

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
CAPACITACIÓN EN LECTURA Y ESCRITURA EN LA CIUDAD DE PASTO.**

LUISA FERNANDA VILLOTA LONDOÑO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y FINANZAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2013**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
CAPACITACIÓN EN LECTURA Y ESCRITURA EN LA CIUDAD DE PASTO**

LUISA FERNANDA VILLOTA LONDOÑO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

Asesor:
ARTURO FIDEL DIAZ TERÁN

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y FINANZAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO
2013**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva de sus autores”

Artículo primero del acuerdo N° 323 de Octubre 11 de 1966, emanada del Honorable Consejo Superior de la Universidad de Nariño

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Junio de 2013

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a mis padres, a mis hermanos y a mi familia porque su existencia hace mi vida más completa; y a mis profesores, aquellos que hacen de la docencia un arte de impartir conocimiento.

Le agradezco a los libros por el placer que me brindan al leerlos

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, a los docentes que desde pequeña me enseñaron el hermoso mundo del conocimiento.

LUISA FERNANDA VILLOTA LONDOÑO

RESUMEN

El leer y escribir correctamente son dos factores vitales en el proceso de aprendizaje y posterior generación de conocimientos de los estudiantes. Partiendo de la importancia de la lectura y la escritura en la formación de los estudiantes se plantea en la presente investigación los estudios necesarios para determinar la factibilidad que tiene la creación de un centro de capacitación en lectura y escritura en la ciudad de Pasto y los diferentes mercados a los cuales se puede dirigir. Para lograrlo se realizará un estudio de mercado; un estudio técnico, el cual abarca el tamaño del proyecto, su localización, tipo de empresa, y constitución; un estudio administrativo y legal, para lo cual se analizará el tipo de empresa y constitución, organigrama, personal requerido y generalidades de orden legal; y, finalmente un estudio y evaluación financiera, en donde se analizará todo lo relacionado con las inversiones, costos y gastos, ingresos y criterios de evaluación económica.

ABSTRACT

In the following research one will find the feasibility to create a center for training in the classified field of READING& WRITING, in Pasto city and the different targets which it may encounter. Supporting to the meaning of reading & writing, the research will assist through the quality of students in their schools, and in tests to get a place in public colleges for higher education. To check this feasibility there will be a market research; a technical research which includes the size of the project, location, kind of the company and constitution, which is valuable to make a management study; a legal one, for that will analyze what kind of company and business it is, organization chart, personnel required, overview of legal, finance, which includes analysis of everything about investment, cost, expenses, fee, incomes, economic evaluation criteria which gives a support to the information, with that will for a market research to get a market acceptance and positioning.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
1.GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIO	19
1.1. ASPECTOS GENERALES	19
1.1.1 Tema.	19
1.1.2 Título.	19
1.1.3 Planteamiento del problema.	19
1.1.4 Formulación del problema.	20
1.1.5 Sistematización del problema.	20
1.1.6 Objetivos	20
1.1.7 Justificación	21
1.2 MARCO REFERENCIAL	23
1.2.1 Marco teórico:.....	23
1.2.2 Marco contextual	32
1.2.3 Marco conceptual	34
1.2.4 Marco legal	41
1.2.5 Trámites y procedimientos administrativos para la creación de una empresa en Colombia.....	43
1.2.6 Inscripción ante Cámara de Comercio.	44
2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	48
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN	48
2.2 APLICACIÓN Y USO DEL SERVICIO.	49
2.3 CONSTITUCIÓN LEGAL.....	50
2.4 POLÍTICA Y FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.....	51
2.4.1 Nombre.....	51
2.4.2 Misión	51
2.4.4 Valores corporativos.....	51
2.4.5 Estructura organizacional	52
2.5 PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	53

2.5.1	Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para niños de 4° y 5°	53
2.5.2	Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes de 6°, 7° y 8°	54
2.5.3	Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes.....	56
3.	ESTUDIO DE MERCADO	57
3.1	PERFIL DEL CLIENTE POTENCIAL.	57
3.1.1	Perfil de ingreso.	57
3.2	ANÁLISIS DE ENTORNO	58
3.2.1	Entorno demográfico.	58
3.2.2	Entorno económico.	63
3.2.3	Entorno social:.....	65
3.2.4	Entorno Político	65
3.2.5	Entorno Cultural.	67
3.2.6	Transporte y vías de acceso.	69
3.2.7	Telecomunicaciones.....	69
3.3	CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA	70
3.3.1	Tabulación y análisis de encuesta.....	70
3.3.2	Conclusiones de los resultados obtenidos en la encuesta	95
3.3.3	Opinión de expertos:	95
3.3.4	Análisis de la demanda actual.....	99
3.4	CARACTERÍSTICA DE LA OFERTA.	100
3.4.1	Análisis de la competencia	100
3.5	ANÁLISIS DOFA	101
3.5.1	Matriz DOFA para el centro de capacitación en lectura y escritura	103
3.6	ANÁLISIS DE PRECIO DEL SERVICIO.....	106
3.7	POSIBILIDADES REALES DEL PROYECTO	107
4.	ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	108
4.1	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	108
4.2	ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	108

4.3	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	109
4.4	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	109
4.5	ESTRATEGIAS DE SERVICIO.....	110
4.6	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO.....	110
5.	ESTUDIO TÉCNICO.....	111
5.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	111
5.2	LOCALIZACIÓN.....	111
5.3	FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS Y METODOLÓGICOS.....	112
5.4	SALONES Y RECEPCIÓN.....	113
5.5	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	114
5.6	INFRAESTRUCTURA Y PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES.....	115
6.	INVERSION.....	116
6.1	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.....	116
6.2	INVERSIÓN EN DIFERIDOS.....	117
6.3	CAPITAL DE TRABAJO.....	118
6.4	PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTA DE LOS SERVICIOS.....	121
6.5	FLUJOS DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO.....	122
6.6	FLUJO NETO DE OPERACIÓN.....	124
6.7	COSTOS OPERACIONALES.....	124
6.7.1	Nómina de personal.....	124
6.7.2	Nómina de personal detallada.....	125
6.7.3	Proyección de nómina de personal.....	126
6.7.4	Costos varios.....	127
6.7.5	Costos variables.....	127
6.8	FINANCIAMIENTO.....	129
6.8.1	Programa de inversiones del proyecto con financiamiento.....	129
6.9	FLUJO FINANCIERO CON FINANCIAMIENTO.....	132
7.	EVALUACIÓN DEL IMPACTO DEL PROYECTO.....	134
7.1	RELACIÓN CON EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.....	134
7.2	PLAN REGIONAL DE DESARROLLO.....	135

8.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	137
8.1	INVERSIONES DEL PROYECTO	138
8.2	PROGRAMA DE INVERSIONES	138
	BIBLIOGRAFÍA.....	143
	NETGRAFÍA	144
	ANEXOS	147
	ANEXO 1: FORMATO ENCUESTA	148
	ANEXO 2: MAPA COMUNA 7	151

LISTA DE TABLA

Tabla 1. Características del producto	25
Tabla 2. Determinación del precio de un producto.....	27
Tabla 3. Trámites legales para la creación de una empresa	43
Tabla 4. Descripción servicio 3: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 1.....	53
Tabla 5. Descripción servicio 2: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 2.....	54
Tabla 6. Descripción servicio 1: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 3.....	56
Tabla 7. Perfil de ingreso para servicio 1: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 3.....	57
Tabla 8. Perfil de ingreso para servicio 2: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 2.....	57
Tabla 9. Perfil de ingreso para servicio 3: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 1	58
Tabla 10. NBI Nariño 2008	59
Tabla 11. Imágenes e información alusiva a San Juan de Pasto.....	60
Tabla 12. Ventajas y desventajas Competitivas de Nariño	64
Tabla 13. Respuesta a encuesta. Pregunta 1	71
Tabla 14. Respuesta a encuesta. Pregunta 2	73
Tabla 15. Respuesta a encuesta. Pregunta 3	75
Tabla 16. Respuesta a encuesta. Pregunta 4	77
Tabla 17. Respuesta a encuesta. Pregunta 5	78
Tabla 18. Respuesta a encuesta. Pregunta 6	80
Tabla 19. Respuesta pregunta 7	82
Tabla 20. Respuesta a encuesta. Pregunta 8	83
Tabla 21. Respuesta a encuesta. Pregunta 9	85
Tabla 22. Respuesta a encuesta. Pregunta 10	86
Tabla 23. Respuesta a encuesta. Pregunta 11	88
Tabla 24. Respuesta a encuesta. Pregunta 11	90
Tabla 25. Respuesta a encuesta. Pregunta 13	92
Tabla 26. Respuesta a encuesta. Pregunta 14	93
Tabla 27. Análisis DOFA.....	101
Tabla 28. Estrategias matriz DOFA	103
Tabla 29. Precio de los servicios durante los próximos cinco años	106

Tabla 30. Proyección de estudiantes durante los próximos cinco años.....	107
Tabla 31. Servicios y tarifas del mercado	108
Tabla 32. Gastos operacionales de ventas.....	110
Tabla 33. Necesidades y requerimientos	114
Tabla 34. Inversión en activos fijos	116
Tabla 35. Inversión en diferidos	117
Tabla 36. Resumen costos fijos	118
Tabla 37. Capital de trabajo.....	119
Tabla 38. Variables Macroeconómicas	119
Tabla 39. Capital de trabajo en términos constantes	120
Tabla 40. Capital de trabajo en términos corrientes.....	120
Tabla 41. Presupuesto de ingresos	121
Tabla 42. Flujo de caja sin financiación	122
Tabla 43. Nómina de personal	124
Tabla 44. Nómina de personal detallada	125
Tabla 45. Proyección de nómina de personal.....	126
Tabla 46. Costos para el primer año.....	127
Tabla 47. Costos variables	127
Tabla 48. Tabla de amortización del crédito	129
Tabla 49. Flujo de caja.....	132
Tabla 50. Inversiones del proyecto	138
Tabla 51. Valor presente neto.....	139
Tabla 52. Indicadores financieros.	140

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Estructura organizacional	52
Gráfica 2. Respuesta a encuesta pregunta 1.....	72
Gráfica 3. Respuesta a encuesta pregunta 2.....	74
Gráfica 4. Respuesta a encuesta pregunta 3.....	76
Gráfica 5. Respuesta a pregunta 4	78
Gráfica 6. Respuesta a encuesta. Pregunta 5	80
Gráfica 7. Respuesta a encuesta. Pregunta 6	81
Gráfica 8. Respuesta a encuesta. Pregunta 7	82
Gráfica 9. Respuesta a encuesta. Pregunta 8	84
Gráfica 10. Respuesta a encuesta. Pregunta 9	86
Gráfica 11. Respuesta a encuesta. Pregunta 10	88
Gráfica 12. Respuesta a encuesta. Pregunta 11	89
Gráfica 13. Respuesta a encuesta. Pregunta 12.	91
Gráfica 14. Respuesta a encuesta. Pregunta 13	93
Gráfica 15. Respuesta a encuesta. Pregunta 14	94

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Centro de la ciudad de Pasto.....	69
Figura 2. Salón de niños de 5° y 6°.....	113
Figura 3. Salones de jóvenes.....	113
Figura 4. Recepción.....	114

INTRODUCCIÓN

La lectura y la escritura son elementos fundamentales en el proceso de formación de un estudiante; y más allá de eso, son una hermosa herramienta para conocer el mundo a través de la palabra y comunicarse. Por esta razón, es preciso crear un centro que facilite tanto a niños como jóvenes, las herramientas necesarias para desarrollar esta facultad innata de comunicarse y aprender.

Los estudiantes universitarios presentan serios problemas relacionados con la comprensión lectora y con la construcción de textos escritos. Problemas directamente relacionados con la calidad de la formación básica y/o media que ofrecen las instituciones educativas en la actualidad.

Al respecto Salomón Kalmanovitz considera que la universidad colombiana no ha resuelto estas deficiencias de lectura y de escritura, y asegura que “los egresados que cuentan con estas habilidades de lectura y redacción tienen “éxito” en el mercado de trabajo, precisamente porque el nivel medio de los profesionales no cuenta con estas capacidades, con el agravante de que la incultura conduce a la pasividad, o sea, a la carencia de iniciativa para enfrentar y resolver problemas.

El presente trabajo es el plan de negocios para la creación de un centro de capacitación en lectura y escritura en la ciudad de Pasto. Este documento contiene información necesaria para la implementación de esta idea de negocio. En la primera parte se encuentran los aspectos generales del plan de negocios: título, descripción del problema, objetivos, justificación, marco referencial y metodología de la investigación.

Posteriormente, se presenta un estudio de mercado el cual tiene por objeto establecer las cantidades del servicio que la comunidad, en este caso la ciudad de Pasto y su comuna 7, están dispuestas a adquirir a determinados precios. Para esto se presenta las características del producto, el perfil del usuario, la estimación del comportamiento futuro de la demanda y de la oferta y las estrategias de comercialización.

Al considerar estos aspectos se presenta un estudio de mercado en donde se especifica los respectivos análisis y enfoques del entorno y contexto organizacional. Este responde finalmente a la necesidad de que la empresa tenga un mayor conocimiento respecto a sus clientes y el servicio que debe prestar.

Con información respecto al sector de la educación, el comportamiento del consumidor- en este caso cliente- y el contexto en el cual se encuentra la ciudad en la actualidad, se presenta el estudio técnico. Este estudio pretende brindar información respecto al tamaño del proyecto, localización, infraestructura, tipo de servicio.

Una vez se tiene el estudio técnico, es necesario realizar un estudio administrativo, el cual describe los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración. Es decir, las funciones administrativas que comprenden el planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. En este estudio es necesario incluir una estructura legal. Para este plan es necesario contemplar el diseño de una estructura organizacional que favorezca el crecimiento de la empresa.

Si bien es importante que el estudio de mercado determine que la idea de negocio es factible, es necesario realizar una evaluación financiera en la cual se prepara y analiza la información financiera, se determina la estructura de los activos y se estudia el financiamiento de la empresa. La cuarta parte del documento abarca todos los aspectos económico-financieros, necesarios para determinar la factibilidad del plan de negocio.

Finalmente, se presenta el resumen ejecutivo con las generalidades del proyecto y las conclusiones y recomendaciones.

1. GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIO

1.1. ASPECTOS GENERALES

1.1.1 Tema. Plan de negocios

1.1.2 Título. Plan de negocios para la creación de un centro de capacitación en lectura y escritura en la ciudad de Pasto.

1.1.3 Planteamiento del problema. La lectura y escritura son dos elementos muy importantes en el proceso de formación de un estudiante; y más allá de su necesidad en el ámbito académico, son una herramienta fundamental para el desempeño de actividades en la vida diaria.

Desde los inicios de la educación en Colombia, la lectura y la escritura se fomentaron mediante diversos proyectos, tales como la creación de bibliotecas, talleres y programas de lectura, capacitaciones, concursos, jornadas de formación para la producción de textos, entre otros. Aun así, siendo elementos básicos de la educación, en la actualidad, son el foco de los problemas de los estudiantes.

Entre los principales problemas que se observan, se encuentra que en su gran mayoría, los estudiantes realizan una lectura mecánica, pero no realizan un proceso de abstracción y/o retención; realizan un proceso de interpretación fuera de contexto, es decir, se salen de la información que brinda un texto y lo interpretan de acuerdo a lo que “creen este dice”; argumentan de manera inapropiada en materia de coherencia y cohesión; proponen fuera de contexto o tienen fallas en esta competencia producto de fallas en la interpretación.

Al analizar las causas de los problemas en lectura y escritura de los estudiantes, los docentes de primaria creen, por lo general, que la responsabilidad recae en el trabajo de los docentes de transición o jardín; los de bachillerato, responsabilizan a los docentes de primaria; los universitarios, a los de educación básica y media. Y al final, nadie se responsabiliza de nada y cree estar realizando bien su trabajo.

La lectura y escritura son herramientas básicas para el desarrollo académico de los estudiantes en cualquier área; ya que permiten, a través del desarrollo de competencias, comprender de manera más clara el contenido temático de las asignaturas, alcanzando los estándares fijados para cada una de ellas. En este sentido, si los estudiantes presentan dificultades que no son superadas, van a presentar problemas en su rendimiento académico, no serán lo suficientemente competentes para expresarse, ya sea de manera oral o escrita, tendrán

dificultades para ingresar y tener un buen rendimiento en la educación superior; o por otra parte, no tendrán los elementos necesarios a la hora de concursar por un cargo.

Sin lugar a dudas, cada uno de los niveles de formación tiene cierta responsabilidad en este problema. Sin embargo, es difícil que en las instituciones se trabaje la lectura y la escritura de manera personalizada y especializada, considerando aspectos como el número de estudiantes, el número de asignaturas, el tiempo y los recursos disponibles. Por esta razón, es necesario que los estudiantes puedan acceder a un centro que los capacite y les brinde las herramientas necesarias para superar sus dificultades en esta área.

Los estudiantes necesitan una institución que mediante su experiencia y conocimientos respecto a procesos lectoescritores les permita ser más competentes en esta área.

1.1.4 Formulación del problema. ¿Qué requerimientos son necesarios para la constitución y funcionamiento de un centro de capacitación en lectura y escritura?

1.1.5 Sistematización del problema.

- ¿Cuáles son las características de la demanda y oferta de servicios de capacitación en lectoescritura que identifican al sector educativo en la ciudad de Pasto?
- ¿Cuál es la estructura organizacional más adecuada para un centro de capacitación, que le permita lograr ventaja competitiva y se desarrolle acorde a las políticas y filosofía con las cuales es constituido?
- ¿Cuáles son los requerimientos en materia de infraestructura y dotación, para lograr una buena prestación de los servicios que se va a ofrecer al público?
- ¿Qué instrumentos me permiten determinar la rentabilidad y viabilidad del centro de capacitación? ¿Qué presupuesto y mecanismos de control y dirección son necesarios para su creación?
- ¿Cuál es el impacto económico-social y cultural que trae consigo la elaboración de un centro de capacitación en lectura y escritura?

1.1.6 Objetivos

Objetivo general: Establecer un plan de negocios para la constitución de un centro de capacitación en lectura y escritura en la ciudad de Pasto.

Objetivos específicos:

- Realizar una investigación de mercado, tendiente a determinar la oferta y la demanda, actual y futura, en los servicios de capacitación en lectoescritura en la ciudad de Pasto.
- Elaborar un plan de mercadeo con el fin de determinar estrategias para el posicionamiento de la nueva empresa.
- Realizar un estudio técnico para identificar el proceso y tecnología apropiada para el montaje de la empresa.
- Determinar la estructura organizacional y demás aspectos administrativos necesarios para el montaje de la empresa.
- Establecer el monto total de la inversión requerida para la constitución del centro de capacitación.
- Definir los ingresos y egresos del centro educativo
- Identificar los impactos socioeconómicos y ambientales que genera la implementación del proyecto.

1.1.7 Justificación. Al recorrer la ciudad de Pasto se puede observar el número significativo de nuevos establecimientos comerciales e industriales los cuales evidencian una nueva cultura de emprendimiento en la ciudad. La creación de planes de negocios es necesaria para continuar esta una nueva etapa de cultura de emprendimiento en nuestra región y, además, hacerla sostenible.

Este plan pretende ser una herramienta útil para la planeación de actividades que le permitan al centro de capacitación, ser una empresa sostenible y rentable, que aporte al Departamento de Nariño, y en especial a la ciudad de Pasto, donde pretende ser creado.

La función de este centro va más allá de contribuir a la economía de la región a ser un espacio desde el cual se imparta conocimiento, se ayude a fomentar los procesos de aprendizaje a través de la lectura y la escritura. Entonces, su aporte se extiende hacia el área cultural, social y de conocimiento.

Para conocer la importancia de la lectura y la escritura, y con ellos del lenguaje es preciso citar a la hermana Martha Gómez Ocampo, actual rectora del Colegio el Carmelo en Bogotá quien en su libro “Educar sin hacer daño” hace referencia a la importancia del lenguaje: *“El hombre por su naturaleza simbólica se encuentra inmerso en el mundo del lenguaje y por tal razón tiene el privilegio de conceptualizar su realidad y comunicarse con sus semejantes; pero esto implica asumir la responsabilidad que el manejo adecuado de la lengua requiere y el compromiso que trae consigo frente al YO y al OTRO, puesto que es la lengua una herramienta de mayor poder para el ser humano. Se debe comprender que*

*gracias a la lengua se puede expresar pensamientos, sentimientos, conocimientos y la creatividad; por lo tanto, se debe ejercitar el uso adecuado de ésta” (...)*¹

La manifestación del lenguaje recoge todas las formas en que el hombre ha significado el mundo; por esto, mediante el lenguaje, el hombre lo aprehende en todas sus dimensiones, es decir, lo conoce y lo transforma. Según la hermana Martha², por medio del lenguaje el hombre ha conocido la diversidad de conocimientos que ha producido; ha recorrido la historia; ha creado mundos ficticios; se ha acercado a los descubrimientos; se ha mirado a sí mismo: sus maneras de organizarse, de pensar y de ser; ha analizado el mundo, el lenguaje, la evolución del pensamiento y los comportamientos humanos; ha visitado el futuro, descubierto la naturaleza y los mundos abstractos que no le son evidentes, etc.

Respecto a la escritura Poblete y Villa se refieren a la competencia de comunicación escrita como el “relacionarse eficazmente con otras personas a través de la expresión clara de lo que se piensa y/o siente, mediante la escritura y los apoyos gráficos.”³ Es entonces como no se puede concebir un mundo sin hablar del lenguaje y con él del buen uso de la lectura y escritura.

Al potenciar el desarrollo del lenguaje a través de los procesos lecto-escritores, se permite el desarrollo del pensamiento y por ende, el conocimiento; pues solo mediante él, es posible conocer.

Los procesos de lectura y escritura son considerados hoy siglo XXI, como la base fundamental en los diferentes procesos de aprendizaje, considerando la funcionalidad de sus propósitos. Puesto que permiten el desarrollo de competencias que llevan al estudiante ese “aprender a hacer en contexto”⁴.

Como respuesta al contexto mundial que envuelve la lectura y escritura, el Ministerio de Cultura de Colombia, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, ha trazado dentro de sus objetivos estratégicos el impulsar la lectura y la escritura y facilitar el acceso a la información y el conocimiento como elementos democráticos que promueven la formación de ciudadanos con espíritu crítico. Para desarrollar estos postulados, el Ministerio de Cultura, en conjunto con el Ministerio de Educación Nacional, lanza el Plan Nacional de Lectura y Escritura - Leer es mi cuento⁵.

¹ GÓMEZ OCAMPO, Martha. Educar sin hacer daño. Primera edición. Editorial Pijao. Bogotá, 1997. p. 156-157

² Ibíd., p. 159

³ VILLA, Aurelio. POBLETE, Manuel. Aprendizaje basado en competencias. Universidad de Deusto: 2007. p 117.

⁴ GOMEZ, Op. cit. p 203.

⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (13, JUNIO, 2011). Plan Nacional de Lectura [En línea]. Recuperado el 22 de mayo de 2012,

El mundo actual y nuestro país están desarrollando proyectos para que los ciudadanos le otorguen a la lectura y escritura la importancia que esta merece. En este sentido, el Departamento de Nariño no puede quedar rezagado y debe responder a un nuevo reto de la educación: *una Colombia lectora y con ella un Nariño lector*.

Este plan de negocios que se presenta pretende ser herramienta de trabajo para el área gerencial del proyecto; en donde se pretende involucrar el conocimiento y la teoría, con la práctica y la realidad de la región.

El crear un centro de capacitación en lectura y escritura les permitirá a los estudiantes acceder a una formación adicional a la que reciben en sus instituciones educativas, que les brindará las herramientas necesarias para mejorar su rendimiento académico, técnica de estudio y proceso de aprendizaje; les ayudará a ser más competentes, mejores profesionales y mejores seres humanos.

1.2 MARCO REFERENCIAL

1.2.1 Marco teórico. Al analizar un poco las empresas que tienen éxito, se evidencia que todas realizan un proceso de planeación, pues consideran la planeación como uno de los elementos básicos para su funcionamiento. Sin embargo, su papel es importante incluso antes de iniciar una empresa. Según Jorge E. Jiménez P. et. al.

La planeación debe dar respuesta a preguntas como: ¿Cuál será nuestro negocio? ¿A quién le vamos a vender? ¿Cuál será nuestro volumen de ventas? ¿Cuáles serán los precios? ¿Qué tipo de competencia tendremos en el mercado? Etc. Las condiciones del mercado nacional y mundial exigen un manejo muy organizado de la empresa y por lo tanto no es recomendable responder a los anteriores interrogantes basados meramente en el sentido común, la lógica o la intuición⁶.

Un plan de negocios es un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio. Es un plan de juego del emprendedor; que cristaliza los sueños y esperanzas que lo motivan a sumergirse en el inicio. El plan de negocios debe

de: <http://becas.universia.net.co/CO/beca/63270> /plan-nacional-lectura-escritura-leer-es-mi-cuento.html

⁶JIMENEZ P, Jorge E. et. al. Crear Empresas: Misión de Todos. Talleres gráficos de impresora feriva. Cali, 1993. p.130

exponer la idea básica de la nueva empresa e incluir descripciones de dónde se encuentra usted ahora, a dónde piensa ir y cómo piensa hacerlo.

Séneca afirma: “ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar⁷”. El plan de negocios es una “herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos”⁸.

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir en forma concisa la esencia del mismo, es decir, con qué objetivos será creado, cual es la misión que persigue y porqué se considera justificable desarrollarlo. A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

Dentro de la fundamentación teórica para la presente investigación, se encuentra el estudio de mercado y las diferentes definiciones que explican el desarrollo de dicho estudio.

Inicialmente, el “**Estudio de mercado**”, comprende el área donde confluyen las fuerzas de la demanda y oferta para intercambiar, vender y comprar bienes y servicios a precios determinados. El mercado está constituido por personas y organizaciones, con una necesidad común, con poder adquisitivo, disposición y autoridad para comprar y por aquellas que están interesadas en producir el bien o servicio que satisface dicha necesidad.

El estudio de mercado de un proyecto, debe permitir establecer las cantidades de un bien o un servicio que la comunidad de un país, región o zona geográfica estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esto exige la definición de las características del producto, el conocimiento detallado del usuario o consumidor, la estimación del comportamiento futuro de la demanda y de la oferta, el análisis de los precios y de las estrategias de comercialización”⁹.

Dentro del estudio de mercado, se encuentran diferentes factores y/o parámetros a tener en cuenta para su ejecución, entre ellas la definición de producto o servicio, “es todo aquello que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo y que satisface un deseo o una necesidad. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaría de estado o el ministerio correspondiente”¹⁰.

⁷ ARTENARA. (s.f). Pensamientos y reflexiones cortas [En línea]. Recuperado el 30 de octubre de 2012, de: <http://artenara.wordpress.com/2008/02/14/pensamientos-y-reflexiones-cortas/>

⁸ ALCARAZ, Rafael. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. 2da ed. Mc Graw Hill: México, 2003. p. XIX

⁹ CONTRERAS, Marco Elias. Formulación y Evaluación de Proyectos. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Bogotá 2004. p.99

¹⁰ KOTLER, Philip. Mercadotecnia. Prentice Hall Hispanoamerica S.A. México. 1989. p. 6

Por otra parte existe lo que se conoce como Naturaleza y uso del producto, donde los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista, entre ellas las características físicas, técnicas e intangibles. Estas características se distinguen a continuación.

Tabla 1. Características del producto

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	tamaño(s) color(es), peso(s), olor(es), textura(s), envase(s), estilo(s), presentación(es), características del servicio
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	Capacidad, calidad, versatilidad, materias empleadas, grado de pureza, vida útil, fórmula química, proporción entre elementos constitutivos, entre otras.
CARACTERÍSTICAS INTANGIBLES	Roles, nivel social o status, creencias, valores sociales, beneficios que presta, entre otras

Fuente: Marco Contreras. Formulación y evaluación de proyectos. 2004

Por otra parte existe el uso del producto en el cual se debe identificar la forma en que será consumido o usado, el modo de empleo, si se requiere incluir algún tipo de instrucciones o informaciones para orientación del cliente.

La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de bienes de una necesidad específica a un precio determinado, es la demanda. La demanda se clasifica de acuerdo con su probabilidad y de acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos.

De acuerdo a su probabilidad, existe la demanda efectiva o real que es la demanda totalmente cierta; la demanda aparente que es aquella probable en la cual no se conocen las pérdidas y/o mermas por comercialización y la demanda potencial que es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se puede volver real.

Por otro lado, “el usuario o consumidor”, determina las características que requiere el producto o servicio proyectado, a partir de ellas se tomarán decisiones con respecto a la producción, prestación de servicio o comercialización. Las personas que necesitan el bien o el servicio pueden ser caracterizadas a partir de variables

de tipo demográfico, de las actividades que desempeñan, de los intereses que posean y de las opiniones que tengan con respecto a diversos tópicos.

Con respecto a las variables demográficas, se analiza cuáles de ellas tienen alguna relación o importancia en la demanda del producto proyectado.

Teniendo en cuenta las características del usuario o consumidor se realiza la “delimitación y descripción del mercado”, el cual corresponde a las características generales que definen y delimitan el mercado que va a ser atendido a través de los bienes o servicios proyectados. Posteriormente se realiza la descripción de condiciones de infraestructura, identificación de variables, descripción de características de la población y la definición de estrategias de generalización o segmentación¹¹.

Por otra parte, dentro del estudio de mercado es importante conocer el significado de oferta, que tiene relación con el comportamiento de los vendedores, ya que algunos agentes económicos cuentan con la disposición de ceder bienes o servicios a cambio de un pago.

Posteriormente es importante realizar el análisis de la oferta. La oferta es la cantidad de bienes y servicios que en un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado¹². Para ello se encuentra la mercadotecnia, la cual se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios que ésta ofrece, así como la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal, que permita crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y la propia organización.

Las decisiones que se tomen en el área de mercadotecnia y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente, para esto es necesario conocer las necesidades del mismo y cómo pueden satisfacer. La investigación de mercados se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información¹³.

Esto implica realizar el análisis en el ámbito histórico, actual y futuro con el propósito de establecer la cantidad de bienes o de servicios que los posibles competidores han ofrecido, están ofreciendo y estarán en capacidad de ofrecer al mercado, así como las condiciones en que se realiza dicha oferta, para contar de

¹¹ CONTRERAS, Op. Cit., p117

¹² SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. Mc Graw Hill. México. Cuarta edición. 2000. p. 48.

¹³ ALCARAZ, Rafael. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Segunda edición. Mc Graw Hill: México, 2003. p. 46

esta manera con los elementos mínimos que permitan determinar las posibilidades que tendrá el producto proyectado, en función de la competencia existente.

En un estudio de mercado, el precio “*es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado*”. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia a nivel de ingresos.

Existen mecanismos de formación de los precios del producto, en los que se requiere tener un conocimiento amplio de los siguientes factores:

- Precio de la competencia
- Precio de productos sustitutivos
- Precio de productos complementarios
- Costos de producción y distribución.
- Características de la propensión al ahorro por parte de los consumidores
- Reacciones de los intermediarios
- Reacciones del consumidor
- Legislación comercial¹⁴

La determinación del precio del producto podrá estar fijada por varios factores que se presentan a continuación.

Tabla 2. Determinación del precio de un producto

		Precio		
		Alto	Medio	Bajo
Calidad del producto	Alta	1. Estrategia de crecimiento	2. Estrategia de penetración	3. Estrategia de valor extraordinario
	Media	4. Estrategia de sobrecargo	5. Estrategia de precio promedio	6. Estrategia de premio
	Baja	7. Estrategia de descuento	8. Estrategia de lo barato-llamativo	9. Estrategia de valor barato

Fuente: Mercadotecnia. Philip Kotler, 1989

¹⁴ KOTLER, Op. Cit., p. 16

El precio se puede fijar de acuerdo a cualquiera de las siguientes posibilidades:

- Precio existente en el mercado interno.
- Precio asignado a bienes y servicios similares importados.
- Precios fijados por el gobierno o precios estables.
- Precio definido mediante la aplicación de un cierto porcentaje a los costos unitarios totales, denominado precio por encima del costo.
- Precio estimado en función de la demanda.
- Precios del mercado internacional.
- Precios experimentales.
- Precios bajo costo marginal.
- Precio con base en una tasa determinada de retorno sobre inversiones en que se incurre y los costos de operación y de financiación.¹⁵

Después de haber consignado todos los conceptos referentes al estudio técnico de mercado. “El estudio técnico es todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y a la operatividad del proyecto. Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

Dentro del estudio técnico se encuentra el tamaño, que se define en función de su capacidad de producción de bienes y prestación de servicios durante un periodo de tiempo considerado normal para sus características.

En el caso del presente proyecto, por ejemplo, la demanda es superior a la mayor de la capacidad de la empresa. En este caso la demanda no es factor limitante para la definición del tamaño del proyecto. En este caso la capacidad de financiamiento es la que condiciona el tamaño del proyecto.

Otra variable condicionante del tamaño es la tecnología utilizada. Algunos procesos tecnológicos exigen un volumen mínimo de producción, el cual puede ser superior a las necesidades iniciales, de tal manera que los costos de operación resulten tan elevados que se tenga que abandonar la idea del proyecto¹⁶.

Otros factores que inciden directamente sobre los proyectos son la inflación y la devaluación. Para el presente proyecto se tendrá en cuenta principalmente la inflación y el crecimiento a partir del PIB.

La localización se realiza mediante la comparación entre diferentes alternativas, a través del análisis de diversas variables o fuerzas locacionales que permita establecer el sitio que ofrece los máximos beneficios o los menores costos. Las

¹⁵ KOTLER, Op. Cit., p.22

¹⁶ Ibíd p. 32.

fuerzas o factores locacionales son aquellos elementos que influyen de alguna manera en la localización del proyecto. Entre ellos se encuentra la macrolocalización y microlocalización. La primera corresponde a la identificación de varias regiones o zonas que presentan condiciones propias para la instalación o ubicación del proyecto; la segunda implica señalar los sitios exactos en los cuales es posible ubicar la sede o planta de producción de bienes o servicios¹⁷.

Posteriormente, es importante analizar la estructura administrativa y legal, que describe los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración.

Las funciones administrativas comprenden los elementos de administración que constituyen el proceso administrativo como: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para la misma¹⁸.

Tan importante como los aspectos anteriores es el estudio legal. Sapag Chain afirma que la viabilidad legal se refiere a la necesidad de identificar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a alguno de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto¹⁹.

De la misma manera es importante conocer los conceptos concernientes al estudio financiero. El estudio financiero establece el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación y confrontar los ingresos esperados con los egresos, para pronosticar los resultados de la operación que se va a emprender. Una vez conocidas las necesidades de recursos financieros deberán estudiarse y definirse las fuentes de financiamiento.

Las inversiones iniciales están constituidas por el conjunto de erogaciones o aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para la implementación del proyecto, o sea para dotarlo de su capacidad operativa. La inversión de un proyecto comprende dos grandes categorías: activos fijos y capital de trabajo.

Para registrar todos los aspectos contables y financieros es necesario estructurar el sistema contable de la empresa, la cual es una herramienta muy útil y práctica

¹⁷ CONTRERAS, Op. Cit., p. 259

¹⁸ CONTRERAS, Op Cit. p. 159

¹⁹ SAPAG CHAIN, Nassir. Proyectos de inversión: Formulación y Evaluación. Primera edición. Pearson Educación: México, 2007. p.54

que facilita la toma de decisiones del emprendedor y mantiene un monitoreo constante de las operaciones y salud financiera de la empresa.

El sistema contable puede definirse como el proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar alternativas atractivas que le permitan ahorrar en costos y/o gastos, aumentando sus expectativas de rendimiento.

En general, la contabilidad puede ayudar a conocer quien realiza cada actividad de la empresa, dónde la efectúa, qué resultados se alcanzan, cómo se lleva a cabo, cuánto cuesta, etc.

En esta área es importante definir de manera clara unos objetivos que permitan consolidar el sistema contable de la empresa. Dentro de este sistema es preciso considerar la pertinencia del uso de herramientas tales como: el flujo de efectivo, los estados financieros, indicadores financieros y la definición del sistema de financiamiento a utilizar²⁰.

La rentabilidad que se estime para cualquier proyecto dependerá de la magnitud de los beneficios netos que la empresa obtenga a cambio de la inversión realizada en su implementación, sean estos obtenidos tanto mediante la agregación de ingresos o la creación de valor a los activos de la empresa como mediante la reducción de costos.

Para determinar la rentabilidad de la empresa es necesario entonces determinar el activo fijo y los costos operacionales.

Una herramienta muy importante es el determinar el punto de equilibrio de la empresa, el cual es el nivel de producción en el cual los ingresos obtenidos son iguales a los costos totales²¹.

La realización de los estados financieros se conoce como proyecciones financieras. Entre las proyecciones financieras se pueden encontrar: estado de resultados proyectado, balance inicial, cálculo del valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno; y por último, la relación costo-beneficio. Con lo anterior se llega al concepto de rentabilidad –mencionado anteriormente-.

Aunque no todos los autores involucran el impacto social y ambiental como un elemento importante en la elaboración de un plan de negocios, es importante determinar la incidencia del proyecto en la sociedad que se va a beneficiar del mismo directa o indirectamente.

²⁰ ALCARAZ. Op. cit., p. 220.

²¹ CONTRERAS. Op. Cit., p. 345

El término impacto ambiental, se utiliza en dos campos diferenciados, aunque relacionados entre sí: el ámbito científico-técnico y el jurídico-administrativo. El primero ha dado lugar al desarrollo de metodologías para la identificación y la valoración de los impactos ambientales, incluidas en el proceso que se conoce como Evaluación de Impacto Ambiental (EIA); el segundo, ha producido toda una serie de normas y leyes que garantizan que un determinado proyecto pueda ser modificado o rechazado debido a sus consecuencias ambientales. Este rechazo o modificación se produce a lo largo del procedimiento administrativo de la evaluación del impacto. Gracias a las evaluaciones de impacto, se pueden estudiar y predecir dichas consecuencias ambientales, esto es, los impactos que ocasiona una determinada acción.”²²

Por otra parte, es necesario evaluar si existe un impacto negativo; y en caso de existir, determinar si es mayor a los beneficios que conlleva la ejecución del proyecto.

La palabra **entrepreneur** o emprendedor fue definida por primera vez en el Diccionario de autoridades (actualmente, diccionario de la lengua española) de 1732, como: "La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua". De este concepto, han sido muchos autores los que han hecho una contribución; entre ellos se encuentra Richard Cantillón (1775), Jean-Baptiste Say (1803), Joseph Schumpeter, Cristián Marcelo Riffo Cáceres, Fernando Flores, Charles Spinosa y Hubert L. Dreyfus entre otros.

De las contribuciones mencionadas anteriormente, se llega al concepto de emprendedor «persona que crea una empresa» o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, junto con la innovación y la capacidad de organización y gestión.

En el presente trabajo el emprendimiento, entre otros factores, inciden e impulsan a la creación de un centro de capacitación que permita contrarrestar las deficiencias de los estudiantes en materia de comprensión de lectura y escritura. A partir de ahí, se desarrolla el presente plan de negocios.

Existen muchas buenas ideas. Sin embargo, no todas ellas involucran una oportunidad de negocio, ni se pueden realizar a través de un plan. Para calificarla

²²SLIDESHARE. Factores de validación de una inversión. [En línea]. Recuperado el 17 de mayo de 2013, de:https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CFQQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.slideshare.net%2Fsmileinfected%2Funidad-4-fundamentos-de-la-investigacion-factores-de-calidad-de-la-investigacion&ei=RJiiUbewD8ej4AOm24HQDw&usq=AFQjCNHt5FanjdLlyCMOyHf0uZ1Xe5H4mw&sig2=5C60Zjl_2VjvNru-8ZL6lw

como una buena oportunidad de inversión, un producto o servicio debe satisfacer una necesidad real del mercado por su función, calidad, duración y precio.

En el presente trabajo se habla de un plan de negocios para la creación de un centro de capacitación. No obstante, no existe una definición precisa de “centro de capacitación”, pero se decidió hacer uso del mismo para hacer referencia a la creación de un punto de encuentro –o centro- de las herramientas y recursos necesarios para la capacitación, entendida como “un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.”²³.

Al interior de ese centro de capacitación se pretende trabajar alrededor de dos aspectos: la lectura y la escritura. En el resumen del seminario de Comprensión de lectura que realiza la Universidad Nacional de Colombia, se partió de la definición de la lectura como “el medio más eficaz para el desarrollo sistemático del pensamiento, del lenguaje y de la personalidad.

La lectura ha sido el principal vehículo para subjetivizar la cultura y enriquecer la enciclopedia cultural.”²⁴

Por otra parte, Wikipedia referencia la escritura²⁵ como un sistema gráfico de representación de una lengua, por medio de signos trazados o grabados sobre un soporte. En tal sentido, la escritura es un modo gráfico típicamente humano de transmitir información.

1.2.2 Marco contextual. El avance y la autoestima de un país dependen en gran parte de la educación que recibió en su infancia. Así lo sostuvo el coordinador regional de capacitación del proyecto Centro Andino, de la Universidad Cayetano Heredia, Danilo de la Cruz Ramírez, durante la realización del 4º Congreso Internacional por la Lectura y Escritura, como ejes fundamentales para una escolaridad exitosa²⁶.

Aún en el ámbito universitario en el contexto colombiano, son muy pocos los estudiantes que a través de su escolaridad han logrado desarrollar estrategias

²³DEFINICIÓN. (s.f). Definición de capacitación [En línea]. Recuperado el 27 de mayo de 2012, de: <http://definicion.com.mx/capacitacion.html>

²⁴WIKIPEDIA. (s.f). Lectura [En línea]. Recuperado el 31 de octubre de 2012 de, <http://es.wikipedia.org/wiki/Lectura>.

²⁵WIKIPEDIA. (s.f). Escritura [En línea]. Recuperado el 31 de octubre de 2012 de, <http://es.wikipedia.org/wiki/Escritura>

²⁶ UNIVERSIA. (08, Agosto, 2012).[En línea]. Importancia de la lectura y la escritura [En línea]. Recuperado el 27 de octubre de 2012, de: <http://noticias.universia.edu.pe/vida-universitaria/noticia/2007/08/08/744528/importancia-lectura-escritura.html>

discursivas que les permitan aprender de los textos generales y menos aún de los académicos. De las dificultades mencionadas anteriormente podemos deducir que las principales fallas en la comprensión de textos en el nivel educativo mencionado (en el contexto colombiano y me temo que también latinoamericano) radican no precisamente en la falta de movilización de los esquemas del lector, al contrario éstos son los que prevalecen, sino en su rigidez y en la incapacidad que el lector tiene de negociar con la propuesta estructural del texto hecha por el autor.²⁷

Desde los años 80 se viene desarrollando una serie de evaluaciones en donde se identifica el “desempeño de los estudiantes en ciertas áreas básicas”; en esta época la evaluación de los estudiantes, que se encontraban en lo que se llamó “escuela nueva”, se concentró en lenguaje, matemáticas, creatividad y autoconcepto. Desde entonces ya se reconocía la importancia del lenguaje en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de primaria y bachillerato.

Desde entonces se han realizado muchas evaluaciones, que para 1991 tomaron el nombre de pruebas Saber, y tienen en común denominador la evaluación del lenguaje.

El principal objetivo de SABER 5° y 9° ha sido determinar en qué grado los estudiantes se acercan al logro de los resultados esperados (...) Éstos son el punto de partida para la definición de los propósitos de la evaluación, en la medida en que son los referentes comunes acerca de los conocimientos, habilidades y valores que todos los estudiantes colombianos deben desarrollar durante su trayectoria escolar, independientemente de su procedencia y sus condiciones sociales, económicas y culturales. Debido a que los estándares son los criterios comunes para la evaluación, sus resultados posibilitan el monitoreo de los avances en el tiempo y son un insumo para el diseño de estrategias específicas de mejoramiento.

Los estándares se encuentran organizados alrededor de un conjunto de competencias que se definen como el saber hacer flexible que puede actualizarse en distintos contextos, es decir, como la capacidad de usar los conocimientos en situaciones distintas de aquellas en las que se aprendieron. Implica la comprensión del sentido de cada actividad y de sus consecuencias éticas, sociales, económicas y políticas (MEN, 2006, p. 12). Las competencias son transversales a las áreas curriculares y del conocimiento. Sin embargo, en el contexto escolar éstas se desarrollan a través del trabajo concreto en una o más de ellas²⁸.

²⁷MEN-ICETEX. (1999). La construcción discursiva de la realidad.[En línea]Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de:http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-09341999000100013&script=sci_arttext

²⁸ICFES. (s.f). Informe nacional de resultados pruebas saber 3 y 9 de 2009 [En línea]. Recuperado el 02 de junio de 2012, de: <https://icfesdatos.blob.core.windows.net/datos/Informe%20nacional%20de%20resultados%20de%20SABER%205o%20y%209o%202009.pdf>

En Nariño y especialmente en la ciudad de Pasto existen niños, jóvenes y adultos que aún siendo profesionales reconocidos por su trabajo o teniendo un nivel de educación tienen dificultades a la hora de producir textos y/o comunicarse verbalmente de manera efectiva. Villa y Poblete afirman que “los errores en la comunicación son continuos. Creemos que decimos lo que queremos decir y que nuestro interlocutor lo ha comprendido pero la práctica diaria nos demuestra que, tanto en nuestra vida particular como en nuestras relaciones profesionales, existe una gran distancia entre lo que pretendíamos decir y lo que ha entendido quien nos escucha”²⁹. Ahora bien, esta situación es común encontrar no solo en la comunicación oral como escrita.

En este contexto, la lectura y la escritura se combinan como dos aspectos fundamentales para el estudiante, el profesional y, finalmente, el ciudadano.

1.2.3 Marco conceptual:

PLAN DE NEGOCIOS: El plan de negocio o plan de empresa es una declaración formal de los objetivos de negocio, recogidos por escrito en un documento, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, estrategias de negocio, análisis de la situación del mercado y otros estudios que son necesarios para que una idea de negocio se convierta en una empresa viable, y en el cual se recoge la idea de rentabilidad del negocio, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiación, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida.

Cuando tiene la intención de iniciar un negocio. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa. Además, lo utilizan para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores (p. ej. los business angels o las empresas de capital riesgo), para que aporten financiación al negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario, intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

²⁹ POBLETE. Op. cit. p. 183

Usualmente los planes de negocio quedan obsoletos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

El prototipo del plan de negocio es:

1. Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.
2. Determinar la viabilidad económico- financiera del proyecto empresarial.
3. Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

A diferencia de un Proyecto de Inversión, que ha sido un documento típico del análisis económico-financiero típico de la última parte del siglo XX, el plan de negocios está menos centrado en los aspectos cuantitativos e ingenieriles, aunque los contiene, y está más focalizado en las cuestiones estratégicas del nuevo emprendimiento, como una forma de asegurar su consistencia en el sentido de Arieu (consistencia estratégica)³⁰.

ESTUDIO DE MERCADO. El **estudio de mercado** es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los **clientes**, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un **plan de negocios**, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El estudio de mercado es generalmente primario o secundario. En el **estudio secundario**, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Las ventajas del estudio secundario incluyen el hecho de ser relativamente barato y fácilmente accesible.

Las desventajas del estudio secundario: a menudo no es específico al área de investigación y los datos utilizados pueden ser tendenciosos y complicados de validar.

³⁰ WIKIPEDIA (s.f.) Plan de negocio. [En línea]. Recuperado el 14 de abril de 2013 de http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio.

EL ESTUDIO DE MERCADO PRIMARIO. Implica pruebas como focus groups, encuestas, investigaciones en terreno, entrevistas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto.

Muchas preguntas pueden ser respondidas gracias a un estudio de mercado:

- ¿Qué está pasando en el mercado?
- ¿Cuáles son las tendencias?
- ¿Quiénes son los competidores?
- ¿Qué opinión tienen los consumidores acerca de los productos presentes en el mercado?
- ¿Qué necesidades son importantes?
- ¿Están siendo satisfechas esas necesidades por los productos existentes?

EL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS

El estudio de mercado es para descubrir lo que la gente quiere, necesita o cree. También puede implicar el descubrir cómo actúan las personas. Una vez que la investigación está completa, se puede utilizar para determinar cómo comercializar su producto.

Ejemplos de investigaciones de mercado son los cuestionarios y las encuestas.

Para comenzar un negocio existen algunas cosas que se deben tener en cuenta:

1. ¿Quiénes son los clientes?
2. ¿Cuál es su ubicación y como pueden ser contactados?
3. ¿Qué cantidad o calidad quieren?
4. ¿Cuál es el mejor momento para vender?

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado es la división de la población en sub-grupos con motivaciones similares. Los criterios más utilizados para segmentar incluyen las diferencias geográficas, diferencias de personalidades, diferencias demográficas, diferencias en el uso de productos y diferencias psicograficas.

TENDENCIAS DE MERCADO

Se definen como los movimientos al alza o a la baja del mercado durante un periodo de tiempo.

Es más complicado determinar el tamaño del mercado si estas comenzando con algo completamente nuevo. En este caso se deberá obtener el número de clientes potenciales o segmentos de clientes.

Además de la información acerca del mercado objetivo se debe tener información acerca de la competencia, clientes, productos, etc.

Por último se necesita medir la eficacia del marketing para el producto. Algunas técnicas para esto son:

- Análisis de los clientes
- Modelado de opciones
- Análisis de la competencia
- Análisis de riesgo
- Investigación de productos
- Investigación de publicidad
- Modelado del mix comercial (Precio, Producto, Plaza, Publicidad)³¹

ESTUDIO TÉCNICO. Sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

Para este estudio se debe empezar haciendo una explicación detallada de su producto o servicio, incluyendo sus características físicas, presentaciones, dimensiones, colores, materiales y otras características que los definen. En este apartado sería conveniente la utilización de dibujos que faciliten las explicaciones y mejoren la comprensión.

Para elaborar un producto se requieren materiales, elementos o partes, éstos se conocen como materias primas.

Es importante que sepa cuánta materia prima necesita para hacer cierta cantidad de producto en un período determinado.

Las personas que le venden la materia prima que necesita son sus proveedores. Usted debe averiguar si hay proveedores en el país de lo que usted necesita o si tendrá que buscarlos en otro lugar. Cualquiera que sea su proveedor, asegúrese que los materiales sean de buena calidad y a buenos precios, que le den facilidades de pago, y que sean puntuales en la entrega del material³².

ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN. El **comportamiento organizacional** es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y

³¹BLOG EMPRENDEDOR. (s.f.) ¿Qué es el estudio de Mercado? [En línea]. Recuperado el 27 de abril de 2013, de: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

³² BLOG EMPRENDEDOR. (s.f.) Estudio técnico.[En línea]. Recuperado el 27 de abril de 2013, de <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm>

estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones. Es una disciplina científica a cuya base de conocimientos se agrega constantemente una gran cantidad de investigaciones y desarrollos conceptuales. Pero también es una ciencia aplicada, ya que la información sobre prácticas efectivas en una organización puede extenderse a muchas otras y dejar así el departamentalismo. Es un campo de estudio porque es una especialidad delimitada y con un conjunto común de conocimientos que estudia tres determinantes del comportamiento de las organizaciones: individuos, grupos y estructura. Aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con la finalidad de un mejor funcionamiento en las organizaciones. El comportamiento organizacional se interesa particularmente en las situaciones que atañen al empleo.

Los temas que suelen estar incluidos en el estudio del Comportamiento Organizacional son: la estructura organizacional, la motivación, el compromiso organizacional, el poder, la comunicación, el trabajo en equipo, la cultura organizacional, el clima organizacional, el liderazgo y los procesos de cambio. Cada uno de estos temas está presente en los tres niveles básicos de estudio del Comportamiento Organizacional: el individual, el grupal y el organizacional. Este esquema de niveles es muy importante al momento de plantear conclusiones. Por ejemplo, la motivación se puede describir en función de los principales intereses de un grupo de personas, pero como variable es individual ya que es en ese nivel donde se origina.

Otro eje está relacionado con lo concreto o lo abstracto en nuestro discurso sobre los problemas que estudia el Comportamiento Organizacional. El nivel más concreto y objetivo es la conducta, observable y susceptible de cuantificarse con mayor facilidad. Un segundo nivel son las actitudes entendidas como las predisposiciones a actuar de las personas; y finalmente los valores, que son el nivel más abstracto y nos indican una orientación de nuestra conducta. Por poner un ejemplo, podemos pensar que somos colaboradores, pero en una discusión podemos evidenciar una actitud poco colaboradora frente a casos hipotéticos, y en la práctica podemos ser más bien celosos de dar nuestro apoyo. Esto constituye la mayor dificultad para estudiar las organizaciones: la inconsistencia y la brecha entre lo que se dice y se hace, lo cual se complica cuando le añadimos jerarquías (poder) y patrones de conducta aceptados, algunas veces, por todos (cultura organizacional)³³.

ESTUDIO FINANCIERO. El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

³³ WIKIPEDIA(s.f.) Estudios organizacionales. Recuperado el 27 de abril de 2013, de: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudios_organizacionales

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos.

Una parte importante es la capacidad de financiación de que dispone la empresa y el costo de la misma. ¿Cómo puede obtener capital una empresa? Algunas formas pueden ser:

- ingresos netos por operaciones,
- aportes de capital de los socios,
- incorporación de nuevos socios,
- disponibilidad de capital por aportes iniciales,
- disponibilidad de fondos por resultados acumulados,
- préstamos bancarios,
- préstamos gubernamentales,
- liquidación de activos,
- créditos de proveedores,
- etc.

El análisis financiero puede generar ratios financieros que permitan a los niveles superiores de la administración, tener una visión de la "salud financiera" de la empresa³⁴.

CENTRO DE CAPACITACIÓN: No existe una definición precisa de "centro de capacitación", pero se decidió hacer uso del mismo para hacer referencia a la creación de un punto de encuentro –o centro- de las herramientas y recursos necesarios para la capacitación, entendida como "un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales."³⁵.

LECTURA: "el medio más eficaz para el desarrollo sistemático del pensamiento, del lenguaje y de la personalidad.

La lectura ha sido el principal vehículo para subjetivizar la cultura y enriquecer la enciclopedia cultural.³⁶"

ESCRITURA: Wikipedia referencia la escritura³⁷ como un sistema gráfico de representación de una lengua, por medio de signos trazados o grabados sobre un soporte. En tal sentido, la escritura es un modo gráfico típicamente humano de transmitir información.

Como medio de representación, la escritura es una codificación sistemática de signos gráficos que permite registrar con gran precisión el lenguaje hablado por medio de signos visuales regularmente dispuestos; obvia excepción a esta regla es la bastante moderna escritura Braille cuyos signos son táctiles. La escritura se diferencia de los pictogramas en que estos no suelen tener una estructura secuencial lineal evidente.

Existen dos principales tipos de escritura, la basada en logogramas que representa a conceptos y la basada en grafemas que representan la percepción de sonidos o grupos de sonidos; un tipo de escritura basada en grafemas es la alfabética.

³⁴ZONA ECONÓMICA. (s.f.) Estudio financiero. [En línea]. Recuperado el 27 de abril de 2013 <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

³⁵DEFINICIÓN. (s.f.) Definición de capacitación [En línea]. Recuperado el 27 de mayo de 2012, de: <http://definicion.com.mx/capacitacion.html>

³⁶WIKIPEDIA. (s.f.) Lectura. Recuperado el 31 de octubre de 2012 de, <http://es.wikipedia.org/wiki/Lectura>.

³⁷WIKIPEDIA. (s.f.) Escritura. Recuperado el 31 de octubre de 2012 de, <http://es.wikipedia.org/wiki/Escritura>

1.2.4 Marco legal.

Artículo 58 la Constitución Política: Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley por motivo de utilidad pública o interés social resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá dar paso al interés público o social. [...] El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad [...]

Artículo 333. La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Específicamente, el artículo indica:

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. [...]. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. [...]. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. [...]”

La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento. La Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país “[...]”

Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado.

El Estado establece sus obligaciones para posibilitar la protección y garantía de esta ley, entre los que se encuentran: buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Asimismo, promete buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito.

Ley 1429 de 2010 y decreto 545 de 2011. A través de la Ley de Formalización y Generación de Empleo (Ley 1429 de 2010), como su nombre lo indica, se presentan los incentivos para la formalización de empresas en las etapas iniciales de su creación, como también, facilitar las condiciones para la generación de nuevos puestos de trabajo, mediante esos mismos incentivos.

Esta Ley aplica beneficios de progresividad, lo cual significa que quienes opten por ello, tendrán condiciones diferentes y mucho más flexibles para el pago de diferentes obligaciones que se derivan de la formalización empresarial, tales como el impuesto a la renta, artículo 4; aportes parafiscales, artículo 5; y registro mercantil, artículo 7 de la mencionada ley³⁸.

Instituciones de Educación No formal. El Capítulo 2 de la Ley 115 de 1994 se refiere a la educación no formal y la define como señalamos anteriormente como aquella que se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos en el artículo 11 de esa misma ley.

La finalidad de la educación no formal es la promoción del perfeccionamiento de la persona humana, el conocimiento y la reafirmación de los valores nacionales, la capacitación para el desempeño artesanal, artístico, recreacional, ocupacional y técnico, la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y la participación ciudadana y comunitaria.

En las instituciones de educación no formal se pueden ofrecer programas de formación laboral en artes y oficios, de formación académica y en materias conducentes a la validación de niveles y grados propios de la educación formal.

El Decreto 114 del 15 de enero de 1996 "Por el cual se reglamenta la creación, organización y funcionamiento de programas e instituciones de educación no formal" señala cuales son los tipos de programas que este tipo de instituciones puede ofrecer. Hay que tener presente que estos programas de educación preparan a las personas en habilidades técnicas y destrezas para realizar un oficio práctico, ofrecen conocimientos teóricos sobre un arte o filosofía, preparan para la validación o capacitan para la participación comunitaria.

Los artículos 15, 16 y 17 del Decreto 114 de 1996, al referirse a la autorización que las Secretarías de Educación deben otorgar para el funcionamiento de este tipo de instituciones establece que en la autorización oficial otorgada a un establecimiento de educación no formal, deberá identificarse los programas que se registran con ésta para ser ofrecidos, su intensidad horaria y el tipo de certificado que podrá expedir. La institución de educación no formal podrá registrar

³⁸ MIPYMES.(08, enero, 2013). Colombia se formaliza. Recuperado el 20 de febrero de 2013, de: <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2503>

posteriormente otros programas de educación no formal, previo a ser ofrecidos, formulando solicitud escrita a la respectiva secretaria de educación departamental o distrital que otorgó la autorización oficial.

Las instituciones de educación no formal, regidas por el Decreto 114 de 1996, otorgan certificados de aptitud ocupacional con énfasis en: habilidades técnicas, conocimientos académicos, certificados para validación y certificados en promoción comunitaria. Por ejemplo, una persona que ha culminado un programa en el campo laboral con una duración mínima de 1000 horas podrá, recibir un Certificado de aptitud profesional como técnico auxiliar contable, técnico auxiliar en administración de empresas, o técnico en ebanistería, según el programa que haya adelantado.

Las instituciones de educación no formal no capacitan profesionalmente, desarrollan habilidades y destrezas desde el campo práctico, para el ejercicio de un oficio o arte³⁹.

1.2.5 Trámites y procedimientos administrativos para la creación de una empresa en Colombia

Tabla 3. Trámites legales para la creación de una empresa

TRAMITES REGISTRALES	TRÁMITES ESPECÍFICOS	TRÁMITES LABORALES
Trámites hasta el registro correspondiente	Trámites relacionados según la ubicación de la empresa	Trámites relacionados con la vinculación de personal
Certificado de homonimia	Certificado del uso del suelo	Aportes parafiscales
Escritura pública	Paz y salvo y/o recibo de pago de industria y comercio	Afiliación en la caja de compensación familiar
Inscripción ante la cámara de comercio	Certificado de condiciones de sanidad	Afiliación a la EPS
Registro mercantil	Certificado de seguridad y prevención	Afiliación en las ARL
Matricula mercantil	Certificado de condiciones ambientales	Registro de contratos laborales
Certificado de existencia y	Certificado de Sayco y	

³⁹ COLOMBIA. MEN. (s.f). Programas técnicos ofrecidos por instituciones de Educación no formal. Recuperado el 11 de abril de 2013 de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87076.html>

representación legal	ACIMPRO	
Registro único tributario RUT		
Otros trámites para iniciar la actividad		
Apertura de cuenta corriente		
Registro de libros de comercio		
Registro único de proponentes (en caso de pretender celebrar contratos estatales o con el gobierno)		

Fuente: Esta investigación.

1.2.6 Inscripción ante Cámara de Comercio. Para realizar el registro de la empresa ante Cámara de comercio es necesario conocer seis aspectos fundamentales:

- Tipo de empresa: Las empresas se dividen en dos tipos: Persona Natural y Persona Jurídica.

En la clasificación de *persona natural* no existen opciones de empresa. Para un emprendedor es la opción ideal, ya que no tendrá que desplegar estructuras jurídicas ni de administración complejas y responderá con su patrimonio ante cualquier acción realizada.

Para la clasificación de persona Jurídica existen siete tipos de empresa clasificadas como sociedades, éstas son: Sociedad por acciones Simplificada, Sociedad Limitada, Empresa unipersonal, Sociedad Anónima, Sociedad Colectiva, Sociedad Comandita Simple, Sociedad Comandita por Acciones y Empresa Asociativa de Trabajo.

- Consulta de nombre: permite conocer si existen o no otras empresas o establecimientos a nivel nacional con el mismo nombre de la empresa que se va a crear.
- Consulta de marca: La información necesaria para registrar la marca de su producto o empresa puede estar ya almacenada en las Bases de Datos de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Consulta de actividad económica: El Código CIIU, Código Industrial Internacional Uniforme es la clasificación internacional de todas las actividades económicas que puede desarrollar una empresa.

Todas las empresas deben identificar el código o los códigos que corresponden a las actividades que se van a desarrollar, de esta manera se ordenan y se pueden clasificar claramente por categorías y subcategorías los procesos que se realizan.

Los códigos CIU tienen el siguiente formato:

Ejemplo: G501101: Comercio al por mayor y al por menor de vehículos automotores nuevos para pasajeros⁴⁰

• **Consulta de uso de suelo: La normatividad respecto al uso de suelo se encuentra consignada en el decreto 1879 de 2008. En el Artículo 2° afirma:**

Requisitos de cumplimiento exigibles a los establecimientos de comercio para su operación. Una vez abierto al público y durante su operación, el propietario del establecimiento de comercio – además de los requisitos señalados en el artículo anterior deberá cumplir con:

a) Las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia;

b) Las normas expedidas por la autoridad competente del respectivo municipio, referentes a uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación.

Registro Único de Proponentes: Este documento contiene los términos y condiciones de uso del sistema desarrollado para facilitarle al usuario el diligenciamiento del formulario aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio para efectuar la inscripción, renovación o actualización en el Registro Único de Proponentes. El usuario que desee acceder, consultar o utilizar el sistema, debe leer y aceptar previamente los presentes términos y condiciones de uso, seguir las instrucciones dispuestas a lo largo del sistema y ceñirse a lo dispuesto en el Decreto 0734 de 2012, para que pueda utilizarlo en forma adecuada⁴¹.

Rutas micro para el fortalecimiento: En la actualidad la Cámara de Comercio de Pasto, en conjunto con la Cámara de comercio de Cali, desarrollaron un programa denominado “Rutas micro para el fortalecimiento”; programa especial de capacitación para los microempresarios que decidan tener sus negocios bajo la formalidad y deseen adquirir estrategias para fortalecer sus empresas.

⁴⁰CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. (s.f.). Consulta Código CIU. [En línea]. Recuperado el 02 de junio de 2012, de:

http://www.camaradirecta.com/index_oficina.php?Id_Master=11&Id_Division=1&Id_Secciones=21&Id_Subseccion=3&Tip_Seccion=1&OpciVerm=0&Tipo_Subseccion0&Idioma=0&front=0&Ord_Seccion=2&Ids_Master=0&seccionactiva=21&secciones=12-21-18-19-15-13-17-20-16&sesion=view

⁴¹ ASOCÁMARAS.(s.f). Sistema Registro Único de Proponentes.[En línea]. Recuperado el 15 de enero de 2013, de:<https://servicios.ccc.org.co/proponentes/inicio-asocamaras>

Las jornadas capacitación son realizadas por facilitadores que tienen una larga trayectoria empresarial, y donde los docentes explican los conceptos y herramientas definidos en cada unidad de desarrollo y los empresarios realizan su propio diagnóstico empresarial⁴²

Tramites adicionales

- Abrir una cuenta bancaria para depositar el capital inicial.
- Si el negocio involucra productos que se expendan directamente al consumidor como alimentos, medicamentos, productos de aseo o cosméticos, debo obtener el registro sanitario expedido por el INVIMA.
- Visita del Cuerpo Oficial de Bomberos. Para obtener constancia sobre las condiciones de seguridad en la s que se encuentra el local en el cual funciona o funcionará mi negocio.
- Matrícula sanitaria ante la secretaria de salud. Es obligatoria si mi negocio involucra la manipulación y/o preparación de alimentos para consumo humano o animal. El trámite se hace ante la respectiva secretaria u oficina de la salud de la alcaldía.
- Derechos por ejecución pública de obras musicales –SAYCO- ACINPRO. Si en mi negocio realizo ejecución pública de las obras musicales de los artistas representados por la organización.

Compromisos del empresario formal

- Inscribir en el Registro Mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la Ley exija esa formalidad (Art. 28 Código de Comercio y demás normas complementarias).
- Llevar la contabilidad del negocio de acuerdo con lo señalado por la Ley (Art. 19 Código de Comercio y demás normas complementarias).
- Conservar la correspondencia y documentos relacionados con la actividad empresarial, de acuerdo con lo señalado por la Ley (Art. 19 Código de Comercio y demás normas complementarias).
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (Art. 19 Código de Comercio y demás normas complementarias).
- Cumplir oportunamente con las obligaciones formales y materiales relacionadas con impuestos nacionales, departamentales y locales.
- Cumplir oportunamente con la liquidación y pago de aportes parafiscales.

⁴² CÁMARA DE COMERCIO PASTO. (s,f). Rutas micro para el fortalecimiento. [En línea]. Recuperado el 15 de enero de 2013, de: <http://www.ccpasto.org.co/index.php/Apoyo-empresarial/programa-qrutas-empresarialesq.html>

- Cumplir oportunamente con el pago de nómina y demás obligaciones surgidas de la relación laboral (Cesantías, vacaciones, licencias, etc.).
- Inscripción y pago oportuno a las entidades del sistema de seguridad social en salud, pensiones y riesgos profesionales.
- Tener las autorizaciones necesarias por parte de la administración de impuestos, para realizar la facturación⁴³.

⁴³ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Iniciación formal de la actividad empresarial. Editorial. Bogotá, 2011. p. 15-17.

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN.

El centro de capacitación en lectura y escritura es un centro innovador, que en respuesta a las necesidades de los estudiantes de todas las edades, ofrece servicios de capacitación en competencias necesarias para la comprensión de lectura y la escritura.

Esta es una institución educativa que dedica su esfuerzo a la preparación de estudiantes en competencias lectoras tales como: pensamiento analítico, pensamiento crítico, pensamiento creativo, pensamiento lógico, comunicación verbal, comunicación escrita; y competencias cognitivas tales como la interpretativa, argumentativa y propositiva.

Se propone trabajar con niños de 9 años en adelante que sepan leer correctamente y trabajar por niveles afianzando las aptitudes en materia de lectura y escritura, hasta abarcar estudiantes universitarios y profesionales que así lo deseen.

Mediante el desarrollo de guías integrales, los estudiantes realizarán diversas actividades en las cuales se fomentará el desarrollo de competencias en lectura y escritura.

La educación en Colombia se clasifica en dos modalidades: la educación formal y la no formal; la primera que es aquella que se imparte en establecimientos educativos aprobados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas, y conducente a grados y títulos, a esta pertenecen la educación preescolar, básica primaria y secundaria, media y superior. Este tipo de educación está regulado entre otras normas por la Ley 115 de 1994, la Ley 30 de 1992 y el Decreto 1860 de 1994.

La educación no formal es la que se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos para la educación formal, y está regulada por la Ley 115 de 1994 y los Decretos 114 de 1996 y 3011 de 1997⁴⁴.

⁴⁴ COLOMBIA. MEN. (s.f). Programas técnicos ofrecidos por instituciones de Educación no formal. Recuperado el 11 de abril de 2013 de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87076.html>

2.2 APLICACIÓN Y USO DEL SERVICIO.

La capacitación en lectura y escritura tiene una aplicabilidad en la vida diaria que parte de la importancia del lenguaje. Al respecto el MEN⁴⁵ afirma: *“el lenguaje es una de las capacidades que más ha marcado el curso evolutivo de la especie humana. En efecto, gracias a él los seres humanos han logrado crear un universo de significados, que ha sido vital para buscar respuestas al porqué de su existencia (tal es el valor que, por ejemplo, poseen los mitos); interpretar el mundo y transformarlo conforme a sus necesidades (así, la ciencia y la tecnología no podrían existir sin el uso de sistemas simbólicos); construir nuevas realidades (¡qué tal los mundos soñados por García Márquez o Julio Verne!); establecer acuerdos para poder convivir con sus congéneres (piénsese, por ejemplo, en la Constitución Política de Colombia); y expresar sus sentimientos a través de una carta de amor, una pintura o una pieza de teatro”*.

Una vez clara la importancia del lenguaje como facultad innata del ser humano para comunicarse con el mundo que le rodea, se podría decir que el buen uso de la lectura y la escritura son herramientas fundamentales para esa apropiación de la realidad; gracias a la lectura y a la escritura los individuos interactúan y entran en relación con los que le rodean para intercambiar significados y aprender.

Entonces, la capacitación que se realiza en la institución sirve entre otras cosas para:

- Desarrollar a través de la lectura y la escritura las competencias cognitivas; y con ellas interpretar, argumentar y proponer frente a diversas clases de texto, teniendo en cuenta su estructura y el nivel semántico.
- Escribir diferentes clases de textos, teniendo en cuenta reglas sintácticas y pragmáticas, aplicando estrategias que garantizan coherencia, cohesión y pertinencia en el texto; que le permitan al estudiante mejorar su rendimiento académico, ser un excelente estudiante universitario y un excelente profesional.
- Reconocer las características y estructuras de los textos narrativos, descriptivos y producir textos siguiendo un plan textual de manera coherente y cohesiva; de tal forma que el estudiante sea capaz de expresarse de manera oral y escrita fortaleciendo su proceso de aprendizaje interdisciplinar.

⁴⁵ MEN. COLOMBIA. (2010). Estándares Básicos de Competencias en Lenguaje, Matemáticas, Ciencias y Ciudadanas. [En línea]. Recuperado el 15 de abril de 2013 <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-116042.html>

2.3 CONSTITUCIÓN LEGAL

EL Art. 74 del Código Civil afirma, "Son personas naturales todos los individuos de la especie humana cualquiera sea su edad, sexo, estirpe o condición".

En lo que se refiere al registro mercantil persona natural es aquel individuo que actuando en su propio nombre, se ocupa de manera profesional de alguna o algunas de las actividades que la ley considera mercantiles, por ejemplo la adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos de igual forma, y la enajenación de los mismos; la intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones; el recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los prestamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés; etc.

La persona natural responderá con todo su patrimonio, tanto personal como familiar, por las obligaciones que adquiera en desarrollo de su actividad económica.

Para llevar a cabo la formalización de su negocio o empresa la persona natural deberá primero que todo solicitar su inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) administrado por la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales (DIAN), posteriormente efectuará su inscripción en la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá diligenciando los formularios del Registro Único Empresarial RUE, de Registro adicional con otras entidades y el de inscripción en el RUT.

Una vez inscrita la persona natural en el registro mercantil de la CCB sigue siendo la misma persona, solo que adquiere la condición de comerciante por desarrollar de manera profesional una actividad considerada por la ley como mercantil. La persona natural actúa por él mismo y se identifica con su número de cédula, y la DIAN le asigna un NIT el cual corresponde a su número de cédula más un dígito adicional.

Se escoge este tipo de empresa considerando que no existe inconveniente de tipo legal por parte del representante legal y que es un tipo de registro que se adquiere inicialmente, mientras la empresa se posiciona en el mercado.

Entre los beneficios de constituir la empresa como persona natural se encuentra:

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.

- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- No se les exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- Si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
- La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

La única dificultad que se presenta es que existen menos posibilidades de acceder a créditos financieros. Sin embargo, no es un crédito considerable entonces depende del historial crediticio del dueño.

2.4 POLÍTICA Y FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

2.4.1 Nombre. Centro de Capacitación en Lectura y Escritura “El Saber”

2.4.2 Misión. Formar seres humanos en el desarrollo de la competencia comunicativa a través de la capacitación en lectura y escritura; con un servicio de calidad y con talento humano competitivo, comprometido con el aprendizaje sus estudiantes.

2.4.3 Visión. Posicionarse en el Departamento de Nariño como un centro de aprendizaje, capacitación y promoción de la lectura y escritura; reconocido por fortalecer con sus servicios, el proceso de aprendizaje de estudiantes de todas las edades.

2.4.4 Valores corporativos.

•Excelencia: Todo el trabajo en la institución es producto de la disciplina y constancia que se inculca a sus estudiantes desde la teoría y se apoya en el ejemplo. Es por esto, que la excelencia es indispensable para nosotros; estamos comprometidos con ello.

- Progreso: Para ofrecer el mejor servicio y brindarle al estudiante todas las herramientas que éste necesita, en la institución estamos comprometidos al 100% con la búsqueda de nuevas herramientas, técnicas y elementos de progreso. Trabajamos constantemente por nuestros estudiantes.

- Calidad: El amor, la excelencia y el compromiso que nos caracteriza se refleja en un servicio de calidad hacia nuestros estudiantes, padres de familia y acompañantes.

2.4.5 Estructura organizacional

Gráfica 1. Estructura organizacional



La estructura de la organización tiene por máxima instancia al director académico y al director administrativo, quienes haciendo uso de los valores institucionales, deben trabajar en conjunto por ofrecer calidad el servicio; deben estar al tanto de los avances en materia de educación y generar excelencia y progreso.

La organización se divide en dos departamentos: Departamento de Coordinación Académica y Bienestar Estudiantil y Departamento de Administración y Finanzas.

En el departamento de Coordinación académica y bienestar estudiantil se encuentra como máxima instancia el director académico. El cual tiene bajo su responsabilidad al personal docente y a un personal staff de bienestar estudiantil, como ayuda para el desarrollo de las actividades culturales que se tengan programadas en la institución.

El Departamento de Administración y Finanzas tiene como máxima instancia al Director Administrativo, el cual se encuentra en el mismo nivel de autoridad que el director académico; bajo su responsabilidad se encuentra la o el secretario (a) recepcionista y un nivel staff de apoyo contable y legal.

2.5 PORTAFOLIO DE SERVICIOS

2.5.1 Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para niños de 4° y 5°.

Tabla 4. Descripción servicio 3: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 1

CURSO DE CAPACITACIÓN EN COMPRENSIÓN DE LECTURA Y ESCRITURA PARA NIÑOS DE 4° Y 5°
Modalidad: Presencial
Número de horas: 120
Objetivo: Brindar al estudiante las herramientas necesarias para lograr los estándares propuestos por el MEN en materia de comprensión de lectura y escritura.
COMPETENCIAS A DESARROLLAR
Estándares de Producción Textual
Módulo de herramientas para la producción de textos
• Organizo mis ideas para producir un texto oral, teniendo en cuenta mi realidad y mis propias experiencias.
• Elaboro un plan para la exposición de mis ideas.
• Selecciono el léxico apropiado y acomodo mi estilo al plan de exposición así

como al contexto comunicativo.
• Produzco un texto oral, teniendo en cuenta la entonación, la articulación y la organización de ideas que requiere la situación comunicativa.
Módulo de tipología textual: texto informativo
• Elijo un tema para producir un texto escrito, teniendo en cuenta un propósito, las características del interlocutor y las exigencias del contexto
• Diseño un plan para elaborar un texto informativo.
• Reescribo el texto a partir de las propuestas de corrección formuladas por mis compañeros y por mí.
• Produzco la primera versión de un texto informativo, atendiendo a requerimientos (formales y conceptuales) de la producción escrita en lengua castellana, con énfasis en algunos aspectos gramaticales (concordancia, tiempos verbales, nombres, pronombres, entre otros) y ortográficos.
Módulo de tipología textual: texto informativo, narrativo, explicativo y argumentativo.
• Leo diversos tipos de texto: descriptivo, informativo, narrativo, explicativo y argumentativo.
• Comprendo los aspectos formales y conceptuales (en especial: características de las oraciones y formas de relación entre ellas), al interior de cada texto leído.
• Identifico la intención comunicativa de cada uno de los textos leídos

Fuente: Esta investigación.

2.5.2 Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes de 6°, 7° y 8°

Tabla 5. Descripción servicio 2: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 2

CURSO DE CAPACITACIÓN EN COMPRENSIÓN DE LECTURA Y ESCRITURA PARA NIÑOS DE 6°, 7° y 8°
Modalidad: Presencial
Número de horas: 120
Objetivo: Brindar al estudiante las herramientas necesarias para lograr los estándares propuestos por el MEN en materia de comprensión de lectura y escritura.
COMPETENCIAS A DESARROLLAR
Estándares de Producción Textual
Módulo de producción textual oral
• Defino una temática para la elaboración de un texto oral con fines

argumentativos.
• Formulo una hipótesis para demostrarla en un texto oral con fines argumentativos.
• Llevo a cabo procedimientos de búsqueda, selección y almacenamiento de información acerca de la temática que voy a tratar en un texto con fines argumentativos.
• Elaboro un plan textual, jerarquizando la información que he obtenido de fuentes diversas.
• Caracterizo estrategias argumentativas de tipo descriptivo.
• Utilizo estrategias descriptivas para producir un texto oral con fines argumentativos.
• Caracterizo y utilizo estrategias descriptivas y explicativas para argumentar mis ideas, valorando y respetando las normas básicas de la comunicación.
• Utilizo el discurso oral para establecer acuerdos a partir del reconocimiento de los argumentos de mis interlocutores y la fuerza de mis propios argumentos.
Módulo de producción textual escrita
• Diseño un plan textual para la presentación de mis ideas, pensamientos y saberes en los contextos en que así lo requiera.
• Utilizo un texto explicativo para la presentación de mis ideas, pensamientos y saberes, de acuerdo con las características de mi interlocutor y con la intención que persigo al producir el texto.
• Identifico estrategias que garantizan coherencia, cohesión y pertinencia del texto.
• Tengo en cuenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas para la producción de un texto.
• Elaboro una primera versión de un texto explicativo atendiendo a los requerimientos estructurales, conceptuales y lingüísticos.
• Reescribo el texto, a partir de mi propia valoración y del efecto causado por éste en mis interlocutores.
Módulo de bases para la comprensión textual
• Elaboro hipótesis de lectura de diferentes textos, a partir de la revisión de sus características como: forma de presentación, títulos, graficación y manejo de la lengua: marcas textuales, organización sintáctica, uso de deícticos, entre otras.
• Comprendo el sentido global de cada uno de los textos que leo, la intención de quien lo produce y las características del contexto en el que se produce.
• Caracterizo los textos de acuerdo con la intención comunicativa de quien los produce.
• Analizo los aspectos textuales, conceptuales y formales de cada uno de los textos que leo.
• Infiero otros sentidos en cada uno de los textos que leo, re relacionándolos con su sentido global y con el contexto en el cual se han producido, reconociendo rasgos sociológicos, ideológicos, científicos y culturales.

Fuente: Esta investigación.

2.5.3 Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes

Tabla 6. Descripción servicio 1: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 3

CURSO DE CAPACITACIÓN EN COMPRENSIÓN DE LECTURA Y ESCRITURA PARA JÓVENES
Modalidad: Presencial
Número de horas: 120
Objetivo: Brindar al estudiante las herramientas necesarias para lograr los estándares propuestos por el MEN en materia de comprensión de lectura y escritura.
Requisito: Haber terminado el grado octavo
COMPETENCIAS A DESARROLLAR
Estándares de Comprensión Textual
•Elaboro hipótesis de interpretación atendiendo a la intención comunicativa y al sentido global del texto que leo
•Relaciono el significado de los textos que leo con los contextos sociales, culturales y políticos en los cuales se han producido.
•Diseño un esquema de interpretación, teniendo en cuenta al tipo de texto, tema, interlocutor e intención comunicativa.
•Construyo reseñas críticas acerca de los textos que leo.
CONTENIDO
• Diagnóstico • Pruebas Saber- ICFES: Manejo de preguntas y respuestas. • Técnicas de estudio: Resumen, mapa mental, entre otros. • Literatura • Manejo de coherencia y cohesión • Signos de puntuación • Elaboración de ensayo

Fuente: Esta investigación.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PERFIL DEL CLIENTE POTENCIAL.

3.1.1 Perfil de ingreso.

Tabla 7. Perfil de ingreso para servicio 1: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 3

Perfil de ingreso para Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para niños de 4° y 5°	
Denominación del programa	Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para niños de 4° y 5°
Dirigido a	Estudiantes de básica primaria que deseen reforzar sus conocimientos en comprensión de lectura, escritura y expresión oral y escrita.
Prerrequisitos	Educación: 3° grado de educación básica Edad: Mínimo 8 años y máximo 11 años Disponibilidad: 10 horas semanales (6 presenciales, 4 en casa)
Competencias específicas	Expone y defiende sus ideas en función de la situación comunicativa de manera oral y escrita. Lee fábulas, cuentos, relatos mitológicos y leyendas.

Fuente: Esta investigación.

Tabla 8. Perfil de ingreso para servicio 2: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 2

Perfil de ingreso para Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes de 6°, 7° y 8°	
Denominación del programa	Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes de 6°, 7° y 8°
Dirigido a	Estudiantes que deseen mejorar en materia de comprensión de lectura, escritura, comunicación oral y escrita; y deseen prepararse en el desarrollo de las competencias generales necesarias para la presentación

	de pruebas y evaluaciones.
Prerrequisitos	Educación: 5° grado de educación básica Edad: Mínimo 11 años y máximo 15 años Disponibilidad: 10 horas semanales (6 presenciales, 4 en casa)
Competencias específicas	Expone y defiende sus ideas en función de la situación comunicativa de manera oral y escrita.

Tabla 9. Perfil de ingreso para servicio 3: Capacitación en comprensión de lectura y escritura para nivel 1

Perfil de ingreso para Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes	
Denominación del programa	Curso de capacitación en comprensión de lectura y escritura para jóvenes
Dirigido a	Estudiantes o graduados que deseen reforzar sus conocimientos en comprensión de lectura y escritura; desarrollar la creatividad y el gusto por la lectura; mejorar su rendimiento académico y ser excelentes profesionales.
Prerrequisitos	Educación: 8° grado de educación básica Edad: Mínimo 15 años Disponibilidad: 14 horas semanales (10 presenciales, 4 en casa)
Competencias específicas	Expone y defiende sus ideas en función de la situación comunicativa de manera oral y escrita.

Fuente: Esta investigación.

3.2 ANÁLISIS DE ENTORNO

3.2.1 Entorno demográfico. El Departamento de Nariño es un territorio de 33.268km², ubicado al suroccidente de Colombia, limita por el Norte con el Departamento del Cauca, por el Este con el Departamento del Putumayo, por el sur con la República del Ecuador y por el oeste con el océano Pacífico, tiene una excelente ubicación geoestratégica porque en el confluyen el Pacífico biogeográfico, la Amazonía, los Andes y la frontera internacional de Colombia con Suramérica.

El Departamento de Nariño pluriétnico y multicultural, tiene una población mestiza, afrodescendiente e indígena que de acuerdo a las proyecciones suministradas por el DANE, para el año 2009 tendrá una población de 1.619.464 habitantes; de los cuales, 812.089 son hombres, que representan el 50.15%, y 807.375 mujeres, equivalentes al 49.85%⁴⁶.

La economía del departamento de Nariño está sustentada en la prestación de servicios financieros, de salud, transporte, educación, el comercio, la actividad agropecuaria, la agroindustria, las artesanías, industria del cuero y marroquinería, madera, turismo. Le siguen las actividades agropecuarias, entre las que se destacan los cultivos de papa, maíz, hortalizas, trigo, fríjol, cacao, coco, caña panelera, palma aceitera, frutas y cebada, entre otros; la ganadería vacuna con fines principalmente lecheros, también existe el ganado ovino, porcino y la actividad cuyicula. Además se realiza la explotación forestal, la pesca en el litoral Pacífico como la actividad minera.

Tabla 10. NBI Nariño 2008

DANE: Necesidades Básicas Insatisfechas - NBI, por total, cabecera y resto, según departamento y nacional a diciembre 31 de 2008			
ENTIDAD	Personas en NBI		
	Cabecera	Resto	Total
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
TOTAL NACIONAL	19,64	53,53	27,78
NARIÑO	26,09	59,32	43,79
PASTO	11,07	38,48	16,2
IPIALES	17,67	57,67	30,66
TUMACO	48,74	48,66	48,7

⁴⁶ COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD. (2009). Plan regional de competitividad de Nariño. Recuperado el 15 de Mayo de 2012, de: <http://educon.javeriana.edu.co/ofi/documentos/regionalizacion/Planes%20Desarrollo%20H-Z/Planes%20de%20competitividad/NARI%C3%91O%20-%20Plan%20regional%20de%20competitividad%20-%202009.pdf>

De acuerdo a las estadísticas del DANE, el bajo nivel de empleo de calidad y de ingresos, se refleja en mayores índices de pobreza, indigencia y necesidades Básicas Insatisfechas - NBI - de la población de Nariño con relación a la del resto del país⁴⁷.

Tabla 11. Imágenes e información alusiva a San Juan de Pasto

San Juan de Pasto	
 Bandera	 Escudo
	

⁴⁷ COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD. (2009). Plan regional de competitividad de Nariño. Recuperado el 15 de Mayo de 2012, de: <http://educon.javeriana.edu.co/ofi/documentos/regionalizacion/Planes%20Desarrollo%20H-Z/Planes%20de%20competitividad/NARI%C3%91O%20-%20Plan%20regional%20de%20competitividad%20-%202009.pdf>



San Juan de Pasto

Localización de San Juan de Pasto en Colombia



Ubicación de San Juan de Pasto en Nariño

*Apodo: Ciudad Sorpresa,
Ciudad Teológica por Excelencia*

País	 Colombia
• Departamento	 Nariño
• Región	Andina

Ubicación	 01°12'N 77°16'OCoordenadas:  01°12'N 77°16'O (mapa)
• Altitud	2.527 msnm
• Distancia	798 km a Bogotá
Superficie	1.181 km ²
Fundación	24 de junio de 1539 (473 años)
Población	411.706 (Proyección 2010) hab.(DANE ¹)
• Densidad	621 hab./km ²
Gentilicio	Pastuso (a), pastense
Código postal	520001-520099 ^{2 3}
Alcalde	Harold Guerrero López (Partido Cambio Radical)
Sitio web	http://www.pasto.gov.co

Fuente: Wikipedia. Enciclopedia en línea.

Según Wikipedia⁴⁸ San Juan de Pasto, capital del Departamento de Nariño, ha sido centro administrativo, cultural y religioso de la región desde la época de la colonia. Es también conocida como Ciudad sorpresa de Colombia.

Su número de habitantes, según la proyección del DANE para el año 2010, es de 411.706 habitantes. De los cuales el 97,6% son blancos y mestizos, afrocolombianos 1,6% e indígenas 0,8%.

Debido a que la ciudad se encuentra a una altitud de 2.527 msnm y se encuentra al pie del volcán Galeras, la nubosidad es bastante alta. La temperatura promedio anual es de 13,3°C.

De estos aspectos es necesario considerar que para la creación de un centro de capacitación, el clima es un factor determinante, ya que por las lluvias se generan gran parte del tiempo congestiones viales que dificultan el transporte de estudiantes; por esta razón, la ubicación del centro de capacitación debe ser estratégica, cercana a lugares residenciales o de fácil acceso y concentración de la población estudiantil.

⁴⁸ WIKIPEDIA. (15, octubre, 2012). San Juan de Pasto: economía. [En línea]. Recuperado el 20 de octubre de 2012, de: http://es.wikipedia.org/wiki/San_Juan_de_Pasto#Econom.C3.ADa.

3.2.2 Entorno económico. El Departamento de Nariño se caracteriza por la práctica de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Sin embargo, producto de la globalización se ha desarrollado y mejorado en otras áreas tal como el sector de los servicios.

La participación de cada uno de los sectores para el 2008 se presenta en la siguiente gráfica.

Figura 1. Composición sectorial de Nariño



Fuente: Comisión Regional de Competitividad de Nariño.

La economía del Departamento ha cambiado mucho en los últimos años. Nariño está implementando planes y programas para asumir el reto de la competitividad.

Existen algunos factores que le son favorables y algunos desfavorables. Estos factores se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 12. Ventajas y desventajas Competitivas de Nariño

VENTAJAS COMPETITIVAS	DESVENTAJAS COMPETITIVAS
Nariño Territorio Sensible	Pertinencia de la educación media, técnica y superior para la generación de competencias laborales
Calidad de la educación superior - acreditación de varios programas universitarios	Segundo Idioma (bilingüismo)
Cobertura de educación superior - existencia de Instituciones de Educación Superior de varios municipios del Departamento de Nariño	Incorporación, uso y administración de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC
Capital Humano	Proyectos financiados por Colciencias, Ley 344, Fondo Emprender y FOMIPYME
Declaratoria Carnavales de Pasto como Patrimonio inmaterial	Presencia de Instituciones, centros de investigación, grupos de investigación
Habilidades, destrezas y diversidad artesanal	Disponibilidad de personas con maestrías, doctorado y post doctorado
Ubicación geoestratégica de entrada a Suramérica	Desarticulación Universidad, Empresa y Estado
Despensa agropecuaria	Modelo de trabajo público privado
Diversificación productiva	Estructura empresarial
Riqueza paisajística	Disponibilidad y acceso al crédito para empresas
Riqueza hídrica	Deficiente oferta local de servicios de distribución y logística especializada
Riqueza de biodiversidad (región Pacífica, Andina y Amazónica)	Acceso a capital de riesgo y semilla
Patrimonio arquitectónico, cultural y religioso	Calidad del empleo
Conectividad vial al puerto marítimo de Tumaco	Escasas empresas con certificación de calidad
Conectividad vía marítima	Desarrollo de clústers
Plan de movilidad de Pasto	Conformación de marcas regionales
Concesión vial - Rumichaca – Pasto - Aeropuerto Antonio Nariño	Débil cultura de emprendimiento empresarial

Fuente: Comisión Regional de Competitividad de Nariño.

Respecto a la Ciudad de Pasto, la Alcaldía de Pasto⁴⁹ en el plan de atención integral a la primera infancia realiza una contextualización respecto a la economía de Nariño, respecto a esta afirma que económicamente en el sector urbano el Departamento de Nariño depende del comercio, los servicios y la industria, destacándose el procesamiento de alimentos y bebidas, las artesanías como talla en madera, barnices, muebles, cerámicas, que se caracterizan por su perfección y belleza.

El sector rural depende de la agricultura y la ganadería, siendo los principales productos la papa con 1.400 Ha, maíz 1.250 Ha, fique 799 Ha y fríjol 80 Ha; en el sector ganadero 13.990 cabezas de ganado bovino, de las cuales 8.107 producen 72.936 litros de leche diarios. También podemos destacar el impulso que está tomando la producción de trucha arco iris en estanque.

En el campo minero, Pasto produce un promedio de 70.26 onzas de oro anuales. La industria en el municipio es incipiente, está dedicada a la producción harinera, trilla de café, confección en cuero y tallado de madera.

La construcción ha registrado un gran incremento en los últimos años. Su red vial cuenta con una Terminal de Transportes; se comunica por vía terrestre con todas las cabeceras municipales del Departamento, las capitales de los departamentos vecinos, la capital de la República y la ciudad de Quito en la República del Ecuador.

3.2.3 Entorno social. El Departamento de Nariño, cuya capital es Pasto, es un lugar lleno de riquezas tanto a nivel de recursos humanos, como naturales. Se compone de ciudadanos alegres, comprometidos, en la búsqueda de nuevas oportunidades de surgimiento.

3.2.4 Entorno Político. En la actualidad, la situación a nivel nacional y regional del Departamento de Nariño no resulta ser óptima para su población, debido a la gran diversidad de dificultades que se viven. Dentro de estas dificultades se encuentra la desigualdad y la inequidad en el crecimiento económico de los diferentes sectores a nivel nacional.

Teniendo en cuenta lo anterior y con base en los objetivos del milenio⁵⁰, el entorno político de la región deberá encaminar sus esfuerzos hacia el mejoramiento del

⁴⁹COLOMBIA. SECRETARIA DE EDUCACIÓN MUNICIPIO DE PASTO (s.f). [En línea]. Plan de atención integral a la primera infancia. Recuperado el 15 de octubre de 2012, de: http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/articles-305953_pasto.pdf

⁵⁰ONU. Objetivos del Milenio. (5 de abril, 2000). [En línea]. Recuperado el <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>

mercado interno, la financiación de la política social, la puesta en marcha de una política social clientelista. Si bien es cierto que el gobierno ha destinado ayudas a la región, como es el caso de los subsidios de familias en acción por medio de sus instituciones, estas no han sido el mejor medio para disminuir la desigualdad.

En cuanto a las estrategias estructurales de la política social, el gobierno colombiano ha deseado generar mayores oportunidades de empleo, mejoras en la calidad del mismo y desarrollo de una política de generación de ingresos, para ello ha utilizado a organizaciones como el SENA, quien se encarga de ofrecer educación técnica a los colombianos que así lo deseen.

Entre otras políticas que el gobierno ha deseado implementar están la consolidación del sistema de protección social, la educación para todos, el acceso a servicios financieros para grupos de población de bajos ingresos, todo esto con el fin de ampliar las oportunidades que se le ofrecen al ciudadano colombiano de bajos recursos económicos, para que mejore su calidad de vida, la de su familia, disminuya la desigualdad y aumente la confianza en los mandatarios del país. Para ello ha destinado a organizaciones tales como el ministerio de educación, la cámara de comercio, la superintendencia de industria y comercio que son aquellas que están directamente relacionadas con la regulación de la empresa que en este trabajo compete que es del sector de la educación.

- **Cámara de comercio:** La Cámara de Comercio de Pasto es una organización comprometida con el desarrollo económico del Departamento de Nariño y Alto Putumayo, que a través de sus procesos de Registros Públicos y Desarrollo Empresarial promueve el emprendimiento, formalización y fortalecimiento de las empresas.

- **Ministerio de educación:** Lograr una EDUCACIÓN DE CALIDAD, que forme mejores seres humanos, ciudadanos con valores éticos, competentes, respetuosos de lo público, que ejercen los derechos humanos, cumplen con sus deberes y conviven en paz. Una educación que genere oportunidades legítimas de progreso y prosperidad para ellos y para el país.

Lograr una educación competitiva, pertinente, que contribuya a cerrar brechas de inequidad y en la que participa toda la sociedad.

- **Superintendencia de industria y comercio:** La SIC apoya el fortalecimiento de los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumidor colombiano, para lo cual reconoce los derechos de propiedad industrial; propicia la adecuada prestación de los servicios de los registros públicos, cuya administración ha sido delegada a las cámaras de comercio; vigila el cumplimiento de los derechos de los consumidores; promueve el mejoramiento de la calidad y la seguridad en los bienes y servicios, estimula la competencia mediante la

aplicación de las normas sobre prácticas comerciales restrictivas y competencia desleal y mantiene los patrones nacionales de medida para garantizar el nivel metrológico que requieren los agentes económicos.

Los gobiernos de Colombia han enfocado su esfuerzo a mejorar la estabilidad política del sistema que se ve afectada por situaciones como la incursión de grupos al margen de la ley quienes defienden sus ideales afectando la tranquilidad de la población, adicionalmente, el estado trabaja en aquellos factores que caracterizan a la región como problemática para hacer negocios entre los cuales se destacan la corrupción, el acceso al financiamiento, los impuestos, ineficiencia gubernamental, infraestructura, restricciones laborales, inflación, políticas inestables, inadecuada educación de la fuerza de trabajo, inseguridad e inestabilidad gubernamental, según el foro económico mundial quien las clasifica como las de mayor relevancia en el sector político de Colombia.

3.2.5 Entorno Cultural. La ciudad de San Juan de Pasto se ha caracterizado por un clima predominante frío, razón por la cual el mercado ofrece productos con características diferentes a otras ciudades. Es una región arraigada a las costumbres tradicionales, situación que puede apreciarse en la organización, topografía de la ciudad y composición de su población.

Otro de los aspectos que caracterizan a la región sur del departamento de Nariño es que su economía se basa en mayor proporción en el sector agropecuario, de manufacturas, el sector de construcción y el de comercio, restaurantes y hoteles.

En la revista turística de Nariño⁵¹ se hace referencia a la gran afluencia de turistas en la región que año tras año visitan el departamento, el cual cuenta con la más alta diversidad de culturas, templos católicos como el santuario de las Lajas, reservas naturales como la laguna de la Cocha, la isla la Corota, el Nevado, la laguna de Cumbal, el nudo de los Pastos, las aguas termales de Ipiales y la Cruz, la Isla de Tumaco, la Playa de Bocagrande, el parque nacional natural de Sanquianga, los santuarios de Flora y Fauna Galeras e isla de la Corota, y 47 áreas de reserva natural en los municipios de Barbacoas, Chachaguí, Ricaurte, Pasto, Yacuanquer y volcanes entre los que predominan el volcán Galeras y el Azufral.

La región también es conocida por su variedad en las comidas típicas que resultan ser llamativas y de alto agrado para los visitantes entre las que se encuentran las bebidas, platos fuertes y postres. Además, otro de los atractivos de la región se debe a las fiestas y carnavales que se celebran todos los años como el carnaval de negros y blancos, la feria y exposición artesanal, el carnaval del fuego, la

⁵¹ ISSUU. Revista Turística Nariño. (24 de febrero de 2013). [En línea]. Obtenido de: <http://issuu.com/lucaenes/docs/promoturistanarino>.

peregrinación al santuario de las lajas, y la fiesta de la señora de las lajas entre las más importantes.

Según la CEPAL, en un informe sobre el perfil sociodemográfico del Departamento de Nariño⁵²: *“las brechas étnicas del Departamento de Nariño, son altas, y los afrodescendientes se encuentran en muy peor situación que los indígenas y el resto de la población (63,2% frente a 78,1% y 87%, respectivamente). Las diferencias urbano-rurales son muy significativas, principalmente entre los afrodescendientes, entre los que superan los 30 puntos. La comparación con los indicadores nacionales muestra que los afrodescendientes están en mejor situación a ese nivel, lo contrario que sucede con los indígenas. Por lo tanto, las políticas deberían focalizarse con urgencia en las poblaciones afrodescendientes rurales, cuya tasa de conclusión de la escuela primaria entre los jóvenes de 15 a 19 años no llega al 50%. Con relación al tema de género, es importante notar que las mujeres presentan mayores porcentajes de finalización de la educación primaria o bien registran diferencias insignificantes en el sentido contrario”*.

La situación que se vive en la educación superior no es ajena a esta realidad, porque en postgrado solo hay inscritos 55 mil estudiantes, de los 981 mil estudiantes matriculados en 2002, el 82% asistía a universidades e instituciones universitarias y el 18% a carreras tecnológicas y universitarias⁵³.

Lo anterior permite evidenciar que la herramienta de progreso de todo país está siendo esquiva a quienes más lo necesitan, que son la población vulnerable y de bajos recursos, lo cual provoca que la educación dependa de la riqueza y el crédito que a su vez la vuelva excluyente. Es decir, que si la población colombiana no tiene educación, su capacidad y poder adquisitivo será cada día menor y deberá dejar pasar las oportunidades que se le puedan llegar a presentar para mejorar la calidad de vida.

Adicionalmente, se encuentran factores tales como las dificultades para combinar trabajo y estudio, expulsiones, pérdida del año, embarazo, falta de afecto, violencia familiar, pandillismo, distanciamiento escuela y lugar de residencia y desplazamiento forzoso.

Uno de los indicadores más reales en cuanto a la calidad de la educación que se ofrece en el departamento de Nariño es mediante los resultados que se obtienen de las pruebas del estado ICFES, en donde se muestra que los resultados de los estudiantes de las instituciones educativas privadas son mejores que los de las oficiales.

⁵² CEPAL. (s,f) Departamento de Nariño. [En línea]. Recuperado el 20 de Enero de 2012, de: http://www.eclac.cl/celade/noticias/paginas/2/40392/2_Narino.pdf

3.2.6 Transporte y vías de acceso.

Acceso terrestre. Pasto está conectado hacia el norte por vía terrestre con Popayán en una distancia de 279 km y hacia el sur, a 78 km de distancia con Ipiales en la frontera con la república del Ecuador a través de la carretera Panamericana. La distancia de Pasto a la capital de la república, Bogotá, por la vía panamericana es de 798 km para un tiempo promedio de viaje de 18 horas.

Hacia el occidente la ciudad se comunica con el puerto de Tumaco sobre el océano Pacífico, por medio de una carretera pavimentada de 284 km, y hacia el oriente con Mocoa en el departamento de Putumayo con una carretera de aproximadamente 145 km.

Para el transporte intermunicipal nacional terrestre existe un terminal en el que operan las principales empresas y por el cual pasan aproximadamente 2 millones de pasajeros al año.

Acceso aéreo. El Aeropuerto Antonio Nariño a 35 km de la ciudad, en la localidad cercana de Chachagüí, ofrece conexiones aéreas nacionales a través de empresas aéreas colombianas como Avianca y Satena.

3.2.7 Telecomunicaciones



Figura 2. Centro de la ciudad de Pasto

Vista del volcán Galeras al atardecer desde la plaza principal

Telefonía e Internet. Varias empresas Telmex, Movistar, Claro, Tigo, Avantel, Movistar y UNE-Orbitel, ofrecen servicios de telecomunicaciones en Pasto mediante telefonía móvil con disponibilidad de cobertura UMTS y tecnología HSDPA (todos los operadores), además de Internet por banda ancha, Internet móvil y telefonía fija.

Radiodifusión. En el municipio existen varias emisoras de radiodifusión FM, institucionales como la de la Radio de la Universidad de Nariño y la Radio de la Policía Nacional, de radio comunitaria y emisoras comerciales con programación principalmente musical. También hay varias estaciones de radio AM disponibles siendo las más antiguas la Radio Nariño (fundada en 1937) y la Emisora Ecos de Pasto (1941).

Televisión: En Pasto se encuentran disponibles los canales públicos nacionales de televisión: Canal Uno, Señal Institucional y Señal Colombia, así como los canales regionales Telepacífico y TelePasto, los canales privados locales como Nariño TV de Telmex y CNC de Global TV y los canales nacionales privados RCN Televisión y Caracol Televisión. También hay disponible servicio de televisión por suscripción a través de empresas como Telmex, Movistar, GlobalTV y DirecTV.

3.3 CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

3.3.1 Tabulación y análisis de encuesta

Al realizar el análisis de los datos obtenidos en cada una de las preguntas se observó que existían ciertas diferencias entre las respuestas de hombres y de mujeres. Por esta razón, la información obtenida se encuentra clasificada entre hombres, mujeres y total.

RESULTADO ENCUESTA	
MUESTRA	184 PERSONAS
POBLACIÓN	COMUNA 7 DE PASTO
HABITANTES	
CUESTIONARIO	

PREGUNTA 1

La formación en lectura y escritura que ofrecen las instituciones educativas en BÁSICA PRIMARIA es SUFICIENTE para satisfacer las necesidades de los estudiantes.

Tabla 13. Respuesta a encuesta. Pregunta 1

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	11	12%
b	De acuerdo	23	25%
c	Indiferente	11	12%
d	En desacuerdo	37	41%
e	Totalmente en desacuerdo	9	10%
TOTAL		91	100%

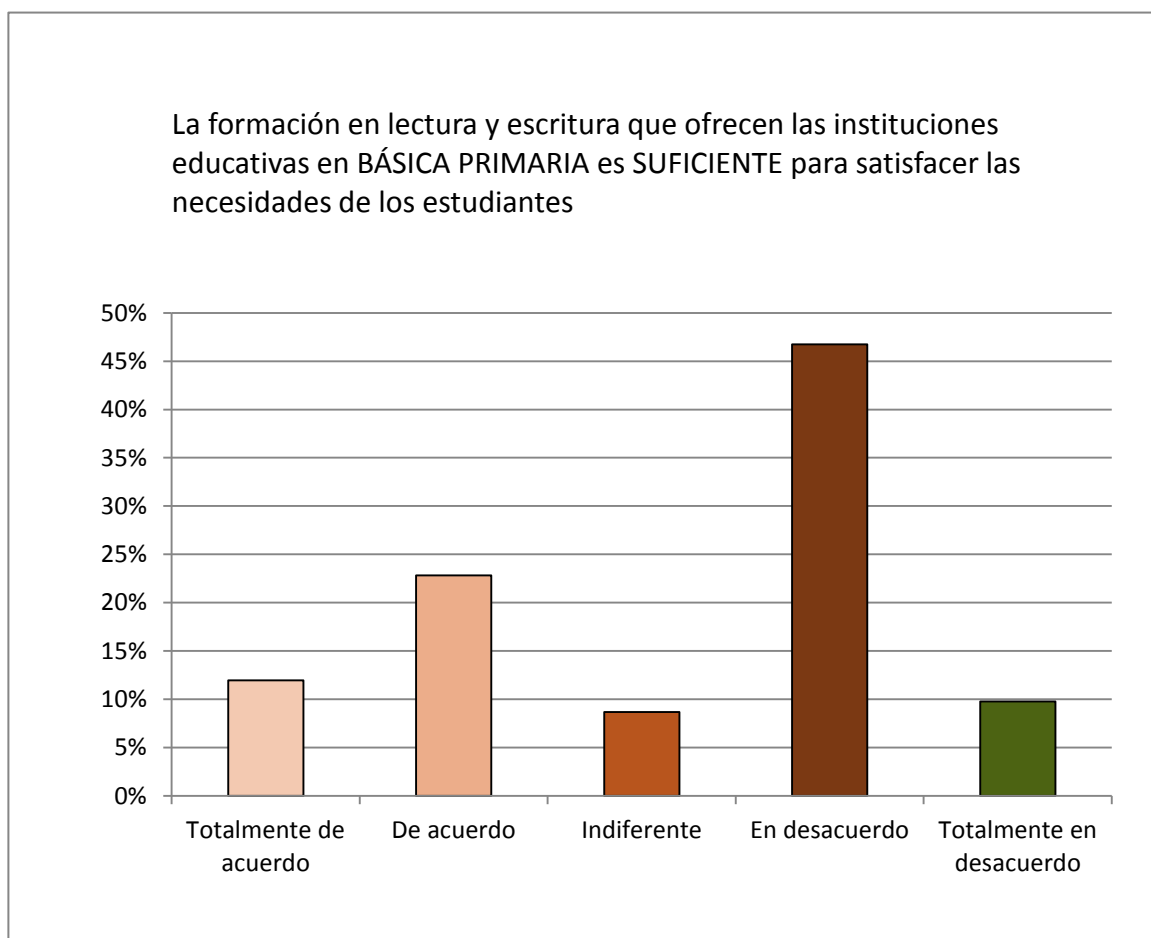
FEMENINO			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	14	13%
b	De acuerdo	22	20%
c	Indiferente	8	7%
d	En desacuerdo	52	48%
e	Totalmente en desacuerdo	12	11%
TOTAL		108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	25	13%
b	De acuerdo	45	23%
c	Indiferente	19	10%

d	En desacuerdo	89	45%
e	Totalmente en desacuerdo	21	11%
TOTAL		199	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 2. Respuesta a encuesta pregunta 1



Fuente: Esta investigación.

Existe un 43% de población masculina y 47% femenina que consideran que la formación en lectura y escritura que ofrecen las instituciones educativas en básica primaria **NO ES SUFICIENTE** para satisfacer las necesidades de los estudiantes.

Esta es una situación preocupante considerando que muchas de las personas que respondieron la encuesta se presume tienen ingresos suficientes como para

matricular a sus niños o estudiar con formación de calidad.

Existe una cantidad considerable de personas que no se encuentran conformes con los servicios que ofrecen las instituciones en primaria. Si uno de los principales aspectos, que deben aprender los niños en la primaria, es el leer y escribir correctamente, entonces esta situación permite cuestionar ¿Qué enseñan a los niños en la primaria?

PREGUNTA 2: La formación en procesos lectoescritores de las instituciones educativas en **BACHILLERATO** es **SUFICIENTE** para satisfacer las necesidades de los estudiantes

Tabla 14. Respuesta a encuesta. Pregunta 2

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	9	10%
b	De acuerdo	23	25%
c	Indiferente	18	20%
d	En desacuerdo	29	32%
e	Totalmente en desacuerdo	12	13%
	TOTAL	91	100%

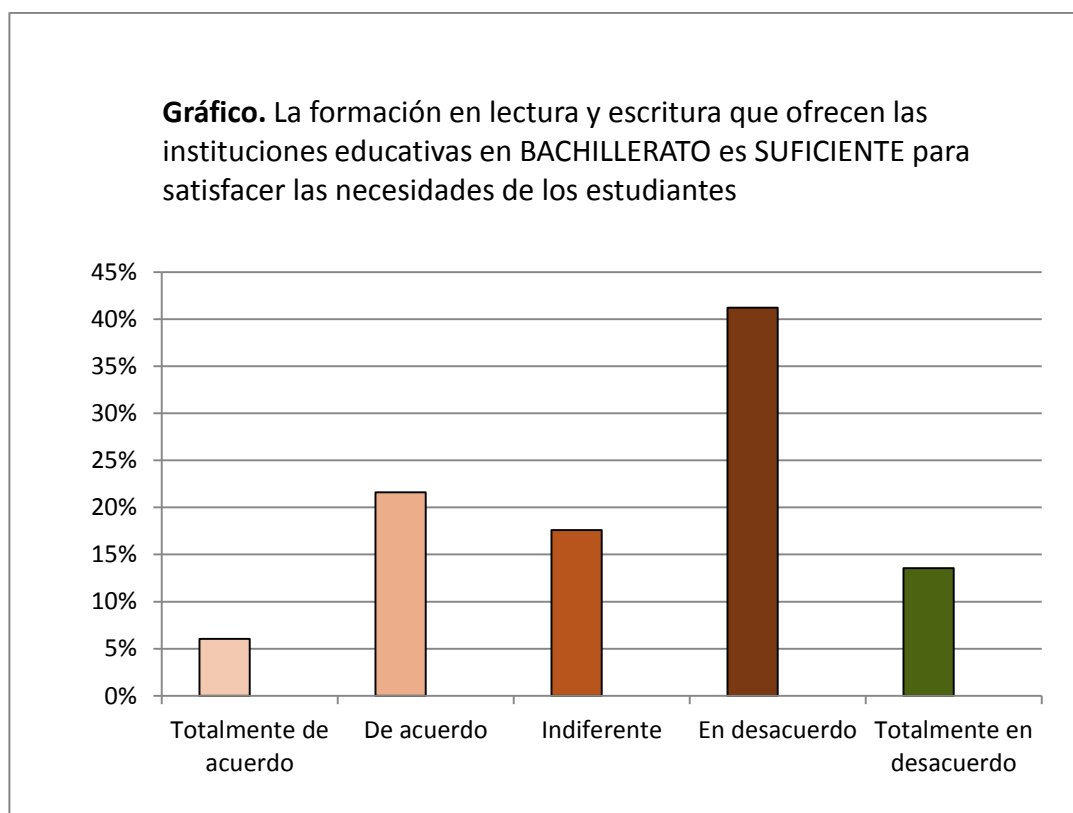
MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	3	3%
b	De acuerdo	20	19%
c	Indiferente	17	16%
d	En desacuerdo	53	49%
e	Totalmente en desacuerdo	15	14%
	TOTAL	108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	12	6%
b	De acuerdo	43	22%

c	Indiferente	35	18%
d	En desacuerdo	82	41%
e	Totalmente en desacuerdo	27	14%
TOTAL		199	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 3. Respuesta a encuesta pregunta 2



Fuente: Esta investigación.

El 41% y 51% de los hombres y mujeres encuestados, respectivamente, se encuentra en **desacuerdo** frente a la afirmación de que la formación en procesos lectoescritores de las instituciones educativas de BACHILLERATO es suficiente.

Las fallas en lectura de un gran número de estudiantes se ven reflejadas en los resultados de las pruebas saber, los cuales si bien presentan estudiantes e instituciones destacadas, aún tienen una gran mayoría por debajo del promedio esperado.

PREGUNTA 3. La formación en procesos lectoescritores de las instituciones educativas de **EDUCACIÓN SUPERIOR** es **SUFICIENTE** para satisfacer las necesidades de sus estudiantes

Tabla 15. Respuesta a encuesta. Pregunta 3

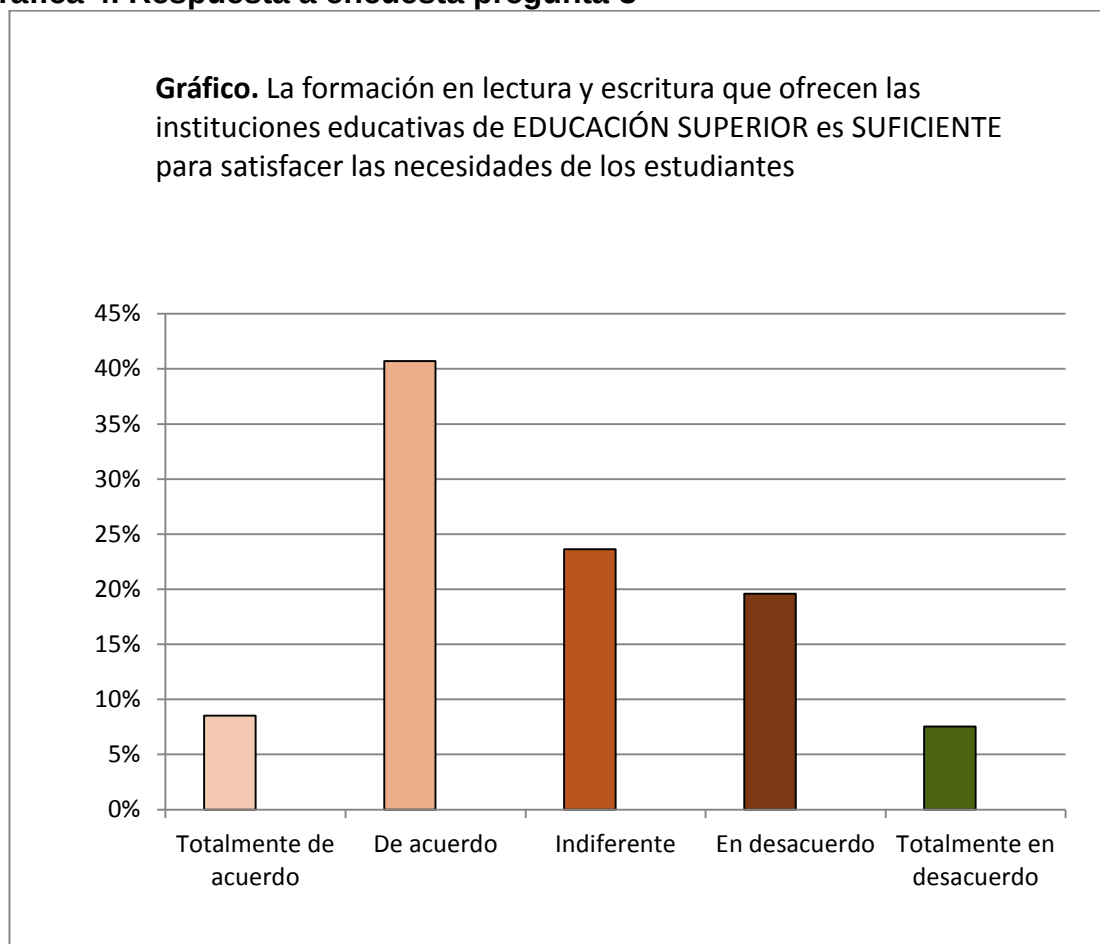
HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	11	12%
b	De acuerdo	37	41%
c	Indiferente	17	19%
d	En desacuerdo	19	21%
e	Totalmente en desacuerdo	7	8%
TOTAL		91	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	6	6%
b	De acuerdo	44	41%
c	Indiferente	30	28%
d	En desacuerdo	20	19%
e	Totalmente en desacuerdo	8	7%
TOTAL		108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Totalmente de acuerdo	17	9%
b	De acuerdo	81	41%
c	Indiferente	47	24%
d	En desacuerdo	39	20%
e	Totalmente en desacuerdo	15	8%
TOTAL		199	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 4. Respuesta a encuesta pregunta 3



Fuente: Esta investigación.

Con la educación superior los resultados son un poco más “favorecedores”, lo cual nos lleva a pensar que el nivel de formación de las universidades de la región es de calidad en materia de lectura y escritura. Esto quiere decir que el mercado de los estudiantes universitarios se puede explotar. Sin embargo, ellos ya cuentan con unas bases de la universidad y no podrían necesitar de manera urgente los servicios de capacitación en lectura.

PREGUNTA 4. ¿En los últimos seis meses ha pagado o se ha inscrito a cursos o clases extra?

Tabla 16. Respuesta a encuesta. Pregunta 4

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	51	56%
b	No	40	44%
	TOTAL	91	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	63	58%
b	No	45	42%
	TOTAL	108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	114	57%
b	No	85	43%
	TOTAL	199	100%

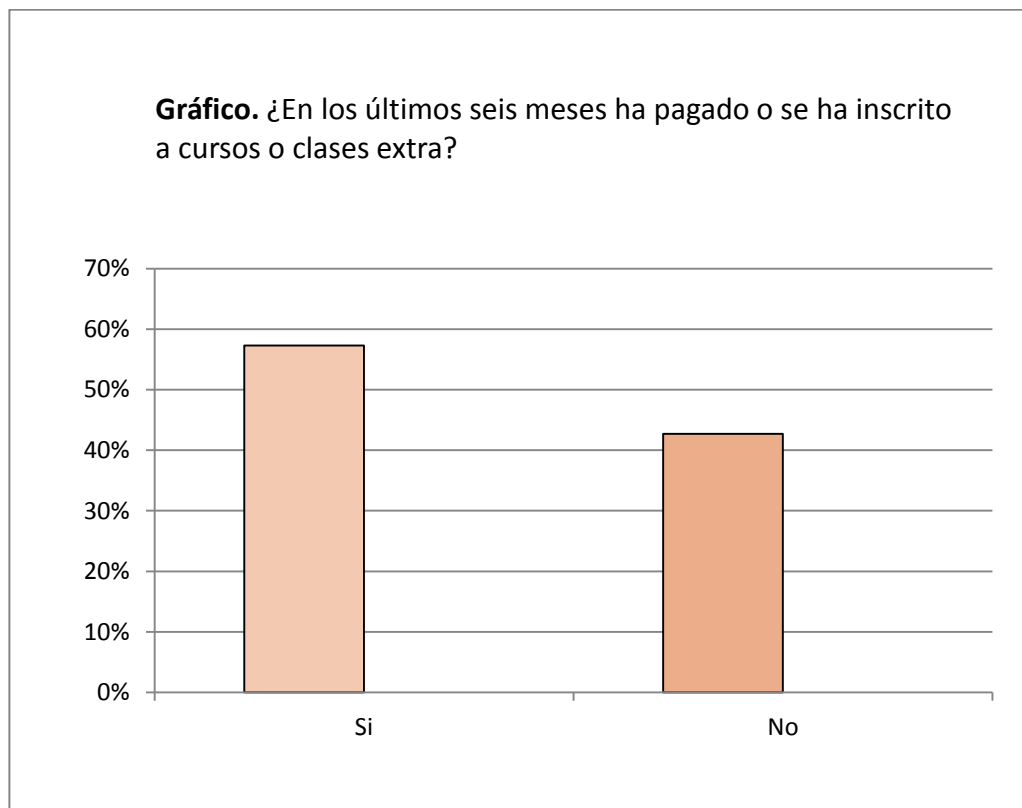
Fuente: Esta investigación.

La mitad de la población ha pagado cursos extra en los últimos seis meses. Sin embargo, al no existir una diferencia considerable es difícil hacer conjeturas respecto a la tendencia del mercado. No obstante, se sabe que las personas podrían estar interesadas en pagar un curso extra porque ya lo han hecho en otras ocasiones.

Al no existir un centro de capacitación especializado en lectura y escritura, la competencia del centro la conforman instituciones que se dedican a ofrecer a las personas alternativas de actividades a desarrollar en el tiempo libre, tales como el deporte o acondicionamiento físico.

La principal dificultad que se observa a grandes rasgos es que se debe ofrecer cursos no tan académicos y un poco más prácticos para ser competitivos frente a las instituciones y centros de acondicionamiento físico.

Gráfica 5. Respuesta a pregunta 4



PREGUNTA 5. El servicio que usted adquirió fue para capacitarse en el área de:

Tabla 17. Respuesta a encuesta. Pregunta 5

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a.	Acondicionamiento físico	5	5%
b	Idiomas	45	49%

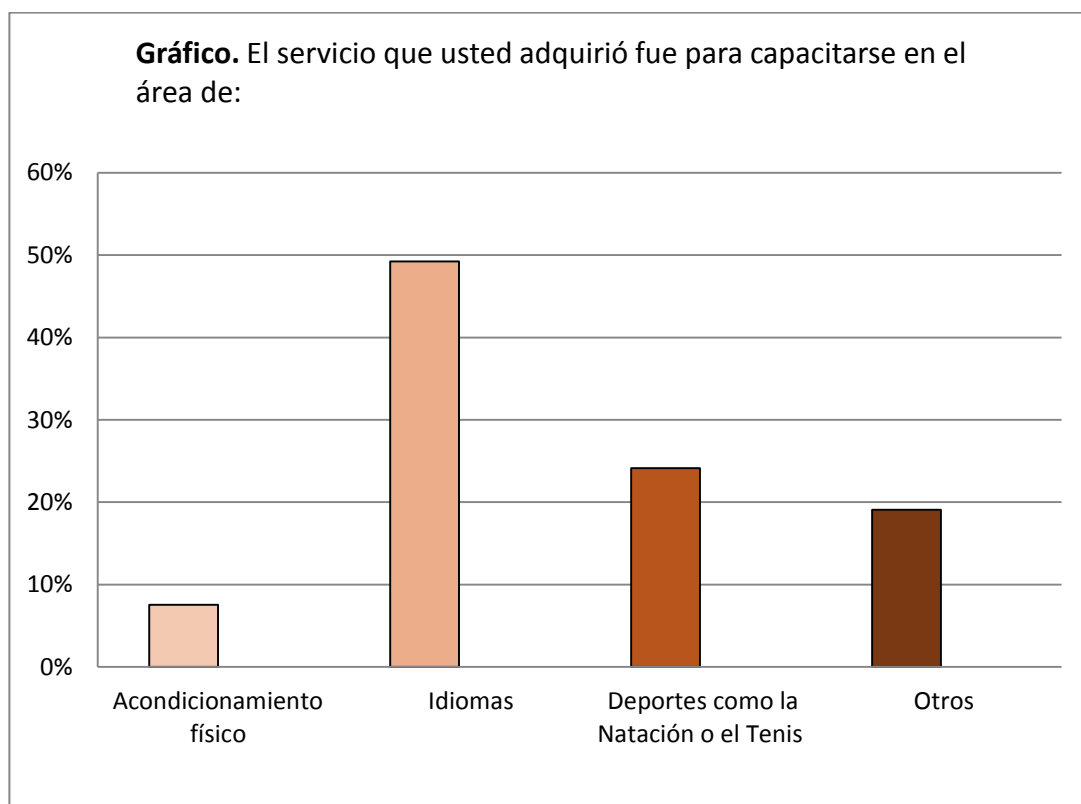
c	Deportes como la Natación o el Tenis	37	41%
d	Otros	4	4%
TOTAL		91	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a.	Acondicionamiento físico	10	9%
b	Idiomas	53	49%
c	Deportes como la Natación o el Tenis	11	10%
d	Otros	34	31%
TOTAL		108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a.	Acondicionamiento físico	15	8%
b	Idiomas	98	49%
c	Deportes como la Natación o el Tenis	48	24%
d	Otros	38	19%
TOTAL		199	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 6. Respuesta a encuesta. Pregunta 5



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 6. Para entender una pregunta o un texto cualquiera usted lee más de una vez.

Tabla 18. Respuesta a encuesta. Pregunta 6

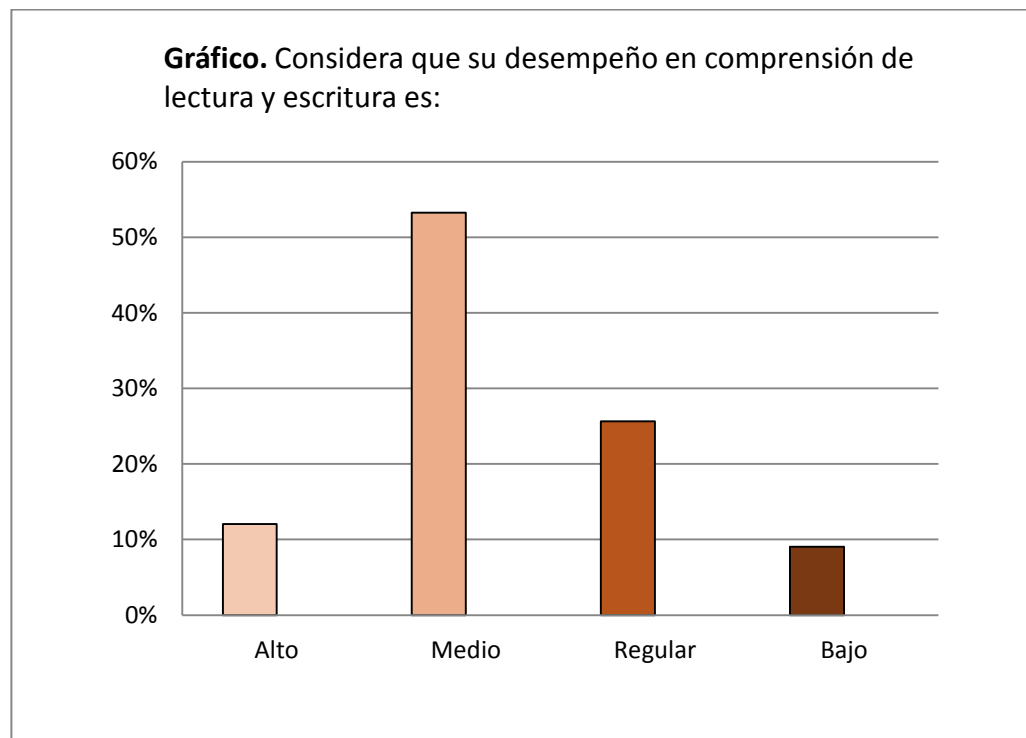
HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	82	90%
b	No	9	10%
TOTAL		91	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	79	73%
b	No	29	27%
TOTAL		108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	161	81%
b	No	38	19%
TOTAL		199	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 7. Respuesta a encuesta. Pregunta 6



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 7. Considera que su desempeño en comprensión de lectura y escritura es.

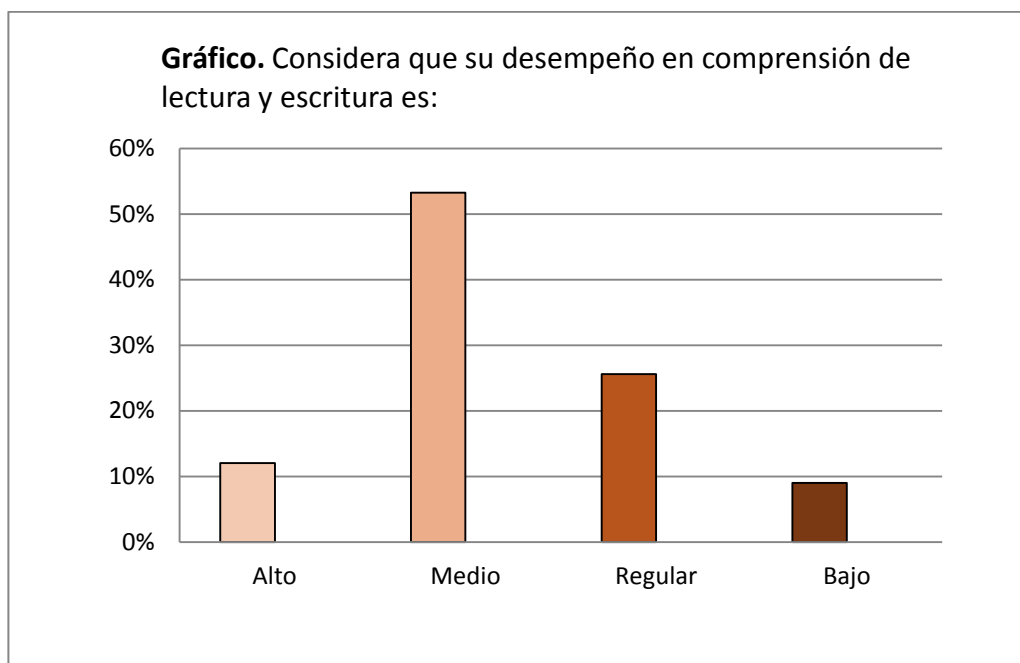
Tabla 19. Respuesta pregunta 7

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Alto	16	18%
b	Medio	49	54%
c	Regular	19	21%
d	Bajo	7	8%
TOTAL		91	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Alto	8	7%
b	Medio	57	53%
c	Regular	32	30%
d	Bajo	11	10%
TOTAL		108	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Alto	24	12%
b	Medio	106	53%
c	Regular	51	26%
d	Bajo	18	9%
TOTAL		199	100%

Gráfica 8. Respuesta a encuesta. Pregunta 7



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 8. ¿Recurriría a los servicios de una institución que ofrezca cursos en lectura y escritura?

Tabla 20. Respuesta a encuesta. Pregunta 8

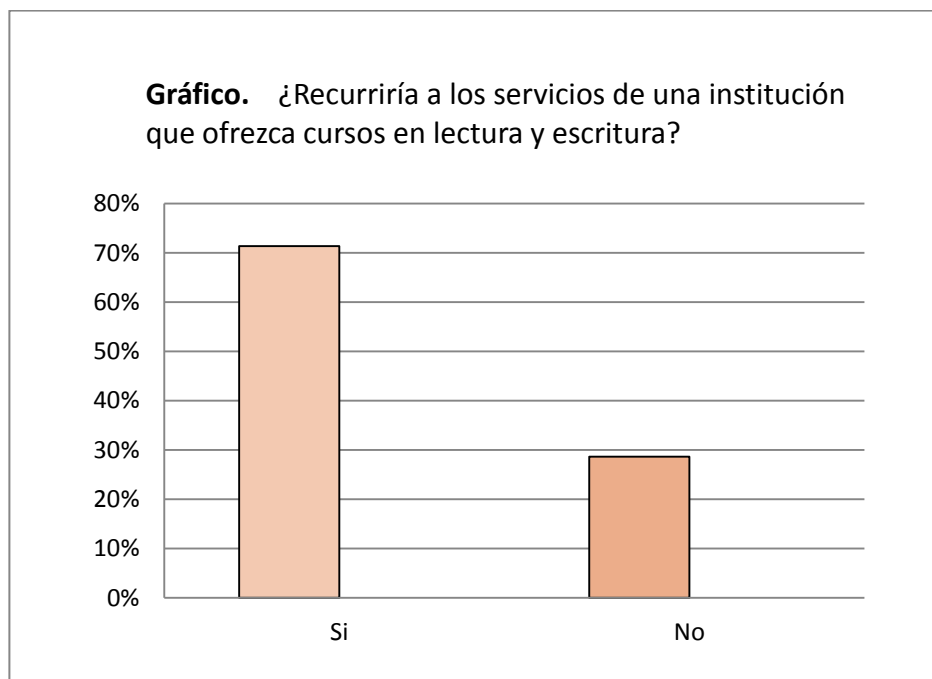
HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	57	63%
b	No	34	37%
	TOTAL	91	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	85	79%
b	No	23	21%
	TOTAL	108	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Si	142	71%
b	No	57	29%
	TOTAL	199	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 9. Respuesta a encuesta. Pregunta 8



Las personas que respondieron NO, solamente responden hasta esta pregunta. Para los demás encuestados, continua hasta la pregunta 14.

PREGUNTA 9. ¿Cuál de los siguientes niveles le interesaría?

Tabla 21. Respuesta a encuesta. Pregunta 9

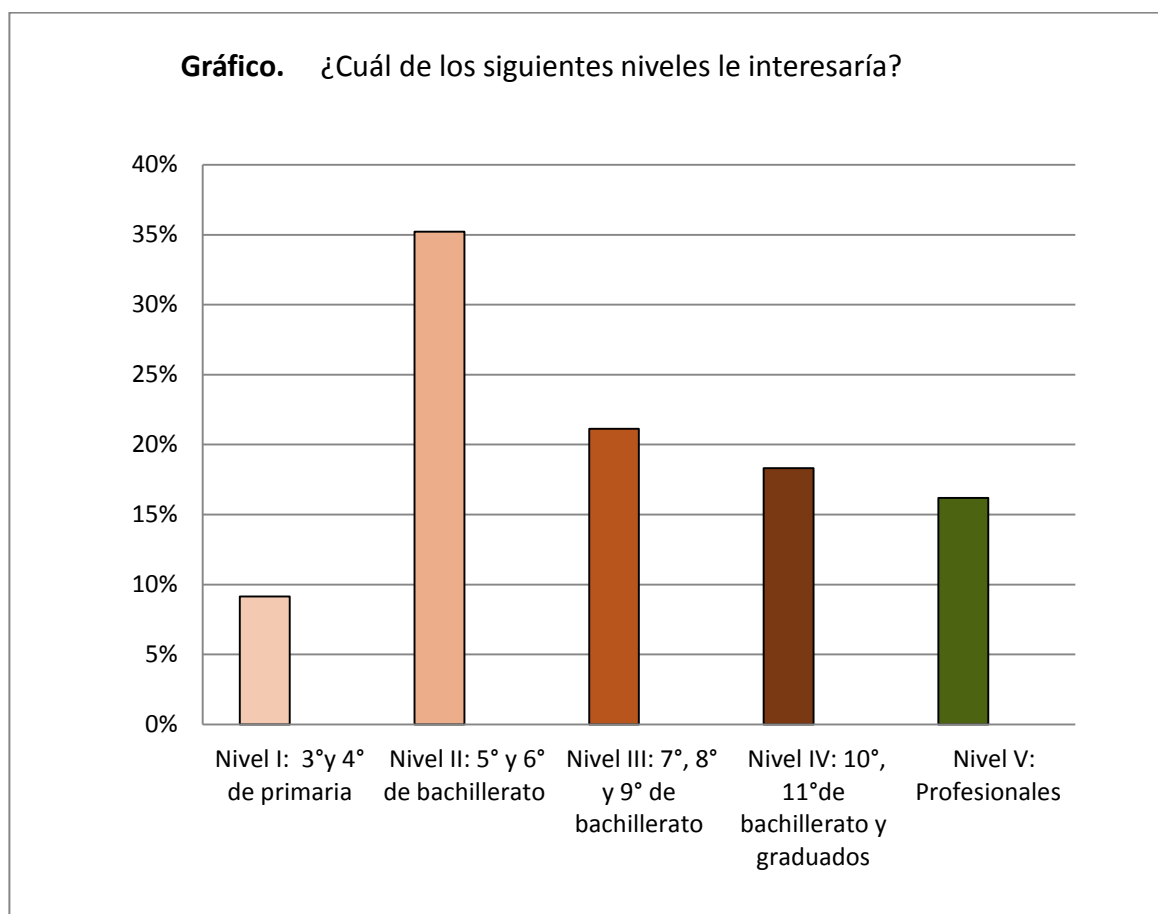
HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Nivel I: 3°y 4° de primaria	4	7%
b	Nivel II: 5° y 6° de bachillerato	7	12%
c	Nivel III: 7°, 8° y 9° de bachillerato	16	28%
d	Nivel IV: 10°, 11°de bachillerato y graduados	19	33%
e	Nivel V: Profesionales	11	19%
	TOTAL	57	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Nivel I: 3°y 4° de primaria	9	11%
b	Nivel II: 5° y 6° de bachillerato	43	51%
c	Nivel III: 7°, 8° y 9° de bachillerato	14	16%
d	Nivel IV: 10°, 11°de bachillerato y graduados	7	8%
e	Nivel V: Profesionales	12	14%
	TOTAL	85	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Nivel I: 3°y 4° de primaria	13	9%
b	Nivel II: 5° y 6° de bachillerato	50	35%
c	Nivel III: 7°, 8° y 9° de bachillerato	30	21%
d	Nivel IV: 10°, 11°de bachillerato y graduados	26	18%
e	Nivel V: Profesionales	23	16%
	TOTAL	142	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 10. Respuesta a encuesta. Pregunta 9



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 10. El tiempo SEMANAL que le dedicaría al curso que usted tomaría es:

Tabla 22. Respuesta a encuesta. Pregunta 10

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	2 horas	26	46%
b	4 horas	9	16%
c	6 horas	9	16%
d	10 horas	9	16%

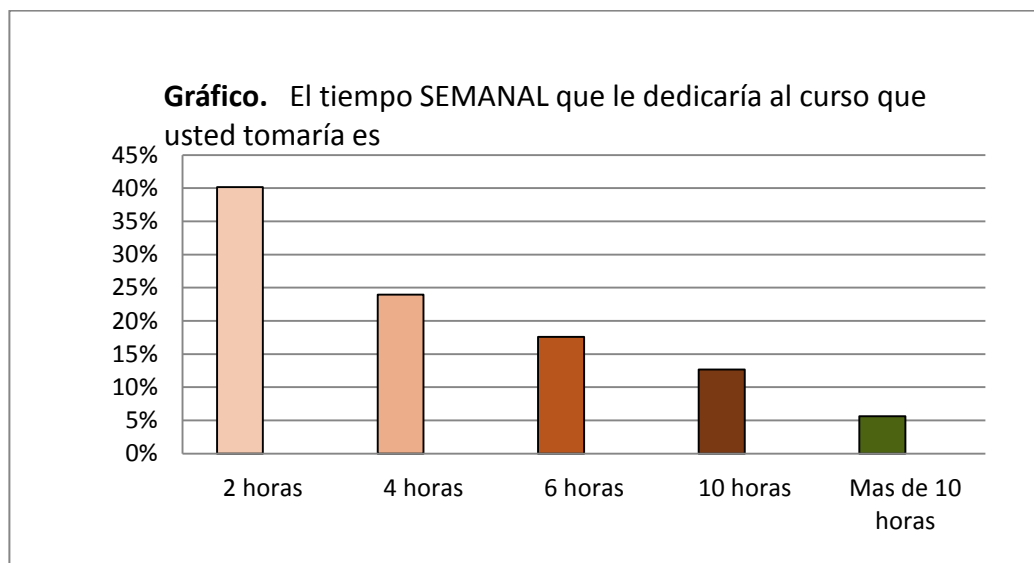
e	Más de 10 horas	4	7%
TOTAL		57	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	2 horas	31	36%
b	4 horas	25	29%
c	6 horas	16	19%
d	10 horas	9	11%
e	Mas de 10 horas	4	5%
TOTAL		85	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	2 horas	57	40%
b	4 horas	34	24%
c	6 horas	25	18%
d	10 horas	18	13%
e	Mas de 10 horas	8	6%
TOTAL		142	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 11. Respuesta a encuesta. Pregunta 10



PREGUNTA 11. ¿En qué jornada preferiría estudiar?

Tabla 23. Respuesta a encuesta. Pregunta 11

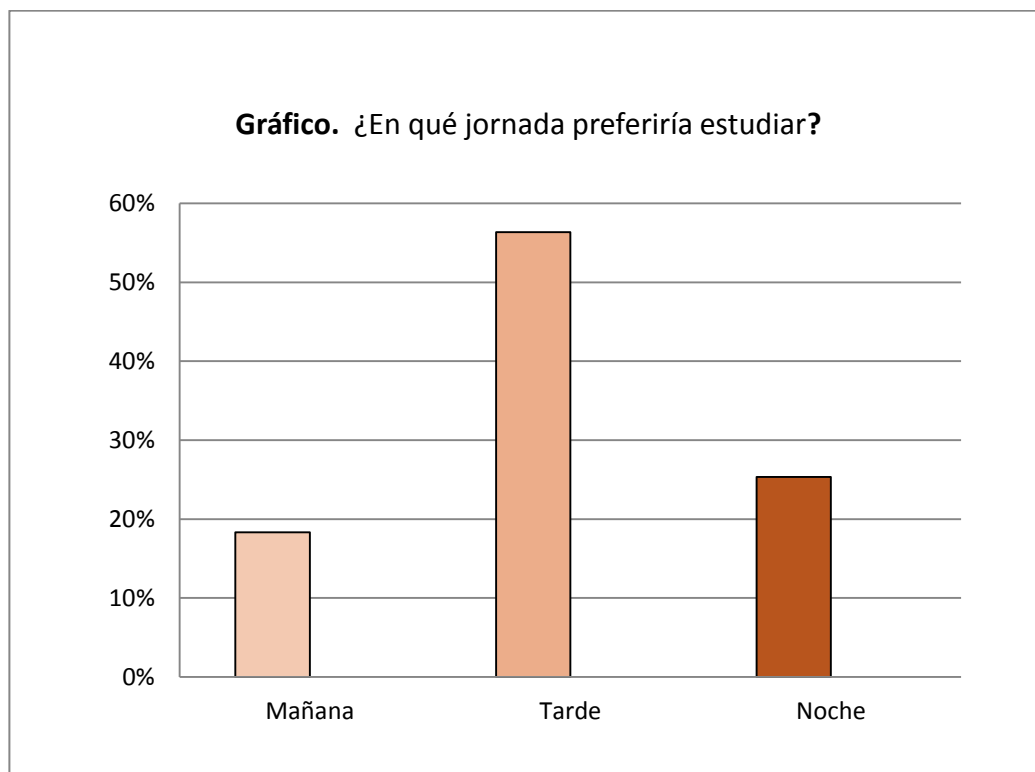
HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Mañana	15	26%
b	Tarde	19	33%
c	Noche	23	40%
TOTAL		57	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Mañana	11	13%
b	Tarde	61	72%
c	Noche	13	15%
TOTAL		85	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Mañana	26	18%
b	Tarde	80	56%
c	Noche	36	25%
TOTAL		142	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 12. Respuesta a encuesta. Pregunta 11



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 12. El curso lo realizaría para:

Tabla 24. Respuesta a encuesta. Pregunta 11

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Fines académicos (rendimiento académico, presentar una prueba, examen o valoración)	47	82%
b	Utilizar los conocimientos adquiridos en su lugar de trabajo	4	7%
c	Realización (satisfacción) personal	6	11%
TOTAL		57	100%

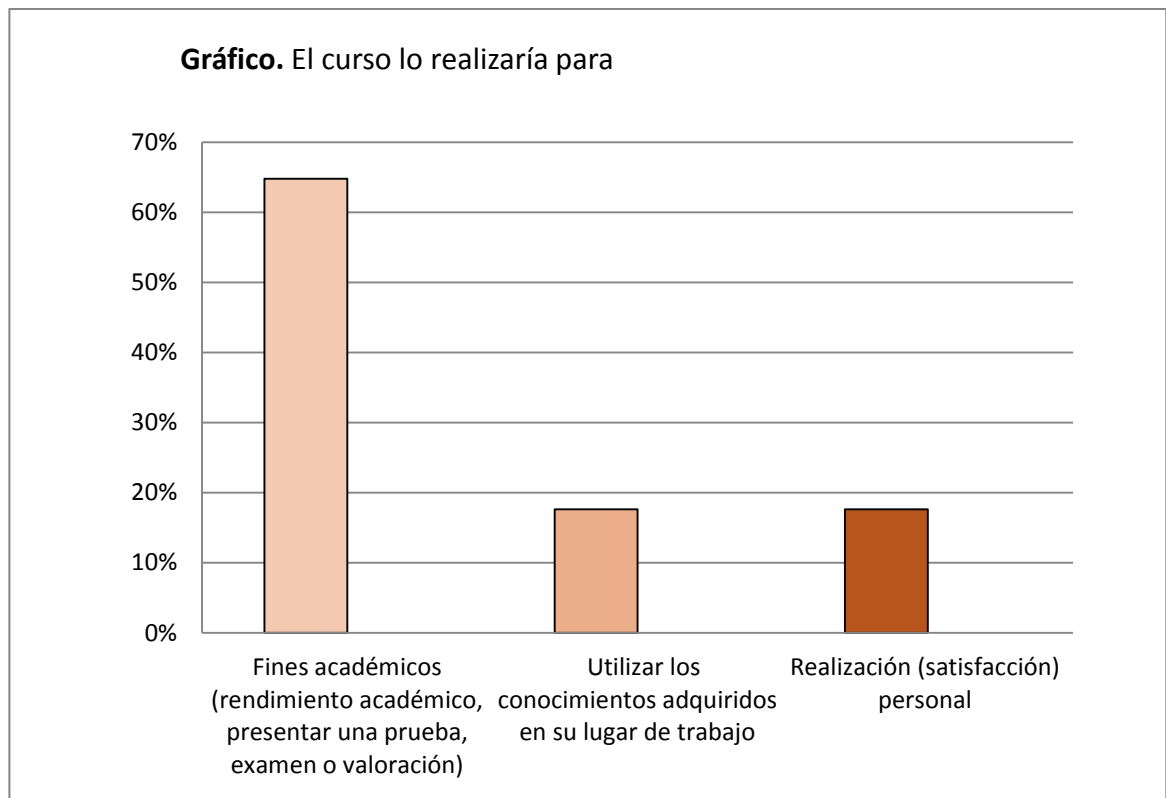
MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Fines académicos (rendimiento académico, presentar una prueba, examen o valoración)	45	53%
b	Utilizar los conocimientos adquiridos en su lugar de trabajo	21	25%
c	Realización (satisfacción) personal	19	22%
TOTAL		85	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Fines académicos (rendimiento académico, presentar una prueba, examen o valoración)	92	65%

b	Utilizar los conocimientos adquiridos en su lugar de trabajo	25	18%
c	Realización (satisfacción) personal	25	18%
TOTAL		142	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 13. Respuesta a encuesta. Pregunta 12.



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 13. Si para un proceso significativo se estima que la duración del curso es de 120 horas, el valor que usted estaría dispuesto a invertir por el curso es:

Tabla 25. Respuesta a encuesta. Pregunta 13

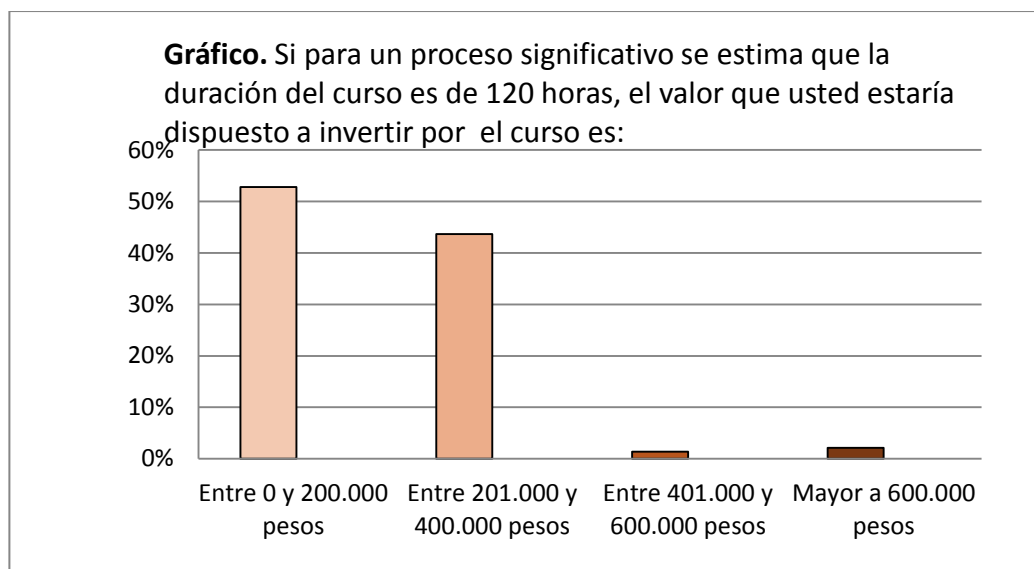
HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Entre 0 y 200.000 pesos	26	46%
b	Entre 201.000 y 400.000 pesos	31	54%
c	Entre 401.000 y 600.000 pesos	0	0%
d	Mayor a 600.000 pesos	0	0%
TOTAL		57	100%

MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Entre 0 y 200.000 pesos	49	58%
b	Entre 201.000 y 400.000 pesos	31	36%
c	Entre 401.000 y 600.000 pesos	2	2%
d	Mayor a 600.000 pesos	3	4%
TOTAL		85	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Entre 0 y 200.000 pesos	75	53%
b	Entre 201.000 y 400.000 pesos	62	44%
c	Entre 401.000 y 600.000 pesos	2	1%
d	Mayor a 600.000 pesos	3	2%
TOTAL		142	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 14. Respuesta a encuesta. Pregunta 13



Fuente: Esta investigación.

PREGUNTA 14. Le gustaría que los servicios de capacitación se ofrecieran en el barrio:

Tabla 26. Respuesta a encuesta. Pregunta 14

HOMBRES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Maridiaz	35	61%
b	San Andrés / San Ignacio	19	33%
c	La Aurora	0	0%
d	Mijitayo/Tamasagra	3	5%
TOTAL		57	100%

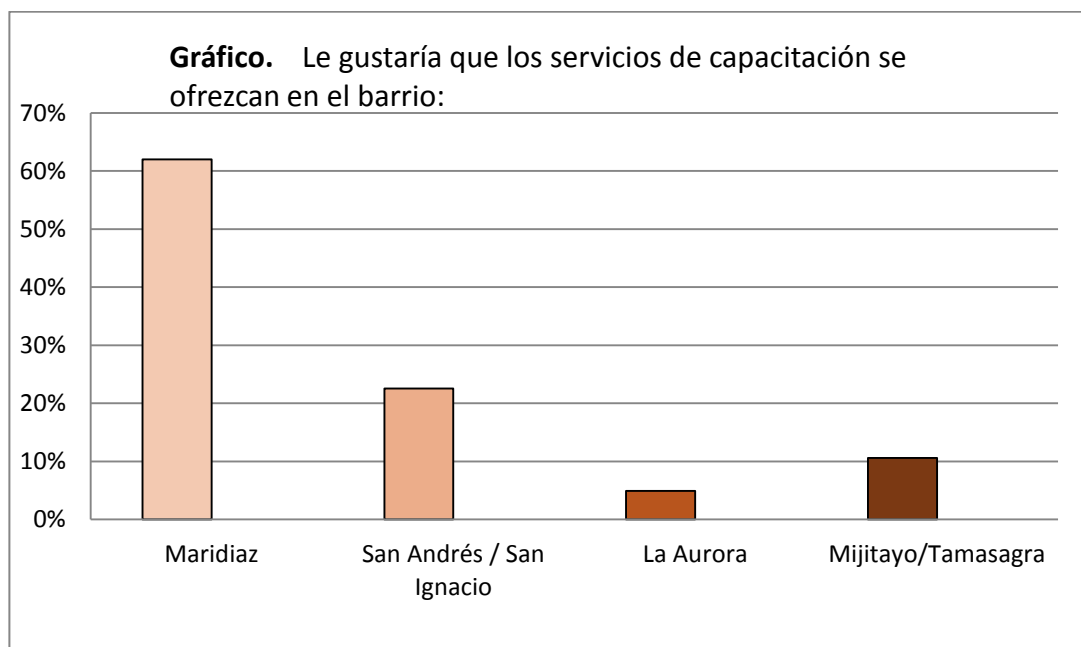
MUJERES			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA

a	Maridiaz	53	62%
b	San Andrés / San Ignacio	13	15%
c	La Aurora	7	8%
d	Mijitayo/Tamasagra	12	14%
TOTAL		85	100%

TOTAL			
OPCIÓN	OPINIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a	Maridiaz	88	62%
b	San Andrés / San Ignacio	32	23%
c	La Aurora	7	5%
d	Mijitayo/Tamasagra	15	11%
TOTAL		142	100%

Fuente: Esta investigación.

Gráfica 15. Respuesta a encuesta. Pregunta 14



Fuente: Esta investigación.

3.3.2 Conclusiones de los resultados obtenidos en la encuesta

- La población se siente insatisfecha con la preparación de los estudiantes de primaria y bachillerato en comprensión de lectura.
- La preparación en lectura y escritura que se brinda en las universidades es de calidad. Por lo tanto, los servicios de capacitación no deben concentrarse principalmente en este segmento.
- Las personas tienen destinados recursos para realizar capacitaciones o cursos extra.
- El área en que más se capacitan es en idiomas, principalmente las mujeres.
- El 84% frente a la pregunta de si debe leer más de una vez un texto o una pregunta respondió que sí. Sin embargo, la mayoría con un 56% consideran que su desempeño en lectura es medio. Un porcentaje muy bajo reconoce que su nivel es bajo.
- Un 73% recurriría a los servicios de una institución que ofrezca cursos en lectura y escritura.
- El segmento de mercado que más se debe abarcar y considerar es el de los estudiantes de 5° a 9°.
- Los cursos que se ofrezcan deben ser preferiblemente en el horario de la tarde y con una intensidad de 2 a 4 horas semanales.
- El principal motivo que llevaría a una persona a tomar los cursos es por fines académicos. Esto se debe tener en cuenta a la hora de realizar publicidad.
- Las personas tienden a buscar el precio más bajo. Por esta razón se debería ofrecer cursos con precios similares pero objetivos diferentes.
- El mejor barrio para ubicar la institución es el barrio Maridiaz

3.3.3 Opinión de expertos:

ENTREVISTA 1: Pilar Londoño

¿Por qué es importante leer?

R//Para hablarte de la importancia de la lectura en primer lugar debemos ver que se entiende por lectura.

Cuando hablamos de lectura hablamos de un acto creativo que nos permite adquirir conocimientos sobre el texto que estamos leyendo, pero también producir conocimientos sobre ese mismo texto. Desde ese punto de vista es muy grande la importancia de la lectura; ya que, por ejemplo, si hablamos de los niños ayuda a desarrollar su capacidad creativa, su capacidad de inventar, su capacidad de soñar. Esto sucede cuando se le permite al niño meterse dentro de un texto,

construir mundos alrededor de ese texto y al mismo tiempo contribuir a crear la obra de un autor; o sea, todo lector se convierte también en el coautor de ese texto.

Pero no solo desde ahí, a nivel personal también cómo nos ayuda a crecer, no solo intelectualmente sino en la parte emotiva, en la parte volitiva; o sea en todos los sentidos. ¿Por qué te digo que nos ayuda a crecer a nivel personal? Porque la lectura son mundos de experiencia que comparte un lector; entonces, desde ese punto de vista, si entendemos que el conocimiento y el crecimiento personal se dan por la experiencia que uno tiene en una determinada circunstancia pues la lectura nos va a ayudar a crecer y nos va a contribuir.

Te hablo hace un ratito de la producción de conocimiento; ya desde la parte intelectual, es la lectura la que nos permite apropiarnos de muchos mundos, entre ellos obviamente del mundo científico, del mundo estético.

Entonces desde esas dimensiones obviamente cuando nosotros hacemos buenas lecturas vamos a ir creciendo también.

¿Usted considera que es necesaria una institución que ayude al fortalecimiento de los procesos lectores?

Evidentemente, pero la lectura es una actividad que se debe realizar desde el hogar; o sea deben empezar los padres y entorno a eso hay muchas investigaciones. En este momento, por ejemplo, la Universidad De Nariño terminó una investigación en la que se determinaba cómo se permite el desarrollo intelectual y emocional de los niños cuando en los hogares se les realiza lecturas de cuentos; y como ellos aprenden a leer más rápido cuando empiezan a tener contacto con los textos más pronto; o sea es una actividad que inicia en el hogar pero que debe continuar (...) que luego, las instituciones educativas, la universidad también deberán ir desarrollando.

Lamentablemente, en nuestro sistema todo el mundo como que le “achacamos” la culpa al otro. Entonces, en la universidad se dice en el colegio debió aprender, en el colegio decimos en la primaria, en la primaria dicen en el jardín y nadie asume la lectura como debe ser.

Desde ese punto de vista, pensar en un centro que asuma la lectura con el verdadero sentido que esta debe tener; no desde el sentido mecánico, de velocidad, de responder preguntas memorísticamente, sino desde el sentido de la verdadera comprensión como actos de apropiación de los textos, es supremamente necesario. Yo diría que es casi una urgencia en nuestro medio.

Si el MEN tiene unos estándares para los estudiantes ¿Qué está pasando en las instituciones? o sea, ¿Cuál es el principal problema? ¿Por qué los estudiantes

están llegando con problemas a la universidad o en el colegio porque tienen problemas respecto a la lectura y la escritura?

Ya te digo porque realmente nadie ha asumido la responsabilidad que tienen frente a la lectura. La lectoescritura debería ser asumida como proyectos transversales, trasdisciplinares; o sea que estén sobre todas las disciplinas, pero que además sean responsabilidad de todos los docentes.

Yo pienso que el mundo actual lo que nos exige es buenos lectores y buenos escritores. Cuando una persona sabe leer y sabe escribir realmente sabe apropiarse del conocimiento y puede obtener toda la información del mundo que quiera. Hoy los niños, por ejemplo, van a una velocidad mucho más grande que a la que fuimos nosotros y así será con todas las generaciones; entonces ¿en qué debemos prepararlos? ¿en conocimientos memorísticos? Pues realmente no, porque ellos podrán obtenerlos mucho más rápido. En lo que debemos prepararlos es en darles fundamentos y herramientas de cómo afrontar la velocidad del conocimiento. Ahora ¿cómo es la forma de hacerlo? evidentemente la lectura y la escritura.

Si nosotros enseñamos a un niño, a un joven, a un adolescente cómo enfrentar un texto, pues él sabrá qué hacer con él.

Entonces el gran problema con la lectura es la falta de responsabilidad y el como nosotros no hemos asumido ese compromiso que tenemos con ella; si uno se da cuenta de los índices de lectura en Colombia son realmente bajos, uno mira en otros países casi todo el mundo anda con un libro en el bolso, o con un libro en la mano, aquí en Colombia escuchamos que los niños dicen que perezca leer, o los jóvenes, o nos encontramos con -desde mi experiencia personal te cuento esto- estudiantes aun a nivel de maestría y que te digo de ahí para abajo.

Me he encontrado con gente que tiene muchas dificultades para comprender un texto y más aún para escribir; ahora ¿en dónde radica la dificultad de la escritura? en la dificultad que tenemos para leer y en la poca práctica de esa actividad; o sea un buen lector es un buen escritor; como no hay lectura, tampoco hay escritura. Entonces esa es una de las grandes dificultades que se presentan y yo creo que es un compromiso y una responsabilidad de todos.

Pero ya te digo, lo importante es enfrentar la lectura con el verdadero sentido que esta tiene, no como actos mecánicos donde lo que hacemos es quizá hacerle coger fobia al niño; en donde el niño no disfruta la lectura y se le convierte en una actividad tediosa -simplemente por cumplir una tarea-. La lectura debe ser un acto de vida, de disfrute, de goce, de placer, más que un acto de una tarea.

¿Cuál cree que sería el principal reto que tendría un centro que capacite en cuestión lectura y escritura?

Brindar esas herramientas de la que te hablaba hace un momento, enseñarle a un niño a coger un texto, a apropiarse de él, a sacarle el máximo placer que pueda de ese texto, sacarle toda la información que tiene, ayudar a construir ese texto y a partir de él también producir sus propios textos; o sea, trabajar la lectura como un acto creativo, como un acto de gusto, como una actividad lúdica -antes que como en muchos colegios que uno escucha “llego tarde, se portó mal a la biblioteca”. No, no es un castigo. Debe ser un acto de voluntad ante todo.

Muchas gracias
Con muchísimo gusto

ENTREVISTA NÚMERO 2

Bueno doctor Gerson empecemos con la primera pregunta ¿Por qué es importante leer?

- Hay varias razones por las cuales el estudiante que ingresa a la educación superior tiene que trabajar la parte de lectura. Primero, porque desde hace siglos atrás el mejor medio de comunicación para transmitir el conocimiento de carácter científico y cultural siempre se hacen en textos escritos de ahí surge la necesidad de que el estudiante empiece con esta actividad.

- Segundo, porque en la universidad se fomenta mucho la investigación, pero antes de uno consolidarse como investigador es necesario que uno aprenda a leer toda la cultura y todos los conocimientos que existen sobre un texto específico. Una vez que el estudiante esté en condiciones de hacer una buena lectura, lógicamente puede también trabajar la parte de escritura; es decir la lectura, la redacción van muy de las manos.

- En tercer lugar, cuando uno ya sabe leer, escribir, debe saber exponer sus puntos de vista. Con estos tres elementos básicos, con estas tres competencias podríamos decir que está en condiciones de empezar una verdadera investigación antes es muy difícil que hablemos de investigación si no hay un trabajo previo de lectura y escritura.

Muchas gracias. La segunda pregunta ¿Usted considera que es necesaria una institución que ayude al fortalecimiento de los procesos lectoescritores?

El MEN en este año nos invitó a una reunión precisamente para presentarnos lo que es la evaluación de políticas nacionales de educación superior en la educación superior de Colombia, esto fue organizado por la UNESCO, y en el alcanzamos a mirar que Colombia está pensando en establecer el grado doce.

¿Por qué razón? Por la razón de que el estudiante no está llegando preparado a la educación superior; ahora, ¿Qué dice el MEN? ¿quién es el responsable de esta

parte? En primer lugar, lógicamente la educación media y también la educación superior. Deben ser estas dos instituciones las que asuman esta responsabilidad.

En este orden de ideas, es realmente un trabajo que se debe hacer desde los dos niveles educativos, para que el estudiante llegue a la universidad realmente preparado en estos procesos lectoescritores.

Si el MEN tiene unos estándares establecidos para los estudiantes respecto a la lectoescritura ¿por qué llegan con tantos vacíos a la universidad? ¿Cuál es el principal problema?

Ese es el principal cuestionamiento que se hace al MEN. No ha encontrado todavía las causas; por lo menos en el documento que se analizó en la semana pasada en la ciudad de Bogotá no aparecen las causas sino que aparecen alternativas de solución.

Si no se puede establecer el grado 12 en Colombia por los elevados costos que tiene para el MEN, para los padres de familia, para los estudiantes y para la sociedad en general entonces se está hablando de un puente pasarela ¿esto qué significa? Que el estudiante tiene que aprestarse en lectoescritura antes de comenzar la universidad en institutos alternos. Es decir, no necesariamente tiene que ser la universidad y no necesariamente tiene que ser el bachillerato quien ofrezca esas soluciones, sino que también puede haber instituciones de tercer orden, de cuarto orden que permitan realizar este tipo de trabajo.

¿Cuál es el principal reto que usted ve en estas instituciones que capacitan o capacitarían en lectoescritura?

Yo creo que el principal reto que tienen estas instituciones es enseñarles a los estudiantes a comprender los textos, porque yo creo que uno puede ser muy ágil en la lectura, uno puede desarrollar velocidad en la lectura, pero no creo que se trate de la agilidad, que uno tenga para hacer la parte de lectura, sino la comprensión. Encontrarle el sentido y el significado a los escritos de orden literario, de orden científico y de orden cultural. Me parece que ahí deben centrar todo el esfuerzo las instituciones que se dedican al aprestamiento en la parte de lectoescritura.

3.3.4 Análisis de la demanda actual.

La población objeto del estudio son estudiantes de la ciudad de Pasto, que viven en la comuna 7, desde los 10 años en adelante.

Las encuestas y entrevistas realizadas permiten concluir que actualmente la población que utilizaría los servicios de un centro de capacitación en lectura y escritura del 71%.

De la población de la comuna con aproximadamente 13.000 habitantes, el 71% es igual a 9230 estudiantes. De esta población objetivo, se pretende cubrir un 5% considerando que para el proyecto la limitante está en el financiamiento y no en la demanda.

Es difícil encontrar datos registrados respecto a las características de la demanda del sector, ya que la mayoría de establecimientos trabajan con capacitación menor a 120 horas; y, por tanto, no están obligados a desarrollar un diseño curricular, un PEI o a reportar en cámara de comercio el número de estudiantes que atienden. Sin embargo, se estima que institutos como el INSUCA abarca alrededor del 9%.

3.4 CARACTERÍSTICA DE LA OFERTA.

Los servicios que se ofrecen en el centro de capacitación se caracterizan por ser personalizados, de acuerdo a las necesidades de cada estudiante y el nivel en el cual se encuentra de acuerdo al desarrollo de sus competencias cognitivas y de comunicación oral y escrita.

Se presenta un enfoque hacia la lectura y escritura –enfoque que no lo presenta ninguna de las instituciones de educación no formal – lo cual favorece dos factores específicos, pero fundamentales en el proceso de aprendizaje de un estudiante y desempeño de un profesional.

Lo que se encuentra principalmente en el sector son centros preicfes y centros de lectura rápida, los cuales se catalogarían como la principal competencia.

3.4.1 Análisis de la competencia

A continuación se presenta una breve descripción sobre el servicio que ofrecen las instituciones que se podrían catalogar como competencia:

- Preicfes PENSAR (MONTILLA): “preparamos y adecuamos a nuestros estudiantes con un método idóneo para presentar la prueba ICFES y los exámenes internos de la U. Nacional, U. de Antioquia y u. Del cauca”⁵⁴.

⁵⁴ AMARILLAS DE INTERNET. (s.f.) Centro de estudios Montilla. http://www.amarillasinternet.com/co/pasto/centro_estudios_montilla_preicfes_montilla_lectura_rapida/centro_de_estudios_montilla.html

- Instituto INSUCA: “Empleando el concepto y práctica de las competencias, el instituto de capacitación INSUCA, al servicio de la educación durante 31 años, contribuye con la capacitación de estudiantes, docentes y comunidad en general con cuatro series de documentos sobre áreas fundamentales (...). Los cuales contienen cuestionarios por competencias y componentes, ejercicios de autoevaluación, simulacros y profundizaciones, según innovaciones últimas del ICFES. De esta manera se pretende reforzar el conocimiento, facilitar el entrenamiento y simulación del examen con el propósito de obtener un alto desempeño en las pruebas ICFES y universidades, que satisfaga las aspiraciones personales y garantice el éxito como futuro estudiante universitario⁵⁵.”

- Instituto José Alfredo Peña: No se encuentran datos registrados. Sin embargo, producto de consulta a estudiantes se concluyó que en la institución trabajan con el método de clases magistrales para la explicación de teoría básica necesaria para presentar las pruebas ICFES o pruebas de Ingreso a la educación superior. Y se realizan pruebas tipo ICFES, que posteriormente son socializadas en conjunto con el docente.

- Instituto CAMBRIDGE ACADEMY OF ENGLISH: “Este programa se aplica en todos los idiomas y sus objetivos se fundamentan en aprender a aprender /aprender a estudiar/ aprender a expresar y comunicar”⁵⁶.

3.5 ANÁLISIS DOFA:

Tabla 27. Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
	O.1 Alta demanda del servicio que pretende ofrecer la institución. O.2 Desarrollo de planes y programas a nivel nacional y regional para el fortalecimiento del sector educativo. O.3 Bajo nivel de competencia, dados los requerimientos para ofrecer un servicio como el que se ofrece. O.4 Existencia de información e investigaciones en el área base de trabajo:

⁵⁵ VALENCIA M., Hernando y VALENCIA M., Manuel. Icfes y la U. Lenguaje- Inglés. Interdisciplinar. 2da ed. Pasto: INSUCA, 2008. 228p.

⁵⁶ CAMBRIDGE ACADEMY OF ENGLISH. (s.f.)Objetivos. Recuperado el 15 de octubre de 2012, de. http://www.cambridgepasto.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=84&lang=es

	Comprensión de lectura. O.5 Existencia de inversionistas potenciales.
FORTALEZAS	AMENAZAS
	A.1 Existencia de temporadas altas y bajas en donde existe una diferencia importante en materia de demanda. A.2 Existencia de competencia desleal indirecta. A.3 Labores extra académicas en las instituciones educativas que no permitan horarios flexibles para los estudiantes. A.4 Establecimiento de precios en las instituciones educativas. A.5 Nivel deficiente de importancia otorgado culturalmente a los procesos lectores.

Fuente: Esta investigación.

3.5.1 Matriz DOFA para el centro de capacitación en lectura y escritura

Tabla 28. Estrategia matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Talento humano capacitado F2. Servicio con valor agregado F3. Calidad y variedad en el servicio	D1. Capital de inversión D2. Oferta laboral D3. Infraestructura D4. Herramientas tecnológicas
OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
01. Demanda de la población objetivo 02. Bajo nivel de competencia 03. Material e información de trabajo 04. Inversionistas potenciales	1. F1; O1; O2: F2 2. F2; F5; O3; O4; F4. 3. F1; F2; O1. 4. F3; O5; O2	1. D2; D3; O5 2. D1; D4; O1; O3; O4 3. D2; O2; O4
AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
A1. Demanda según temporada A2. Competencia desleal A3. Crisis económicas en la región A4. Competencia Preicfes A5. Desarrollo cultural y social	1. A1; A2; F1 2. F3; F4; A3; A1 3. A5; F4; 4. A4; F2; F3	1. D1; D3; A1; A2 2. D2; D4; A1; A5 3. A2; A4

Fuente: Esta investigación.

Estrategias FO

F1; O1; O2: F2

Posicionar los servicios que ofrece la institución gracias al reconocimiento del personal docente que en ella trabaja y los resultados que se evidencian en sus estudiantes. De tal manera, que la demanda se incremente con ayuda de la publicidad voz a voz de los ex alumnos y los estudiantes aún vinculados.

F2; O3; O4; F3

Realizar evaluaciones constantes que le permitan a la organización tener información respecto al proceso de sus estudiantes; y la satisfacción de los mismos con el personal de la institución y los servicios que esta ofrece.

F1; F2; O1.

Crear un ambiente de aprendizaje caracterizado por el pensamiento positivo, la autoestima, la confianza mutua, la actitud a controlar los problemas de forma preventiva y con procesos de retroalimentación; de tal forma que se garantice la sostenibilidad y el éxito de la empresa a mediano y largo plazo.

F3; O4; O2

Facilitar el desarrollo de convenios y proyectos que se puedan realizar con otras instituciones, para aprovechar los recursos de la institución.

Emprender iniciativas de proyectos que se hayan planteado por parte de los directivos de la empresa, de los colaboradores o de personas externas apoyados en la posibilidad de ponerlos en marcha por medio de cooperación internacional, agentes privados o entidades gubernamentales que deseen realizar inversiones en la empresa con el ánimo de lograr beneficios mutuos.

Estrategias DO

D2; D3; O4

Establecer acercamientos con los inversionistas potenciales para la consolidación de una infraestructura física propia de la institución, en la que sea posible su funcionamiento. Esto con el objetivo de motivar al personal externo y de la institución a integrar la organización y generar un sentido de pertenencia a ella.

D1; D4; O1; O3; O4

Dentro del proceso de planeación debe contemplarse un sistema presupuestal que permita mantener un nivel de liquidez y de ahorro pertinentes, a fin de invertir posteriormente en el desarrollo de iniciativas tecnológicas.

Las iniciativas tecnológicas permiten diversificar los servicios ofrecidos por la empresa, garantizar calidad y motivar al ingreso y permanencia de nuevos estudiantes.

D2; O2; O4

Implantar la capacitación permanente en los colaboradores que integren o pretendan hacer parte de la organización; generando resultados que se deben observar en la creación de valor agregado en los servicios.

Estrategias FA

A1; A2; F1

Realizar un proceso de fortalecimiento de las ventajas competitivas con las que la empresa cuenta con la ayuda de benchmarking; en donde de forma sistemática se adquieran conocimientos, se identifiquen las mejores prácticas por fuera de la empresa y se obtenga información importante del mercado.

Se pretende que esta información sea estratégica para superar dificultades producto de las temporadas bajas o la competencia, que pueden afectar principalmente en los primeros años.

F3; A3; A1

Elaboración de incentivos económicos por medio de becas a los estudiantes de instituciones educativas públicas y privadas con excelente desempeño académico y a aquellos que estén pasando por una situación económica difícil en su hogar; además, la disponibilidad de opciones que faciliten el pago de los cursos ofrecidos. Todo esto sin disminuir la calidad de los servicios.

A5; F3.

Realizar brigadas de aprendizaje en donde se llegue a clientes que culturalmente no crean que sea necesario la obtención de técnicas de lectura y escritura para el desarrollo académico y/o profesional, con el objeto de ampliar el mercado potencial, hacer acción social y posicionar el nombre de la institución con la labor que ésta desempeña en la región.

A4; F2; F3

Promover planes de capacitación y programas de beneficios para los colaboradores a fin de que su desempeño laboral incremente; apoyados en las herramientas y materiales de trabajo para combatir la competencia de los precios. Con esta alternativa se busca motivar al colaborador a desarrollar su capacidad creativa para la innovación en los servicios con técnicas de enseñanza que hagan de la institución la opción preferida.

Estrategias DA

D1; D3; A1; A3

Trabajar en la consecución de las instalaciones para el buen funcionamiento de la institución, preferiblemente a partir de recursos propios que se deberán ir ahorrando según lo estipulado en el sistema presupuestal.

Aprovechar ya sea las remodelaciones o una nueva infraestructura de la institución para hacer uso de la capacidad disponible en temporadas altas; que ayude a mitigar los problemas que se presenten en las temporadas bajas.

D2; D4; A1; A5

Hacer convocatorias para concursos en donde se motive a los estudiantes de ingeniería electrónica y de sistemas a presentar proyectos para la utilización de herramientas informáticas y tecnológicas aplicables en la enseñanza de procesos de lectura y escritura; que permitan incorporar a colaboradores con capacidades y talentos excepcionales.

A2; A5; D2; D4

El sector de la educación tiene un compromiso importante con la sociedad. La eficiencia de su labor incide directamente en el futuro a mediano y largo plazo. Es por esto, que se debe aprovechar los recursos de la institución para favorecer mediante programas, un desarrollo cultural y social de la región.

3.6 ANÁLISIS DE PRECIO DEL SERVICIO

La fijación de precios y ofrecimiento de los servicios de capacitación se realizó a través de la imitación de precios. Se comparó los precios de servicios similares y se fijó el precio y se proyectó a partir de la inflación, tal y como se presenta a continuación.

Tabla 29. Precio de los servicios durante los próximos cinco años

PRECIO POR SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio 1	\$ 360.000,00	\$ 371.160,00	\$ 382.665,96	\$ 394.528,60	\$ 406.758,99

Servicio 2	\$ 270.000,00	\$ 278.370,00	\$ 286.999,47	\$ 295.896,45	\$ 307.732,31
Servicio 3	\$ 210.000,00	\$ 216.510,00	\$ 223.221,81	\$ 230.141,69	\$ 230.141,69

Fuente: Esta investigación.

En cuanto a pagos mensuales se tendrá en cuenta que el salario mínimo legal vigente es de 589.500 pesos; el subsidio de transporte es de 70.500.

3.7 POSIBILIDADES REALES DEL PROYECTO

De acuerdo al estudio de mercado y a la confrontación entre la demanda y la oferta, se observa claramente la existencia de una demanda insatisfecha y en donde se tiene un margen alto de cubrimiento, lo que demuestra un grado alto de factibilidad en el desarrollo del proyecto empresarial.

La demanda a satisfacer a lo largo de los próximos cinco años será la siguiente:

Tabla 30. Proyección de estudiantes durante los próximos cinco años

Estudiantes inscritos por servicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio 1	160	166	173	180	187
Servicio 2	112	116	121	126	131
Servicio 3	116	121	126	131	136

Fuente: Esta investigación.

4. ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.1 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

Los servicios que se prestan en el centro de capacitación “El Saber”, se ofrecerán con un canal directo de distribución en el cual los interesados en tomar uno de los servicios, se acercarán a las instalaciones de la institución y pedirán la información que necesiten o consideren conveniente adquirir.

Los clientes potenciales tendrán muchas dudas respecto al alcance del curso, los problemas de aprendizaje, la metodología de trabajo, entre otros; razón por la cual la institución deberá escoger personal estratégico que brinde información completa y de la manera más clara posible.

En el perfil profesional de la secretaria recepcionista debe solicitarse personal especializado en atención al cliente. De la misma manera, la persona escogida deberá capacitarse constantemente en materia de educación y estar al tanto de los avances.

4.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO.

A continuación se presenta los precios que establecen la competencia directa e indirecta por la prestación de sus servicios:

Tabla 31. Servicios y tarifas del mercado

SERVICIOS Y TARIFAS DEL MERCADO			
INSTITUCIÓN	INTENSIDAD/ HORAS MES	VALOR	OBSERVACIONES
Preicfes INSUCA	40	320.000	
Preicfes PENSAR	40	350.000	
PEÑA	-	1.300.000	Se cancela por clases de manera indefinida hasta que el estudiante se sienta preparado.
VIPRI	128 total	230.000	
KUMON	8	500.000	Dejan trabajo adicional para la casa
CAMBRIDGE	20	175.000	Cobran adicional materiales

NADEMOS	32	100.000	
NATACIÓN COMFAMILIAR	32	80.000	Los estudiantes tienen jornadas de todo un día de trabajo. Esta tarifa incluye transporte a Chachaguí

Fuente: Esta investigación.

4.3 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.

Los cursos de capacitación duran 120 horas distribuidas de 3 a 5 meses según la intensidad horaria semanal. A los estudiantes que cancelen la totalidad del curso se les otorgará un 10% de descuento por pronto pago.

Para el primer año, se fijaron por estrategia precios cómodos, competitivos respecto a la competencia, que pretenden motivar el ingreso de estudiantes.

4.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

Para difundir los servicios de la institución, se pretende realizar inicialmente un concurso de ortografía por categorías o por niveles. Con el desarrollo de este proyecto se espera dar a conocer la institución en el sector educativo; no obstante, se continuará haciendo este tipo de concursos en los siguientes años para posicionar no solamente los servicios que ofrece, sino a la misma como un centro de cultura, que promueve la lectura y la escritura.

Por otra parte, se pretende que la ubicación de la institución sea un factor estratégico, que la localización sea en un punto de alta afluencia de personas, y de esta manera sea reconocida en la ciudad.

Para el desarrollo de estas estrategias se necesitará asignar recursos para la realización y la logística del concurso; recursos para pintar y decorar la fachada de la institución y pendones que deberán cambiarse en un periodo de tiempo. Además, es necesario asignar recursos para la elaboración de volantes y plegables, así como un portafolio de servicios que contenga información de la empresa y los servicios que ofrece.

4.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO.

Es necesario que los estudiantes, padres de familia y/o acudientes tengan una garantía respecto a los resultados del servicio que se presta. Para ello se cuenta con personal capacitado y con experiencia en el manejo de la lectoescritura, esta es la principal garantía. Sin embargo, se tiene programado dedicar dos horas al iniciar de cada mes para realizar un diagnóstico, en el cual se analice y haga seguimiento al proceso del estudiante.

Para lograr resultados en los estudiantes, se necesita que ellos asistan al 100% de las clases, razón por la cual se hará un seguimiento constante de asistencia.

Al momento de brindar información respecto a los servicios que se ofrecen, es necesario especificar que los estudiantes puedan tener dificultades que no necesariamente se superen al tomar alguno de los cursos; aspecto que se analizará antes de realizar una inscripción.

Para que los estudiantes puedan tomar apuntes, se les obsequiará un cuaderno al iniciar de cada curso.

4.6 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO

Tabla 32. Gastos operacionales de ventas

GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CONCURSO DE ORTOGRAFÍA			
CANT	DESCRIPCIÓN	PARCIAL	TOTAL
2	Pendón de 2.4 mts por 90 cms	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00
1000	Afiches	\$ 220,00	\$ 220.000,00
1000	Volantes para informar sobre el curso	\$ 160,00	\$ 160.000,00
9	Premios	\$ -	\$ -
	Lugar de la final y la premiación	\$ 140.000,00	\$ 140.000,00
1	Acompañamiento musical	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
8	Personal auxiliar de apoyo durante el evento	\$ 40.000,00	\$ 320.000,00
			\$ 1.340.000,00

Fuente: Esta investigación.

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Dadas las características del proyecto, el tamaño se define en función de la capacidad de la organización para ofrecer servicios de capacitación, durante un periodo de tiempo.

El proyecto “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN EN LECTURA Y ESCRITURA” tiene como capacidad de 270 estudiantes mensuales, para cubrir la demanda insatisfecha.

El tamaño de la empresa está básicamente determinado por la capacidad financiera para invertir principalmente en infraestructura, y la disponibilidad de docentes en el mercado.

5.2 LOCALIZACIÓN.

El centro de capacitación se encuentra en la Ciudad de San Juan de Pasto, se localiza en la comuna 7 de la ciudad de Pasto.

La comuna comprende los barrios: Avenida Panamericana, Capusigra, Castillos Del Norte, Conjunto El Parque, El Bosque, El Edén, El Rincón De La Aurora, El Rincón De La Panamericana, Francisco De La Villota, La Aurora, La Primavera, Las Acacias, Las Camelias, Los Andes, Los Hexágonos, Rosales II, Rosales I, San Felipe, San Ignacio, Santa María, Villa Aurora, Villa Campanela, Villa Sofía, Villa Vergel y Achalay.⁵⁷

Esta comuna es muy importante en el ámbito educativo, considerando que en ella se encuentran ubicadas instituciones educativas tales como: Colegio Javeriano, Colegio Normal, I.T.S.I.N., Colegio Nuestra Señora de las Lajas, Colegio Filipense, Colegio San Felipe. Además, se encuentra en el límite con la panamericana el Liceo de la Universidad de Nariño, la sede de la Universidad de Nariño, Kumón, entre otras.

Al tener una ubicación estratégica, la comuna es un sector de la ciudad perfecto para vivir; por tanto, resulta estratégico también para un centro de capacitación como “El Saber”.

⁵⁷BLOGSPOT. (s.f.) Comuna 7 de pasto. Recuperado el 20 de Enero de 2012, de:<http://comunaspasto.blogspot.com/2012/04/comuna-7.html>

Uno de los problemas principales del sector es la seguridad. Es un factor muy importante que se debe tener en cuenta, considerando que la institución debe tratar de garantizar la seguridad de sus estudiantes. Por esta razón, debe diseñarse estrategias para implementar medidas de seguridad

5.3 FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS Y METODOLÓGICOS.

Para la realización de la capacitación, se fundamenta el trabajo y las clases dentro del pensamiento de Van Dijk y el “Análisis del Discurso⁵⁸”, en donde se favorece el manejo de diferentes clases de textos.

El proceso inicia a través de ejercicios que permiten establecer el cómo está el estudiante a nivel de observación, atención y retención; así mismo, se desarrollan ejercicios de lectura literal, inferencial y crítico intertextual.

Una vez se realiza la lectura, el estudiante procede a responder diferentes ítems que evalúan las competencias cognitivas: interpretativa, argumentativa y propositiva. De esta manera, se identifican potencialidades y dificultades que invitan al docente a asumir un compromiso de acompañamiento en el desarrollo de las distintas competencias.

⁵⁸TEUN A. Van Dijk. Estructuras y funciones del discurso. Siglo veintiuno editores: 2005. 223p.

5.4 SALONES Y RECEPCIÓN

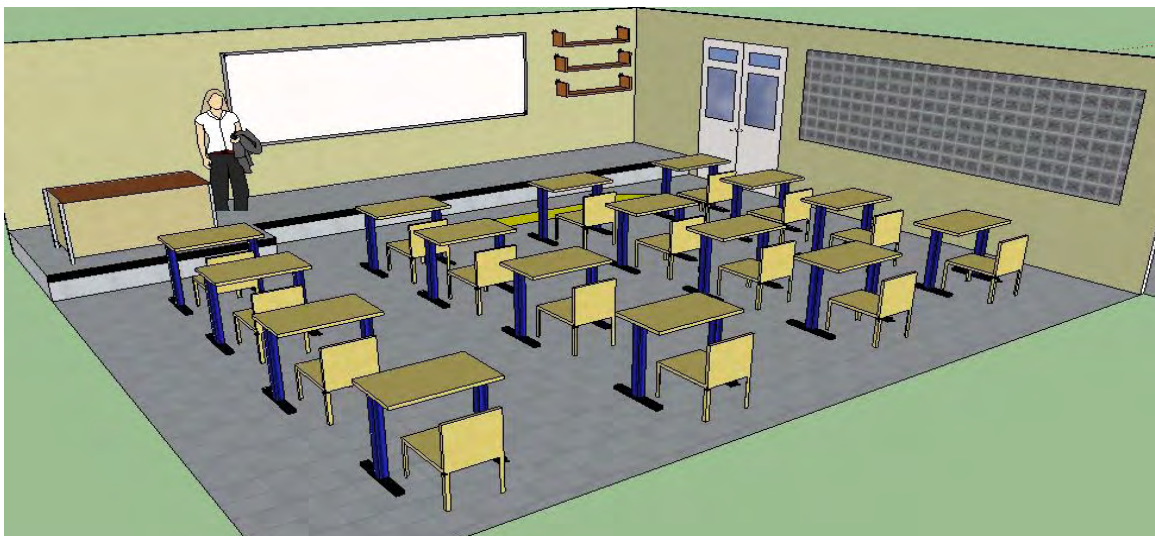


Figura 3. Salón de niños de 5° y 6°

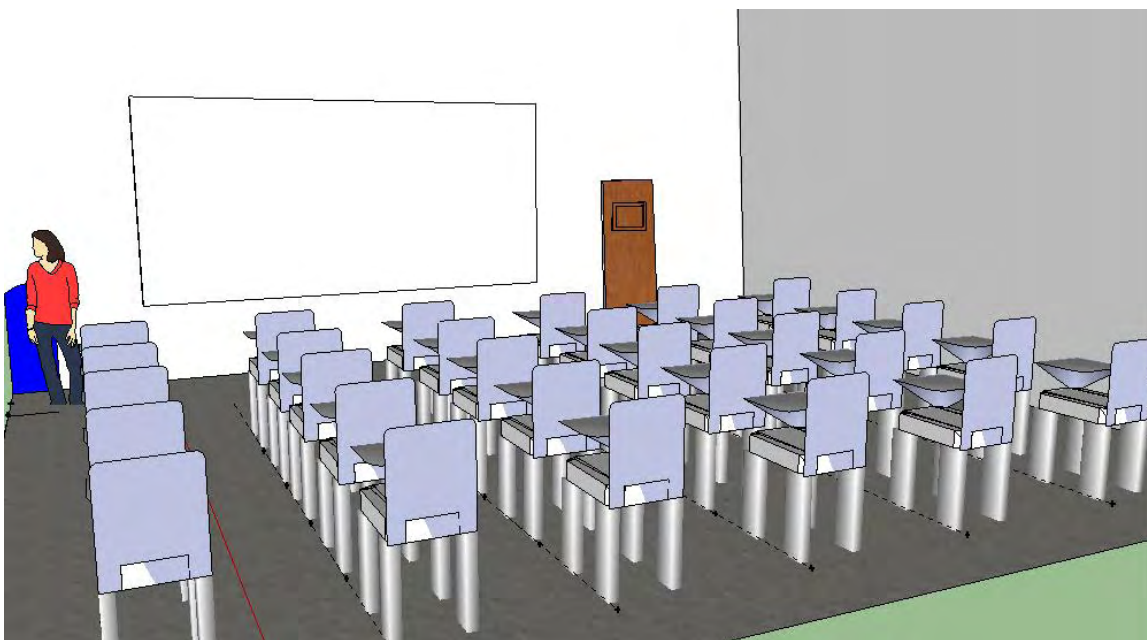


Figura 4. Salones de jóvenes



Figura 5. Recepción

5.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.

Para el desarrollo de las clases se necesitará de la siguiente planta y equipo:

Tabla 33. Necesidades y requerimientos

EQUIPO DE OFICINA	
CANT	DESCRIPCIÓN
1	Escritorio ejecutivo
1	Silla ejecutiva
10	Sillas interlocutoras
1	Archivador metálico
1	Archivador de madera
2	Sillas tanden en concha plástica
MAQUINARIA Y EQUIPO	

90	Sillas universitarias
2	Tablero acrílico 120*240
10	Pupitre unipersonal madera (2 per.)
20	Tableros de ajedrez
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
1	Computador portátil LENOVO
1	Computador de mesa
PAPELERÍA	
10	Archivador oficio
300	Carpeta bisel oficio
2	Cinta enmascarar
1	Cosedora mediana
1	Cosedora grande
2	Gancho cosedora *5000
10	Papel carta
20	Talonarios de recibos *1000 números
10	Papel oficio
20	Marcador borraseco
6	Borrador de tablero

Fuente: Esta investigación.

5.6 INFRAESTRUCTURA Y PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES.

Para el desarrollo de las funciones del centro de capacitación, se necesita una casa con mínimo tres baños, un salón para oficina, 3 salones, cada uno con capacidad de 30 personas; un lugar de recepción; un espacio en el cual se pueda colocar sillas para que los estudiantes puedan descansar; y, finalmente, un lugar donde se pueda archivar los documentos y libros de la institución.

Según la encuesta, esta casa debe estar ubicada en el barrio **MARIDIAZ**. Debe estar ubicada en una calle preferiblemente o en un lugar de alta visibilidad.

Los únicos parámetros especiales a considerar son las dimensiones y especificaciones de los pupitres y las normas de seguridad industrial aplicables a una institución educativa. Sin embargo, los pupitres nuevos vienen todos de acuerdo a estas especificaciones.

6. INVERSION

Uno de los objetivos del estudio técnico es el suministrar información que permita cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación de la empresa que se piensa montar con el proyecto.

Para la determinación de los costos, estos se agrupan en costos de inversión física y costos operacionales. Los de inversión física, están constituidos por las inversiones en equipo de oficina. Los de operación incluyen los costos de nómina del personal, los gastos de administración y los gastos de ventas.

A continuación se determinará el monto de las inversiones y costos de operación de la empresa que se piensa montar.

6.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Tabla 34. Inversión en activos fijos

EQUIPO DE OFICINA			
CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
1	Escritorio ejecutivo	\$ 550.000,00	\$ 550.000,00
1	Silla ejecutiva	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
10	Sillas interlocutoras	\$ 85.000,00	\$ 850.000,00
1	Archivador metálico	\$ 490.000,00	\$ 490.000,00
1	Archivador de madera	\$ 580.000,00	\$ 580.000,00
2	Sillas tanden en concha plástica	\$ 398.000,00	\$ 796.000,00
		\$ 2.453.000,00	\$ 3.616.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
90	Sillas universitarias	\$ 46.900,00	\$ 4.221.000,00
2	Tablero acrílico 120*240	\$ 165.000,00	\$ 330.000,00
10	Pupitre unipersonal madera (2 per.)	\$ 113.900,00	\$ 1.139.000,00
20	Tableros de ajedrez	\$ 29.900,00	\$ 598.000,00
		\$ 355.700,00	\$ 6.288.000,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL

1	Computador portátil LENOVO	\$ 1.180.000,00	\$ 1.180.000,00
1	Computador de mesa	\$ 1.099.000,00	\$ 1.099.000,00
		\$ 2.279.000,00	\$ 2.279.000,00
INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS FIJOS			\$ 12.183.000

Fuente: Esta investigación.

6.2 INVERSIÓN EN DIFERIDOS

Antes de entrar en operación el proyecto se causan una serie de egresos para realizar otro tipo de inversiones necesarias para la puesta en marcha, tales como: constitución jurídica, imprevistos y en general todos aquellos en los cuales se incurre con el fin de dejar preparadas las instalaciones y el personal.

Tabla 35. Inversión en diferidos

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Papelería	883.390,00
Estudio administrativo	2.000.000,00
Imprevisto	1.000.000,00
Legalización de la empresa	1.000.000,00
Adecuaciones y remodelaciones	2.000.000,00
TOTAL DIFERIDOS	6.883.390,00

PAPELERÍA SEMESTRAL Y ANUAL			
CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
10	Archivador oficio	\$ 3.202,00	\$ 32.020,00
300	Carpeta bisel oficio	\$ 359,00	\$ 107.700,00
2	Cinta enmascarar	\$ 1.855,00	\$ 3.710,00
1	Cosedora mediana	\$ 3.495,00	\$ 3.495,00
1	Cosedora grande	\$ 7.150,00	\$ 7.150,00
2	Gancho cosedora *5000	\$ 1.560,00	\$ 3.120,00
10	Papel carta	\$ 6.500,00	\$ 65.000,00
20	Talonarios de recibos *1000 números	\$ 3.000,00	\$ 60.000,00

10	Papel oficio	\$ 9.150,00	\$ 91.500,00
20	Marcador borraseco	\$ 2.500,00	\$ 50.000,00
6	Borrador de tablero	\$ 3.000,00	\$ 18.000,00
		\$ 41.771,00	\$ 441.695,00
		ANUAL	\$ 883.390,00

Fuente: Esta investigación.

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

Según Contreras, el capital de trabajo es el conjunto de recursos con los cuales la empresa desarrollará normalmente sus actividades; sin necesidad de estar acudiendo al empleo de fondos extraordinarios.

El capital de trabajo está constituido por los activos corrientes que son necesarios para atender la operación normal del proyecto.

Para calcular el capital de trabajo se puede hacer a través del ciclo productivo o a partir de los principales rubros que lo configuran. En este caso se hará por el segundo método.

El método de cálculo a partir de los principales rubros que lo configuran se basa en la determinación de las necesidades de efectivo, inventarios, financiamiento de cuentas por cobrar y pagos efectuados por anticipado como principales rubros que integran el capital de trabajo. En el caso del centro de capacitación, los principales rubros a tener en cuenta son los costos fijos y los gastos administrativos. Estos se presentan en la siguiente tabla

Tabla 36. Resumen costos fijos

RESUMEN COSTOS FIJOS		
VARIOS	\$	21.000.000,00
NÓMINA	\$	49.703.120,92
	\$	70.703.120,92

Fuente: Esta investigación.

Con la información anterior se obtiene el capital de trabajo que se presenta en la siguiente tabla

Tabla 37. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
ICT=CO(COP)		
	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 17.675.780,23
ICT	CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	\$ 5.891.926,74
CO	CICLO OPERATIVO EN MESES	12
COP	COSTO FIJO DE OPERACIÓN ANUAL	\$ 70.703.120,92

Fuente: Esta investigación

Entonces, el capital de trabajo calculado a partir de los requerimientos de efectivo, calculado a partir de los requerimientos para tres meses, es igual a **\$17.675.780,23**.

Es normal pensar que el capital de trabajo puede ser el mismo para todos los años. Sin embargo, esto no es así ya que existen muchas variables que influyen en él; por esta razón, a continuación se presenta el capital de trabajo en términos constantes y en términos corrientes teniendo en cuenta una inflación esperada del 3.10% hasta el 2017.

Tabla 38. Variables Macroeconómicas

	0	1	2	3	4	5
Variables macroeconómicas	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Inflación	2,44%	3,10%	3,10%	3,10%	3%	3,10%
Crecimiento PIB	4%	4%	4%	4%	4%	4%

Fuente: Esta investigación

Tabla 39. Capital de trabajo en términos constantes

CAPITAL DE TRABAJO EN TÉRMINOS CONSTANTES					
DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	\$ 17.675.780,23	\$ 17.675.780,23	\$ 17.675.780,23	\$ 17.675.780,23	\$ 17.675.780,23

Fuente: Esta investigación

Tabla 40. Capital de trabajo en términos corrientes

CAPITAL DE TRABAJO EN TÉRMINOS CORRIENTES					
DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	\$ 17.675.780,23	\$ 547.949,19	\$ 564.935,61	\$ 582.448,62	\$ 600.504,52

Fuente: Esta investigación

6.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTA DE LOS SERVICIOS

El resumen del presupuesto de ingresos por ventas que pretende la empresa se relaciona en el siguiente cuadro.

Tabla 41. Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
	0	1	2	3	4	5
Variables macroeconómicas	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Inflación	2,44%	3,10%	3,10%	3,10%	3,10%	3,10%
Crecimiento PIB	4%	4%	4%	4%	4%	4%
Precio por servicio en pesos	1	2	3	4	5	
Servicio 1	380000	391780	403925	416447	429357	
Servicio 2	290000	298990	308259	317815	330527	
Servicio 3	240000	247440	255111	263019	271173	
Estudiantes inscritos por servicio	1	2	3	4	5	
Servicio 1	160	166	173	180	187	
Servicio 2	112	116	121	126	131	

Servicio 3	116	121	126	131	136
Presupuesto de ventas	1	2	3	4	5
Servicio 1	60800000	67799880	72697743	77949428	80365860
Servicio 2	32480000	36219409	38835900	41641405	43307061
Servicio 3	27936000	29954097	32117981	34438183	36925998
TOTAL	121216000	133973386	143651623	154029016	160598919

Fuente: Esta investigación

6.5 FLUJOS DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO

Según Contreras, este flujo se elabora a partir de los datos consolidados en los programas de inversión en activos fijos, capital de trabajo y valor residual, tal como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 42. Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA					
FLUJO NETO DE EFECTIVO CON FINANCIACIÓN					
Flujo neto de efectivo sin financiación					
CONCEPTO/PERIODO	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS					
Ingresos	121.216.000	133.973.386	143.651.623	154.029.016	160.598.919

COSTOS		90.210.293	131.540.457	135.574.598	139.733.796	144.021.930
- Costos variables		38.794.000	39.996.614	41.236.509	42.514.841	43.832.801
-Costos fijos sin depreciación		21.000.000	21.651.000	22.322.181	23.014.169	23.727.608
-Gastos de administración y ventas		66.426.715	68.485.943	70.609.008	72.797.887	75.054.621
-Depreciación		1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900
-Interés préstamo		0	0	0	0	0
-Gastos diferidos		1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678
+Otros ingresos		0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-7.788.293	1.056.250	6.700.347	12.918.542	15.200.311
Imp. Renta		0	348.563	2.211.115	4.263.119	5.016.103
UTILIDAD NETA		-7.788.293	707.688	4.489.233	8.655.423	10.184.208
Depreciación		1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900
Gastos diferidos		1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678
+Inversión inicial	(16.742.170,23)					
+Capital de trabajo	(17.675.780,23)					
-Préstamo	-					
Amortización deuda		0	0	0	0	0
Valor de salvamento						1.139.500
FLUJO DE CAJA	\$ (34.417.950,46)	-5.004.715	3.491.266	7.272.811	11.439.001	14.107.286

Fuente: Esta investigación

6.6 FLUJO NETO DE OPERACIÓN.

Según Contreras, este flujo se prepara a partir de los datos globalizados correspondientes a los presupuestos de ingresos y de costos operacionales, de donde se obtiene la utilidad operacional, base de cálculo para el impuesto sobre la renta, para finalmente concluir mediante un ajuste a partir de los valores correspondientes a la depreciación de activos y a la amortización del activo diferido.

6.7 COSTOS OPERACIONALES.

Dentro de los costos operacionales encontramos los costos fijos y variables. Los costos fijos son aquellos que causan erogaciones en cantidad constante, para un mismo tamaño o capacidad instalada del proyecto, independientemente del número de unidades que se estén produciendo. Generalmente corresponden a costos básicos en los cuales se incurre para mantener a la unidad productiva en condiciones de operar, aun cuando no produzca, por ejemplo: depreciaciones, arrendamientos, servicios públicos, gastos financieros, sueldos y demás gastos administrativos, salarios de mano de obra, etc.

Los costos variables son aquellos que están estrechamente ligados con el proceso productivo, de tal manera que aumentan o disminuyen en proporción directa al volumen de producción. Por ejemplo, las materias primas y materiales directas, los salarios de mano de obra directa, etc.

6.7.1 Nómina de personal

Tabla 43. Nómina de personal

NÓMINA DE PERSONAL		
CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Director	\$ 1.942.634,08	\$ 23.311.609,00
Secretaria	\$ 1.172.092,19	\$ 14.065.106,28
Contador	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
Empleado de servicios generales	\$ 727.200,47	\$ 8.726.405,64
TOTAL	\$ 4.141.926,74	\$ 49.703.120,92

Fuente: Esta investigación

6.7.2 Nómina de personal detallada

Tabla 44. Nómina de personal detallada

NÓMINA DE PERSONAL DETALLADA							
					8,5%	12,0%	0,5220%
Nº	CARGO	SALARIO BASE	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL			
				EPS	FPP	ARP	
1	SECRETARIA	589.500	70.500	50.108	70.740	3.077	
2	DIRECTOR	1.100.000	70.500	93.500	132.000	5.742	
3	SER. GRAL	294.750	70.500	25.054	35.370	1.539	
TOTALES		1.689.500	141.000	143.608	202.740	8.819	
CESANTIAS	INTERES A LA CESANTIA	VACACIONES	PRIMA DE SERVICIOS	DOTACIONES	PARAFISCALES		
					SENA	ICBF	CAJA COMPENSA.
55.000	550	24.563	55.000	200.000	11.790	17.685	23.580
97.542	975	45.833	97.542	200.000	22.000	33.000	44.000
30.438	304	12.281	30.438	200.000	5.895	8.843	11.790
152.542	1.525	70.396	152.542	400.000	33.790	50.685	67.580
SUBTOTAL		C. DE TRABAJADORES	TOTAL MES			TOTAL AÑO	
1.172.092		1	\$ 1.172.092,19			\$ 14.065.106,28	
1.942.634		1	\$ 1.942.634,08			\$ 23.311.609,00	
727.200		1	\$ 727.200,47			\$ 8.726.405,64	

Fuente: Esta investigación

Para efectos del flujo neto proyectado, es necesario estimar los costos proyectados. Estos se presentan a continuación.

6.7.3 Proyección de nómina de personal

Tabla 45. Proyección de nómina de personal

INCREMENTO NÓMINA DE PERSONAL HASTA EL QUINTO AÑO					
CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Director	\$ 23.311.609,00	\$ 3.880.412,26	\$ 24.620.705,04	\$ 25.383.946,90	\$ 26.170.849,25
Secretaria	\$ 14.065.106,28	\$ 4.408.294,87	\$ 14.854.952,01	\$ 14.854.952,01	\$ 15.315.455,53
Contador	\$ 3.600.000,00	\$.687.840,00	\$ 3.802.163,04	\$ 3.802.163,04	\$ 3.920.030,09
Empleado de servicios generales	\$ 8.726.405,64	\$ 8.939.329,94	\$ 9.216.449,17	\$ 9.216.449,17	\$ 9.502.159,09
TOTAL	\$ 49.703.120,92	\$ 50.915.877,07	\$ 52.494.269,26	\$ 53.257.511,12	\$ 54.908.493,96

Fuente: Esta investigación

6.7.4 Costos varios

Tabla 46. Costos para el primer año

COSTOS FIJOS		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicios públicos	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00
Arrendamiento	\$ 1.500.000,00	\$ 18.000.000,00
Mantenimiento y reparaciones (aseo)	\$ 200.000,00	\$ 600.000,00
TOTAL		\$ 21.000.000,00

Fuente: Esta investigación

6.7.5 Costos variables

Tabla 47. Costos variables

COSTOS VARIABLES		
DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
Personal docente	\$21.000/hr	\$ 25.200.000,00
Módulo de trabajo del estudiante	\$ 30.000,00	\$ 11.652.000,00
Material de trabajo	\$ 5.000,00	\$ 1.942.000,00
		\$ 38.794.000,00

COSTOS VARIABLES DETALLADOS					
Estudiantes inscritos por servicio	1	2	3	4	5
Servicio 1	160	166	173	180	187
Servicio 2	112	116	121	126	131
Servicio 3	116	121	126	131	136
Total	388	406	420	441	454
Hrs docente req.	1200	1254	1298	1362	1.403,83
Prom. hrs docente/est	3,089598352	3,089598352	3,089598352	3,089598352	\$ 3,089598352
Valor hora	\$ 21.000	\$ 21.512,40	\$ 22.179,28	\$ 22.866,84	\$ 23.575,71
Total a pagar docentes	\$ 25.200.000,00	\$ 26.337.763,13	\$ 27.256.320,00	\$ 28.606.099,06	\$ 29.480.435,71
CONTINUACIÓN COSTOS VARIABLES MATERIAL DE TRABAJO					
CONCEPTO/AÑO	1	2	3	4	5
Valor unitario material de trabajo	\$ 5.000,00	\$ 5.155,00	\$ 5.314,81	\$ 5.479,56	\$ 5.479,56
Valor a pagar por material de trabajo	\$ 1.942.000,00	\$ 2.092.600,08	\$ 2.232.714,72	\$ 2.415.924,28	\$ 2.489.766,27
Valor módulo de trabajo	\$ 30.000	\$ 30.732,00	\$ 31.684,69	\$ 32.666,92	\$ 33.679,59
Valor a pagar por módulos	\$ 11.652.000,00	\$ 12.475.225,15	\$ 13.310.531,26	\$ 14.402.751,71	\$ 15.303.099,39
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 38.794.000,00	\$ 40.905.588,36	\$ 42.799.565,97	\$ 45.424.775,05	\$ 47.273.301,37

Fuente: Esta investigación

6.8.1 Programa de inversiones del proyecto con financiamiento

Inversión Total	Recursos propios	Financiación	Tasa de interés	Efectiva mensual
37.625.560	17.625.560	20.000.000	19,56%	1,5%

Cuota (A) =	$P[(1+i)^n \cdot i / (1+i)^n - 1]$	
	0,477857473	0,331147731
	1,443034116	
Cuota (A) =	6.622.955	

6.8 FINANCIAMIENTO

Tabla 48. Tabla de amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Meses	Saldo inicial	intereses	Pago	Abono a capital	Saldo final
0	\$ 20.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20.000.000,00
1	\$ 20.000.000,00	\$ 300.000,00	\$ 507.868,55	\$ 207.868,55	\$ 19.792.131,45
2	\$ 19.792.131,45	\$ 296.881,97	\$ 507.868,55	\$ 210.986,58	\$ 19.581.144,87
3	\$ 19.581.144,87	\$ 293.717,17	\$ 507.868,55	\$ 214.151,38	\$ 19.366.993,50
4	\$ 19.366.993,50	\$ 290.504,90	\$ 507.868,55	\$ 217.363,65	\$ 19.149.629,85
5	\$ 19.149.629,85	\$ 287.244,45	\$ 507.868,55	\$ 220.624,10	\$ 18.929.005,75
6	\$ 18.929.005,75	\$ 283.935,09	\$ 507.868,55	\$ 223.933,46	\$ 18.705.072,29
7	\$ 18.705.072,29	\$ 280.576,08	\$ 507.868,55	\$ 227.292,46	\$ 18.477.779,83
8	\$ 18.477.779,83	\$ 277.166,70	\$ 507.868,55	\$ 230.701,85	\$ 18.247.077,97

9	\$	18.247.077,97	\$	273.706,17	\$	507.868,55	\$	234.162,38	\$	18.012.915,60
10	\$	18.012.915,60	\$	270.193,73	\$	507.868,55	\$	237.674,81	\$	17.775.240,78
11	\$	17.775.240,78	\$	266.628,61	\$	507.868,55	\$	241.239,94	\$	17.534.000,84
12	\$	17.534.000,84	\$	263.010,01	\$	507.868,55	\$	244.858,54	\$	17.289.142,31
13	\$	17.289.142,31	\$	259.337,13	\$	507.868,55	\$	248.531,41	\$	17.040.610,89
14	\$	17.040.610,89	\$	255.609,16	\$	507.868,55	\$	252.259,39	\$	16.788.351,51
15	\$	16.788.351,51	\$	251.825,27	\$	507.868,55	\$	256.043,28	\$	16.532.308,23
16	\$	16.532.308,23	\$	247.984,62	\$	507.868,55	\$	259.883,93	\$	16.272.424,31
17	\$	16.272.424,31	\$	244.086,36	\$	507.868,55	\$	263.782,18	\$	16.008.642,12
18	\$	16.008.642,12	\$	240.129,63	\$	507.868,55	\$	267.738,92	\$	15.740.903,21
19	\$	15.740.903,21	\$	236.113,55	\$	507.868,55	\$	271.755,00	\$	15.469.148,21
20	\$	15.469.148,21	\$	232.037,22	\$	507.868,55	\$	275.831,33	\$	15.193.316,88
21	\$	15.193.316,88	\$	227.899,75	\$	507.868,55	\$	279.968,80	\$	14.913.348,09
22	\$	14.913.348,09	\$	223.700,22	\$	507.868,55	\$	284.168,33	\$	14.629.179,76
23	\$	14.629.179,76	\$	219.437,70	\$	507.868,55	\$	288.430,85	\$	14.340.748,91
24	\$	14.340.748,91	\$	215.111,23	\$	507.868,55	\$	292.757,31	\$	14.047.991,59
25	\$	14.047.991,59	\$	210.719,87	\$	507.868,55	\$	297.148,67	\$	13.750.842,92
26	\$	13.750.842,92	\$	206.262,64	\$	507.868,55	\$	301.605,90	\$	13.449.237,01
27	\$	13.449.237,01	\$	201.738,56	\$	507.868,55	\$	306.129,99	\$	13.143.107,02
28	\$	13.143.107,02	\$	197.146,61	\$	507.868,55	\$	310.721,94	\$	12.832.385,08
29	\$	12.832.385,08	\$	192.485,78	\$	507.868,55	\$	315.382,77	\$	12.517.002,30
30	\$	12.517.002,30	\$	187.755,03	\$	507.868,55	\$	320.113,51	\$	12.196.888,79
31	\$	12.196.888,79	\$	182.953,33	\$	507.868,55	\$	324.915,22	\$	11.871.973,57
32	\$	11.871.973,57	\$	178.079,60	\$	507.868,55	\$	329.788,94	\$	11.542.184,63
33	\$	11.542.184,63	\$	173.132,77	\$	507.868,55	\$	334.735,78	\$	11.207.448,85
34	\$	11.207.448,85	\$	168.111,73	\$	507.868,55	\$	339.756,82	\$	10.867.692,03
35	\$	10.867.692,03	\$	163.015,38	\$	507.868,55	\$	344.853,17	\$	10.522.838,87
36	\$	10.522.838,87	\$	157.842,58	\$	507.868,55	\$	350.025,97	\$	10.172.812,90

37	\$ 10.172.812,90	\$ 152.592,19	\$ 507.868,55	\$ 355.276,36	\$ 9.817.536,55
38	\$ 9.817.536,55	\$ 147.263,05	\$ 507.868,55	\$ 360.605,50	\$ 9.456.931,04
39	\$ 9.456.931,04	\$ 141.853,97	\$ 507.868,55	\$ 366.014,58	\$ 9.090.916,46
40	\$ 9.090.916,46	\$ 136.363,75	\$ 507.868,55	\$ 371.504,80	\$ 8.719.411,66
41	\$ 8.719.411,66	\$ 130.791,17	\$ 507.868,55	\$ 377.077,37	\$ 8.342.334,29
42	\$ 8.342.334,29	\$ 125.135,01	\$ 507.868,55	\$ 382.733,53	\$ 7.959.600,75
43	\$ 7.959.600,75	\$ 119.394,01	\$ 507.868,55	\$ 388.474,54	\$ 7.571.126,22
44	\$ 7.571.126,22	\$ 113.566,89	\$ 507.868,55	\$ 394.301,66	\$ 7.176.824,56
45	\$ 7.176.824,56	\$ 107.652,37	\$ 507.868,55	\$ 400.216,18	\$ 6.776.608,38
46	\$ 6.776.608,38	\$ 101.649,13	\$ 507.868,55	\$ 406.219,42	\$ 6.370.388,96
47	\$ 6.370.388,96	\$ 95.555,83	\$ 507.868,55	\$ 412.312,71	\$ 5.958.076,24
48	\$ 5.958.076,24	\$ 89.371,14	\$ 507.868,55	\$ 418.497,40	\$ 5.539.578,84
49	\$ 5.539.578,84	\$ 83.093,68	\$ 507.868,55	\$ 424.774,87	\$ 5.114.803,97
50	\$ 5.114.803,97	\$ 76.722,06	\$ 507.868,55	\$ 431.146,49	\$ 4.683.657,48
51	\$ 4.683.657,48	\$ 70.254,86	\$ 507.868,55	\$ 437.613,69	\$ 4.246.043,80
52	\$ 4.246.043,80	\$ 63.690,66	\$ 507.868,55	\$ 444.177,89	\$ 3.801.865,90
53	\$ 3.801.865,90	\$ 57.027,99	\$ 507.868,55	\$ 450.840,56	\$ 3.351.025,34
54	\$ 3.351.025,34	\$ 50.265,38	\$ 507.868,55	\$ 457.603,17	\$ 2.893.422,18
55	\$ 2.893.422,18	\$ 43.401,33	\$ 507.868,55	\$ 464.467,22	\$ 2.428.954,96
56	\$ 2.428.954,96	\$ 36.434,32	\$ 507.868,55	\$ 471.434,22	\$ 1.957.520,74
57	\$ 1.957.520,74	\$ 29.362,81	\$ 507.868,55	\$ 478.505,74	\$ 1.479.015,00
58	\$ 1.479.015,00	\$ 22.185,22	\$ 507.868,55	\$ 485.683,32	\$ 993.331,68
59	\$ 993.331,68	\$ 14.899,98	\$ 507.868,55	\$ 492.968,57	\$ 500.363,10
60	\$ 500.363,10	\$ 7.505,45	\$ 507.868,55	\$ 500.363,10	\$ 0,00

Fuente: Esta investigación

6.9 FLUJO FINANCIERO CON FINANCIAMIENTO

Tabla 49. Flujo de caja

Flujo neto de efectivo con financiación						
CONCEPTO/PERIODO		1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS						
Ventas		121.216.000	133.973.386	143.651.623	154.029.016	160.598.919
COSTOS		132.387.858	135.770.407	139.170.520	142.571.663	145.953.452
- Costos variables		38.794.000	39.996.614	41.236.509	42.514.841	43.832.801
-Costos fijos sin depreciación		21.000.000	21.651.000	22.322.181	23.014.169	23.727.608
-Gastos de administración y ventas		66.426.715	68.485.943	70.609.008	72.797.887	75.054.621
-Depreciación		1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900
-Interés préstamo		3.383.565	2.853.272	2.219.244	1.461.189	554.844
-Gastos diferidos		1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678
+Otros ingresos		0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-11.171.858	-1.797.022	4.481.104	11.457.354	14.645.467
Imp. Renta		0	0	1.478.764	3.780.927	4.833.004
UTILIDAD NETA		-11.171.858	-1.797.022	3.002.339	7.676.427	9.812.463
Depreciación		1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900	1.406.900
Gastos diferidos		1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678	1.376.678
+Inversión inicial	-16.742.170					
+Capital de trabajo	-17.675.780					
-Préstamo	20.000.000					
Amortización deuda		2.710.858	3.241.151	3.875.179	4.633.234	5.539.579
Valor de salvamento						1.139.500
FLUJO DE CAJA	-14.417.950	-5.677.422	4.227.707	9.661.096	15.093.239	18.135.620

Fuente: Esta investigación

El empleo de créditos para el financiamiento del proyecto tiene repercusiones en los flujos financieros, las cuales se muestran en el programa de inversiones, en el flujo neto de inversiones, en el flujo neto de la operación, así como en el flujo financiero del proyecto. A continuación se presenta el flujo neto de efectivo con financiación para realizar las respectivas comparaciones.

7. EVALUACIÓN DEL IMPACTO DEL PROYECTO

7.1 RELACIÓN CON EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El plan nacional de desarrollo 2010-2014⁵⁹ propone ocho pilares de trabajo a partir de los cuales se puede identificar en qué medida el centro de capacitación incide en los planes a nivel nacional, estos pilares son:

1. Convergencia y desarrollo regional
2. Crecimiento y competitividad
3. Igualdad de oportunidades
4. Consolidación de la paz
5. Innovación
6. Sostenibilidad ambiental
7. Buen Gobierno
8. Relevancia Internacional

Para analizar la incidencia de la constitución de un centro de capacitación con respecto al plan nacional de desarrollo, se analizará a continuación cada uno de los pilares de trabajo mencionados anteriormente.

La clave de un desarrollo regional sostenible está en una población educada, preparada, competitiva, dispuesta a asumir roles importantes en la sociedad. La educación es un actor fundamental para vislumbrar y hacer participación activa en la creación de un futuro mejor.

El futuro que se espera para el país involucra y requiere de un crecimiento económico. Si no existe un impulso en el ámbito económico, no existirán recursos suficientes para la inversión en áreas como la educación. Así como el crecimiento no se puede lograr si los estudiantes y profesionales no leen, investigan y se actualizan en pro de ser competitivos en una determinada área.

El desarrollo de un país se logra no solamente con inversión en innovación y tratados de libre comercio, sino también con profesionales preparados, profesionales investigadores, y bien lo dijo el doctor Gerson “no se puede hablar de investigación sin antes hablar de lectura y escritura⁶⁰”.

⁵⁹ GOBERNACIÓN DE NARIÑO. COLOMBIA. Plan de desarrollo departamental “Nariño Mejor”. (C.D) Gobernación de Nariño: 2012. p. 58

Existen muchos caminos para lograr la igualdad de oportunidades. Sin duda alguna la lectura es uno de ellos.

Lastimosamente, no todos tienen acceso a educación de calidad y existe una gran brecha al respecto. Sin embargo, muchos tienen acceso a bibliotecas con libros actualizados, que no pueden aprovechar por falta de un hábito de lectura y, además, dificultades en el proceso de comprensión lectora.

Por otra parte, si se habla de innovación, se habla de educación. La lectura y la investigación son las mejores herramientas para innovar. Existen recursos disponibles para estudiantes y profesionales que posean ideas innovadoras; así que lo único que se necesita es dedicarle tiempo a la lectura; y con una preparación en el desarrollo de competencias para la comprensión de lectura, que ayude en el proceso de aprendizaje, es posible conseguirlo.

Todo esto incide directa e indirectamente en el fin último del gobierno del presidente Santos: Más empleo, menos pobreza y más seguridad.

7.2 PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

En el plan⁶¹ se hace evidente la necesidad de trabajar en el fortalecimiento de la calidad de la educación “En las Instituciones y Centros Educativos de Nariño, se viene trabajando por el mejoramiento, elevación y fortalecimiento de la calidad de la educación a través del impulso de programas educativos y estrategias pedagógicas: Educación Preescolar, Educación Ambiental, Educación Especial, Investigación y Capacitación, Control y Vigilancia, Servicio Social Obligatorio, Proyecto Educativo Institucional, Etnoeducación, Comunidades Afrocolombianas...”. Sin embargo, no existe un programa de fortalecimiento de la lectura.

En materia de educación, para el gobierno actual del departamento, es prioridad atender los asuntos de cobertura considerando que el nivel es aún bajo. Al respecto, en el plan el gobierno afirma: *“En el año 2002 la población en edad escolar niños y/o jóvenes con edades entre 5 y 17 años correspondía al 30% de la población total del departamento. Se proyectaron 552.401 estudiantes potenciales según estadísticas del Departamento Administrativo de Estadísticas DANE, con una matrícula de 396.828 niños y jóvenes, lo que significa alcanzar una tasa de cobertura del 71,83%. Es de aclarar que esta matrícula no sólo corresponde a la*

⁶¹ Ibídem. p. 110

*población de 3 a 17 años, sino también a población adulta en la educación por ciclos (Proyecto de Alfabetización)*⁶².

No obstante, en la segunda parte del documento en donde se encuentra el componente estratégico, se encuentra que la línea 4 de educación para la formación integral del nariñense está ligada a una política para la investigación, ciencia y tecnología; además, en la línea 7 hace referencia, al igual que el plan nacional de desarrollo, a un camino hacia la competitividad. Ninguno de estos planes o políticas se podrá llevar a cabo de manera efectiva si no tenemos una población, unos estudiantes y unos profesionales lectores.

⁶² Ibídem p. 134

8. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La evaluación financiera determinó el rendimiento financiero de los recursos que se van a invertir y estableció si el proyecto es factible desde el punto de vista financiero. Hasta el momento el proyecto ha demostrado un mercado potencial atractivo, se ha definido el tamaño del proyecto, se ha mostrado como se ofrecerá el servicio, se ha determinado el lugar donde se va a localizar el proyecto, de igual manera se calcularon los rubros de la inversión necesaria para la ejecución y operación del proyecto durante los cinco primeros años, pero hasta el momento no se sabe si la inversión es financieramente rentable. Luego de establecer la viabilidad del proyecto, se pasó a determinar si es factible su realización.

El proyecto utilizó para la evaluación financiera los métodos que tienen en cuenta el valor del dinero en el tiempo, tales como el valor presente neto, la tasa interna de retorno y la relación beneficio costo.

El valor presente neto es el valor monetario que resulta de la diferencia del valor presente de todos los ingresos y el valor presente de todos los egresos calculados en el flujo único de fondos del proyecto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad. Para efectuar el cálculo, se retoman los valores del flujo único de fondos del proyecto.

El valor presente neto es considerado el indicador más confiable en la evaluación del proyecto e indica la riqueza o pérdida adicional que tiene el inversionista a través del tiempo.

La tasa interna de rentabilidad se utiliza para conocer la capacidad que tiene el proyecto de producir o generar utilidades, independientemente de las condiciones de los inversionistas, se aplica este segundo indicador. La tasa interna de rentabilidad es la tasa de interés que produce un valor presente neto igual a 0 e indica la rentabilidad que producen los dineros que permanecen invertidos en el proyecto, de ahí su nombre tasa interna de rentabilidad.

8.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

Tabla 50. Inversiones del proyecto

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Papelería	883.390,00
Estudio administrativo	2.000.000,00
Imprevisto	1.000.000,00
Legalización de la empresa	1.000.000,00
Adecuaciones y remodelaciones	2.000.000,00
TOTAL DIFERIDOS	6.883.390,00

Fuente: Esta investigación

8.2 PROGRAMA DE INVERSIONES

Inversión Total	Recursos propios	Financiación	Tasa de interés	Efectiva mensual
37.625.560	17.625.560	20.000.000	19,56%	1,5%

Fuente: Esta investigación

8.3 INDICADORES DE RENTABILIDAD

Toda evaluación financiera busca establecer si se justifica realizar la inversión. En los proyectos de carácter social o comunitario sin ánimo de lucro, se trata de determinar si los ingresos del proyecto serán suficientes para cubrir los egresos. En los proyectos de carácter económico, además de lo anterior, los ingresos deberán garantizar la rentabilidad esperada por el inversionista sobre el dinero invertido.

INDICADORES DE RENTABILIDAD FINANCIERA	
TIO	18%

El valor presente neto (VPN) de un proyecto es el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor presente de todos los ingresos y el valor presente de

todos los egresos calculados en el flujo financiero neto, teniendo en cuenta la tasa de interés de oportunidad.

Es necesario hacer cálculos separados para el proyecto sin financiamiento y para el proyecto con financiamiento.

VALOR PRESENTE NETO

Tabla 51. Valor presente neto

FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO					
BASE	1	2	3	4	5
(14.417.950)	(5.677.422)	4.227.707	9.661.096	15.093.238	18.135.619

VALOR PRESENTE NETO CON FINANCIAMIENTO					
(14.417.950)	(5.677.422)	4.227.707	9.661.096	15.093.238	18.135.619
VALOR PRESENTE NETO				\$ 26.313.810,43	

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO					
BASE	1	2	3	4	5
(35.301.340,46)	(5.004.715,24)	3.549.569	7.331.115	11.497.305	14.165.590

VALOR PRESENTE NETO SIN FINANCIAMIENTO					
BASE	1	2	3	4	5
(\$ 35.301.340,46)	(\$ 5.004.715,24)	\$ 3.549.569	\$ 7.331.115	\$ 11.497.305	\$ 14.165.590
VALOR PRESENTE NETO				(\$ 3.762.476,70)	

Fuente: Esta investigación

TIR

Es el segundo indicador más aceptado en la evaluación de proyectos y es la medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista.

Para utilizar la tir como criterio de decisión se compara con la tasa de interés de oportunidad. El proyecto solamente es factible financieramente cuando la TIR sea mayor que la tasa de interés de oportunidad TIO.

TIR
27%

8.4 INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 52. Indicadores financieros.

INDICADORES FINANCIEROS		
INDICADORES DE LIQUIDEZ		
INDICADOR	FÓRMULA	=
Indice de liquidez	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	\$ 5,22
Capital neto de trabajo	$\frac{\text{Activo corriente}-\text{Pasivo corriente}}$	\$ 14.292.215,34
Estabilidad	$\frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$	\$ 2,89

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO		
INDICADOR	FÓRMULA	=
Endeudamiento externo	$\frac{\text{Pasivo} \cdot 100}{\text{Activo total}}$	53%
Endeudamiento interno	$\frac{\text{Patrimonio} \cdot 100}{\text{Activo total}}$	44,50%
Cobertura de intereses	$\frac{\text{UAI}}{\text{Intereses}}$	3,32

INDICADORES DE RENTABILIDAD		
INDICADOR	FÓRMULA	=
Rentabilidad en ventas	$\frac{\text{Utilidad neta} \cdot 100}{\text{Ventas netas}}$	6%
Margen de utilidad	$\frac{\text{Utilidad bruta} \cdot 100}{\text{Ventas netas}}$	68%
Rentabilidad	$\frac{\text{Utilidad}}{\text{Ventas netas}}$	13%

operacional	$\frac{\text{operacional} \times 100}{\text{Ventas netas}}$	
Rentabilidad del patrimonio	$\frac{\text{Utilidad neta} \times 100}{\text{Patrimonio}}$	45%

INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD PARA EL 2013		
INDICADOR	FÓRMULA =	
Endeudamiento financiero	$\frac{\text{Gasto financiero}}{\text{Ventas netas}}$	2,79%
Eficiencia administrativa	$\frac{\text{Gastos de administración}}{\text{Total activos}}$	168%

Fuente: Esta investigación

8.4.1 Conclusiones de indicadores financieros

Índice de liquidez: En el año 2013 por cada peso de deuda a corto plazo la empresa dispone de 5,22 como respaldo para pagar sus deudas.

Capital neto de trabajo: en el año 2013 la empresa dispone de un capital de trabajo neto de 14.292.215,34; es decir, que si la empresa paga sus deudas a corto plazo cuenta con

Estabilidad: Para el año 2013 la estabilidad es de 2,89; es decir que por cada peso de pasivos se tiene 2, 89 de activos como respaldo.

Endeudamiento externo: Del total de activos para el año 2013 el 53% ha sido financiado por terceros.

Endeudamiento interno: Para el 2013 del total de activos, el 46% es financiado por los socios de la empresa.

Cobertura de intereses: para el 2013 la cobertura de intereses es de 3,27; es decir que por cada peso de intereses que se pague se obtiene 3,27 de utilidad antes de impuestos.

Rentabilidad en ventas: La empresa trabajará con un margen neto del 8%.

Margen de utilidad: para el año 2013 la empresa tiene un margen bruto sobre las ventas del 68%. Esto sucede ya que los costos directos no son tan representativos como los indirectos.

Rentabilidad operacional: la empresa en el año 2013 trabaja con un margen operacional del 13%; es decir por cada 100 de ventas se obtiene 13 de utilidad operacional.

Rentabilidad del patrimonio: comparando la utilidad neta con el patrimonio, este cuenta con una rentabilidad del 42%; es decir que por cada 100 pesos de patrimonio este tiene una rentabilidad de 88.

Endeudamiento financiero: Para el año 2013 la carga financiera de la empresa es de 2,79%; es decir por cada peso de Ventas netas se paga en intereses 0,028.

Eficiencia administrativa: en cuanto a la eficiencia administrativa es del 168%; esto quiere decir que comparando los gastos de administración con respecto al total de activos, el primero es mucho mayor.

BIBLIOGRAFÍA

ALCARAZ, Rafael. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. 2da ed. Mc Graw Hill: México, 2003. 316p.

CONTRERAS, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Bogotá 2004. 588p.

GOBERNACIÓN DE NARIÑO. COLOMBIA. Plan de desarrollo departamental "Nariño Mejor". (C.D) Gobernación de Nariño: 2012. 322 p.

GÓMEZ OCAMPO, Martha. Educar sin hacer daño. Primera edición. Editorial Pijao. Bogotá, 1997. 237 p.

JIMENEZ P, Jorge E. et. al. Crear Empresas: Misión de Todos. Talleres gráficos de impresora feriva. Cali, 1993. 130p.

KOTLER, Philip. Dirección de la mercadotecnia. Análisis, planeación, implementación y control. Octava edición. 1996. 255p.

SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. Mc Graw Hill. México. Cuarta edición. 2000. 477p.

TEUN A. Van Dijk. Estructuras y funciones del discurso. Siglo veintiuno editores: 2005. 223p.

VILLA, Aurelio. POBLETE, Manuel. Aprendizaje basado en competencias. Universidad de Deusto: 2007. p 185p

NETGRAFÍA

AMARILLAS DE INTERNET. (s.f.) Centro de estudios Montilla. http://www.amarillasinternet.com/co/pasto/centro_estudios_montilla_preicfes_montilla_lectura_rapida/centro_de_estudios_montilla.html

ARTENARA. (s.f). Pensamientos y reflexiones cortas [En línea]. Recuperado el 30 de octubre de 2012, de: <http://artenara.wordpress.com/2008/02/14/pensamientos-y-reflexiones-cortas/>

ASOCÁMARAS.(s,f). Sistema Registro Único de Proponentes.[En línea]. Recuperado el 15 de enero de 2013, de: <https://servicios.ccc.org.co/proponentes/inicio-asocamaras>

BLOG EMPRENDEDOR. (s.f.) ¿Qué es el estudio de Mercado? [En línea]. Recuperado el 27 de abril de 2013, de: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

BLOG EMPRENDEDOR. (s.f.) Estudio técnico. [En línea]. Recuperado el 27 de abril de 2013, de: <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm>

BLOGSPOT. (s.f.) Comuna 7 de pasto. Recuperado el 20 de Enero de 2012, de: <http://comunaspasto.blogspot.com/2012/04/comuna-7.html>

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. (s.f.). Consulta Código CIU. [En línea]. Recuperado el 02 de junio de 2012, de: http://www.camaradirecta.com/index_oficina.php?Id_Master=11&Id_Division=1&Id_Seccions=21&Id_Subseccion=3&Tip_Seccion=1&OpciVerm=0&Tipo_Subseccion=0&Idioma=0&front=0&Ord_Seccion=2&Ids_Master=0&seccionactiva=21&secciones=12-21-18-19-15-13-17-20-16&sesion=view

CÁMARA DE COMERCIO PASTO. (s,f). Rutas micro para el fortalecimiento. [En línea]. Recuperado el 15 de enero de 2013, de: <http://www.ccpasto.org.co/index.php/Apoyo-empresarial/programa-grutas-empresarialesq.html>

CAMBRIDGE ACADEMY OF ENGLISH. (s.f.) Objetivos. Recuperado el 15 de octubre de 2012, de: http://www.cambridgepasto.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=84&lang=es

CEPAL. (s,f) Departamento de Nariño. [En línea]. Recuperado el 20 de Enero de 2012, de: http://www.eclac.cl/celade/noticias/paginas/2/40392/2_Narino.pdf

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (13, JUNIO, 2011). Plan Nacional de Lectura [En línea]. Recuperado el 22 de mayo de 2012, de: http://becas.universia.net.co/CO/beca/63270_/plan-nacional-lectura-escritura-leer-es-mi-cuento.html

COLOMBIA. SECRETARIA DE EDUCACIÓN MUNICIPIO DE PASTO (s.f). [En línea]. Plan de atención integral a la primera infancia. Recuperado el 15 de octubre de 2012, de: http://www.colombiaaprende.edu.co/html/familia/1597/articles-305953_pasto.pdf

DEFINICIÓN. (s.f). Definición de capacitación [En línea]. Recuperado el 27 de mayo de 2012, de: <http://definicion.com.mx/capacitacion.html>

ICFES. (s.f). Informe nacional de resultados pruebas saber 3 y 9 de 2009 [En línea]. Recuperado el 02 de junio de 2012, de: <https://icfesdatos.blob.core.windows.net/datos/Informe%20nacional%20de%20resultados%20de%20SABER%205o%20y%209o%202009.pdf>

ISSUU. Revista Turística Nariño. (24 de febrero de 2013). [En línea]. Obtenido de: <http://issuu.com/lucaenes/docs/promoturisticaanarino>.

MEN-ICETEX. (1999). La construcción discursiva de la realidad. [En línea] Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-09341999000100013&script=sci_arttext

MEN. COLOMBIA. (2010). Estándares Básicos de Competencias en Lenguaje, Matemáticas, Ciencias y Ciudadanas. [En línea]. Recuperado el 15 de abril de 2013 <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-116042.html>

ONU. Objetivos del Milenio. (5 de abril, 2000). [En línea]. Recuperado el <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>

SLIDESHARE. Factores de validación de una inversión. [En línea]. Recuperado el 17 de mayo de 2013, de: https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0CFQQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.slideshare.net%2Fsmileinfected%2Funidad-4-fundamentos-de-la-investigacion-factores-de-calidad-de-la-investigacion&ei=RJiiUbewD8ej4AOm24HQDw&usq=AFQjCNHt5FanjdLIyCMOyHf0uZ1Xe5H4mw&sig2=5C60Zjl_2VjvNru-8ZL6lw.

UNIVERSIA. (08, Agosto, 2012). [En línea]. Importancia de la lectura y la escritura [En línea]. Recuperado el 27 de octubre de 2012, de: <http://noticias.universia.edu.pe/vida-niversitaria/noticia/2007/08/08/744528/importancia-lectura-escritura.html>

VALENCIA M., Hernando y VALENCIA M., Manuel. Icfes y la U. Lenguaje- Inglés. Interdisciplinar. 2da ed. Pasto: INSUCA, 2008. 228p.

WIKIPEDIA (s.f.) Plan de negocio. [En línea]. Recuperado el 14 de abril de 2013 de http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio.

WIKIPEDIA (s.f.) Estudios organizacionales. Recuperado el 27 de abril de 2013, de: http://es.wikipedia.org/wiki/Estudios_organizacionales

WIKIPEDIA. (s.f). Lectura. Recuperado el 31 de octubre de 2012 de, <http://es.wikipedia.org/wiki/Lectura>.

WIKIPEDIA. (s.f). Escritura. Recuperado el 31 de octubre de 2012 de, <http://es.wikipedia.org/wiki/Escritura>

WIKIPEDIA. (15, octubre, 2012). San Juan de Pasto: economía. [En línea]. Recuperado el 20 de octubre de 2012, de: http://es.wikipedia.org/wiki/San_Juan_de_Pasto#Econom.C3.ADa

ZONA ECONÓMICA. (s.f.) Estudio financiero. [En línea]. Recuperado el 27 de abril de 2013 <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JUAN DE PASTO

ENCUESTA *“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN EN LECTURA Y ESCRITURA EN LA CIUDAD DE PASTO”*

OBJETIVO: Conocer en la comuna 7 de la ciudad de Pasto la demanda potencial de los servicios especializados de un centro de capacitación en lectura y escritura de acuerdo a estándares de calidad y personal altamente calificado.

CUESTIONARIO

Edad: _____ Ocupación: _____ Género: _____

A continuación se le presentará afirmaciones en la cuales se quiere identificar que tan de acuerdo está usted con lo que está escrito. Por favor lea cuidadosamente y en caso de tener alguna duda pregunte al encuestador.

1. La formación en lectura y escritura que ofrecen las instituciones educativas en **BÁSICA PRIMARIA** es **SUFICIENTE** para satisfacer las necesidades de los estudiantes

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| a. Totalmente de acuerdo | d. En desacuerdo |
| b. De acuerdo | e. Totalmente en desacuerdo |
| c. Indiferente | |

2. La formación en procesos lectoescritores de las instituciones educativas en **BACHILLERATO** es **SUFICIENTE** para satisfacer las necesidades de los estudiantes

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Indiferente
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

3. La formación en procesos lectoescritores de las instituciones educativas de **EDUCACIÓN SUPERIOR** es **SUFICIENTE** para satisfacer las necesidades de sus estudiantes

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Indiferente
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

A continuación se presenta un nuevo grupo de preguntas en las cuales usted debe responder **UNA SOLA OPCIÓN** que considere según su criterio, la letra que corresponde a la respuesta que usted escogió debe encerrarla en un **CÍRCULO**.

4. Para entender una pregunta o un texto cualquiera usted lee más de una vez

- a. Si
- b. No

5. Considera que su desempeño en comprensión de lectura y escritura es:

- a. Alto
- b. Medio
- c. Regular
- d. Bajo

6. ¿Recurriría a los servicios de una institución que ofrezca cursos en lectura y escritura?

- a. Si (POR FAVOR CONTINUE CON LA PREGUNTA OCHO)
- b. No (MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN)

7. ¿Cuál de los siguientes niveles le interesaría? (**Puede responder más de una opción**)

- a. Nivel I: 3° y 4° de primaria
- b. Nivel II: 5° y 6° de bachillerato
- c. Nivel III: 7°, 8° y 9° de bachillerato
- d. Nivel IV: 10°, 11° de bachillerato y graduados

8. Nivel V: Profesionales El tiempo **SEMANAL** que le dedicaría al curso que usted tomaría es:

- a. 2 horas
- b. 4 horas
- c. 6 horas
- d. 10 horas
- e. Más de 10 hora

9. ¿En qué jornada preferiría estudiar?

- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche

10. El curso lo realizaría para:

- a. Fines académicos (rendimiento académico, presentar una prueba, examen o valoración)

- b. Utilizar los conocimientos adquiridos en su lugar de trabajo
 - c. Realización (satisfacción) personal
11. Si para un proceso significativo se estima que la duración del curso es de 120 horas, el valor que usted estaría dispuesto a invertir por el curso es:
- a. Entre 0 y 200.000 pesos
 - b. Entre 201.000 y 400.000 pesos
 - c. Entre 401.000 y 600.000 pesos
 - d. Mayor a 600.000 pesos
- e. Le gustaría que los servicios de capacitación se ofrezcan en el barrio:
- a. Maridiaz
 - b. San Andrés / San Ignacio
 - c. La Aurora
 - d. Mijitayo/Tamasagra

“De los diversos instrumentos inventados por el hombre, el más asombroso es el libro; todos los demás son extensiones de su cuerpo... Solo el libro es una extensión de la imaginación y la memoria”

¡MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y VALIOSO TIEMPO!

[illegible]

