

PROYECTO PARA LA CREACION DE INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE FORMACIÓN
PARA EL TRABAJO

ANDRE WILLIAMS GOMEZ

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS

PEREIRA, RISARALDA
AGOSTO DE 2023

PROYECTO PARA LA CREACION DE INSTITUCION EDUCATIVA DE FORMACIÓN
PARA EL TRABAJO

ANDRE WILLIAMS GOMEZ

TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS

CÉSAR AUGUSTO GARCIA MOSQUERA

Magíster en Administración Económica y Financiera.

Docente Líder Especialización en Gerencia de Proyectos UNIMINUTO.

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE PROYECTOS

INVESTIGACION II

PEREIRA, RISARALDA

AGOSTO DE 2023

NOTAS DE ACEPTACION

Firma del jurado

Firma del jurado

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA.

A Dios por brindarme la maravillosa bendición de la vida en primera instancia, por darme la oportunidad de tener un trabajo digno y con ello acceder a la oportunidad de continuar con mi formación profesional y por sobre todo siempre guiar y cuidar mi vida en cada uno de los propósitos personales para continuar siendo una buena persona en la sociedad actual.

A mi madre por ser la mujer que ha guiado mis pasos desde mis inicios, con sus enseñanzas y consejos me ha forjado en ser una persona de valor y en superación lograr ser mejor cada día en el ámbito profesional, y con su confianza y amor ha dado en mí, los valores de vida para lograr todos mis objetivos.

A la universidad corporación universitaria minuto de Dios por el acceso a la formación en sus programas de postgrado y el acompañamiento en los procesos en general para la realización en totalidad de la capacitación.

A el docente magister Cesar Augusto García Mosquera el asesor en todo el proceso de formulación del proyecto, por impartir de manera académica y formativa todo el conocimiento y el acompañamiento para lograr consolidar un proyecto de carácter social con el propósito de generar aportes positivos en la sociedad.

A todos los docentes en general que brindaron el acompañamiento en todo mi proceso de formación, entregando las bases principales del conocimiento para ser un excelente profesional en el área de especialización.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN		12
ABSTRACT		14
INTRODUCCIÓN		15
1. SITUACIÓN DEL PROBLEMA		17
1.1. Antecedentes del problema		17
1.2. Planteamiento del problema		18
1.3. Pregunta del problema.		19
2. OBJETIVOS		19
2.1. Objetivo general:		19
2.2. Objetivos específicos:		19
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO		20
4. MARCO REFERENCIAL		21
4.1. Marco teórico:		21
4.2. Marco conceptual:		22
4.3. Marco legal:		23
4.3.1. Ley 1014 de enero 26 de 2016		23
4.3.2. Ley 905 de agosto 2 de 2014		23
4.4. Marco geográfico:		24
4.4.1. Mapa político de Colombia		24
4.4.2. Mapa político de Risaralda		25
4.4.3. Mapa político de Pereira		26
5. MARCO METODOLÓGICO		28
❖ Director de la institución		31
❖ Coordinador pedagógico		31

5.12.	Nivel de investigación:	35
5.13.	Diseño de investigación:	36
6.1.	Descripción de la institución:	36
6.2.	Conceptos estratégicos:	37
	Misión, visión, valores y principios.	37
6.3.	Situación actual de la institución:.....	38
6.3.1.	Política de compras:.....	38
6.3.2.	Política de ventas:	39
6.4.	Estructura organizacional:	39
6.4.1.	Manual de funciones y responsabilidades:	40
6.4.1.1.	Dirección.	41
	Cargo: DIRECCION	41
	<i>Funciones:</i>	42
6.4.1.2.	Área de pedagogía e innovación.....	42
	Cargo: COORDINADOR PEDAGÓGICO.....	42
	<i>Funciones:</i>	43
6.4.1.3.	Auxiliar administrativo.....	44
	Cargo: AUXILIAR ADMINISTRATIVO	44
	<i>Funciones:</i>	45
6.5.	Contexto interno de la organización:	45
6.6.	Recursos y capacidades de la institución:	46
6.6.1.	Recursos Humanos:.....	46
6.6.2.	Recursos Financieros:	46
6.6.3.	Recursos Materiales:.....	47
6.7.	El sector de la educación en la ciudad:	47

6.8.	Análisis del entorno:	47
6.8.1.	Cinco fuerzas de Porter:	47
6.8.1.1.	Poder de negociación de los clientes:	48
	Hay que tener en cuenta que sin importar el estrato social que sea una persona o ya sea su procedencia, genero, nacionalidad, edad, casi todos los seres humanos son sensibles a un precio que se les ofrezca, aunque no está por demás decir que existen unos más sensibles que otros.	48
7.1.	Estudio de factibilidad financiera y económica:	54
7.2.	Resumen de Operación por periodos:	54

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.....	32
Tabla 2.....	36
Tabla 3.....	39
Tabla 4.....	41
Tabla 5.....	42
Tabla 6.....	44
Tabla 7.....	54
Tabla 8.....	54
Tabla 9.....	55
Tabla 10.....	56
Tabla 11.....	57

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.....	24
Ilustración 2.....	25
Ilustración 3:.....	26
Ilustración 4.....	30

LISTA DE ANEXOS

Anexo 167

GLOSARIO

Factibilidad: disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen en un proyecto, tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta para su realización.

Mercadeo: el proceso de crear, comunicar y entregar valor a los clientes para crear relaciones sólidas a largo plazo.

Financiación: el suministro de fondos para un proyecto.

Productividad: la cantidad de bienes o servicios que se producen en un período de tiempo determinado.

Inteligencia corporal-kinestésica: la capacidad de usar el cuerpo de manera efectiva.

Procedimiento: el conjunto de pasos que se siguen para llevar a cabo una investigación.

Impacto social: el efecto de una acción o decisión en la sociedad.

Tabulación: el proceso de organizar y presentar datos en forma de tablas.

Exploratorio: un tipo de investigación que se centra en la identificación de nuevos temas o problemas de investigación.

IES: las Instituciones de Educación Superior, que incluyen universidades, escuelas técnicas y tecnológicas.

Educación no formal: la educación que se recibe fuera del sistema escolar, generalmente en forma de cursos, seminarios o talleres.

TÍTULO DEL PROYECTO.

Estudio de factibilidad para la creación de una institución de educación para el trabajo con programas de educación de alta demanda laboral, en la ciudad de Pereira en el año de 2023.

RESUMEN.

El proyecto busca generar un estudio de factibilidad para la creación de una institución de educación para el trabajo en la ciudad de Pereira, Colombia, que ofrezca programas de capacitación en mercadeo, impulso y cajeros en el sector comercial y empresarial. El proyecto está motivado por la necesidad de capacitar a la población para estos cargos demandados en la economía actual. Beneficiando a las personas de escasos recursos, mujeres cabezas de hogar y mujeres pospenadas que han superado un proceso de resocialización en la Reclusión de mujeres de Pereira.

El proyecto se desarrollaría en cuatro fases:

- **Investigación de mercado:** Esta fase implicaría identificar las necesidades de capacitación de la población de Pereira, constatando que en la actualidad se hace necesario la participación de una institución capaz de formar a personas en el área comercial, generando impacto comercial y social en el municipio.
- **Desarrollo de programas de capacitación:** Esta fase implicaría desarrollar programas de capacitación comercial que respondan a las necesidades identificadas en la fase de investigación de mercado, que beneficien a la población en general y también a las organizaciones comerciales.
- **Implementación de programas de capacitación:** Esta fase implicaría implementar los programas de educación y capacitar a los participantes, generando conocimiento del beneficio que otorga el desarrollo académico en la institución.

- Evaluación de programas de capacitación: Esta fase implicaría evaluar los programas de capacitación para determinar su eficacia, y promover constantemente la actividad académica y los beneficios para la población en la ciudad de Pereira.

El proyecto se financiaría con una combinación de fondos públicos y privados. Los fondos públicos provendrían del gobierno nacional y local, presentando los beneficios para los pobladores del municipio que tengan interés en el desarrollo de la capacitación y la inclusión laboral con los aportes académicos de la formación. Los fondos privados provendrían de las organizaciones y empresas interesadas en realizar una inversión en materia social de educación para personas con necesidad del acceso a la empleabilidad formal.

El proyecto se espera que tenga un impacto positivo en la economía de Pereira. Apoyando a la generación de empleos, aumentar la productividad y reducir el desempleo en la actualidad. De igual manera también ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas de escasos recursos, pocas oportunidades laborales, mujeres cabezas de hogar y mujeres en situación de cumplimiento en materia de resocialización a penas privativas de la libertad.

PALABRAS CLAVE:

- Educación para el trabajo
- Mercadeo
- Impulso
- Cajeros
- Economía de Pereira
- Impacto positivo
- Empleos
- Productividad
- Desempleo

ABSTRACT

The project aims to conduct a feasibility study for establishing a vocational education institution in Pereira, Colombia. This institution would offer marketing, promotion, and cashier training programs within the commercial and business sectors. The project is motivated by the need to provide training for these demanded positions in the current economy. It aims to benefit individuals with limited resources, single mothers, and women who have undergone a process of reintegration at the Pereira Women's Incarceration Facility.

The project would be carried out in four phases:

1. Market Research: This phase involves identifying the training needs of the Pereira population. There is a current necessity for an institution capable of providing training in the commercial field, generating both commercial and social impact within the municipality.
2. Development of Training Programs: In this phase, training programs tailored to the needs identified in the market research phase would be developed. These programs would benefit the general population as well as commercial organizations.
3. Implementation of Training Programs: This phase entails implementing the education programs and training participants. This process would raise awareness about the benefits of academic development within the institution.
4. Evaluation of Training Programs: This phase involves evaluating the effectiveness of the training programs, consistently promoting academic activities, and highlighting the benefits for the population in the city of Pereira.

The project would be funded through a combination of public and private funds. Public funding would come from the national and local governments, highlighting the benefits for municipal residents interested in training and inclusive employment through academic contributions.

Private funding would come from organizations and companies interested in investing in social education for individuals needing formal employability opportunities.

The project is expected to positively impact Pereira's economy by supporting job creation, increasing productivity, and reducing unemployment. It would also improve the quality of life for individuals with limited resources, limited job opportunities, single mothers, and women reintegrating into society after serving prison sentences.

INTRODUCCIÓN

La sociedad colombiana en materia de educación se viene incrementando a raíz de la alta demanda en los sectores laborales, surge la necesidad de contratar personal capacitado en distintas áreas, y no únicamente en profesiones de pregrado, en técnicos y tecnologías es por igual pero también existe una figura de formación por el cual las personas logran conseguir vincularse en el mundo laboral.

La formación para el trabajo está logrando transformar en muchos aspectos la necesidad de las organizaciones al momento de contar con personas para desempeñar distintos tipos de labores en el mercado, genera que en poco tiempo y con acceso financiero más factible, las personas se capaciten en este tipo de educación y logren acceder a un empleo formal, aporta a la sociedad una calidad y del mismo modo disminuir los altos índices de desempleo y desocupación en Colombia.

La formación para el trabajo permite que las personas de la ciudad de Pereira con escasos recursos que no han logrado acceder a una universidad, puedan tomar como alternativa este tipo de formación y logren desarrollar una labor y comenzar a construir una experiencia importante en las organizaciones, del mismo modo permite que las empresas puedan contar con personas capacitadas en el desempeño de sus labores.

El proyecto busca impulsar como objetivo principal la creación de una institución capaz de formar futuros mercaderistas, impulsores y cajeros, personal capacitado necesario para suplir el talento humano en las cadenas de supermercados y empresas de consumo masivo, primero formando en corto plazo estas personas y segundo llevando personas con impacto social capaces de desarrollar proyectos de vida y con la capacidad necesaria de enfrentar el mundo laboral y transformación de la ciudad, departamento y país en territorios competitivos de trabajo.

Uno de los autores más importantes en el campo de la educación para el trabajo es Howard Gardner. Gardner es un psicólogo estadounidense que ha propuesto la teoría de las inteligencias múltiples. Esta teoría sostiene que existen ocho tipos diferentes de inteligencia: lingüística, lógico-matemática, visual-espacial, musical, corporal-kinestésica, interpersonal, intrapersonal y naturalista. Gardner argumenta que todos los individuos tienen un perfil único de inteligencias, y que la educación debe estar diseñada para aprovechar las fortalezas de cada individuo.

La teoría de las inteligencias múltiples ha tenido un impacto significativo en el campo de la educación para el trabajo. Muchos programas educativos de este tipo ahora están diseñados para incorporar las diferentes inteligencias de los estudiantes. Por ejemplo, un programa de carpintería puede incluir actividades que requieren habilidades lingüísticas, matemáticas, visuales, espaciales, musicales, corporales, interpersonales e intrapersonales.

La educación para el trabajo es un campo importante que está creciendo rápidamente. Gracias a la teoría de las inteligencias múltiples y a otros desarrollos recientes, la educación para el trabajo está ahora más centrada en el estudiante y más personalizada que nunca.

Cita: Gardner, H. (1999). *Inteligencias múltiples: La teoría en la práctica*. Barcelona, España: Paidós.

1. SITUACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema

En la actualidad se presentan en todos los sectores del país múltiples opciones de educación y formación, que desprende la formación, técnica, tecnológica y profesional, con el propósito que la población pueda realizar una formación académica en las distintas ramas de oficios en la sociedad, resaltando las organizaciones tanto públicas como privadas destacando las universidades que son aprobadas por el ministerio de educación nacional (MEN) a través de los requisitos establecidos en los artículos 59 y 60 de la ley 30 de 1992.

En la situación presente a pesar de la existencia de muchas organizaciones educativas en el país, las cuales aportan un sin número de programas de formación en educación e inclusión, existe una parte de la población en Colombia que no tiene como posibilidad el acceso a la educación superior, esto lo refleja en un artículo de la revista cambio publicado el día 10 de septiembre de 2022 en donde resalta que en Colombia tiene cerca de dos millones de personas entre los 17 y los 21 años por fuera de la cobertura de educación superior. Según los datos, en 2021 la matrícula total en educación superior alcanzó los 2'448.271 de estudiantes, lo que sugiere un crecimiento de 3,93%.

Cita: (2022) Revista Cambio: Así está la pirámide de la educación. Bogotá D.C, Colombia

Del mismo modo se tiene previsto que la educación de formación para el trabajo se considera poco viable para la población, para este caso se evidencia la poca existencia de oferta académica que se ofrece por parte las múltiples instituciones de formación, actualmente existe el servicio nacional de aprendizaje SENA, el cual ofrece múltiples cantidades de programas académicos distribuidos en formación técnica y tecnológica, formación complementaria y

cursos asistidos lo que permite la adquisición del conocimiento, más sin embargo los programas de educación para el trabajo los cuales permiten una formación en tiempo más corto para la inclusión laboral, estos programas son reducidos y no se cuentan en todas las instituciones de formación.

Resaltando la misma información para la ciudad de Pereira, para la vigencia 2023 no se cuenta con instituciones de formación de educación para el trabajo en tiempo corto para el impulso de las personas hacia el campo laboral, contando del mismo modo con un acceso económico para las poblaciones vulnerables las cuales por situaciones económicas no cuentan con los recursos suficientes para acceder a una formación técnica, tecnológica o profesional.

1.2.Planteamiento del problema

Para la actualidad en el municipio de Pereira se cuenta con múltiples ofertas académicas para la población en general, que van desde las corporaciones de educación hasta las universidades tanto públicas como privadas, como también el servicio público nacional de aprendizaje SENA con el fin de realizar una formación de educación para el trabajo, más sin embargo se resalta que no se cuenta con ninguna institución que tenga la capacidad de capacitar personas en corto plazo brindando las herramientas suficientes para la labor general de mercadeo y e impulso de los productos de consumo a nivel general.

Por tanto, se hace necesario la creación de una institución de educación de formación para el trabajo, que se dedique principalmente a la capacitación de las personas que se dediquen al mercadeo e impulso de productos de consumo masivo, del mismo modo la capacitación de personas en labores de caja y facturación guiando al personal a laborar en cadenas de consumo masivo y supermercados de la ciudad y del departamento.

En la actualidad existen múltiples empresas en la ciudad que requieren de personal capacitado con conocimientos en técnicas de mercadeo e impulso de productos, y la no existencia de instituciones de formación para el trabajo en la ciudad de Pereira y el departamento de Risaralda hace que el personal sea poco para la labor mencionada, por ello se plantea la creación de una institución de educación de formación para el trabajo en corto plazo para suplir la necesidad de personal de la empresas de consumo masivo y cadenas de restaurantes.

1.3.Pregunta del problema.

¿Cómo realizar el estudio de factibilidad para la creación de una institución de educación de formación para el trabajo, en Pereira en el año 2023?

2. OBJETIVOS

2.1.Objetivo general:

Llevar a cabo la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una institución de educación de formación para el trabajo, en Pereira en el año 2023.

2.2.Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado, para determinar la viabilidad para la creación de un programa de educación para el trabajo, en Pereira en el año 2023.
- Realizar un estudio técnico, para determinar la viabilidad de la creación de un programa de educación para el trabajo, en Pereira en el año 2023.
- Definir la legalidad y normatividad en la cual se enmarca el plan de negocio para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de la creación de un programa de educación para el trabajo, en Pereira en el año 2023.
- Realizar el estudio de viabilidad financiera y económica para la creación de un programa de educación para el trabajo, en Pereira en el año 2023.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El planteamiento del proyecto surge como necesidad en la ciudad de crear una institución de educación para el trabajo que se enfoque en capacitar hombres y mujeres interesados en vincularse en los espacios laborales con empresas de consumo masivo y cadenas de supermercados del departamento, en la actualidad no se cuenta con una institución que forme el personal en 15 días aproximadamente, orientando y dando las herramientas básicas e importantes sobre impulso y mercadeo, generando así un importante número de personas capacitadas para desempeñar el objetivo laboral de la formación.

En la actualidad en la ciudad de Pereira habitan en total 488.839 del cual existe un porcentaje importante de número de mujeres y hombres con la necesidad de realizar estudios que aporten al conocimiento y la vinculación laboral, del mismo modo se resalta que actualmente existen personas en la ciudad de Pereira las cuales no cuentan con experiencia laboral y se encuentran en calidad de desempleo; esto genera que la situación económica se vea afectada en cuanto al nivel de ocupación municipal y los efectos financieros no permitan el avance general de la población.

La creación de una institución de educación de formación para el trabajo contribuirá con el crecimiento de educación en la población la cual no tiene acceso a la educación superior universitaria o educación en calidad SENA, genera impacto económico al vincular personal capacitado a las entidades de consumo y supermercados los cuales contarán con mercaderistas, impulsores y cajeros capacitados que desempeñarán el conocimiento adquirido en las empresas asignadas, beneficiando del mismo modo a las familias que dependen económicamente de las personas formadas a través de los cursos ofertados por medio de la institución de formación para el trabajo.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. Marco teórico:

Existen una serie de teorías que sustentan la educación para el trabajo. Una de las teorías más importantes es la teoría del capital humano. Esta teoría sostiene que la educación y la formación son una forma de inversión en capital humano. La inversión en capital humano puede generar beneficios económicos a los individuos y a la sociedad en su conjunto, otra teoría importante es la teoría de las habilidades. Esta teoría sostiene que las habilidades son un recurso valioso que puede ayudar a las personas a obtener un empleo y a tener éxito en su carrera profesional. La educación para el trabajo puede ayudar a las personas a desarrollar las habilidades que necesitan para tener éxito en el mercado laboral.

En los últimos años, la educación para el trabajo en la ciudad de Pereira, Colombia, ha cobrado un auge significativo. Esto se debe, en parte, a la necesidad de que los ciudadanos tengan las habilidades y competencias necesarias para acceder a un empleo digno. Además, la educación para el trabajo también puede ayudar a reducir la pobreza y la desigualdad.

En la actualidad existen una gran variedad de instituciones de educación para el trabajo en Colombia. Estas instituciones ofrecen una amplia gama de programas, desde cursos de formación básica hasta programas de formación avanzada.

La educación para el trabajo es una herramienta importante para el desarrollo económico y social a nivel mundial. La educación para el trabajo puede ayudar a reducir la pobreza, la desigualdad y el desempleo. Además, la educación para el trabajo puede ayudar a las personas a tener éxito en su carrera profesional y a contribuir al desarrollo de la sociedad en general.

4.2.Marco conceptual:

En este espacio se dará a conocer los conceptos más relevantes en el estudio técnico del proyecto de creación de una institución de educación de formación para el trabajo, será de importancia resaltar cada uno para el conocimiento de la creación de la entidad educativa y con ello afianzar los beneficios para la sociedad en general.

Sector de la educación: en la actualidad Colombia es un país donde se promueve la formación educativa para el alcance de los objetivos personales, existen varias instituciones de formación en cada una de las ciudades, mas sin embargo se busca resaltar la importancia de las instituciones de formación para el trabajo, las cuales aportan un valor importante en la entrega de personas formadas para desempeñar funciones específicas en las organizaciones.

Dentro del sector de la educación se resalta la importancia de las instituciones de formación para el trabajo porque son quienes capacitan directamente en la función a la necesidad de la organización, se brinda el acceso de una manera más directa y el tiempo de formación tiene a ser más corto por tratarse de formar en temas específicos a las personas.

En el sector educativo se destaca que la formación para el trabajo aporta en la sociedad múltiples beneficios, tanto para estudiantes formados como para las organizaciones, aportando personas capacitadas en los temas específicos, creando proyectos de vida personales basados en transformar métodos de trabajo y desarrollo personal.

Viabilidad financiera: las instituciones de formación para el trabajo poseen conceptos a favor, especialmente la facilidad de acceso a las formaciones y el costo beneficio para quienes se forman y logran adquirir los conocimientos para el desarrollo del trabajo.

Ante la demanda laboral que hoy el mercado tiene, se hace importante para las personas el adquirir afianzar los conocimientos, esto con el propósito de crecer de forma profesional,

comenzar con estudios de formación para el trabajo es buen inicio para las personas que desean adquirir experiencia laboral.

Por todo lo mencionado la viabilidad financiera para el proyecto es alta puesto la demanda que hoy el mercado exige a la sociedad, las personas por acceder al trabajo por medio de la organización de manera rápida, logra captar un número importante de personas que desean la formación.

4.3.Marco legal:

4.3.1. Ley 1014 de enero 26 de 2016

De fomento a la cultura del emprendimiento. Algunos artículos que son relevantes en la Ley son:

Promover el Espíritu Emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento así mismo propender por el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas innovadoras, promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes.

4.3.2. Ley 905 de agosto 2 de 2014

“Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”.

4.3.3. Ley 2069 de 2020 ley de emprendimiento

La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región.

4.4. Marco geográfico:

4.4.1. Mapa político de Colombia.

Ilustración 1.

Mapa político de Colombia



Fuente: Imágenes imagui

<http://www.imagui.com/a/mapa-de-la-division-politica-de-colombia-departamentos-y-capitales-iLLrkbLxo>

Descripción: esta imagen contiene el mapa de Colombia en su división departamental.

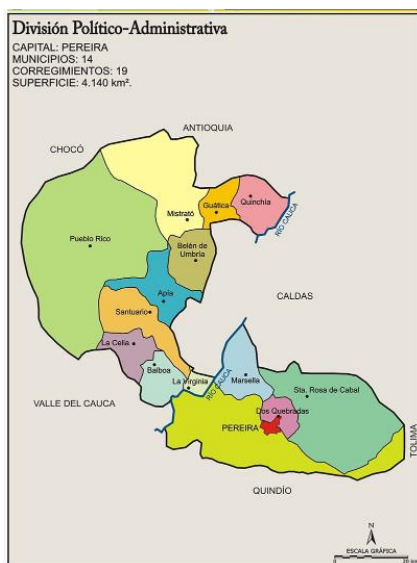
Geografía de Colombia

Colombia (república) (nombre oficial, República de Colombia), república ubicada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Panamá y el mar Caribe, al este con Venezuela y Brasil, al sur con el Perú y Ecuador, y al oeste con el océano Pacífico. Colombia es el único país de América del Sur con costas tanto en el océano Atlántico como en el océano Pacífico. Por sus islas San Andrés, Providencia y Santa Catalina (que pertenecen al departamento de San Andrés y Providencia), y por las aguas que se añaden al territorio continental sobre el mar Caribe, limita además con Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Jamaica, Haití y República Dominicana. (Fotografías Colombia, 2018).

4.4.2. Mapa político de Risaralda.

Ilustración 2.

Mapa político de Risaralda



Fuente: Imágenes toda Colombia

<https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/risaralda/municipios-division-politica.html>

Descripción: División municipal departamento de Risaralda.

Geografía de Risaralda

El Departamento de Risaralda está situado en el centro occidente de la región andina; localizado entre los 05°30'00'' y 04°41'36'' de latitud norte, y entre los 75°23'49'' y 76°18'27'' de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 4.140 km² lo que representa el 0.36 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Antioquia y Caldas, por el Este con Caldas y Tolima, por el Sur con los departamentos de Quindío y Valle del Cauca y por el Oeste con el departamento de Chocó. (Colombiamania, s.f.).

Gentilicio: Risaraldense

Superficie 4.140 km²

Población 839.597 Habitantes (DANE, 2018)

Densidad 229.94 Hab/Km²

Capital Pereira – 409.670 Habitantes (DANE, 2018)

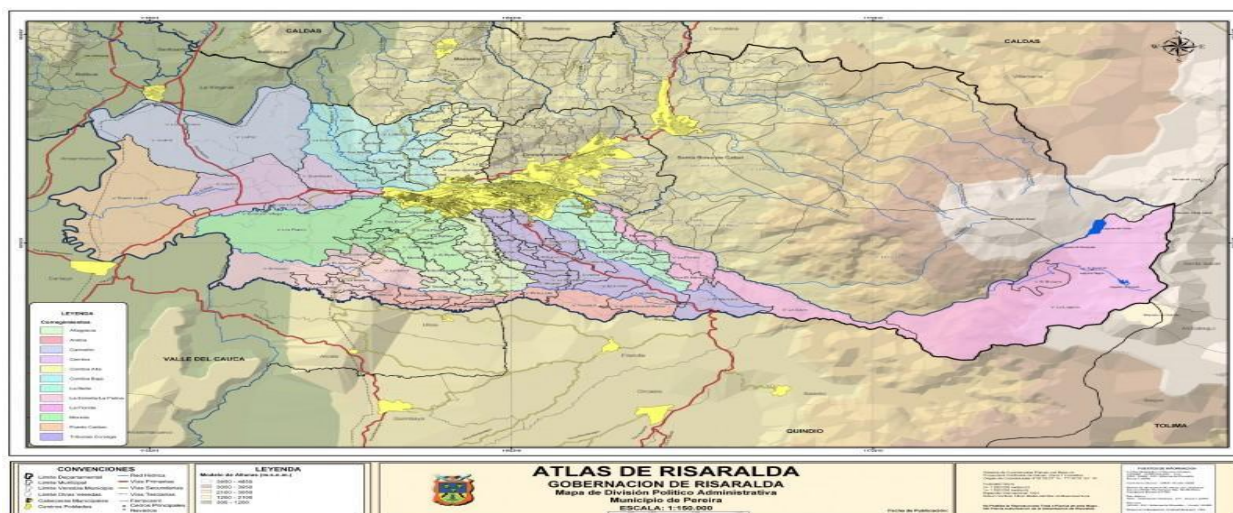
División Administrativa

El departamento de Risaralda está dividido en 14 municipios, 19 corregimientos, 95 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados. (Colombiamania, s.f.)

4.4.3. Mapa político de Pereira.

Ilustración 3:

Mapa político de Pereira



Fuente: Página gobernación de Risaralda.

Descripción: División política de la ciudad de Pereira.

Geografía de Pereira:

El Municipio de Pereira está localizado a 4 grados 49 minutos de latitud norte, 75 grados 42 minutos de longitud y 1.411 metros sobre el nivel del mar; en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera central. Su estratégica localización central dentro de la región cafetera, lo ubica en el panorama económico nacional e internacional, estando unido vialmente con los tres centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios tanto marítimos como aéreos de comunicación internacionales. (Alcaldía de Pereira, s.f.)¹

Límites al Sur, con los municipios de Ulloa (Departamento del Valle), Finlandia y Salento (Departamento del Quindío), al Oriente, con el Departamento del Tolima, con Anzoátegui, Santa Isabel, Ibagué y zona de los nevados, al Occidente, con los municipios de Cartago, Anserma Nuevo (Departamento del Valle), Balboa, La Virginia (Departamento de Risaralda). (Alcaldía de Pereira, s.f.)

¹Alcaldía de Pereira. (s.f.). "Información del municipio" Disponible [En Línea]: <http://www.pereira.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx> Recuperado 26/05/2021

Población: consta de 488.839 personas de las cuales 410.535 se encuentran en el área urbana localizadas en 19 comunas y 78.304 en el área rural en 12 corregimientos. (Alcaldía de Pereira, s.f.

5. MARCO METODOLÓGICO

5.1.Enfoque de investigación

El nivel de la presente investigación es exploratorio, de orden descriptivo con enfoque mixto, ya que, se exponen las características, factores, procedimientos y la magnitud de un suceso ocurrido, y a su vez se analizarán los datos recopilados en el trabajo de campo mediante el instrumento de recolección de datos para su posterior tabulación. Así mismo se determinará la viabilidad económica y financiera del Proyecto.

5.2.Aspectos éticos

La privacidad de la información contenida en esta investigación está consagrada en el derecho a la privacidad, reconocida está en casi todas las culturas, se protegerá la información confidencial de los datos recolectados para llevar acabo toda la investigación. Siendo la parte ética fundamental en la elaboración de este documento.

5.3.Beneficios del proyecto de grado

El proyecto busca lograr generar un impacto de educación en el municipio de Pereira, generando una iniciativa de formación diferente a lo habitual, formando en corto plazo personas capacitadas para afrontar labores de mercadeo y comercio en la economía actual, del mismo modo busca beneficiar a hombres y mujeres con situaciones financieras que no les permite acceder a la educación superior, especialmente a mujeres cabezas de hogar y con situaciones complejas, mujeres pospenadas que pasan de ser privadas de la libertad a la sociedad y ser incluidas al mundo laboral capacitadas para generar un cambio y transformación en sus familias, del mismo modo capacitando jóvenes de la ciudad que gusten del oficio y labor

de mercadeo, que buscan crear proyectos de vida en la formación de sus vidas laborales en organizaciones comerciales.

El proyecto está enfocado en la aceptación por parte de las empresas pertenecientes al sector comercial, mercadeo y cadenas de supermercados que logren enfocar los objetivos de búsqueda de personal capacitado, esto beneficia a las empresas que contarán con valor humano capacitado para el desarrollo de las funciones en un mercado competitivo, por ello las empresas que enfoquen sus objetivos contarán con empleados íntegros y preparados con experiencia puntual en lo que se enfoca desarrollar.

Beneficiar al líder del proyecto y sus colaboradores que aparte de generar un impacto social en el municipio, busca ampliar la oportunidad de educación y de capacitación para las personas con escasos recursos financieros para el acceso en la educación superior, beneficiando familias de los colaboradores del mismo modo ofreciendo espacios de formación del mismo modo para generar impacto familiar y socioemocional para un mejor desempeño del trabajo y el alcance de los objetivos establecidos para la continuidad del proyecto como institución de formación.

5.4.Limitaciones del proyecto de grado

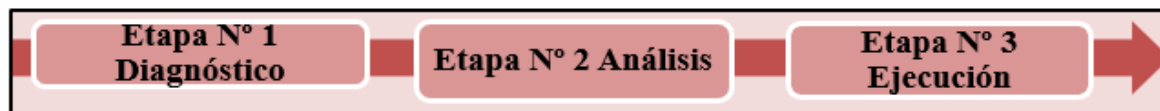
Entre las limitaciones que se encuentran para el desarrollo del proyecto, se encuentran las siguientes:

- Dificultad en el acceso a la información desde la formulación del proyecto.
- Cumplimiento de las leyes que se encuentran en el marco legal.
- Información desactualizada, en las fuentes secundarias utilizadas para este proyecto.
- Aplicación del instrumento de recolección de datos.
- Tiempo y espacio disponible para la realizar las encuestas y entrevistas.
- Cambios constantes en la información recolectada.

5.5.Etapas metodológicas

Ilustración 4.

Etapas Metodológicas.



Fuente:

1. Se realizará el respectivo diagnóstico de la situación actual para así plantear el Plan de Negocio.
2. Se realizará el análisis correspondiente de lo hallado en el diagnóstico con el fin de avanzar hacia la ejecución del proyecto.
3. Punto de factibilidad financiera y económica del proyecto.

5.6.Descripción de la unidad de análisis

La institución de educación de formación para el trabajo estará dedicada a prestar servicios de formación y educación para el desempeño de labor en el área de impulso y comercio en empresas de consumo masivo y cadenas de supermercados, para la prestación de dicho servicio se tendrán en cuenta variables o factores como:

5.6.1. Clientes potenciales/mercado objetivo:

Empresas y personas naturales que requieran de servicios de formación personales y grupales: Formación, capacitación, convenciones y otros eventos de organización de carácter educativo. teniendo en cuenta que se quiere llevar a una población especial y vulnerable que no han podido acceder a la formación de educación superior.

5.6.2. Competencia:

En el Municipio de Pereira existen empresas, supermercados y almacenes de cadena que requieren contar con personas capacitadas en formación de impulso y comercio para la distribución de los diferentes productos de consumo comercializados en la ciudad.

En ese sentido, se cuenta con una gran ventaja frente a la competencia, ya que en la ciudad hasta el momento no se cuenta con una institución de formación ágil y eficaz en el área comercial de carácter privado, mas sin embargo se resalta la participación de educación en formación para el trabajo por parte del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, entidad de educación del estado, encargado de la educación para el trabajo de la población nacional, mas sin embargo se resalta que el total de la población con la necesidad de la formación no pueden acceder por las condiciones de pruebas y requisitos por parte del SENA.

5.6.3. Personal/colaboradores:

La institución de formación para el trabajo contara con los siguientes colaboradores:

- ❖ Director de la institución
- ❖ Coordinador pedagógico
- ❖ Auxiliar administrativo

Adicionalmente, con el personal contratado por labor realizada que para este caso aplicaría

- ❖ Coordinador comercial
- ❖ Contador publico
- ❖ Docente de apoyo

5.7.Las variables:

En el presente proyecto, se comprenden las siguientes variables, las cuales representan los puntos importantes que definen los aspectos de la investigación:

Tabla 1.

Variables

Variables	Descripción	Clasificación
Inversión inicial	Recursos necesarios para el desarrollo del plan de negocios	Nominal
Normatividad	Consecución de los lineamientos normativos	Nominal
Modelo pedagógico	Caracterización del modelo pedagógico a implementar en el curso de mercadeo	Nominal

Fuente: Elaboración Propia

5.8.Población, muestra, proceso y técnicas de muestreo:

El Proyecto creación de institución educativa para el trabajo busca impulsar el desarrollo social en la población actual de los municipios de Pereira y Dosquebradas, dirigido a la población femenina como principal objetivo, mujeres de los municipios que tengan como dificultad el acceso a la educación superior y del mismo modo a las mujeres pospenadas que se reintegran a la sociedad después de culminar un proceso de resocialización en establecimiento carcelario, y del mismo modo dirigido a población masculina y en general sin diferencia de edades que tengan interés en la formación y vinculación laboral pronta.

5.8.1. **Muestra:** Para el presente proyecto se presenta como muestra la necesidad de empleabilidad para las mujeres en el sector comercial, empresas de consumo masivo y cadenas de supermercados, es importante resaltar que en la actualidad en los municipios de Pereira y Dosquebradas no se cuenta con una institución de formación de talento humano que desarrolle las funciones específicas de

impulso mercadeo de productos de consumo y registro y pago de los mismo productos en caja; por tal motivo esto permite que las empresas mencionadas se vean en interés de acoger el personal capacitado por la institución de educación para el trabajo.

Las empresas de consumo masivo y cadenas de supermercados reconocen la importancia de contar con una fuerza laboral diversa y talentosa, y entienden que, al brindar oportunidades de empleo a las mujeres capacitadas por la institución, pueden fortalecer sus equipos y mejorar su competitividad en el mercado.

5.8.2. Técnicas de muestreo: Para el presente proyecto se presenta como muestra la necesidad de empleabilidad para las mujeres en el sector comercial, empresas de consumo masivo y cadenas de supermercados, es importante resaltar que en la actualidad en los municipios de Pereira y Dosquebradas no se cuenta con una institución de formación de talento humano que desarrolle las funciones específicas de impulso mercadeo de productos de consumo y registro y pago de los mismo productos en caja; por tal motivo esto permite que las empresas mencionadas se vean en interés de acoger el personal capacitado por la institución de educación para el trabajo.

Las empresas de consumo masivo y cadenas de supermercados reconocen la importancia de contar con una fuerza laboral diversa y talentosa, y entienden que, al brindar oportunidades de empleo a las mujeres capacitadas por la institución, pueden fortalecer sus equipos y mejorar su competitividad en el mercado.

5.9. Instrumentos de recolección de datos:

Para facilitar el desarrollo de la presente investigación en la fase de diagnóstico se consideran como instrumentos de recolección de la información los siguientes para la recopilación de la información:

- Observación
- Cuestionarios
- Entrevistas

5.9.1. **Observación:** como primer instrumento para la recolección de datos en el presente estudio de investigación se resalta la importancia de verificar la veracidad de la realidad actual y la necesidad que se tiene sobre el municipio de Pereira de una institución de formación para el trabajo en el área de mercadeo e impulso, actualmente no existe en la ciudad una institución de formación para el trabajo con énfasis en impulso y mercadeo, de la misma manera en la comunidad no se tiene presente la importancia de la formación y el adquirir las herramientas de comercio con las que se cuenta en los programas de formación que se ofrezcan por parte de la institución.

5.9.2. **Cuestionarios:** por medio del cuestionario aplicado se tomó la información de la necesidad que existe de incluir la población privada de la libertad en la formación de empleabilidad y del curso de mercadeo e impulso, en el cuestionario se da a conocer la necesidad de la población femenina del municipio de Pereira de recibir dicha formación para ser incluidas en el área laboral y las múltiples organizaciones y empresas que tengan la necesidad por el personal mencionado, a continuación se detallan los resultados de los

cuestionarios realizados a las 30 mujeres que brindaron la información al contestar abiertamente las preguntas del cuestionario.

Datos del cuestionario:

Anexo 1.

Encuesta diagnóstica de caracterización para la institución de formación para el trabajo

Página 56

5.10. Tres técnicas de recolección de datos de información:

- Observación
- Fuentes abiertas
- Monitoreo de redes sociales

5.11. Fuentes de la información:

5.11.1. **Fuente primaria de información:** Recolección mediante el instrumento de recolección de datos. (Ver anexo 1 encuesta). Se diseñó una encuesta en la cual se recolectan datos concernientes a las variables de investigación.

5.11.2. **Fuentes secundarias de información:** Recolección de información en el sector, así mismo, la información proporcionada por parte del mercado del sector productivo, así como las diferentes agremiaciones y entidades relacionadas con los estudios estadísticos en el sector.

5.12. Nivel de investigación:

El nivel de investigación es exploratorio, se da orden descriptivo ya que se exponen las diferentes características, factores, procedimientos y la magnitud de un suceso presentado y a su vez se analizan los datos recolectados mediante el trabajo de campo como instrumento de recolección de datos.

5.13. Diseño de investigación:

En el presente proyecto se trabajarán los siguientes tipos de investigación:

5.13.1. **Investigación documental:** Esta investigación se basa en datos estadísticos presentados por el sector, así mismo, publicaciones relacionadas con la investigación, lo cual se hará un compendio de toda esta información para analizarla y aplicarla a la investigación.

5.13.2. **Investigación de campo:** La investigación de campo se realiza tomando información directamente del nicho del mercado identificado.

6. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

6.1.Descripción de la institución:

Tabla 2.

Descripción institución de Educación Para el Trabajo y Desarrollo Humano

Razón social

Constitución
accionaria:

Empresa de servicios la cual pertenece al sector de la educación para el trabajo, constituida por personas naturales, la cual se dedica al diseño y capacitación de nuevo personal en impulso y mercadeo para las empresas de consumo masivo de la ciudad de Pereira Risaralda en el marco de la Ley 1503 de 2011.

Logo:

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Conceptos estratégicos:

Misión, visión, valores y principios.

- 6.2.1. **Misión:** Capacitar a hombres y mujeres que tengan el deseo y la necesidad de laborar en impulso y mercadeo y facilitar el cumplimiento de la Ley 1503 de 2011 en la ciudad de Pereira, Risaralda, Colombia.
- 6.2.2. **Visión:** Ser una de las empresas de inclusión laboral hacia la mujer en la ciudad de Pereira, Risaralda, Colombia, en el desarrollo y capacitación de la formación para el trabajo para el sector educativo al 2026.
- 6.2.3. **Política de sostenibilidad:** La política de sostenibilidad que practica se relaciona estrechamente con los estudiantes de la ciudad teniendo como idea

principal lograr un equilibrio que permita tener un crecimiento constante ya sea en el ámbito económico, en los conocimientos acerca del medio ambiente, para cumplir con esta política se cuenta con personal capacitado para afrontar las diferentes situaciones en el campo o mercado con el que se relaciona la empresa.

6.2.4. **Valores corporativos:** Se regirá bajo tres pilares de valores corporativos, los cuales son:

Integridad: Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras acciones, manteniendo siempre nuestros compromisos y promoviendo un ambiente de confianza y respeto mutuo.

Compromiso social: Contribuimos al desarrollo de la sociedad ofreciendo oportunidades de formación y empleabilidad a personas de diversas comunidades, promoviendo así una mayor inclusión y equidad.

Responsabilidad: Asumimos la responsabilidad de nuestro impacto en el entorno, tanto social como ambiental, y trabajamos para ser una empresa sostenible y responsable con el medio ambiente.

Diversidad e inclusión: Valoramos la diversidad de nuestras comunidades educativas y promovemos un ambiente inclusivo donde se respeten las diferencias y se celebre la multiculturalidad.

Mejora continua: Buscamos siempre la excelencia a través de la mejora continua en todos los aspectos de nuestra empresa, aprendiendo de nuestros errores y evolucionando constantemente.

6.3.Situación actual de la institución:

6.3.1. Política de compras:

- Ser continuo con el suministro del desarrollo de objetos de aprendizaje de y comercialización de los cursos.

- Sostener un nivel alto en la calidad de los servicios prestados
- Seleccionar de acuerdo a las políticas a los proveedores de tecnología como Software-Hardware y servicios en la nube para la empresa.
- Hacer análisis sobre los precios nuevos que presentan los terceros
- Tener un acuerdo sobre los descuentos y condiciones de pago
- Hacer análisis del comportamiento del dólar para parametrizar cuando se compra los servicios tecnológicos.

6.3.2. Política de ventas:

- Los precios que maneja la empresa en sus cursos son en Moneda Nacional y dólares, los cuales serán sujetos a cambios sin previo aviso.
- Los precios de los cursos en Dólares serán pagados con la moneda nacional sujeto a la Tasa Representativa del Mercado TMR.
- Los clientes de la empresa deberán depositar el dinero en una cuenta bancaria designada por la misma, cuando esto suceda la persona o institución educativa va a recibir una notificación que acredita el recibimiento del dinero.
- Si se vende un curso de contado este anexara el comprobante con la totalidad del monto o dinero de la transferencia por medio electrónico.
- Las facturas que se presenten en dólares americanos, serán liquidadas el mismo día dependiendo de la Tasa Representativa del Mercado TMR.
- A partir del reglamento interno de la empresa, únicamente se aceptará las peticiones, quejas, reclamos o felicitaciones por parte de los clientes a través por escrito
- Sin excepción alguna todos los servicios que se adquieran deben ser facturados.

6.4.Estructura organizacional:

Tabla 3.

Estructura organizacional



Fuente. Elaboración propia.

La estructura organizacional esta propuesta de forma circular, donde el mayor accionista de la empresa es el cliente, el cual ocupa nuestro nivel central de la jerarquía y es nuestro objeto central, dado que todo gira alrededor de éste, por ello, antes de las áreas, a nuestro cliente lo rodea un sistema de gestión de la calidad, el cual establece los procesos necesarios para asegurar que nuestros servicios son conformes con los requisitos del cliente, además, la apropiación e implementación de un buen sistema de gestión de calidad es sin duda, una forma que una empresa se diferencie con respecto a las demás y poseer una ventaja en cuanto a la competencia en un mercado competitivo, demostrando que la gestión de la institución se rige por los estándares de calidad que incorpora la norma.

6.4.1. Manual de funciones y responsabilidades:

La empresa plantea esta estructura organizacional con la intención de designar responsabilidades a cada uno de sus integrantes, los cuales deberán cumplir con sus diferentes funciones en pro del desarrollo de la empresa.

6.4.1.1. Dirección.

Tabla 4.

Manual de funciones de la dirección:

Identificación del cargo	
Nivel: Especialización	Código:2343-F11
Cargo: DIRECCION	Versión: 1
Dependencia: Dirección	Fecha: Julio 2023
Superior Inmediato: Junta de accionistas	Página: 1
<p>Objetivo del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar estrategias, planes y proyectos que permitan el fortalecimiento y generación de valor de la empresa. 	
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profesional de la Educación o áreas administrativas, con posgrado, amplia experiencia y conocimiento en Dirección de departamentos y proyectos educativos con uso de TIC, con conocimiento específico del sistema de gestión de la calidad y gestión financiera. - Competencias especiales <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en gestión de proyectos y gestión financiera. • Habilidades para la comunicación correcta de forma escrita y verbal; • Iniciativa y creatividad; • Excelente manejo de la etiqueta y del protocolo empresarial; • Habilidades para liderar y trabajar en equipo; 	

- Actitudes de responsabilidad, compañerismo, colaboración, servicio, prudencia, tolerancia, adaptación al cambio, flexibilidad, aprendizaje, comunicación asertiva, compromiso con la empresa y áreas a su cargo.

Funciones:

- Ejercer un control o vigilancia en los sistemas de crédito e inversión.
- Definir y hacer seguimiento al plan de producción de ambientes virtuales y recursos educativos
- Identificar necesidades de diseño de ambientes virtuales y recursos educativos.
- Velar por la calidad en el servicio y producto.
- Promover la investigación e innovación
- Promover en su equipo relaciones profesionales e interdisciplinarias basadas en el respeto, la tolerancia, la productividad, creatividad e innovación
- Guardar estricta reserva sobre documentos e información confidencial;
- Responder por la óptima utilización y racionalización de los recursos.
- Cumplir las demás funciones asignadas por el Jefe inmediato que sean afines con la naturaleza del cargo.

Fuente: Elaboración propia

6.4.1.2. Área de pedagogía e innovación.

Tabla 5.

Manual de funciones del área de pedagogía e innovación

Identificación del cargo	
Nivel: Profesional	Código:2343-F11
Cargo: COORDINADOR PEDAGÓGICO	Versión: 1
Dependencia: Dirección	Fecha: Julio 2023

Superior Inmediato: Director	Página: 1
<p>Objetivo del cargo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar y coordinar las actividades de su área, promoviendo el buen desempeño y los resultados de su equipo de trabajo en la ejecución de planes, proyectos y estrategias propuestas por la dirección. 	
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero o Profesional de la educación con amplia experiencia y conocimiento en el diseño instruccional de ambientes virtuales de aprendizaje y producción de recursos educativos. - Competencias especiales <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades para la comunicación correcta de forma escrita y verbal; • Habilidades para proponer el diseño y desarrollo de ambientes virtuales de aprendizaje innovadores. • Iniciativa y creatividad; • Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas; • Actitudes de responsabilidad, compañerismo, colaboración, servicio, prudencia, tolerancia, adaptación al cambio, flexibilidad, aprendizaje, comunicación asertiva, compromiso con la empresa y con el área. 	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir los lineamientos Pedagógicos, procesos y procedimientos para la producción y/o evaluación de ambientes virtuales y recursos educativos propios o adquiridos; 	

- Diseñar conjuntamente con el diseñador instruccional y los expertos en contenido, el diseño tecno-pedagógico de los ambientes virtuales con base en la metodología definida y al modelo educativo;
- Realizar seguimiento y acompañamiento a estudiantes y docentes.
- Participar en el comité de evaluación de Ambientes Virtuales y Recursos educativos;
- Responder por la óptima utilización y racionalización de los recursos asignados al área.
- Cumplir con las demás funciones asignadas por el Jefe inmediato que sean afines con la naturaleza del cargo.

Fuente: Elaboración propia

6.4.1.3. Auxiliar administrativo.

Tabla 6

Manual de funciones del auxiliar administrativo

Identificación del cargo	
Nivel: Técnico	Código:2343-F11
Cargo: AUXILIAR ADMINISTRATIVO	Versión: 1
Dependencia: Dirección	Fecha: Julio 2023
Superior Inmediato: Director	Página: 1
Objetivo del cargo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar actividades de apoyo administrativo en la empresa. 	
Requisitos:	
Técnico en administración, con conocimientos específicos en ofimática, archivística y comunicación a través de las TIC.	
- Competencias especiales	

- Habilidades para la comunicación correcta de forma escrita y verbal;
- Habilidades en relaciones humanas y relaciones públicas;
- Actitudes de responsabilidad, compañerismo, colaboración, servicio, prudencia, tolerancia, adaptación al cambio, flexibilidad, aprendizaje, comunicación asertiva, compromiso con la empresa y con el área.

Funciones:

- Realizar informes, cuentas de cobro, ordenes de servicio, cotizaciones, pagos.
- Realizar actividades de apoyo a la empresa en el desarrollo de los procesos administrativos y de operación comercial como: elaboración y gestión de solicitudes y documentos, llamadas, programación de agendas, entre otras.
- Cumplir con las demás funciones asignadas por el Jefe inmediato que sean afines con la naturaleza del cargo.

Fuente: Elaboración propia

6.5.Contexto interno de la organización:

La empresa se desenvuelve en el sector de la educación, como una de las mejores en el desarrollo y comercialización de un curso enfocado en el modelo de aprendizaje de impulso y mercadeo en la ciudad de Pereira/Risaralda, se cuenta con herramientas tecnológicas de última generación y talento humano profesional, de ésta manera se garantiza que los productos a desarrollar y posteriormente a comercializar sean de óptima calidad, accesibilidad, navegabilidad y usabilidad; se busca mejorar continuamente la experiencia de las empresas comerciales con nuestros recursos educativos que tienen una intencionalidad educativa, puesto que se cuenta con la necesidad de recurrir a la enseñanza y facilitar el logro de los objetivos de aprendizaje propuestos en cada uno de los módulos o ejes temáticos para el área de impulso y comercio.

La empresa tiene como uno de sus principios la capacitación o el desarrollo del personal, puesto que no basta con adquirir tecnología y herramientas de punta, pero estas quedan obsoletas si no se cuenta con el recurso humano preparado para su manejo, por lo anterior, se está continuamente informados sobre los avances en tecnología para la educación y de las demás herramientas que potencien la optimización de los recursos, la sistematización del tiempo, la apertura a nuevos mercados, a generar comunicación asertiva y relaciones estables con nuestros Stake Folders fundamentales para la marcha de la empresa, como son nuestros colaboradores, proveedores, accionistas y clientes, siendo para la empresa ésta una ventaja comparativa y competitiva para el mercado de oferta de cursos mediados por la necesidad actual del mercado.

Para la institución es muy importante que el contenido, diseño y desarrollo del curso cumplan en su totalidad con las expectativas y necesidades de formación de nuestros clientes y usuarios de la plataforma, por lo anterior, toma gran relevancia el grupo de Investigación + Desarrollo + innovación (I+D+i) que está en la búsqueda nuevos conocimientos científicos y tecnológicos por medio de la investigación que luego serán implementados de forma sistemática por la empresa para el desarrollo de nuevas tecnologías, conocimientos o metodologías aplicadas que generen valor y exclusividad de nuestros productos y servicios innovadores ofertados en el mercado local.

6.6. Recursos y capacidades de la institución:

6.6.1. Recursos Humanos:

Cuatro perfiles de profesionales de la Educación o áreas administrativas y un perfil técnico para auxiliar administrativo.

6.6.2. Recursos Financieros:

Aporte económico que se crea gracias a las entidades públicas del estado, como también de las organizaciones privadas interesadas en inversión en materia de educación.

6.6.3. Recursos Materiales:

Oficina con ubicación estratégica donde se efectúa la venta de los servicios y la atención al cliente.

6.7.El sector de la educación en la ciudad:

De acuerdo al informe para la vigencia 2019 “Pereira cómo vamos”² el sistema educativo colombiano lo conforma la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados, la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller) y la educación superior.

En los últimos cuatro años, el total de sedes educativas en Pereira creció en 7% a 2018, de las 322 sedes y establecimientos educativos disponibles, 178 pertenecen a la parte oficial (55%) y 144 a la no oficial (45%), de igual manera del 100% de los alumnos matriculado para éste periodo el 80% se matriculo en colegios oficiales, mientras que el 20% de matriculó en colegios no oficiales y como dato alentador durante los periodos 2015 al 2018 el nivel de deserción escolar en los niveles básica, secundaria experimentó un descenso del 4,8%.

6.8.Análisis del entorno:

A continuación, se realiza el análisis del entorno de la empresa.

6.8.1. Cinco fuerzas de Porter:

A continuación, se realiza el análisis de las 5 fuerzas de Porter aplicadas en el diagnóstico de la empresa.

²pereiracomovamos.org (s.f.). “*informe calidad de vida*” Disponible [En Línea]:

<http://www.pereiracomovamos.org/es/informes-de-calidad-de-vida>. Recuperado

6.8.1.1.Poder de negociación de los clientes:

Hay que tener en cuenta que sin importar el estrato social que sea una persona o ya sea su procedencia, genero, nacionalidad, edad, casi todos los seres humanos son sensibles a un precio que se les ofrezca, aunque no está por demás decir que existen unos más sensibles que otros.

Entre las principales variables que se encuentran y que además influyen en el poder de negociación ya sea con clientes de carácter nacional e internacional son:

6.8.1.2.Concentración de clientes potenciales: Se puede hacer referencia a esta variable con un sencillo ejemplo el cual establece que si en una ciudad existen muchas empresas comerciales potenciales que quieran acceder al curso de formación para el trabajo en sus colaboradores, pero existen pocas instituciones de formación para el trabajo que ofrezcan un curso en un ambiente para el impulso y mercadeo con contenidos de formación o capacitación, se podría decir que en este caso el poder de negociación lo tienen las empresas de formación para el trabajo, pero si se presenta otro caso en el cual existen pocos clientes potenciales y muchas empresas de formación para el trabajo se puede entender que el poder de negociación lo tienen los clientes.

6.8.1.3.Volumen de matrículas: Si existe una gran cantidad de personas que quieren capacitarse en el curso de formación para el trabajo, se puede decir que tienen el poder de negociación ya que pueden conseguir el curso fácilmente a diferentes precios por la cantidad de instituciones que ofrezcan el mismo curso, pero si fuera el caso contrario y solo una cantidad pequeña de personas quieren adquirir el curso, se puede señalar que el poder de negociación lo tienen las instituciones de formación a través del curso comercial y la metodología corta

de formación, lo que deduce que aquellas personas no obtendrán un precio bajo o descuento por el mismo.

6.8.1.4.Diferenciación del curso y/o servicio: Esta variable hace referencia a una diferenciación en la prestación de un servicio o la creación de un curso esto con respecto a un servicio que preste la competencia, lo cual generara un mayor poder de negociación de la institución con relación al cliente, pero si el servicio se diferencia poco del que presta la competencia, el cliente es quien estará adquiriendo poder de negociación.

6.8.1.5.Información acerca de los proveedores: En esta variable se explica que si el cliente tiene una relación directa con algún proveedor de cursos bajo modalidad implementada por la institución que cierta empresa ofrezca, este tendrá un mayor poder de negociación, en cambio entre menos información tenga el cliente sobre los proveedores que le prestan el servicio, el cliente tendrá menor poder de negociación.

6.8.1.6.Identificación de la marca: Si la marca de la institución tiene prestigio, mayor poder de negociación tendrá, pero si la marca de la institución no está bien posicionada en el mercado de la educación, mayor poder de negociación se le generará al cliente.

6.9.Poder de negociación con los proveedores:

Las instituciones de desarrollo cursos comerciales que pretenden ofertar contenidos de formación de impulso y mercadeo para el sector de la educación, son instituciones con carácter de tercerización o que contratan a otras firmas o entidades para que les presten un servicio, por lo tanto estas no tienen control absoluto sobre la cadena de valor de disponibilidad, carácter económico, acceso y a las vulnerabilidades que se puedan presentar en el marco comercial de

la información, ya que estas dependen de la calidad del servicio que se brinde; los objetos de aprendizaje, los recursos y contenidos educativos digitales, se debe aclarar que entre menos proveedores existan en un mercado, mayor será su capacidad a la hora de negociar, ya que, dependiendo el déficit en la oferta de insumos, estos pueden fácilmente aumentar sus precios.

Las variables más significativas de esta fuerza son las siguientes:

- 6.9.1. **Número de proveedores existentes en el mercado:** En esta variación se entiende por la cantidad de instituciones de formación que existen, a partir de esto se puede decir que el poder lo tienen las instituciones de desarrollo de cursos comerciales para la educación, o si sucede un caso distinto que en determinado sitio existen muy pocas instituciones de formación que quieren adquirir el servicio de educación, el poder lo tendrían los proveedores los cuales podrán manejar los precios del mercado a su favor.
- 6.9.2. **Calidad de los bienes y servicios de los proveedores:** Hace referencia a los servicios de apoyo en la educación que prestan las instituciones de formación de educación para el trabajo, si la calidad de los mismo es mayor al de otros entonces el poder de negociación lo estaría adquiriendo la institución, pero si el caso es el contrario y la calidad del bien o servicio es menor al que prestan otras instituciones, el poder de negociación estaría a favor de la institución.
- 6.9.3. **Volumen de compra:** Si la cantidad o volumen de adquisición de servicios de educación que hace la institución, es de gusto para una institución, el poder de negociación lo tendría la institución, en cambio si el volumen de adquisición realizado no es de gusto para los proveedores, el poder de negociación lo estaría adquiriendo este mismo quien provee.
- 6.9.4. **Frecuencia de compra:** En esta variación hace referencia que si la frecuencia de compra del curso es mensual. El poder de negociación lo estaría

adquiriendo la institución, pero siendo lo contrario y la frecuencia de compra no es muy constante, el poder de negociación pasaría a manos de quien tiene la necesidad.

6.10. Acuerdos y alianzas estratégicas:

Para ser de los mejores en el desarrollo y comercialización de cursos de impulso y mercadeo, se debe tratar de adquirir aliados estratégicos para ser más competitivos y esto con un fin de generar beneficios para la institución de formación para el trabajo.

6.11. Amenaza de nuevos oferentes o nuevos entrantes al sector:

Para hacer referencia a los nuevos oferentes, se debe tener en cuenta que Colombia es uno de los países en Latinoamérica que se destaca por ser emprendedor y esto crea una amenaza, ya que muchos de estos quieren ingresar al sector de la educación no formal para el trabajo, debido a que no exigen muchos requisitos, algunas de estas se presentarían dentro del mercado de la educación no formal.

6.12. Capacidad de Inversión:

Para hablar de la capacidad de inversión en el sector, se debe tener en cuenta que es muy difícil para una empresa o institución que oferte cursos comerciales controlar la cadena valor del sector de la educación no formal, porque se necesitaría una gran inversión frente al posicionamiento en el mercado, sin embargo, para ingresar al sector de la educación no formal, no se necesita de una gran inversión ya que otras empresas pueden prestar todos estos servicios por medio de la tercerización.

6.13. Producción economías de escala:

Si existe el incremento en la cantidad de personas que tienes la necesidad de adquirir el curso en un tiempo determinado, el costo del curso disminuiría por el volumen de comercialización, esto sería un inconveniente para las personas que quieren entrar nuevos al sector, ya que su costo sería mayor, que por consiguiente no le permitiría tener un precio competitivo dentro

del mercado y esto por no tener gran volumen de personas interesadas adquiriendo el servicio de formación.

6.14. Experiencia en el sector de la educación no formal:

Con el tiempo se ha adquirido experiencia acumulada, lo cual aparte de conocer metodológicamente la construcción y propuesta de cursos comerciales de aprendizaje, ha permitido crear una red de contactos con empresas y personas naturales y jurídicas expertas en educación de formación para el trabajo y el desarrollo humano.

6.15. Diferenciación de los productos (cursos):

La institución tiene como prioridad enfocarse en las personas que desean adquirir una formación, lograr una fidelidad y posicionamiento de la marca, esto se logra mediante la flexibilidad de nuestro portafolio puesto que se adapta a las necesidades de las personas frente a los temas de formación o capacitación, por lo tanto, dificulta el ingreso a Universidades o Instituciones que ya tienen los contenidos de sus cursos predeterminados.

6.16. Acceso a canales de comercialización:

La institución se caracteriza por presentar estrategias o alianzas con diferentes canales que le ayudan en su comercialización esto a nivel local.

6.17. Posicionamiento de la marca:

La institución tiene como objetivo la implementación de estrategias que permitan posicionar la marca en la mente de las personas a partir de su compromiso, credibilidad, seriedad y fiabilidad.

6.18. Barreras gubernamentales:

El sector de la educación impone unas barreras o requerimientos por medio de las entidades encargadas los cuales cumple de manera rigurosa la institución.

6.19. Represalias de las empresas que ya están en el mercado de la educación no formal:

Son estrategias que se crean con el fin de impedir el ingreso al mercado de nuevas instituciones, estas tácticas son utilizadas por instituciones que ya existen en el mercado, con el fin no dejarle nada fácil al competidor, esto se puede hacer por medio de campañas de publicidad altamente agresivas para el bolsillo de las instituciones nuevas, esto lo logran bajando el precio de venta de tal modo que la nueva institución se declare quiebra y termine por salir del mercado.

6.20. Análisis del sector de la educación no formal en Pereira Risaralda.

El sector de la educación es muy dinámico y competitivo, de acuerdo por observación directa en la ciudad de Pereira se encuentran 17 universidades y 26 institutos que ofrecen educación no formal. Una mirada puntual a la evolución de la matrícula bajo la modalidad virtual, revela que el SENA viene consolidándose como la institución con la mayor participación de la matrícula bajo esta modalidad participando en el mercado con un 67,3% en el 2017, No obstante, el crecimiento de la matrícula del SENA entre 2016 y 2017 frente al crecimiento moderado de la Universidad Nacional con un 19,4% y el descenso de la participación de la Universidad Tecnológica quedando con el 13,3% del mercado, ocasionó que en 2017 más de las dos terceras partes de la matrícula virtual se concentrara en el SENA, una institución con vocación de formación técnica laboral. Esto indica, que las IES con carácter de universidad de la ciudad, se encuentran bastantes rezagadas en este tipo de oferta, de acuerdo a los datos reportados en el Estudio de Educación Superior en Pereira desarrollado por el Centro de Estudios e Investigaciones Socioeconómicas de la Cámara de Comercio de Pereira y la Red Universitaria del Risaralda, de febrero de 2019.

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estudio de factibilidad financiera y económica:

Tabla 7

Presentación de operación del proyecto.

PRESENTACIÓN GENERAL DE OPERACIÓN DEL PROYECTO			
COSTOS POR PERIODO DEL PROYECTO	\$	16.161.459	
INGRESOS POR PERIODO DEL PROYECTO	\$	55.000.000	UTILIDAD BRUTA EN PORCENTAJE
UTILIDAD BRUTA POR PERIODO	\$	38.838.541	% 70,6
COSTOS PRE OPERATIVOS DEL PROYECTO	\$	59.733.500	

Fuente: Elaboración propia

Se presenta la información correspondiente a la operación general del proyecto, en el cual se calcula una utilidad bruta generada del **70,6%**. Es importante precisar que esta utilidad, no es determinante para determinar la viabilidad financiera y económica del proyecto. Para este es necesario complementar el estudio con las respectivas proyecciones de los estados financieros y calcular la rentabilidad de la inversión propuesta.

7.2. Resumen de Operación por periodos:

Tabla 8

Resumen de Operación por Periodo.

RESUMEN DE OPERACIÓN POR PERIODOS					
COSTOS DEL PROYECTO	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
OPERACIÓN POR PERIODO	\$ 16.161.459	\$ 18.136.389	\$ 20.111.320	\$ 22.086.250	\$ 24.061.180
INGRESOS POR PERIODO	\$ 55.000.000	\$ 55.000.000	\$ 55.000.000	\$ 55.000.000	\$ 55.000.000
UTILIDAD OPERATIVA DEL PERIODO	\$ 38.838.541,00	\$ 36.863.610,71	\$ 34.888.680,42	\$ 32.913.750,13	\$ 30.938.819,84
IMPUESTOS 35%	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00
UTILIDAD NETA SIN GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 19.588.541,00	\$ 17.613.610,71	\$ 15.638.680,42	\$ 13.663.750,13	\$ 11.688.819,84

Fuente: Elaboración propia

Para empezar el estudio de factibilidad financiera y económica de la opción de grado, se tienen en cuenta términos como; costos por periodo, ingresos por periodo, utilidad bruta, gastos de administración y ventas, utilidad operativa, impuestos del 35% y una utilidad neta, para comprender las cifras anteriores se debe hacer referencia en que los costos de operación del proyecto, en la presente proyección aumentaron por periodo, teniendo como referencia la inflación actual en el país, así mismo, factores del macro entorno, relacionados en los análisis anteriores estudios en el presente proyecto, para este sector específico. Los ingresos se proyectan con valores estacionarios, sin influencias adicionales, con el fin de determinar un estudio de factibilidad más crítico, de cara a establecer análisis más cercano a la realidad, lo anterior, con la intención de exigir de gran forma al modelo financiero implementado en la evaluación financiera del Proyecto.

7.3.Estado de Resultados:

Tabla 9

Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
ITEM	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
(+)INGRESOS	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00
(-) COSTOS TOTALES	\$ 16.161.459,00	\$ 18.136.389,29	\$ 20.111.319,58	\$ 22.086.249,87	\$ 24.061.180,16
(=) UTILIDAD OPERATIVA	\$ 38.838.541,00	\$ 36.863.610,71	\$ 34.888.680,42	\$ 32.913.750,13	\$ 30.938.819,84
(-) IMPUESTOS 35 %	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 808.072,95	\$ 906.819,46	\$ 1.005.565,98	\$ 1.104.312,49	\$ 1.203.059,01
(=) UTILIDAD NETA	\$ 18.780.468,05	\$ 16.706.791,25	\$ 14.633.114,44	\$ 12.559.437,64	\$ 10.485.760,83

Fuente: Elaboración propia

En el estudio de factibilidad financiero se tiene el presente estado de resultados con la intención de hacer el ejercicio y conocer si el proyecto obtendrá ganancias o pérdidas en un periodo determinado de 5 periodos, teniendo en cuenta diferentes cifras como ingresos, gastos, entre otras, como se puede observar, la utilidad neta presenta una proyección muy interesante, la cual, se encuentra en aumento en cada uno de los periodos. Sin embargo, en los últimos periodos, se presenta una baja importante en la utilidad, esto se presenta, porque los costos se proyectan con aumentos afectados por factores macro, mientras que los ingresos se mantienen, en un estudio de factibilidad más crítico. Esto indica, la necesidad técnica, de mantener un ingreso constante en los ingresos, con el fin de que el proyecto sea viable en el tiempo para quienes lo venden y ejecutan.

Es importante precisar, que el estado de resultados presenta las utilidades netas de la operación, sin embargo, aún no se puede asegurar un porcentaje específico de rentabilidad, para ello, se deben conocer otros estados financieros complementarios para su respectivo cálculo, los cuales se presentan a continuación.

7.4.Flujo de Caja:

Tabla 10

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
INGRESOS	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
INGRESOS DIRECTOS	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00
TOTAL INGRESOS	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00	\$ 55.000.000,00
EGRESOS					
IMPUESTOS PAGADOS	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00	\$ 19.250.000,00
OPERACIÓN MENSUAL	\$ 16.161.459,00	\$ 18.136.389,29	\$ 20.111.319,58	\$ 22.086.249,87	\$ 24.061.180,16
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 808.072,95	\$ 906.819,46	\$ 1.005.565,98	\$ 1.104.312,49	\$ 1.203.059,01
TOTAL EGRESOS	\$ 36.219.531,95	\$ 38.293.208,75	\$ 40.366.885,56	\$ 42.440.562,36	\$ 44.514.239,17
SUPERAVIT / DEFICIT	\$ 18.780.468,05	\$ 16.706.791,25	\$ 14.633.114,44	\$ 12.559.437,64	\$ 10.485.760,83
SALDO INICIAL EN CAJA	0	\$ 18.780.468,05	\$ 35.487.259,30	\$ 50.120.373,74	\$ 62.679.811,37
SALDO FINAL	\$ 18.780.468,05	\$ 35.487.259,30	\$ 50.120.373,74	\$ 62.679.811,37	\$ 73.165.572,21

Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja es esencial para determinar la factibilidad financiera en los proyectos, ya que a partir de los informes arrojados por el mismo, se da a conocer la liquidez que presenta la unidad de negocio, en la representación del flujo de efectivo se pueden ver los ingresos, egresos que se presentan en detalle, en 5 periodos y se puede observar que se tienen unos saldos finales positivos, lo cual indica que en estas condiciones específicas, este proyecto presentaría una buena salud en el flujo de efectivo, el cual, se destina generalmente para cubrir las obligaciones a corto plazo generalmente. Teniendo en cuenta que las proyecciones realizadas en el presente estudio, se toman como factibles siempre y cuando los flujos generados no se retiren del proyecto.

7.5. Estudio de factibilidad:

Tabla 11

Estudio de Factibilidad Financiera:

EVALUACIÓN FINANCIERA		
PERIODO	FLUJOS DE EFECTIVO	TIO
0	\$ (59.733.500)	
1	\$ 18.780.468,05	3,00%
2	\$ 16.706.791,25	
3	\$ 14.633.114,44	
4	\$ 12.559.437,64	
5	\$ 10.485.760,83	

VP	\$ (59.733.500)
VF	73.165.572,21
TIR	22%

R C B	VP INGRESOS CON BASE EN TIO	\$ 67.576.596,92
	VP EGRESOS (INV)	\$ (59.733.500)
	R C B	1,131301479

En el presente estudio de factibilidad financiera, el valor presente neto con base en TIO para el cálculo del RCB tiene un resultado positivo, lo que indica que el proyecto, siguiendo y manteniendo las condiciones presentadas, podrá producir efectivo en su desarrollo normal.

Se calcula la TIR para el proyecto, en este caso es del **22%**, esta es mayor a la tasa de referencia actual del 10%. Así mismo, se determina que la TIR calculada es confiable, ya que se encuentra en una proporción real para efectos de comparación y evaluación.

En cuanto a la Relación Costo Beneficio, se presenta un RCB de **1,31**, este valor es bastante alto, precisamente, porque se tiene en cuenta una proyección de ingresos constantes, y no se plantean pérdidas en los ingresos en los periodos de evaluación.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede definir que el proyecto, representa un proyecto de negocio viable, teniendo muy presente que, manteniendo las condiciones anteriormente

descritas, esta unidad de negocio arrojará una TIR del 22%. Representando beneficios y rentabilidad para los inversionistas, así mismo, es importante aclarar, que, para mantener dicha proyección financiera, es importante que los flujos generados en cada periodo se mantengan dentro del proyecto, lo cual representa un escenario normal para los proyectos de emprendimiento en su fase inicial.

En este caso, el proyecto requiere una inversión inicial muy grande, es por esto que para que el proyecto sea viable financieramente, se requiere obtener unos ingresos por periodo, altos y constantes. Esto quiere decir, según la evaluación, que es un proyecto, que puede resultar volátil en su ejecución.

Conclusiones

- Se determina a partir del desarrollo del estudio de factibilidad, que los resultados obtenidos por la evaluación financiera del proyecto, es viable en el campo técnico, económico y financiero.
- El estudio de mercadeo determina que es posible que el proyecto, pueda posicionarse en el sector a partir de los clientes potenciales que se logren obtener en un periodo de tiempo determinado.
- Es claro que la desde el punto de vista del estudio técnico; es factible la creación del proyecto, ya que técnicamente se puede obtener un buen funcionamiento y operatividad, que aprovecha las oportunidades que se presenta la ciudad de Pereira Risaralda.

- Además, es factible la creación del proyecto, partiendo del estudio financiero ya que se tiene un Valor Presente Neto (VPN) positivo y por consiguiente también de obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) mayor que la tasa de referencia del mercado.

Recomendaciones

- Se recomienda ejecutar el proyecto, siempre y cuando se mantengan las condiciones de proyección planteadas en el estudio financiero, es decir, que no se retiren los flujos de efectivo del proyecto.

- Al momento de crear una unidad de negocio, es recomendable y fundamental plantear un plan de negocio previo, puesto que en éste se describen las actividades y planeación del proyecto, para su funcionamiento, así como todos los aspectos relacionados con el negocio, los objetivos corporativos, el análisis financiero, la inversión, proyección de ventas y ganancias que se esperan obtener y la propuesta de estrategias para llevar por buen camino el proceso productivo.

REFERENCIAS

- Abbate, P. (29 de Septiembre de 2015). *¿ por qué los emprendedores son importantes para la economía de un país?* Obtenido de ¿ por qué los emprendedores son importantes para la economía de un país?: <https://mastermarketingla.com/por-que-los-emprendedores-son-importantes-para-la-economia/>
- Alcaldía de Cartago. (02 de 05 de 2018). *Alcaldía de Cartago*. Recuperado el 02 de 05 de 2019, de www.cartago.gov.co: www.cartago.gov.co
- Alcaldía de Pereira. (26 de Abril de 2016). *Plan de desarrollo municipal*. Obtenido de Plan de desarrollo municipal:
<http://www.pereira.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/Plan%20de%20Desarrollo%202016-2019.pdf>
- Alcaldía Pereira . (04 de 10 de 2017). *Alcaldía de Pereira* . Obtenido de <http://www.pereira.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/PEREIRA,-LA-CIUDAD-DONDE-ES-M%C3%81S-F%C3%81CIL-ABRIR-UNA-EMPRESA-EN-COLOMBIA-.aspx>
- Área Metropolitana Centro Occidente. (2017). *Área Metropolitana Centro Occidente*. Recuperado el 01 de 02 de 2019, de <http://amco.gov.co>: <http://amco.gov.co/1521-plan-integral-de-movilidad-metropolitano.html>
- Baena, E., Sanchez, J. J., & Montoya, O. (2003). El entorno Empresarial y La Teoría de las Cinco Fuerzas Competitivas. *Scientia et Technica*, 61 a 66.

Biblioteca virtual . (S.F.). *viabilidad financiera* . Obtenido de viabilidad financiera:

<http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/rab/7.5.htm>

Boletín Técnico Educación Formal. (S/D de S/D de 2018). *Departamento Nacional de*

Estadísticas. Obtenido de dane.gov.co:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/educacion/bol_EDUC_18.pdf

Bustos, & Coll. (2010). LOS ENTORNOS VIRTUALES COMO ESPACIOS DE

ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*,
163-184.

cabrejo, F. y. (2018). *Plan de negocios para la agencia de viajes online"colombian routes"*.

Obtenido de Plan de negocios para la agencia de viajes online"colombian routes":

https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2629/1/TGT_1243.pdf

Camara de comercio de Pereira . (2019). *Camara de Comercio Pereira* . Obtenido de

<https://www.camarapereira.org.co/es/el-turismo-en-pereira-EV648>

Cámara de Comercio de Pereira. (2017). *Cámara de Comercio de Pereira*. Obtenido de

camarapereira.org.co: <https://www.camarapereira.org.co/es/red-departamental-de-emprendimientorisaralda-emprende-EV2169>

campos, E. c. (S.F.). *La ventaja competitiva de michael porter* . Obtenido de La ventaja

competitiva de michael porter : <http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>

Cancillería de Colombia. (S.F.). *Organización mundial del turismo*. Obtenido de

Organización mundial del turismo:

<https://www.cancilleria.gov.co/international/multilateral/united-nations/wto>

Castillo. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento* . Obtenido de Estado

del arte en la enseñanza del emprendimiento :

<https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf>

CONGRESO DE LA REPUBLICA . (2012). *LEY 1558 DE 2012*. Obtenido de LEY 1558 DE 2012: <http://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx>

Correa. (Diciembre de 2013). *Plan de negocios para la creacion de empresa de turismo global tourism of Colombia SAS*. Obtenido de Plan de negocios para la creacion de empresa de turismo global tourism of Colombia SAS: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5126/CorreaDiana2013.pdf;jsessionid=2A14B69CDF51711E7A223C8CFFCCAA39?sequence=1>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (29 de 05 de 2020). *dane.gov.co*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Formichella. (Enero de 2004). *El concepto de emprendimiento y su relacion con la educación, el empleo y el desarrollo local* . Obtenido de El concepto de emprendimiento y su relacion con la educación, el empleo y el desarrollo local : <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Fude by educativo. (S.F.). *el agente de viajes y sus principales funciones* . Obtenido de el agente de viajes y sus principales funciones : <https://www.educativo.net/articulos/el-agente-de-viajes-y-sus-principales-funciones-622.html>

Grupo Bancolombia. (1 de Mayo de 2018). *9 pasos para constituir tu empresa en Colombia*. Obtenido de 9 pasos para constituir tu empresa en Colombia: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/legal-y-tributario/como-constituir-tu-empresa>

Informe Forensis 2018. (S/D de S/D de 2019). *Instituto Nacional de Medicina Legal*. Obtenido de Medicina Legal:

<https://www.medicinalegal.gov.co/documents/20143/386932/Forensis+2018.pdf/be4816a4-3da3-1ff0-2779-e7b5e3962d60>

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA: BALANCE, P. Y.-2. (S/D de

S/D de 2014). *Fedesarrollo*. Obtenido de

https://repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/149/CDF_No_50_Marzo_2014.pdf

CONSEJO_SEGURIDAD_A%C3%91O_2018.pdf

I

Interactive Advertising Bureau . (s.f.).

Javier Sánchez Galán. (S/D de S/D de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

www.economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

Life Club. (S/D de S/D de 2019). Obtenido de www.lifeclub.org:

<https://lifeclub.org/books/innovation-and-entrepreneurship-peter-drucker-review-summary>

Lina Marcela Quiñones, C. P. (2018). *Análisis para seis ciudades*. Bogotá: CAF.

Marin. (2019). *Paquetes turísticos* . Obtenido de Paquetes turísticos :

http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6021/Martha_examen_titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Marketing Directo . (13 de Junio de 2019). *La importancia del marketing turístico* . Obtenido

de La importancia del marketing turístico :

<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/la-importancia-del-marketing-turistico>

- MINCIT – CITUR. (7 de Julio de 2019). *Proveddores turjristicos Pereira*. Recuperado el 2 de Agosto de 2019, de <http://citur.gov.co/estadisticas/prestadores/all/58?sort=nit&direction=as>
- Mincomercio. (13 de Noviembre de 2019). *noticias de turismo*. Obtenido de noticias de turismo: <http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/agencias-de-viajes-como-dinamizador-de-la-economia>
- MinTIC & COLCIENCIAS. (S.F.). *Modelo para el emprendimiento TI colombia*. Obtenido de Modelo para el emprendimiento TI colombia: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-73972_recurso_1.pdf
- Molina. (Julio de 2011). *Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural*. Obtenido de Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural: <http://www.eumed.net/rev/turydes/10/cdmm.pdf>
- montoya, P. y. (24 de Noviembre de 2016). *Turismo en Colombia*. Obtenido de Turismo en Colombia: [file:///C:/Users/JHON%20STEVEN/Downloads/1585-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5204-1-10-20170208%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/JHON%20STEVEN/Downloads/1585-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5204-1-10-20170208%20(1).pdf)
- Morales, H. y. (2011). *Los Skateholders del turismo*. Obtenido de Los Skateholders del turismo: <file:///C:/Users/JHON%20STEVEN/Downloads/Dialnet-LosStakeholdersDelTurismo-5018527.pdf>
- Observación de las Misiones. (08 de 03 de 2019). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de imf.org: <https://www.imf.org/es/News/Articles/2019/03/08/mcs030819-colombia-staff-concluding-statement-of-the-2019-article-iv-mission>
- Occidente, Á. M. (01 de 11 de 2017). *Área Metropolitana Centro Occidente*. Recuperado el 01 de 02 de 2019, de <http://amco.gov.co/1527-plan-metropolitano-de-seguridad-vial-2017-2021.html>

Organización de las Naciones Unidas. (2018). *Organización de las Naciones Unidas*.

Recuperado el 02 de 05 de 2019, de <https://www.un.org>:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>

Organización Mundial de la Salud. (2018). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el

02 de 05 de 2019, de <https://www.who.int>: <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/road-traffic-injuries>

Peiro. (julio de 2016). *Grupos de interes Stakeholders*. Obtenido de Grupos de interes

Stakeholders: <https://economipedia.com/definiciones/grupos-de-interes.html>

Reigeluth, C. M. (2002). Educación, Teoría instruccional y tecnología para el nuevo

paradigma de la. *Revista de Educación a Distancia*, Pág.10 de 22.

Risaralda, cuarta posición a nivel nacional en competitividad turística. (Julio de 2019).

Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de <https://risaraldahoy.com/risaralda-cuarta-posicion-a-nivel-nacional-en-competitividad-turistica/>

Sanchez. (10 de Enero de 2020). *La Republica* . Obtenido de

<https://www.larepublica.co/economia/gobierno-espera-que-el-turismo-le-aporte-373-billones-al-pib-este-ano-2950345>

SENA. (5 de Diciembre de 2019). *SENA*. Obtenido de SENA : [http://www.sena.edu.co/es-](http://www.sena.edu.co/es-co/trabajo/Paginas/seaEmprendedor.aspx)

[co/trabajo/Paginas/seaEmprendedor.aspx](http://www.sena.edu.co/es-co/trabajo/Paginas/seaEmprendedor.aspx)

Senado de la República. (2002). *Secretaría Senado*. Recuperado el 05 de 11 de 2018, de

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

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0769_2002.html

Senado de la República. (2011). *Secretaría Senado*. Recuperado el 05 de 12 de 2018, de

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

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1503_2011.html

Senado de la República. (2014). *Secretaría Senado*. Recuperado el 05 de 11 de 2018, de

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

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1712_2014.html

Tobón Lindo, Martha I. (2007). *Diseño instruccional en un entorno de aprendizaje abierto*.

Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

Turriago. (3 de Junio de 2009). *Accion humana empresarial en la obra de Peter Drucker*.

Obtenido de Accion humana empresarial en la obra de Peter Drucker:

<http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v17n2/v17n2a02.pdf>

Universidad Tecnológica dePereira. (2018). *Sirius UTP*. Recuperado el 02 de 05 de 2019, de

<https://sirius.utp.edu.co>: <https://sirius.utp.edu.co/>

Vallmitjana. (S.F.). *la actividad emprendedora de los graduados IQS*. Obtenido de la

actividad emprendedora de los graduados IQS:

<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vesga, R. (S.F.). *Emprendimiento e innovacion en Colombia ¿ que nos esta haciendo falta ?*

Obtenido de Emprendimiento e innovacion en Colombia ¿ que nos esta haciendo falta

?: <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta diagnóstica de caracterización para la institución de formación para el trabajo.

Anexo 1

ENCUESTA DIAGNÓSTICA DE CARACTERIZACIÓN PARA LA INSTITUCION DE FORMACION PARA EL TRABAJO

La siguiente encuesta tiene como finalidad servir de insumo para la consolidación del aplicativo, trabajo de grado en la Especialización en gerencia de proyectos, titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO CON PROGRAMAS DE EDUCACIÓN DE ALTA DEMANDA LABORAL, EN LA CIUDAD DE PEREIRA EN EL AÑO DE 2023.**

1. ¿Nivel de escolaridad?

<input type="checkbox"/>	Primaria
<input type="checkbox"/>	Bachillerato
<input type="checkbox"/>	Media técnica
<input type="checkbox"/>	Pregrado
<input type="checkbox"/>	Postgrado

2 ¿En qué termino considera usted la búsqueda de empleo?

<input type="checkbox"/>	Muy sencillo
<input type="checkbox"/>	Sencillo
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Complicado
<input type="checkbox"/>	Muy Complicado

3 ¿Qué medios utiliza para la búsqueda de empleo?

<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	Agencias públicas y privadas de empleo
<input type="checkbox"/>	Recomendaciones personales
<input type="checkbox"/>	Instituciones de formación

4 ¿Qué tipo de educación considera importante para acceder al mercado laboral?

<input type="checkbox"/>	Media
<input type="checkbox"/>	Educación no formal para el trabajo
<input type="checkbox"/>	Técnico
<input type="checkbox"/>	Tecnológico
<input type="checkbox"/>	Profesional

5 ¿Conoce usted el significado de educación para el trabajo?

<input type="checkbox"/>	Sí, tengo el concepto totalmente claro
<input type="checkbox"/>	Solo tengo presente haber escuchado el termino
<input type="checkbox"/>	Regular, no entiendo los términos
<input type="checkbox"/>	No, nunca he conocido el significado

6 ¿Adquiriría una formación para acceder a una oportunidad laboral?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

