

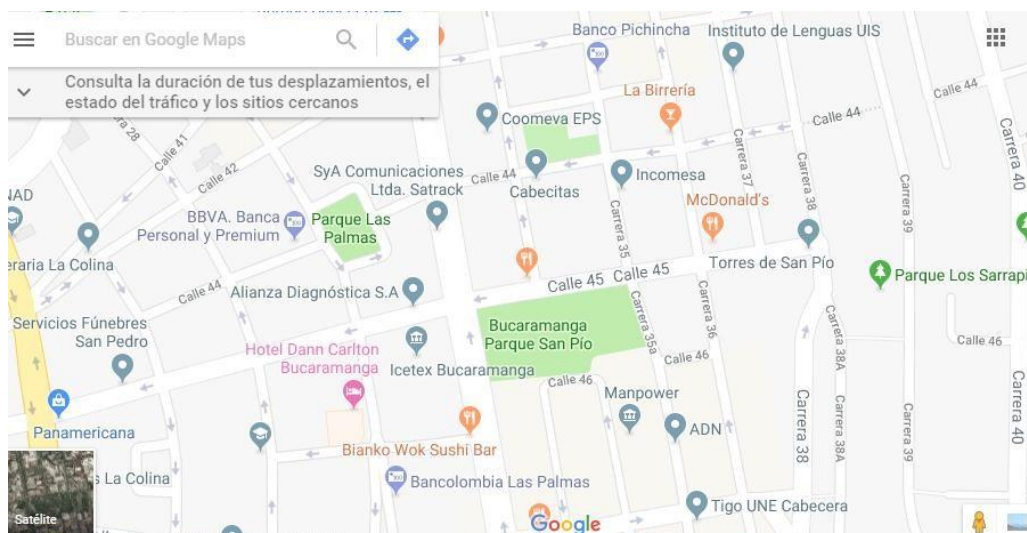


Figura 9. Macrolocalización

Fuente: Google maps

Microlocalización

En adición, la microlocalización fue determinada mediante un método cualitativo por puntos, el cual consiste en definir los principales factores a tener en cuenta para la ubicación física del proyecto a los cuales se les asigna un valor numérico o peso relativo por lo general en escala de 1 a 10, de acuerdo a su importancia, y a criterio o experiencia del inversor (Orozco, Arias, & Rodríguez, 2016).

En consecuencia, se establecieron tres puntos comerciales a evaluar, así:

- ✓ **Punto A:** Establecimiento ubicado en la carrera 33 entre calles 51 y 52.

- ✓ **Punto B:** Establecimiento ubicado en la carrera 29 entre calles 44 y 45.
- ✓ **Punto C:** Establecimiento ubicado en la calle 48 entre carreras 29 y 30.

En la tabla 15 se puede apreciar que se tomaron 7 factores clave a los cuales se les asignó un peso entre 0 y 1 para posteriormente darles a cada uno un peso entre 1 a 10, y así establecer la ponderación correspondiente para cada punto.

Tabla 15. *Microlocalización por puntos*

Factor	Peso asignado	Punto A		Punto B		Punto C	
		Calificación	Pond	Calificación	Pond	Calificación	Pond
Visibilidad	0,2	7	1,4	7	1,4	9	1,8
Accesibilidad	0,1	6	0,6	8	0,8	8	0,8
Canon de arrendamiento	0,2	3	0,6	5	1	7	1,4
Servicios de comunicación	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Proximidad a entidades bancarias	0,1	9	0,9	7	0,7	6	0,6
Acceso al mercado potencial	0,2	7	1,4	7	1,4	7	1,4
Rutas de transporte	0,1	10	1	10	1	10	1
Total	1		6,7		7,1		7,8

Los resultados obtenidos de la metodología por puntos permitieron establecer que el establecimiento comercial C cumple con una mayor calificación en todos los factores claves de la microlocalización con un puntaje ponderado final de 7,8.



Figura 10. Microlocalización
Fuente: Google maps

6.2.4 Equipamiento

La agencia necesita para cumplir con sus operaciones comerciales de una infraestructura básica comprendida esencialmente por una oficina promedio como se describió en el apartado 6.2.2. Asimismo, requiere de un equipamiento y mobiliario especial para atender a su distinguida clientela con el apoyo de las herramientas tecnológicas disponibles y soporte de medios tecnológicos como internet y telefonía fija y móvil.

En la tabla 16 se presenta el mobiliario y equipamiento con el que contará la empresa para su inicio de actividades. Los detalles de la inversión se describen en el punto [6.5.1](#).

Tabla 16. *Equipamiento*

Recurso	Cantidad
Computador	3
Impresora-copiadora	1
Aire acondicionado 24.000 BTU	1
T.V LED	1
Set de escritorio	3
Módulo de oficina	3
Escritorios	3
Silla ejecutiva	2
Silla presidencial	1
Silla oficina	6
Módulo de espera	1
Mesa de juntas x 8 puestos	1
Set cafetería	1
Set baño	3
Sofá ejecutivo	1
Decoración interna	1

Fuente: Autor.

6.3 Estudio administrativo

6.3.1 Análisis organizacional

6.3.1.1 Nombre de la empresa

La agencia de estudios en el exterior se denominará **International Studies Australia SAS**, es una sociedad comercial por acciones simplificadas, de nacionalidad colombiana, y con domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Bucaramanga. En la Figura 11 se presenta el logo de la empresa. La imagen fue construida para reflejar la dinámica de Australia en relación a aspectos de diversidad y cultura, que propenden por un entorno lleno de oportunidades.



Figura 11. Logo de la empresa
Fuente: Autor

Objeto social. La sociedad tendrá por objeto gestionar, adquirir, administrar, comercializar, cobrar, recaudar, intermediar en la promoción de programas académicos: idiomas, técnicos, carreras, postgrados, maestrías y doctorados en el exterior, representar instituciones del exterior en Colombia. Realización de eventos, ferias, seminarios y conferencias. Turismo, excursiones, tiquetes, seguros médicos, importación y exportación de productos relacionados con el objeto social, así como la gestión de la visa ante la embajada.

6.3.1.2 Tipo de sociedad

International Studies Australia SAS, es una sociedad comercial por acciones simplificadas cuya actividad económica corresponde al código CIIU: 8560. Actividades de Apoyo a la Educación.

6.3.1.3 Misión

International Studies Australia SAS, es una agencia de asesoría de estudios en el exterior con destino a Australia, que bajo una política de calidad y servicio contribuye a la realización de las metas profesionales, académicas y personales de nuestros clientes, mediante un acompañamiento permanente para el direccionamiento exitoso del plan de viaje, estudio y buen retorno.

6.3.1.4 Visión

International Studies Australia SAS desea para el 2028 ser una agencia consolidada en el mercado regional por brindar un buen servicio integral de asesoría académica en el exterior, calificada AAA por nuestros clientes gracias al trabajo en equipo, motivación al logro y compromiso de todos y cada uno de los miembros de nuestro equipo de trabajo.

6.3.1.5 Valores corporativos

International Studies Australia SAS basa su accionar empresarial sobre los siguientes valores organizacionales:

- ✓ **Responsabilidad:** Para International Studies Australia SAS la responsabilidad es una contribución activa de la organización al mejoramiento del entorno social, económico y ambiental desde cada una de sus prácticas, en las que se propende por la mínima generación de impactos negativos.
- ✓ **Calidad del servicio:** Se concibe como el plan para el cumplimiento de las expectativas del cliente frente al servicio ofertado, desde cada uno de los procesos que enmarca la prestación del mismo.
- ✓ **Honestidad:** Denota la coherencia entre lo que se dice y se hace en la empresa, es decir, es una línea de asociación entre lo ofertado y lo que se entrega al cliente.
- ✓ **Objetividad:** para la empresa se concibe como la entrega oportuna y exacta de lo ofertado al cliente en tiempo real.
- ✓ **Idoneidad:** International Studies Australia SAS hace lo que sabe hacer gracias a la trayectoria de sus accionistas y colaboradores.

6.3.2 Análisis del recurso humano y administración del personal

El recurso humano es el elemento dinamizador de las organizaciones, por lo que la agencia en su propósito de servir con unos valores corporativos, ha decidido incluir dentro de su planta de personal los cargos que se requieren con una breve descripción de su perfil y tipo de vinculación laboral con la empresa (Ver tabla 17).

Tabla 17. Recurso humano

Cargo	Cant	Formación	Perfil		
			Competencias	Experiencia	Contratación
Gerente	1	Profesional	-Gerenciales: Direccionamiento estratégico. -Comunicativas (Bilingüe: inglés-español).	3años	Tiempo completo
Aux. contable	1	Tecnológica	-Administrativas: Apoyar procesos.	3 años	Por honorarios
Secretaria	1	Técnica	-Administrativas: Apoyar procesos.	3 años	Tiempo completo
Contadora	1	Profesional		3 años	Por honorarios
Vendedor junior	2	Profesional	-Comunicativas (Bilingüe: inglés-español). -Administrativas: Venta de intangibles.	3 años	Tiempo completo
Vendedor freelance	2	Profesional	-Comunicativas (Bilingüe: inglés-español). -Administrativas: Venta de intangibles.	3 años	Por honorarios
Aux. de servicios	1	Bachiller	-Asistenciales: Apoyar procesos.	1 año	Medio tiempo

Fuente: Autor.

De acuerdo con las normas vigentes en Colombia, se realizará la contratación del personal y el aumento en el número de personas requerida estará vinculado a las necesidades de crecimiento de la empresa, las cuales serán dictadas por los indicadores económicos y financieros del negocio.

6.4 Estudio legal

6.4.1 Requerimientos para la creación de la empresa

La documentación exigida es la siguiente:

- ✓ Estatutos de Constitución, relacionando las condiciones legales de la Sociedad.
- ✓ Pre – Rut Dian.

- ✓ Certificado de Registro Mercantil ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
- ✓ Cuenta bancaria de la sociedad
- ✓ Mecanismo digital de facturación y resolución de la misma otorgada por la DIAN.

6.4.2 Normas y regulaciones

Desde 1919, la Organización Internacional del Trabajo ha sostenido y desarrollado un sistema de normas internacionales del trabajo, el cual tiene por objetivo originar oportunidades para hombres y mujeres, para que éstos consigan trabajos decentes y productivos, en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad (Von-Potobsky & De la Cruz, 1990).

En la economía globalizada de la actualidad, las normas internacionales del trabajo constituyen un componente esencial del marco internacional para garantizar que el crecimiento de la economía global sea beneficioso para todos.

Las normas internacionales del trabajo se desarrollan a partir de una creciente preocupación internacional en torno a que debe hacerse algo para afrontar determinados problemas, como proporcionar protección de la maternidad a las trabajadoras, o garantizar condiciones seguras de trabajo a los trabajadores agrícolas.

El desarrollo de las normas internacionales del trabajo de La OIT es un proceso legislativo único, que incluye a representantes de los gobiernos, de los trabajadores y de los empleadores de todo el mundo.

Asimismo, en la política pública colombiana para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo que tienen una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central La Constitución Política (1991), que en su Título XII “*Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública*” (Art. 333), se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo de la Nación.

Además, plantea como derechos fundamentales el empleo y la educación, los cuales son garantía para generar condiciones de vida dignas y facilitar el desarrollo económico y social del país. El emprendimiento empresarial es una de las características fundamentales del desarrollo económico y social de los países con economías de mercado, como la nuestra, donde la empresa se presenta como el núcleo esencial de generación de la riqueza que conlleve al bienestar general.

En éste sentido, las principales normas e instrumentos de planificación, que conforman el sustento jurídico de la Política de Emprendimiento, son:

- ✓ La Ley 29 de 1990
- ✓ El Decreto 393 de 1991
- ✓ El Decreto 585 de 1991
- ✓ La Ley 344 de 1996
- ✓ La Ley 550 de 1999

Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó Ley MIPYMES, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, y las siguientes:

- ✓ La Ley 789 de 2002
- ✓ El Decreto 934 de 2003
- ✓ La Resolución 470 de 2005
- ✓ La Ley 1014 de 2006
- ✓ El Decreto 4466 de 2006

- ✓ El Decreto 2175 DE 2007
- ✓ La Sentencia C–392 de 2007 de la Corte Constitucional
- ✓ La Sentencia C–448 de 2005 de la Corte Constitucional

6.5 Estudio financiero

6.5.1 Inversión

Para el análisis económico, financiero y proyecciones del plan de negocio se tomó como referente el modelo financiero para emprendimientos de la Alcaldía de Bogotá llamado: “Bogotá Emprende”, modelo validado para emprendimientos a nivel nacional. En la figura 12 se visualiza la pantalla de inicio de la macro de Excel.

The screenshot shows a web form for project identification. On the left, there is a sidebar with instructions: 'Identificación del proyecto: Se requiere para que en el momento de imprimir los resultados estos aparezcan en los encabezados de cada página, conociendo de antemano a que proyecto hace regencia y los nombres de los emprendedores. Selección la actividad económica. Una vez diligenciada toda la información de la identificación del proyecto, de la opción continuar, luego califique la información.' The main form area is titled 'IDENTIFICACION DEL PROYECTO' and contains the following fields: 'NOMBRE DEL PROYECTO' with the value 'International Studies Australia SAS', 'SOCIOS' with the value 'Jhomaira Duran', and three radio button options: 'TRANSFORMACION', 'COMERCIALIZACION', and 'SERVICIOS' (which is selected). A red 'Continuar' button is located at the bottom right of the form.

Figura 12. Macro de Excel proyecto emprendimiento

Fuente: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/4520/3/Anexo%25202.xls+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co>

La inversión total para a la realización del proyecto se estableció teniendo en cuenta los activos fijos (17,58%) y el capital de trabajo requerido (82,42%) (Ver tabla 18), el cual asciende a \$ 84.929.200, y cubre varios conceptos de inversión, tal y como se relacionan en la Tabla 19.

Tabla 18. Inversión

Concepto	Recursos Propios		
Activos Fijos	\$	14.929.200	18%
Capital de Trabajo	\$	70.000.000	82%
Total General	\$	84.929.200	
Distribución Inversión			100,00%

Fuente: Autor.

Tabla 19. Conceptos de inversión

Concepto	Inicio del proyecto	
	Aportes	Crédito
Equipos	1.250.000	0
Herramientas	308.400	0
Muebles y Enseres	7.560.800	0
Computad. Produc.	2.910.000	0
Capital de Trabajo	70.000.000	0
Total	82.929.200	0

Fuente: Autor.

6.5.2 Ventas

De acuerdo con un estudio realizado por Murcia-Méndez (2018) un asesor junior en este sector de servicios puede vender alrededor de 6 a 8 cursos al mes, realizando todo el proceso de inicio a fin, incluyendo seguimiento, asesoría, inscripción y matrícula del estudiante al programa con la entidad en el exterior, realizando el proceso de pago y el proceso de trámite de Visa, en un horario de 8 horas, 5 días a la semana, aspecto sobre el cual se realizó la estimación de la capacidad de la empresa, tal como se muestra en la tabla 14, partiendo de considerar que se cuenta con dos vendedores junior y dos freelance (La relación de personal se puede ver en el punto [6.3.2](#) de este documento).

En este sentido, se estima que con la fuerza de trabajo que la empresa piensa tener se puede obtener entre 192 a 384 ventas anuales cada una por valor de \$15.000.000 a nombre de

la institución educativa y con un retorno neto de comisión de \$3.750.000, donde las ventas se inician en el mes de enero del 2019. En este primer año se espera vender 40 cursos de inglés que representan 600 millones de pesos de los cuales se obtiene una comisión neta de \$150.000.000, con mayor pico de venta en el mes 8 de la proyección, por valor de 90 millones de pesos, tal como se muestra en la tabla 20.

Tabla 20. *Proyección de ventas año 1*

Ventas Año 2019 (Año 1)		
PERIODO	Valor en pesos	%
ene/2019	15.000.000	2,50%
feb/2019	15.000.000	2,50%
mar/2019	30.000.000	5,00%
abr/2019	30.000.000	5,00%
may/2019	45.000.000	7,50%
jun/2019	45.000.000	7,50%
jul/2019	60.000.000	10,00%
ago/2019	90.000.000	15,00%
sep/2019	75.000.000	12,50%
oct/2019	60.000.000	10,00%
nov/2019	60.000.000	10,00%
dic/2019	75.000.000	12,50%

Fuente: Autor.

En el segundo año se espera lograr vender 63 cursos de inglés que representan ventas por 946 millones anuales y comisiones netas por valor de 236 millones de pesos. Para el tercer año se espera tener ventas por 120, 2 millones de pesos mensuales, correspondiente a un crecimiento del 52,34% con respecto al año anterior, que son resultado de una veta de ventas de 96 cursos de inglés y un retorno en comisione de 360 millones, tal como se muestra en la tabla 21.

Tabla 21. *Proyecciones de ventas años 2 y 3*

Ventas Proyectadas 2020 y 2021 (Años 2 y 3)			
Periodo	\$	Prom. Mes	Crecimiento Anual
Año 1	600.000.000	50.000.000	
Año 2	946.950.000	78.912.500	57,83%
Año 3	1.442.574.000	120.214.500	52,34%

Fuente: Autor.

Es de anotar que lo que es gratuito es la asesoría, no los cursos a los que el cliente accede, que son a través de los cuales la empresa recibe el retorno de una comisión, por lo que las ventas totales se dan por el servicio de Asesoría Integral para estudios en Australia para la realización de cursos de inglés intensivos de 24 semanas (seis meses).

6.5.3 Costos

En la tabla 22 y figura 13 se presenta las cifras correspondientes a los valores por concepto de mano de obra, costos de producción del servicio, gastos administrativos, y depreciación de los equipos y mobiliario. No se estiman créditos para la puesta en marcha por lo tanto no se evidencia valores al respecto.

Tabla 22. *Composición de costos fijos*

Composición de Costos Fijos		
Tipo de Costo	Mensual	Anual
Mano de Obra (Fuerza de ventas)	\$ 2.400.000	\$ 28.800.000
Costos de Producción	\$ 3.860.000	\$ 46.320.000
Gastos Administrativos	\$ 11.084.770	\$ 133.017.240
Créditos	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 202.457	\$ 2.429.480
Total	\$ 17.344.770	\$ 210.566.720

Fuente: Autor.

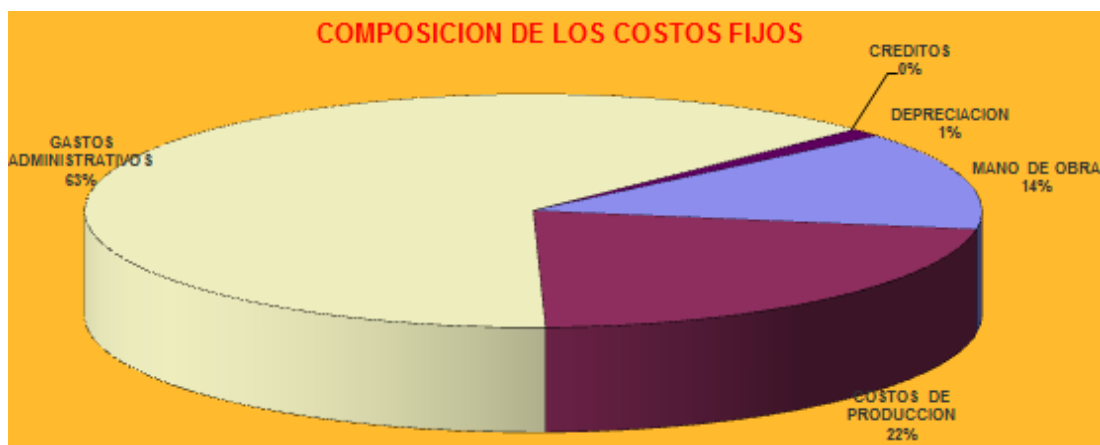


Figura 13. Composición costos fijos

Fuente: Autor.

6.5.4 Margen de contribución

La simulación financiera permitió estimar el margen de contribución de la empresa, el cual se calculó en 27,36%. El producto/servicio con mayor margen de contribución es asesoría integral para estudios en Australia, tal como se muestra en la Tabla 23.

Tabla 23. Margen de Contribución

Margen de Contribución	
Producto	Asesoría Integral para estudios en Australia
Precio de Venta	15.000.000
Materia Prima	9.950.000
M.O. Variable	
Gastos de Venta	945.600
Total Costos Variables	10.895.600
Margen de Contribución	4.104.400
	27,36%
Contribución a Ventas	100,00%
Total	27,36%

Fuente: Autor.

6.5.5 Punto de equilibrio

De acuerdo con Vázquez (2016) el punto de equilibrio financiero se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente para unidades se calcula así:

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Dónde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario. O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera:

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

Así pues, de acuerdo con Hernández (2017), Acero (2016), y Vázquez (2016) el análisis del punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales, donde el nivel de ventas debe alcanzar un punto en el que se logre cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos, para lo cual se pueden utilizar métodos algebraicos o matemáticos para calcularlo. Es usual que los simuladores financieros usen métodos algebraicos para dicho cálculo del punto de equilibrio, por lo que corroborarlo manualmente nunca resulta exacto. En la actualidad se recomienda la utilización de simuladores por su fiabilidad en el modelo algebraico.

Para el presente estudio, el punto de equilibrio, así como la totalidad de los resultados del estudio financiero se derivan de la simulación realizada en el programa *Bogotá emprende*, tal y como se describió en el punto 6.5.1, donde teniendo en cuenta la estructura

de costos y gastos fijos, junto al margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender 51 unidades anuales de cursos de inglés en Australia para alcanzar su punto de equilibrio, sobre la base de los costos fijos determinados en el punto [6.5.3](#) del presente documento. El punto de equilibrio se reporta en la Tabla 24, y en el histograma de la figura 14.

Tabla 24. *Punto de equilibrio*

Punto de Equilibrio				
Producto	Ventas Anuales	Unidades Anuales	Ventas Mensuales	Unidades Mensuales
Asesoría Integral para estudios en Australia	769.540.201	51	64.128.350	4,28

Fuente: Autor.

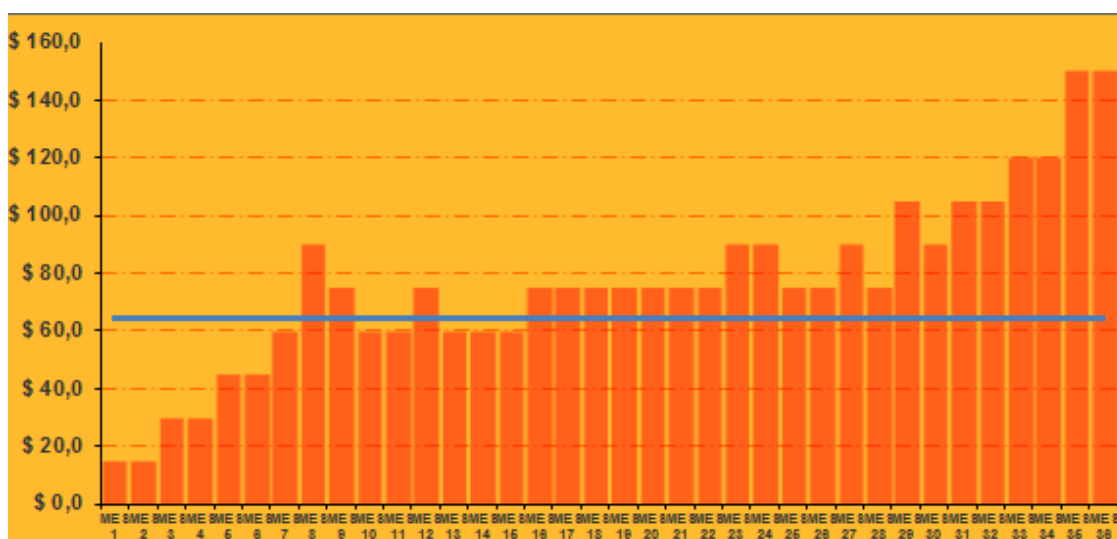


Figura 14. *Proyección de ventas para punto de equilibrio*

Fuente: Autor.

6.5.6 Estado de cuentas y resultados

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo, con

el objeto de analizar dicha información y tomar decisiones en base a ella. Además brinda información sobre el desempeño del ente que sea útil para predecir sus resultados futuros al cual se le denomina estado proyectado (De Jesús, 2018).

Para el caso del presente proyecto, el estado de pérdidas y ganancias proyectado para el primer año, muestra que las metas de ventas no son suficientes para cubrir los costos y gastos totales, dado las inversiones y costos de arranque de operaciones como es común en este tipo de proyectos. No obstante, el crecimiento de la empresa a través de las ventas que se da esencialmente por el recaudo de las comisiones pagadas por las instituciones educativas de Australia a la agencia permiten que en los años 2 y 3 proyectados muestren un aumento significativo, en consonancia con lo expuesto en los puntos [6.5.1](#); [6.5.2](#) y [6.5.3](#) del presente documento. En la Tabla 25 se presentan los datos del estado de resultados anual para cada periodo de la simulación.

Tabla 25. Estados de Resultados Proyectado Anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	600.000.000	946.950.000	1.442.574.000
Inv. Inicial	9.950.000	9.950.000	9.950.000
+ Compras	398.000.000	604.661.500	886.700.220
- Inventario Final	9.950.000	9.950.000	9.950.000
= Costo Inventario Utilizado	398.000.000	604.661.500	886.700.220
+ Mano de Obra Fija	28.800.000	29.664.000	30.553.920
+ Costos Fijos de Producción	46.320.000	47.709.600	47.709.600
+ Depreciación y Diferidos	2.429.480	2.574.480	2.574.480
TOTAL COSTO DE VENTAS	475.549.480	684.609.580	967.538.220
UTILIDAD BRUTA (Ventas - Costo De Ventas)	124.450.520	262.340.420	475.035.780
Gastos Administrativos	133.017.240	134.902.440	138.662.196
Gastos de Ventas	37.824.000	59.695.728	90.939.865
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta - G.F.)	(46.390.720)	67.742.252	245.433.719
- Otros Egresos			
- Gastos Financieros			
- Gastos Preoperativos	5.983.333	5.983.333	5.983.333
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	(52.374.053)	61.758.919	239.450.386
IMPUESTOS			

UTILIDAD NETA	\$ -52.374.053	\$ 61.758.919	\$ 239.450.386
----------------------	-----------------------	----------------------	-----------------------

Fuente: Simulador financiero.

En consonancia con lo anterior, el ritmo de ventas especificado en el punto 6.5.2 permite establecer un insumo de crecimiento año tras año sustentado en los costos que impone la fuerza de ventas y los gastos administrativos. Se estimó mediante el modelo algebraico del simulador los cambios porcentuales año a año de la proyección (Ver tabla 26 y Figura 15).

Tabla 26. Cambios porcentuales

Cambios Porcentuales		
	AÑO 2 VS. 1	AÑO 3 VS. 2
Ventas	57,83%	52,34%
Costo De Ventas	43,96%	41,33%
Gastos Administrativos	1,42%	2,79%
Utilidad Neta	-217,92%	287,72%

Fuente: Autor.

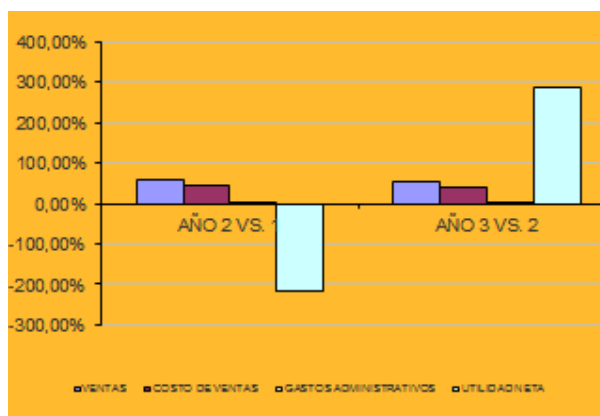


Figura 15. Cambios porcentuales anuales

Fuente: Autor.

Para el segundo año las ventas crecen un 57,83% y los costos de ventas suben un 43,96% la empresa denota eficiencia operativa media, pues los gastos administrativos se

incrementan en un 1,42%. Sin embargo, en el tercer año los costos de ventas se incrementan en un 41,33%, mientras que las ventas ascienden un 52,34% equilibrando la eficiencia operacional e media a alta.

6.5.7 Política de cartera

Es necesario entender que los negocios en la actualidad no están sujetos a la rígida forma de captación y aseguramiento de recursos que se observaba en los negocios tradicionales, y que el establecimiento de un flujo de ingresos en modelos de captación por comisión depende exclusivamente del logro de una metas por ventas en cada periodo, ya sea este mensual, trimestral, semestral o anual, según sea el caso (De Jesús, 2018).

Para el caso de este estudio de factibilidad, la política de cartera esta impuesta por las instituciones educativas australianas, las cuales solo admiten que el curso al que accede el usuario sea cancelado en su totalidad con anticipación a su desarrollo, lo que en efecto, hace que para la empresa se convierta automáticamente en su política de cartera, donde los pagos son del 100% anticipado, y el retorno de la comisión por parte de la institución educativa se da en pocos días, tal como se muestra en la tabla 27.

Tabla 27. *Comportamiento de Cartera*

Tiempo	Cartera	Proveedores
CONTADO	100%	100%

Fuente: Autor.

6.5.8 Flujo de fondos

El proyecto presenta un buen rendimiento que crece año tras año, pero presenta un déficit en el primer periodo por valor de \$-38.361.240, tal como se muestra en la Tabla 28, el

cual se fundamenta en la captación de comisiones por la venta de cursos en Australia. En el estudio técnico y organizacional (Puntos 6.2 y 6.3) se exponen las necesidades de personal y recursos para la operación de la empresa.

Tabla 28. *Flujo de fondos anual*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	547.500.000	916.591.875	1.399.206.900
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	547.500.000	916.591.875	1.399.206.900
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA	391.950.000	597.061.500	876.700.220
GASTOS DE VENTA	37.824.000	59.695.728	90.939.865
MANO DE OBRA VARIABLE			
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	28.800.000	29.664.000	30.553.920
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	46.320.000	47.709.600	47.709.600
GASTOS ADMINISTRATIVOS	133.017.240	134.902.440	138.662.196
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	637.911.240	869.033.268	1.184.565.801
FLUJO NETO OPERATIVO	(90.411.240)	47.558.607	214.641.099
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	14.929.200		
CAPITAL DE TRABAJO	70.000.000		
FINANCIACION			
ACTIVOS FIJOS	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	84.929.200		
EGRESOS NO OPERATIVOS			
GASTOS PREOPERATIVOS	17.950.000		
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	14.929.200		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 32.879.200		
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 52.050.000		
FLUJO NETO	\$ -38.361.240	\$ 47.558.607	\$ 214.641.099
+ SALDO INICIAL	\$ 42.100.000	\$ -38.361.240	\$ 9.197.367
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ -38.361.240	\$ 9.197.367	\$ 223.838.466

Fuente: Autor.

El procedimiento utilizado como se mencionó en la metodología fue a través de la macro en el aplicativo del portal Bogotá emprende, en la cual se introdujeron variables de

operación e inversión asociada a activos, costos y gastos, junto a la política de manejo de capital bajo una tasa de oportunidad del 25%.

La simulación arrojó en la que el proyecto requiere una inversión de \$ 84.929.200, donde al primer año de operación arroja un flujo de efectivo de -38,36 millones, para el segundo año, el valor es de 47,56 mm y para el tercero de 214,64 mm. La viabilidad financiera se determina a través de tres indicadores, el primero de ellos es la tasa interna de retorno o TIR la cual es de 35%.

El segundo indicador es el valor presente neto (VPN), que para su cálculo es necesario la tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad la cual fue del 25%, el valor arrojado del cálculo es \$ 24.715.559.

El tercer indicador de viabilidad financiera es el periodo de recuperación de la inversión o PRI. La simulación calcula con el estado de resultados sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero.

6.5.9 Balance general

En la Tabla 29 se muestra el balance general proyectado mediante el cual se analizó básicamente con dos indicadores, el primero de ellos es la razón de liquidez. Este indicador es una buena medida de la capacidad de pago de la empresa en el corto plazo. Entre “más líquido” sea el activo corriente más significativo es su resultado. Para su análisis debe tenerse en cuenta la calidad y el carácter de los activos corrientes, en términos de su facilidad de conversión en dinero y las fechas de vencimiento de las obligaciones en el pasivo corriente.

Tabla 29. Balance general proyectado

Balance General Proyectado				
Activo	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3
Caja	31.435.000	906.255.108	2.712.249.264	5.061.012.542
Cuentas Por Cobrar		630.000.000	1.079.420.192	1.323.880.788
Inventarios	20.615.000	20.615.000	20.615.000	20.615.000
Total Activo Corriente	52.050.000	1.556.870.108	3.812.284.457	6.405.508.331
Activos Sin Depreciación	60.290.000	60.290.000	60.290.000	60.290.000
Depreciación		8.215.000	16.430.000	24.645.000
Total Activo Fijo Neto	60.290.000	52.075.000	43.860.000	35.645.000
Otros Activos	17.950.000	11.966.667	5.983.333	
Total Activos	130.290.000	1.620.911.775	3.862.127.790	6.441.153.331
Pasivo				
Cuentas Por Pagar		421.447.500	701.061.707	834.790.240
Prestamos	0	0	0	0
Impuestos Por Pagar				611.324.252
Total Pasivo		421.447.500	701.061.707	1.446.114.492
Patrimonio				
Capital	130.290.000	130.290.000	130.290.000	130.290.000
Utilidades Retenidas			1.069.174.275	3.030.776.083
Utilidades del Ejercicio		1.069.174.275	1.961.601.809	1.833.972.755
Total Patrimonio	130.290.000	1.199.464.275	3.161.066.083	4.995.038.839
Total Pasivo Y Patrimonio	130.290.000	1.620.911.775	3.862.127.790	6.441.153.331

Fuente: Autor.

Al terminar el primer año, para el proyecto se concluye que por cada peso de pasivo corriente que debe, la empresa tiene \$ 1,51 pesos de activo líquido corriente para cubrirlo. Se considera que una razón corriente ideal es superior a 2.5 a 1, es decir, que por cada peso que se adeuda en el corto plazo se tienen dos y medio pesos como respaldo.

El segundo indicador ayuda a determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones con terceros a corto y largo plazo. Para este caso, no hay nivel de endeudamiento.

Al terminar el primer año, el 32,95% de los activos están respaldados con recursos de los acreedores, se considera que un nivel de endeudamiento del 60% sería manejable en caso de requerirse. Estos parámetros constituyen una fortaleza para el proyecto, toda vez que en el momento no se requiere endeudamiento, pero en su defecto, existe la capacidad para hacerlo.

6.5.10 Concepto de viabilidad

En el estudio financiero se realizó una proyección de los ingresos y gastos a 3 años y se determinó un valor de capital de trabajo de \$ 84.929.200, unos costos y gastos fijos del primer año, ascienden a \$ 210.566.720, se destinan 28,8 millones de pesos para mano de obra, se establecen 46,32 millones de pesos en costos de producción, se calculan 133,01724 millones de pesos para gastos administrativos, no se contemplan créditos, y se contabilizan 8,2 millones de pesos para depreciación.

Financieramente el negocio planteado de asesoría de estudios en Australia es rentable, partiendo de considerar la tasa de oportunidad del 25% y bajo un contexto de precios constantes introducida en la simulación, donde se obtuvo como resultado una TIR la cual es de 35%, una VPN de \$ 24.715.559. Se interpreta como: el proyecto arroja 25 millones adicionales al invertir los recursos en este proyecto que en uno que rente, el 25% anual, por lo tanto, se sugiere continuar con el proyecto.

Otro indicador de viabilidad financiera es el periodo de recuperación de la inversión o PRI. Se calcula con el estado de resultados sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero. La inversión es de \$ 84.929.200. Como la suma de las utilidades de los tres años es superior se afirma que la inversión se recupera en el tercer año.

Sobre la base de los indicadores económicos y financieros que se estimaron en los apartados anteriores, junto a la proyección de resultados para los tres años proyectados, la VPN y TIR arrojadas por la simulación, además de estimar el entorno macroeconómico del país y los aspectos de la economía local, se puede dar al presente estudio un concepto de **VIABILIDAD** para la creación de una agencia de asesoramiento de estudiantes en Bucaramanga con destino a Australia.

6.6 Estudio social

El estudio de impacto social (EIS) entendido como aquel estudio basado en la caracterización, evaluación, seguimiento y gestión de las consecuencias y riesgos sociales de un proyecto sobre su entorno socio-económico. En este sentido, existen diferentes metodologías para evaluar el EIS, que para el caso de la agencia, se tomará la medición por efectos directos sociales y económicos.

En este aspecto, el impacto social está dado por la generación de ocho (8) empleos directos, la generación de ingresos para las familias de los trabajadores de la empresa y su vinculación al sistema de seguridad social en salud en cumplimiento de las normas vigentes en el país en materia de contratación y remuneración salarial.

Asimismo, el impacto social está dado por el aporte de los socios a la creación de una nueva empresa que le aporta directamente al crecimiento del tejido empresarial, al desarrollo regional, al mejoramiento de los indicadores macroeconómicos de la región, y al establecimiento de una cultura de emprendimiento y apoyo al país. Se puede citar también, que la empresa le aporta al país y a la región en el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos, toda vez que se convierte en una entidad que jalona la formación especializada en el exterior, donde la mayoría de los colombianos que toman dicha formación complementaria retornan al país para encontrarse con mejores oportunidades laborales.

La trayectoria de la agencia con el pasar del tiempo dará cuenta del logro de los aspectos sociales y económicos mencionados, y será modelo de emprendimiento a nivel regional y epicentro de la movilidad de estudiantes desde Bucaramanga hacia Australia.

En cumplimiento del objetivo específico No. 6 el cual busca presentar esta iniciativa empresarial ante un fondo de cofinanciación, en el [apéndice D](#) se muestra la carta de presentación de la iniciativa a la Unidad de emprendimiento de la UPB.

}

7. Conclusiones

En el estudio de mercado se logró establecer la población objetivo y sus intereses de acuerdo con la encuesta de percepción de mercado donde se analizó la demanda de estos clientes en Bucaramanga y su proyección potencial para el periodo 2018-2020, así como la identificación de un mercado importante de graduados en el AMB de las universidades objeto del estudio.

Por su parte, en el estudio técnico permitió la delimitación de la empresa en relación a su tamaño, área de operaciones y actividades comerciales, se estableció su capacidad en relación a la demanda y se dieron las pautas para su equipamiento inicial para la puesta en marcha.

De otro lado, el estudio administrativo determinó la construcción del perfil corporativo, identidad empresarial y valores por los cuales se regirá la empresa como parte de su ética en los negocios, así como la caracterización del personal que laborará en la empresa para hacer realidad sus actividades comerciales en los primeros tres años de existencia.

En el estudio financiero se realizó una proyección de los ingresos y gastos a 3 años y se determinó un valor de capital de trabajo de \$ 84.929.200, unos costos y gastos fijos del primer año, ascienden a \$ 210.566.720, se destinan 28,8 millones de pesos para mano de obra, se establecen 46,32 millones de pesos en costos de producción, se calculan 133,01724 millones de pesos para gastos administrativos, no se contemplan créditos, y se contabilizan 8,2 millones de pesos para depreciación.

Financieramente el negocio planteado de asesoría de estudios en Australia es rentable, ya que tiene una TIR la cual es de 35%, una VPN de \$ 24.715.559. Se interpreta como: el

proyecto arroja 25 millones adicionales al invertir los recursos en este proyecto que en uno que rente, el 25% anual, por lo tanto, se sugiere continuar con el proyecto.

Otro indicador de viabilidad financiera es el periodo de recuperación de la inversión o PRI. Se calcula con el estado de resultados sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero. La inversión es de \$ 84.929.200. Como la suma de las utilidades de los tres años es superior se afirma que la inversión se recupera en el tercer año.

A través del análisis de todas las etapas se puede concluir que el proyecto es atractivo para implementarse en la ciudad de Bucaramanga, sobre la base de los indicadores económicos y financieros que se estimaron en los capítulos anteriores, junto a la proyección de resultados para los tres años proyectados, la VPN y TIR arrojadas por la simulación, además de estimar el entorno macroeconómico del país y los aspectos de la economía local, se puede dar al presente estudio un concepto de **VIABILIDAD** para la creación de una agencia de asesoramiento de estudiantes en Bucaramanga con destino a Australia.

Referencias

- Affairs Australia. (Diciembre de 2017). *Department of Home affairs Australia*. Obtenido de <https://www.homeaffairs.gov.au/about/reports-publications/research-statistics/statistics>
- Abbondanza, G. (2017). *La geopolítica dell'Australia nel nuovo millennio: il contesto Asia-Pacifico (Vol. 438)*. Millan: Gabriele Abbondanza.
- Alén-González, M., Fraiz-Brea, J., & Rodríguez-Comesaña, L. (2009). Análisis de los determinantes del uso de fuentes de información previas al viaje y de las oficinas de turismo en destino. *Rev. Estudios y perspectivas en turismo*, 18(5), 546-566.
- Australian skills quality authority. (2017). *Australian Skills Quality Authority*. Obtenido de <https://www.asqa.gov.au/about/how-does-asqa-regulate>
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Pearson Educacion.
- Cancillería Colombiana. (2017). *Antecedentes históricos y causas de la migración*. Bogotá: Cancillería Colombiana.
- Casadieago-Peña, L. (2012). *Plan de negocios para creación de Global Services SAS*. Bogotá: EAN.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.
- Chavez Hernandez, N. (10 de 2014). *Blogger*. Obtenido de <http://tescoadministracion.blogspot.com/2014/10/el-impacto-ambiental-y-social-de-un.html>
- Dávila-González, A. P. (2017). *Programa para el fortalecimiento de intercambios académicos entre Australia y México*. México: Repositorio Iteso.
- De Jesús, M. (2018). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Deardorff, D. K., De Wit, H., Heyl, J. D., & Adams, T. (2012). *The Sage Handbook of International Higher Education*. United States of America: SAGE publications, inc.
- Department of education and training. (01 de 2018). *Department of education and training*. Obtenido de <https://internationaleducation.gov.au/regulatory-information/pages/regulatoryinformation.aspx>
- El Espectador. (14 de 02 de 2018). *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/por-que-miles-de-colombianos-estan-viajando-australia-cada-ano-articulo-739091>

- English Australia. (2013). *English Australia*. Obtenido de <http://www.englishaustralia.com.au/our-industry>
- Espitia-Ibarra, S., & Aguilera-Hernández, P. (2012). *Investigación de mercados para los estudiantes universitarios interesados en aprender inglés como segunda lengua a través de intercambios culturales (Tesis doctoral)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: como empezar administrar y operar eficientemente un negocio*. México: McGraw-Hill.
- Friend, G. &. (2008). *Cómo diseñar un plan de negocios*. Editorial the Economist.
- Garcia-Neira, M., & Pertuz-Espinel, A. (2015). *Plan de negocios para el montaje de una empresa de comida gourmet "Restaurante Pita Pita"*. Bogotá: Repositorio Universidad de La Sabana.
- Gonzalez, G., & Alejandro, S. (2015). *Repositorio Academico Universidad de Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/133322>
- Hernández-Sampieri, R., Baptista-Lucio, P., & Fernández-Collado, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México DF: Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Kinnear, T., & Taylor, J. (1993). *Investigacion de Mercados*. Mc Graw Hill. 4ª. Edición.
- Kyocera Document solution. (s.f.). *Kyocera Document solution*. Obtenido de <https://smarterworkspaces.kyocera.es/blog/analisis-viabilidad-de-un-proyecto/>
- Luchilo, L. (2018). Movilidad de estudiantes universitarios e internacionalización de la educación superior. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 3(7), 105-133.
- Mccarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2001). *MARKETING: UN ENFOQUE GLOBAL (13ª ED.)*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- McKernan, J. (2013). *Investigación de acción curricular: un manual de métodos y recursos para el profesional reflexivo*. Routledge.
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2017). *Boletín Anual de estadísticas*. Bogotá : Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia.
- Murcia Méndez, D. (2018). *Creación de agencia de asesoría de estudios en el exterior: Open Skies-International Education SAS*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia.
- Murcia-Méndez, D. (2018). *Creación de agencia de asesoría de estudios en el exterior*. Bogotá: Repositorio Universidad Católica.
- Nassir, S. C. (2007). *Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación*. Pearson.

- Orozco, D., Arias, C., & Rodríguez, C. (2016). Modelo para la evaluación de alternativas de localización de una PTAR para una ciudad en el Valle del Cauca Colombia. *Scientia et Technica*, 21(1), 43-50.
- Rojas, F. (2009). *Formulación de proyectos*. México: Intercom.
- Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Mexico: Pearson Education.
- Study in Australia. (2015). *Study in Australia*. Obtenido de <https://www.studyinaustralia.gov.au/english/why-australia>
- Tertiary Education Quality and Standards Agency. (2011). *Tertiary Education Quality and Standards Agency*. Obtenido de <https://www.teqsa.gov.au/what-we-do>
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de proyectos Edición 7*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Velasco, F. (2007). APRENDER A ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO. En F. Velasco. Mexico: Paidós Iberica.
- Von-Potobsky, & De la Cruz, H. (1990). *La Organización Internacional del Trabajo: el sistema normativo internacional, los instrumentos sobre derechos humanos fundamentales*. Astrea.
- Zeithaml, V., Bitner, M., Lara-Choy, M., Hirschfeld, A., & Becerril, S. (2002). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: McGraw-Hill.

Apéndices

Apéndice A. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA DE ASESORAMIENTO A ESTUDIANTES EN BUCARAMANGA CON DESTINO A AUSTRALIA																
Actividad	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividad 6.6 Estudio de mercado																
6.6.1 Descripción técnica de los productos																
6.6.2. Estimar el mercado potencial y objetivo del servicio.																
6.6.3 Aplicar encuestas y tabularlas																
6.6.4. Cuantificar la demanda y su proyección en cinco años																
6.6.5. Calcular la demanda insatisfecha																
6.6.6. Definir estrategias de promoción y publicidad																
Actividad 6.7 Estudio técnico																
6.7.1. Analizar los factores que inciden en el tamaño del proyecto y sus capacidades																
6.7.2. Equipo requerido para ejecución de la agencia																
Actividad 6.8 Estudio administrativo																
6.8.1. Análisis organizacional																
6.8.2. Análisis del recurso humano y administración de personal																
Actividad 6.9 Estudio Legal																
6.9.1 Estudiar las normas y regulaciones existentes, relacionadas con la naturaleza y actividad económica																
Actividad 6.10 Estudio financiero																
6.10.1. Estimación de las inversiones, que incluye fijación de diferidas y capital de trabajo.																
6.10.2. Estimación de los costos y gastos del servicio																
6.10.3. Elaborar las proyecciones financieras que sustenten el estado de resultados, flujo de caja y balance general																
6.10.4. Evaluación financiera																
Actividad 6.11 Estudio social y ambiental																
6.11.1 Estudio social																
6.11.2 Estudio ambiental																
6.11.3. Sustentación																

Apéndice B. Recursos

Una parte importante para la realización de un proyecto es saber que recursos se encuentran involucrados en el mismo, ya que al final van a ser estos recursos los encargados de la ejecución del proyecto. Los gastos durante la investigación se encuentran reflejados en la siguiente tabla.

Ingresos de la Investigación		Egresos de la Investigación	
Recursos Propios	\$ 400.000	Transporte	\$ 200.000
		Papelería	\$ 120.000
		Gastos Varios	\$ 80.000
Total Ingresos	\$ 400.000	Total Egresos	\$ 400.000

Apéndice C. Encuesta



UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

La siguiente encuesta, se aplica para conocer la opinión de alumnos universitarios sobre el proyecto de creación de una agencia encaminada al asesoramiento de estudiantes en Bucaramanga que quieran ampliar sus niveles educativos en Australia.

Si accede a participar en este estudio, se le solicitará responder a las siguientes preguntas, con el más alto grado de sinceridad, de esto dependerá el cumplimiento del objetivo que rige esta investigación.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que se recoja será confidencial y será utilizada con fines educativos.

Gracias por su aporte.

- 1. ¿Sabe usted que Australia es el tercer destino más popular para estudiantes internacionales?**

SI__NO __

- 2. ¿Está interesado en aprender inglés mientras estudias y trabajas en Australia?**

SI__NO __

- 3. Indique su nivel socioeconómico**

Estrato 1__Estrato 2__Estrato 3__Estrato 4__Estrato 5 __

- 4. Señale su rango de edad**

Menor de 18 años__Entre 18 y 25 años__Más de 25 años __

- 5. Ingresos promedio en el núcleo familiar mensuales. (SMMLV \$781.242)**

Entre 1 y 2 SMLV__Entre 3 y 5 SMLV__Más de 5 SMLV __

- 6. ¿Se encuentra usted interesado(a) en realizar estudios complementarios en Australia?**

SI__NO __

- 7. ¿Qué tipo de estudio le gustaría realizar?**

Pregrado__Posgrado__Curso complementario__Idiomas __

- 8. ¿Ha solicitado cotizaciones a agencias sobre el visado estudiantil australiano?**

SI__NO __

Si su respuesta anterior fue SI por favor mencionar el nombre de la(s) agencia(s) de estudios.

9. ¿Cuál es el criterio que más importancia tiene para usted en el momento de tomar la decisión de estudiar en el exterior?

- a. Precio ___
- b. Nivel académico ___
- c. Conseguir un mejor trabajo ___
- d. Aprender otro idioma ___

10. ¿Sabe usted que la aplicación a cualquier instituto educativo australiano se debe hacer por medio de una agencia?

SI ___ NO ___

11. ¿Si es por medio de una empresa en qué lugar le gustaría que estuviera ubicada la agencia de estudios?

- a. Cañaveral ___
- b. Cabecera ___
- c. Centro de Bucaramanga ___
- d. Le es indiferente ___

12. ¿Cuál de los siguientes servicios representa mayor importancia (siendo uno el de menor y siete el de mayor importancia) para usted a la hora de contar con una agencia de asesoría de estudios en el exterior?

- a. Preparación para exámenes internacionales ___
- b. Tiquetes ___
- c. Alojamiento ___
- d. Seguro de asistencia ___
- e. Traslado aeropuerto – casa ___
- f. Visado ___
- g. Contacto con las instituciones de estudio en Australia ___

13. ¿Sabía usted que la asesoría que ofrecen las agencias para personas interesadas en estudiar en Australia es gratuita?

SI ___ NO ___

14. ¿Qué tipo de atención le gustaría recibir?

- a. Personalizada ___
- b. Telefónica ___
- c. Electrónica ___

15. ¿Cuándo usted va a averiguar por agencias de estudios en el exterior que medios utiliza para investigar?

- a. Internet (buscador) ___
- b. Redes sociales ___
- c. Amigos ___

d. Medios escritos (revistas, periódicos, etc.) ____

16. ¿Cuándo ha contemplado la posibilidad de viajar, que lo ha desmotivado?

a. El dinero ____

b. Los trámites ____

c. La asesoría ____

Apéndice D. Carta de presentación

Bucaramanga, 19 de diciembre de 2018.

GOBERNACION DE SANTANDER Folios: 1 ANEXOS: SI
AL RESPONDER, CITE ESTE NUMERO
Radicacion # 20180223004 Fecha: 2018-12-19 10:06 PRO 1510552
Tercero: (1098710416) JHONMAIRA DURAN CASTRO
Dependencia: SECRETARIA DE DESARROLLO Cod Postal: 682760
Tramite: DE INFORMACION

Srs. SECRETARIA DE DESARROLLO DE SANTANDER
L.C

REFERENCIA: PRESENTACIÓN DE PROYECTO

Presentación de proyecto para cofinanciación proyecto denominado: "**Viabilidad para la Creación de una Agencia de Asesoramiento de Estudiantes en Bucaramanga con Destino a Australia**", que, sobre la base de la realización de los estudios técnicos, de mercado, administrativo, legal, social, ambiental y financiero se establecieron las condiciones adecuadas que determinen su puesta en marcha. Los resultados dan cuenta de una viabilidad técnica proyectada a tres años en la que se determinó un valor de capital de trabajo de \$ 84.929.200, una TIR la cual es de 35% y una VPN de \$ 24.715.559. Se puede concluir que en su conjunto los estudios permiten la puesta en marcha de esta empresa en el futuro inmediato por lo que a través de la presentación del mismo pretendo acceder a la cofinanciación del mismo.

Para correspondencia: Calle 113 No 33-79 Barrio La Castellana, Floridablanca (Sder).

Anexo: Documento técnico.

Cordialmente;


JHONMAIRA DURAN CASTRO
CC. 1.098.710.416
Cel. 350 4746250