



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**Plan de negocio de una app de comprensión lectora para la atención de la demanda,
Chiclayo**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniero Empresarial**

AUTOR:

Br. Mauriola Huamanchumo Carlos Enrique (ORCID: 0000-0003-1135-0252)

ASESORA:

Dr. Vásquez Leyva Oliver (ORCID: 0000-0003-4425-0688)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planes de negocio

Chiclayo – Perú

2019

Dedicatoria

En primer lugar, dedico este trabajo a DIOS, quien me ha inspirado y fortalecido por su misericordia para poder realizar este proyecto de investigación, cada uno de mis logros se lo debo a DIOS. Agradezco a mis padres quienes me han apoyado de manera incondicional en toda esta etapa formativa profesional, agradecerle a mi hermana María Alejandra, quien me apoyó dándome palabras de aliento.

Carlos Enrique Mauriola Huamanchumo

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a DIOS, por su gran ayuda en estos años de carrera universitaria, él ha sido quien me ha abierto las puertas para desarrollarme como estudiante de la carrera de ingeniería empresarial. Sin él no hubiera llegado hasta aquí, toda la gloria es para DIOS.

En segundo lugar, quiero agradecer a mis padres y hermana por su ayuda incondicional, por sus palabras de aliento que me han animado a continuar y no desmayar.

En tercer lugar, quiero agradecer a todos mis amigos que influyeron mucho en mi vida para llegar a ser un buen estudiante y estuvieron allí para animarme y de una manera muy especial quiero agradecer a mi asesor de tesis el Ingeniero Oliver Vásquez Leyva por su apoyo incondicional en toda esta investigación, siempre ha estado allí para animarme. También quiero agradecer a la JNI de Pimentel.

En cuarto lugar, quiero agradecer a todos los docentes que formaron mi vida profesional, a los cuales admiro y respeto mucho, rescato siempre los consejos que me han dado y el ejemplo de su vida íntegra.

Carlos Enrique Mauriola Huamanchumo

Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Carlos Enrique Mauriola Huamanchumo, estudiante de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 75767335, con el trabajo de investigación titulada, Plan de negocio de una app de comprensión lectora para la atención de la demanda, Chiclayo.

Declaro bajo juramento que:

- 1) El trabajo de investigación es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, el trabajo de investigación no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El trabajo de investigación no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de oro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo 16 de diciembre, 2019



Carlos Enrique Mauriola Huamanchumo
75767335

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras.....	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	40
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	40
2.2. Operacionalización de variables.....	40
2.2.1. Operacionalidad	41
2.3. Población, muestra y muestreo	44
2.3.1. Población	44
2.3.2. Muestra.....	44
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	46
2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	46
2.4.2. Validez y confiabilidad	46
2.5. Métodos de análisis de datos	46
2.6. Aspectos éticos.....	46
III. RESULTADOS	48

IV. DISCUSIÓN.....	142
V. CONCLUSIONES	170
VI. RECOMENDACIONES	173
VII. REFERENCIAS	175
VIII. ANEXOS.....	183
Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV	186
Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	187
Reporte de Turnitin.....	188
Autorización de la versión final del trabajo de Investigación	189

Índice de tablas

Tabla 1: estructura de plan de negocio según Tercilia Moreno Castro.....	33
Tabla 2: Estructura de plan de negocio según Jesús Lázaro Esteban	35
Tabla 3: Estructura de plan de negocio según Enrique Zorita LLoreda	37
Tabla 4: operacionalización de la variable independiente	41
Tabla 5: operacionalización de la variable dependiente	42
Tabla 6: resumen de procesamiento de casos	48
Tabla 7: Estadísticas de fiabilidad	48
Tabla 8: El acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas	49
Tabla 9: Frecuentemente tienes acceso a un celular con internet	51
Tabla 10: Crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos.....	52
Tabla 11: Manejas con facilidad algunas herramientas digitales para comprender textos.....	54
Tabla 12:Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.....	56
Tabla 13:Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media.....	58
Tabla 14:Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad.....	59
Tabla 15:Al analizar un texto utilizas un buscador online para tener una mejor comprensión lectora.	61
Tabla 16:Existen algunas estrategias que son innecesarias actualmente para poder comprender textos de una forma correcta.	62
Tabla 17:Utilizas una estrategia lectora en particular para comprender lo que estás leyendo. .	64
Tabla 18:Es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar	65
Tabla 19:Consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.....	67
Tabla 20:Has descargado aplicativos móviles educativos desde tu celular	68

Tabla 21: Usas este aplicativo móvil para desarrollar tus tareas académicas de comprensión lectora.	69
Tabla 22: Matriz FODA.....	80
Tabla 23: Matriz FODA de estrategias.....	81
Tabla 24: Proyección de acuerdo a los objetivos de marketing.....	108
Tabla 25: Características del aplicativo móvil.....	110
Tabla 26: Fases de la distribución del aplicativo móvil.....	113
Tabla 27: Estrategias de canales de distribución para el aplicativo móvil.....	114
Tabla 28: Los objetivos operacionales.....	119
Tabla 29: La relación entre las estrategias operacionales y los objetivos operacionales.	120
Tabla 30: Periodo de prueba del aplicativo móvil.....	123
Tabla 31: Proceso de ventas.....	125
Tabla 32: Proceso de servicio.....	127
Tabla 33: Área administrativa.....	131
Tabla 34: Área de ventas.....	132
Tabla 35: Área de publicidad.....	133
Tabla 36: Área de comprensión lectora.....	135
Tabla 37: Área de contabilidad.....	136
Tabla 38: matriz de contingencia.....	140
Tabla 39: Criterios para la discusión de las metodologías de planes de negocio.....	148
Tabla 40: Puntuación de los Criterios para la discusión de las metodologías de planes de negocio.....	152
Tabla 41: Valor de los indicadores para los criterios de discusión de las metodologías de planes de negocio.....	153
Tabla 42: Fases de la metodología de plan de negocio según Jesús Lázaro Esteban.....	156
Tabla 43: El acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas.....	161
Tabla 44: Crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos.....	162
Tabla 45: Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.	164

Tabla 46:Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media.....	165
Tabla 47:Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad.....	166
Tabla 48:Es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar	168
Tabla 49: Consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.....	169

Índice de figuras

Figura 1: Análisis Pesta.....	15
Figura 2: Cinco fuerzas de Porter	16
Figura 3: Modelo de negocio.....	18
Figura 4:Población censada de 15 y más años de edad, por nivel educativo alcanzado, según Provincia, 2017	44
Figura 5: Información primaria.....	84
Figura 6: Información secundaria	85
Figura 7: Diamante de Porter del aplicativo móvil de comprensión lectora.....	88
Figura 8:Matriz BCG del aplicativo móvil de comprensión lectora	90
Figura 9: Modelo canvas	92
Figura 10:Prototipo del logo de la aplicación móvil	110
Figura 11: Etapa de las operaciones	122
Figura 12: Producto en periodo de prueba	124
Figura 13: Proceso de ventas	127
Figura 14: Organigrama de la empresa.....	129
Figura 15: Niveles de jerarquización de los recursos humanos.....	130

RESUMEN

La presente investigación tiene como principal objetivo, elaborar un plan de negocio basado en una app de comprensión lectora para atender la demanda en la ciudad de Chiclayo. se hizo uso de las encuestas y entrevistas para poder analizar la situación actual del sector educativo, conocer el nivel de deficiencia de comprensión lectora, conocer hasta que nivel de comprensión textual pueden llegar los alumnos, la investigación tuvo una muestra de 384 estudiantes de tercero y cuarto grado pertenecientes al nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo.

Para el desarrollo de la propuesta se utilizó la metodología de Plan de negocio del autor Jesús Lázaro Esteban, el cual consta de once fases las cuales son: Descripción del negocio, Análisis FODA, Análisis del mercado, Definición de las estrategias, Esquemmatización del modelo de negocio, Plan de marketing, Plan de ventas, Plan de operaciones, Plan de recursos humanos, Plan financiero, Plan de contingencia, los cuales fueron desarrollados en cada uno de los puntos que se encuentran descritos en el Capítulo VII Propuesta.

Finalmente, en lo que corresponde al plan financiero se realiza el análisis de viabilidad del proyecto. Donde se hace un cálculo de la inversión que se va a llevar a cabo y el precio del paquete (aplicativo móvil y la plataforma web), el flujo de caja que se va a realizar mensualmente y a cinco años como proyección en donde se podrá hallar el VAN, TIR, Costo/Beneficio, Punto de equilibrio y Periodo de recuperación.

Palabras Clave: plan de negocio, demanda, idea de negocio.

ABSTRACT

The main objective of this research is to develop a business plan based on a reading comprehension app to meet the demand in the city of Chiclayo. Surveys and interviews were used to analyze the current situation of the education sector, to know the reading comprehension deficiency level, knowing how much textual comprehension students can reach, the research had a sample of 384 third and fourth grade students belonging to the secondary level of private schools in the City of Chiclayo.

For the development of the proposal, the methodology of the Business Plan of the author Jesús Lázaro Esteban was used, which consists of eleven phases which are: Description of the business, SWOT Analysis, Market Analysis, Definition of the strategies, Schematization of the business model. business, Marketing plan, Sales plan, Operations plan, Human resources plan, Financial plan, Contingency plan, which were developed in each of the points described in the Chapter VII Proposal.

Finally, the feasibility analysis of the project is carried out in relation to the financial plan. Where an estimate is made of the investment to be carried out and the price of the package (mobile application and web platform), the cash flow that is going to be made monthly and five years as a projection where you can find the VAN, TIR, Cost / Benefit, Break-even point and Recovery period.

Keywords: business plan, demand, business idea

I. INTRODUCCIÓN

Para esta investigación se toma como fundamento primordial la realidad problemática de la comprensión lectora de los alumnos tanto del nivel local, nacional e internacional y así poder evidenciar que niveles de deficiencias presentan los alumnos actualmente en la comprensión de textos.

La comprensión lectora en el Perú aún sigue siendo deficiente, debido a muchas causas entre las que tenemos: falta de estrategias de lectura que propicien la comprensión, poco material didáctico, textos escolares inapropiados, nivel deficiente del desarrollo enseñanza - aprendizaje y también el poco énfasis en la implementación de las tecnologías de información y comunicación en el aprendizaje lector de los alumnos. La comprensión lectora tiene una importancia significativa en los estudiantes porque hace referencia al procedimiento en el cual un leyente desarrolla, tomando como punto de origen su conocimiento previo, conceptos nuevos cuando se relaciona con el texto.

A nivel internacional se han recogido las diversas fuentes en donde Según, Infobae (2019) manifiesta que Argentina se encuentra en un nivel bajo de comprensión lectora y esto se ve evidenciado por las pruebas Aprender, en donde participaron 31 mil escuelas tanto privadas como públicas que representa más de 520 mil estudiantes del sexto año del nivel primario y 320 mil del nivel secundario. Estas pruebas dieron a conocer resultados poco favorables en la comprensión lectora, donde se muestra que el 46.4% de los estudiantes de quinto y sexto grado del nivel secundario no comprenden lecturas o textos esenciales y en los estudiantes del nivel primario se mostró que un 66.8% pueden comprender textos elementales, en donde estos pueden llegar a una interpretación de textos de manera muy sencilla.

Según la revista Panorama (2019) menciona que en la investigación sobre la importancia de las estrategias didácticas en la comprensión lectora que se llevó a cabo en los alumnos mexicanos que se encuentran en el sexto grado del nivel primario, se pudo evidenciar que a los alumnos les fascina más leer en sus casas, en el aula de clases y en la

computadora, quedando así una brecha muy amplia del interés por leer en las bibliotecas; por otro lado se confirma que cuando existe una motivación de por medio para que los alumnos se interesen por leer, entonces desarrollarán habilidades para lograr explicar los textos expositivos y resumir dicha información.

Por otro lado, la revista *Psicología Educativa* (2019) realizó un estudio de un programa de intervención en español, el cual se llamó *lee comprensivamente*, con el propósito de poder mejorar la comprensión lectora; este estudio se llevó a cabo en 127 niños de edades de 8 y 10 años de las escuelas de Buenos Aires, en donde dicho programa se fundamentó en la enseñanza explícita de habilidades de un alto nivel relacionadas al procesamiento del texto. En este estudio se evidenció que en los colegios de Argentina no se le ha dado énfasis a la enseñanza explícita de la comprensión lectora, también vemos que los educadores han dedicado un tiempo mínimo a enseñar estrategias y solo se han basado en realizar preguntas con respecto al texto, sin considerar las habilidades indispensables que deben desarrollar los alumnos para llegar a una comprensión lectora. En conclusión, con este estudio se tiene que existe un alto porcentaje de alumnos que presentan deficiencias para comprender textos, y lo que se debe hacer para mejorar lo anteriormente dicho, es llevar a cabo un programa en español fundamentado en cuatro ejes (vocabulario, construcción de inferencias, autorregulación de la comprensión o monitoreo y comprensión de la estructura textual).

Así mismo, la revista *Educare* (2019) realizó un estudio sobre el impacto que tienen las habilidades de comprensión lectora en el aprendizaje escolar, para este estudio se evaluó a los alumnos de una comuna de la región metropolitana en Chile; donde dieron como estos alumnos presentan deficiencias en comprender textos debido a que pertenecen a entornos socioeconómicos desfavorables, también con este estudio se evidenció a qué habilidades se le debe dar más énfasis para que los alumnos lo desarrollen y puedan lograr resultados mejores, además el desarrollo de estas habilidades, les permitirá a los alumnos lograr el aprendizaje en las distintas áreas del conocimiento.

Según Institución Nacional de Evaluación Educativa (2018) menciona que Ecuador inició con las pruebas PISA –D (PISA para el desarrollo) en octubre del año 2017, donde participaron todos los alumnos de quince años de todos los centros educativos. Estas pruebas dieron como resultado que el desempeño lector de los alumnos llegó a una escala promedio de 409 lo que lo ubica en un segundo nivel, el cual representa un nivel menor de competencias. El 38% de los alumnos se localizan en el nivel 1a, en donde este porcentaje de alumnos tienen capacidades para ubicar unos o más porciones independientes del contenido informático explícita, reconocen el tema primordial y también identifican el objetivo del autor de un texto acerca de un asunto conocido; estos alumnos son los que está más propensos a lograr el nivel básico. También se manifiesta que el desempeño de muchos alumnos está en menor proporción del nivel 1a. además se da a conocer que el 15.5% de alumnos logran el nivel 1b, en donde éstos son capaces de solucionar las tareas de comprensión lectora más sencillas que propone la evaluación PISA-D. por último, se tiene que el 4.3. % de los alumnos de 15 años de edad, lograron sobresalir en el nivel 1c, y en contraste a este porcentaje se tiene que 1.1. % de los alumnos no lograr destacar en el nivel 1c.

Por otro lado, El Telégrafo (2018) da a conocer un bajo nivel óptimo de la comprensión lectora en los estudiantes de Uruguay. La evaluación PISA en la que participó esta Nación, en el año 2015, se aplicó a 6.000 alumnos de quince años de edad, de instituciones educativas tanto privadas como públicas, dieron como resultado que el 37.7% de los alumnos se localizan en el primer nivel, en donde son capaces de solucionar un problema sencillo y con la ayuda del equipo. El 34.2% de los alumnos se localizan en el segundo nivel, en donde se desempeñan en solucionar problemas con una complejidad media, el 13.6% de los alumnos se localizan en el tercer nivel donde desarrollan problemas difíciles y dinámicos. El 1.7% de los alumnos se ubica en el cuarto nivel en donde son capaces de desarrollar problemas de una mayor complejidad.

Así mismo, Prensa Libre (2018) revela una deficiente calidad de comprensión lectora en los estudiantes de Guatemala. Los que participaron en la evaluación PISA fueron 5100 alumnos de los centros educativos tanto privados como públicos pertenecientes al área

urbana y rural. Los resultados fueron que, de cada diez alumnos, siete tienen un menor nivel de desempeño lector; el puntaje que alcanzaron fueron de 369 puntos, lejos de la cifra ideal que es 400 puntos. También se identificó que los estudiantes que pertenecen al sector rural, poseen un desempeño muy bajo de comprensión lectora, los cuales en dicha evaluación alcanzaron 62 puntos menos que los estudiantes que pertenecen al sector urbano.

Según la revista Actualidades en psicología (2015) da a conocer que se evaluó a 90 alumnos mexicanos de primer grado del nivel secundario, con la finalidad de realizar un análisis del desempeño en comprensión lectora en donde el 53% está representado por el sexo femenino, y el 47% de sexo masculino, entre las edades de 12 y 14 años. Para realizar este estudio se trabajó con dos textos diferentes el primero es un tema literario y el otro de biología, con el objetivo de poder determinar la conducta lectora de los alumnos frente a los niveles de textos de mayor complejidad los cuales son el nivel selector en donde el estudiante debe seguir fases que el mismo elija para llegar a comprender textos, en este caso tenemos a que el estudiante debe responder preguntas del tipo “quién”, “qué”, “cuándo”, “donde”, el siguiente nivel es el sustitutivo referencial en donde el estudiante toma como base conceptos que se les ha enseñado en aula, o conceptos leídos de un texto, para relacionarlos con lo que está leyendo y por último se tiene el nivel sustitutivo no referencial en donde el estudiante llega a argumentar, justificar, juzgar y analizar lo que está leyendo, tomando como base sus perspectivas de diversos tipos textuales, asimismo el alumno debe tener en cuenta razonamientos científicos y morales. En el resultado de esta evaluación se evidenció que los estudiantes han desarrollado insuficientes habilidades para llegar a la comprensión lectora, y esto es porque los alumnos no han logrado ese hábito de poder relacionar lo que están leyendo con su vida diaria, además los estudiantes no han logrado considerar acerca de la importancia de los textos escolares que le brindan los colegios.

Por otro lado, la revista Psicogente (2016) realizó una investigación acerca de los factores que influyen en la comprensión lectora en los alumnos del noveno grado de la Institución Educativa Distrital Jesús Maestro Fe y Alegría ubicada en la ciudad de Barranquilla. Esta investigación se llevó a cabo debido a que los profesores identificaron que sus alumnos tienen deficiencias en el procedimiento lector, dicha deficiencia se fundamenta en un bajo nivel de vocabulario y en los factores personales, académicos y socioculturales; también la revista menciona que los alumnos presentan poca inclinación por la lectura, lo cual se basa en los niveles bajos de la creatividad de los alumnos, además se tiene que el 53% de los alumnos no llegan a interpretar de manera fácil los contenidos textuales y las veces que razonan acerca de la perspectiva del autor de una lectura son muy pocas. En esta investigación se evidenció que los alumnos no logran desarrollar una perspectiva crítica luego de haber dado lectura a un texto.

A nivel nacional se han recogido las diversas fuentes en donde según Perú 21 (2016) manifiesta que el Perú en la evaluación PISA en el año 2015, participaron alrededor de 6971 alumnos de 281 centros educativos tanto privados representado en un 29% y públicos en un 71% de todas las regiones, de la edad de quince años, en donde dieron como resultado que los alumnos obtuvieron 14 puntos más en comprensión lectora con respecto al resultado del año 2012, ubicándose el Perú en el puesto 63 de la lista. A pesar de esto se menciona que existe un 46.7% de alumnos que han obtenido deficientes resultados y que solamente un 0.6% de alumnos han logrado un nivel eficiente en dicha evaluación.

Según MINEDU (2016) manifiesta que el Currículo Nacional de la Educación Básica, tiene como finalidad implantar los aprendizajes que los alumnos deben lograr, como consecuencia de la formación esencial que han recibido, lo cual debe estar acorde con los fundamentos y fines del proyecto educativo nacional, la educación peruana y los objetivos de la educación básica. Con respecto a la lectura el estudiante debe comprender los textos y las ilustraciones que comunican información a través de la construcción de hipótesis que él mismo realiza del contenido informativo.

Por otro lado, Correo (2019) manifiesta que los alumnos de Ayacucho del nivel primario, en la evaluación censal de estudiantes (ECE) destacan óptimamente en un promedio del 12.8% en comprensión lectora mientras que en el nivel secundario se ve un mínimo nivel de logro en un promedio del 1.4% en comprensión lectora, para este último resultado se ejecutará un plan de mejoramiento que permita contar con la participación del Ministerio de Educación.

Según el Ministerio de Educación (2016) refiere que en Cajamarca en el año 2015, los alumnos que fueron evaluados por la ECE (Evaluación Censal de Estudiantes) obtuvo un avance en comprensión lectora con un promedio del 37.1% sin embargo esta puntuación no logra llegar al promedio establecido nacionalmente, también manifiesta que el 55% de los alumnos que estudian en colegios privados logran un sobresaliente nivel en la comprensión lectora, en comparación a los colegios públicos un 36% de alumnos destacan en comprensión lectora. Además, refiere que en Cajamarca sigue existiendo un nivel deficiente en la educación.

En contraste a este último reporte, El Comercio (2018) menciona que según la Evaluación Censal de Estudiantes (ECE) que fue realizada a nivel nacional en el año 2016 por el Ministerio de Educación, en donde se obtuvo resultados desfavorables, los cuales son los siguientes: un promedio de 46.4% de los alumnos del segundo grado del nivel primario lograron un nivel eficiente en el desempeño lector, en el cuarto grado de primaria, el promedio disminuyó con un 31.4% de alumnos que tienen un desempeño lector. En cifras más amplias se tiene que cuatro millones de estudiantes a nivel nacional, no comprenden lo que leen, según señala el diario periodístico que la deficiencia de la comprensión lectora, tiene su origen en la pobreza existente y las abismales brechas sociales, lo que se debe hacer es invertir más en educación, debido a que esta inversión queda evidenciada por el Banco Mundial en donde manifiesta que el Perú realiza una inversión educativa solo del 3.9% de su PBI, siendo el promedio menor en Sudamérica.

A nivel local se ha recogido la siguiente fuente en donde se menciona que según RPP (2015) manifiesta que el distrito de Mórrope, presenta un nivel bajo en comprensión lectora, y esto por la causa que hay un porcentaje mínimo de interés por el hábito de la lectura, otro motivo también es la inexistencia de bibliotecas en los centros educativos. Es por esto que se plantea un plan de acción que sea integrador tanto para padres, docentes y alumnado, debido a que los padres deben propiciar la lectura en sus hijos, también los centros educativos están realizando eventos que se relacionen a la lectura, para poder fomentar un interés lector en los alumnos.

El problema actual de la educación que existe en el Perú es un bajo nivel óptimo de comprensión lectora que presentan los estudiantes; tienen inconvenientes en lo que respecta a la enseñanza – aprendizaje, utilizando tecnología. Para poder brindar una educación de calidad, los centros educativos se tienen que enfocar en las nuevas tendencias de aprendizaje. Este enfoque le posicionará de manera estratégica en el mercado de servicio educacional, y así poder desarrollar capacidades cognitivas que mejoren la comprensión lectora. Lo que se identificó en la atención de la demanda es: a) acceso limitado de los alumnos a las tecnologías de aprendizaje lector, b) los alumnos cuentan con herramientas limitadas en el uso de tecnología de aprendizaje lector, c) bajo nivel de capacidades cognitivas en los alumnos para poder comprender textos desde un aplicativo móvil, d) estrategias que se utilizan en la comprensión lectora.

A continuación, se presentan los antecedentes de la investigación tomando como fundamento a las tecnologías de información para lograr un nivel óptimo de la comprensión lectora en los alumnos.

De acuerdo a las fuentes internacionales, que van a servir como antecedentes a nuestra investigación tenemos que Según Orduz (2017) con su tesis de grado identificó los aportes más resaltantes de las TICS para mejorar la comprensión lectora en los alumnos del nivel primario del colegio Fabio Riveros Villanueva, el uso de las TICS permitirá incrementar de manera significativa una mejor enseñanza – aprendizaje. Además,

menciona que a través de la tecnología el alumno podrá aprender de manera creativa, y así podrán cumplir con los objetivos de las tareas encargadas.

Según la revista *Propósitos y Representaciones* (2017) menciona que el uso de las TICS en la educación no solo se fundamenta en las herramientas tecnológicas que se puedan brindar, sino también en cómo se construye didácticamente un aprendizaje que repercuta eficientemente en los alumnos tomando como fundamento a la tecnología, además esta revista refiere que el uso de las TICS permite cerrar las brechas digitales existentes, de una sociedad que todavía no se adapta a estos usos tecnológicos. Por último, se tiene que la incorporación de las TICS en la educación se ve evidenciada cuando los alumnos y los docentes pueden llegar a generar conocimiento.

En comparación a la revista anterior tenemos que la revista *Información Tecnológica* (2017) realizó un estudio acerca de la utilización de un aplicativo móvil en tablets usando plataforma Android para la enseñanza de la lectura, para este estudio se tomó como base lo que dice la UNESCO, la cual incentiva a ofrecer una educación de alta calidad para todos a través del manejo de la tecnología; como muestra de este estudio se analizó a 143 personas adultas; esta aplicación se diseñó en base a un ambiente intuitivo, también basado en audios, opciones de imágenes y colores, facilitando un eficiente aprendizaje lector. Esta aplicación móvil incluye ejercicios de una complejidad básica en un primer nivel, luego el nivel de complejidad va aumentando de acuerdo a los niveles siguientes, con el objetivo de que las personas puedan adquirir habilidades lectoras y además permitiendo desarrollar la memoria de la persona a través de la retroalimentación de las lecturas anteriores en la aplicación móvil. Por último, la revista menciona como conclusión que el aplicativo móvil hizo posible que se redujera el tiempo para el aprendizaje lector, también los que participaron en esta investigación mencionaron que quedaron muy complacidos con el uso de este aplicativo móvil, logrando una facilidad de uso y además permitiéndoles incursionarse en una cultura digital.

Por otro lado, Gómez (2018) en su tesis de grado identificó que el uso de aplicaciones digitales permitirá que el desempeño de comprensión lectora en los estudiantes se lleve a cabo de manera óptima, debido a que los estudiantes desarrollan capacidades digitales. También recalca que para desarrollar una aplicación digital que vaya acorde con el desarrollo de la lectura hay que tener en cuenta las demandas o necesidades de los estudiantes con respecto a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Así mismo, la revista encuentros (2016) dio a conocer sobre un estudio Pre-test realizado en Colombia, tomando como muestra a 38 alumnos del sexto grado de la Institución Educativa Rural Antonio Nariño de San Pedro, con el propósito de saber el índice de comprensión lectora, lo cual se obtuvo como resultado que los alumnos presentan deficiencias para llegar a una comprensión textual, lo cual quedó evidenciado en donde solo un alumno obtuvo un rendimiento de un 60%. Sin embargo, para este problema se optó por usar las estrategias pedagógicas basadas en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para reforzar la comprensión lectora, las cuales se llevaron a cabo en un estudio pos-test, en donde se tomaron en cuenta las habilidades de los alumnos, debido a que ellos son los más entusiastas al hacer uso de las herramientas tecnológicas y como resultado de este estudio pos-test se logró que estas herramientas lograran captar la atención del alumno, haciendo así más fácil los procedimientos de enseñanza – aprendizaje, por consiguiente los alumnos obtuvieron rendimientos favorables en la comprensión de textos, quedando evidenciado en el resultado obtenido en donde el 89.47% de los alumnos lograron sobresalir en el pos-test. La revista concluye que con este estudio realizado es viable hacer uso de estas herramientas tecnológicas para llegar a un nivel óptimo de comprensión lectora.

En contraste a la revista anterior se tiene que la revista Ciencias (2015) analizó la bibliografía de investigaciones que fueron realizadas en el transcurso de los últimos doce años en Colombia como en Latinoamérica, de las estrategias utilizadas para lograr que sea eficiente la comprensión lectora. Esta investigación tuvo como propósito de ubicarse en la relación que existe entre las tecnologías de la información y la comprensión de textos, y así poder cambiar del enfoque tradicional de la comprensión textual hacia los

recientes enfoques de aprendizaje. La revista menciona que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) cumplen un rol de poder incorporar competencias lectoras y alfabetización a través de la realización de documentos digitales, permitiéndoles a los alumnos desarrollar habilidades lectoras, además promoviendo a través de estas herramientas tecnológicas en ellos una tendencia para desarrollar el hábito lector.

Según Alexova en su tesis de maestría hace referencia que para saber si una aplicación móvil es atractiva han aplicado una regresión logística ordinal para así examinar la información recopilada como, por ejemplo: los aspectos en general acerca de la descripción del producto, la dimensión de la descripción, el número de imágenes, la edad de los consumidores también tiene una influencia significativa en el incremento de los usuarios que desean adquirir aplicaciones móviles.

De acuerdo a las fuentes nacionales, que van a servir como antecedentes a nuestra investigación tenemos que Según Herrera y otros (2018) en su tesis de grado identificó que la mejor manera de cerrar una brecha en los alumnos de secundaria en Lima metropolitana es brindándoles las herramientas tecnológicas para mejorar de manera óptima su aprendizaje, además mencionan que la educación actual necesita adaptarse a la metodología virtual de enseñanza – aprendizaje, para así reducir e intensificar las necesidades pedagógicas en el Perú.

Por otro lado, Quispe (2016) en su tesis de grado hace referencia que un software educativo permitirá corroborar los contenidos pedagógicos que los docentes brindan a los estudiantes en clase, facilitando una interacción entre estudiantes y docentes y así poder retroalimentar el aprendizaje. También menciona que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están haciendo tomar conciencia a los docentes sobre lo importante de las técnicas y estrategias que deben desarrollarse para obtener un aprendizaje mejor.

En comparación a los dos autores anteriores, Meléndez y Pianto (2015) en su tesis de grado mencionan que las aplicaciones digitales de estrategias lúdicas tienen una influencia crucial en la comprensión de textos y los docentes debe desarrollar estos juegos para mejorar el aprendizaje lector en los estudiantes. Hace referencia también que estas estrategias permiten que la enseñanza sea más participativa y creativa. Los alumnos presentan una deficiencia lectora y estas estrategias son la mejor opción.

Según Olmos y Rodriguez (2018) en su tesis de grado realizaron una investigación acerca de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su relación con la comprensión de textos en los alumnos de la Institución Educativa Departamental La Victoria Sede Rural Arcadia. Los resultados de la relación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) fueron positiva y significativa con respecto al desarrollo de la comprensión lectora, quedando evidenciado por el mayor porcentaje de alumnos que lograron interactuar en las redes para comprender lo que leen. Los autores recomiendan que se debe fomentar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el proceso de enseñanza – aprendizaje para que así los alumnos puedan llegar a adquirir destrezas comunicativas, además mencionan que los profesores deben ser capacitados en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

En contraste al autor anterior, se tiene a Tamayo (2018) en su tesis de grado da a conocer acerca del uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y su intervención en el desarrollo de la comprensión lectora en los alumnos del sexto grado de educación primaria de la Institución Educativa Néstor Escudero. El autor refiere que el 75.6% de los alumnos llegan a un nivel intermedio de comprensión textual, además se evidenció que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tuvo una repercusión favorable en los alumnos para lograr la comprensión de textos. Por último, el autor recomienda realizar una implementación digital debidamente estructurada con los requerimientos especializados, con un enfoque pedagógico y académico.

De acuerdo a las fuentes locales, que van a servir como antecedentes a nuestra investigación tenemos que Según Gonzáles (2017) en su tesis de grado menciona que los alumnos de Lambayeque presentan un bajo nivel de rendimiento lector, el autor plantea una propuesta que se llama mi lectura de imagen donde se permitirá desarrollar las habilidades cognitivas de los estudiantes para alcanzar un aprendizaje mayor, en donde también los padres asumirán un rol importante debido a que ellos serán informados acerca del desenvolvimiento comunicativo de sus hijos. Se concluye que dicho programa lector, permitió incrementar el desempeño en la comprensión lectora siendo esto evidenciado por la evaluación pre test y post test.

De acuerdo a las teorías relacionadas al tema se ha considerado tres autores de planes de negocio, los cuales son libros de los últimos cinco años, En donde a continuación se presenta la perspectiva de cada autor con respecto al concepto de un plan de negocio.

Según Moreno (2016) el plan de negocio es conceptualizado como un proceso para estudiar una oportunidad de negocio y como una estructura que manifiesta los objetivos, los procedimientos operativos y los resultados deseados de una oportunidad de negocio. Su contenido incluye las fases de preparación y evaluación de proyectos.

Por otro lado, Lázaro (2015) el plan de negocio es una documentación que sirve para analizar, evaluar, evidenciar y filtrar un proyecto de empresa. Con un plan de negocio se estudian las diferentes opciones para llevar a cabo una idea de negocio, analizando la capacidad técnica y comercial, los resultados económicos – financiero y la obtención de recursos. Este documento se tiene que actualizar de manera persistente, en donde si se modifica algún elemento del plan también necesariamente se tendrá que revisar los demás elementos. Esta actualización es importante porque permite evidenciar cómo han evolucionado las variables del mercado que influyen de manera significativa en el proyecto, además permite realizar un control de la evolución de los resultados y compararlos con los objetivos determinados.

En contraste a los dos autores anteriores Según Zorita (2015) manifiesta que un plan de negocio tiene su punto de origen en la idea que se han planteado los fundadores del mismo, dando comienzo así a un proceso de análisis y planificación, que permitirá llevar a cabo la determinación de la viabilidad del proyecto y la configuración futura de la empresa.

El plan de negocio es una guía que sirve para direccionar la creación de una empresa. Este plan se percibe como una documentación que reconoce, explica y examina una oportunidad de negocio, evaluando si es viable su desarrollo, y lleva a cabo los métodos y estrategias para transformar una oportunidad en un proyecto empresarial.

Para conocer la importancia de un plan de negocio se ha considerado a una autora muy renombrada nacionalmente en el rubro del emprendimiento y planes de negocio en donde menciona lo siguiente:

Según Weinberger (2009) el plan de negocio es aquel instrumento que da a comunicar de manera escrita dos funciones: una que se llama la parte interna o administrativa y otra que se le conoce como externa o financiera.

Internamente tenemos:

- a) Permite conocer de manera minuciosa el ámbito en el cual se desempeñan las labores de una empresa.
- b) Detalla las debilidades y fortalezas de la empresa, como también las amenazas y oportunidades del entorno.
- c) Permite analizar la demanda real y los aspectos más relevantes del mercado objetivo.
- d) Muestra el presupuesto de las áreas funcionales de la empresa, permitiendo conocer el desarrollo económico de ésta.
- e) Sirve para conocer de qué manera se estructurará los requerimientos de la organización en relación a la perspectiva del empresario y de los objetivos determinados.

Externamente tenemos:

- a) Permite buscar clientes y proveedores para determinar uniones confiables y a largo plazo, en donde exista el compromiso de todos los interesados.
- b) Logra vender la idea de negocio a los posibles socios potenciales como son por ejemplo los proveedores, accionistas, o sociedad en conjunto.
- c) Establecer una comunicación con los proveedores y clientes acerca de cómo se va a llevar a cabo la operación de los resultados en espera, y las estrategias que van a permitir lograr los objetivos especificados.

A continuación, se detallan las fases de cada metodología de planes de negocio por cada autor mencionado en las teorías relacionadas al tema.

Según Moreno (2016) manifiesta diez fases para llevar a cabo un plan de negocio, en donde la primera fase consiste en la idea de negocio en donde menciona que una idea es producto de una identificación de las oportunidades de negocio existentes, luego para plantear la idea de manera adecuada se tiene que analizar exhaustivamente el proyecto de negocio.

La segunda fase consiste en realizar las alternativas de inversión y proyecto de emprendimiento la cual consiste en que si queremos llevar a cabo un plan de negocio tenemos que partir de la evaluación de decisiones a tomar para cumplir de manera eficiente lo descrito en el plan, luego el proyecto de inversión es la implementación de estas alternativas o decisiones planteadas.

La tercera fase consiste en realizar un análisis del macro entorno en donde se hace un análisis de las fuerzas del entorno (factores externos), y su influencia significativa en el negocio, estos factores pueden variar en el tiempo y se tiene que recopilar datos de cómo estos factores han tenido una relevancia en el pasado y su comportamiento en el futuro.

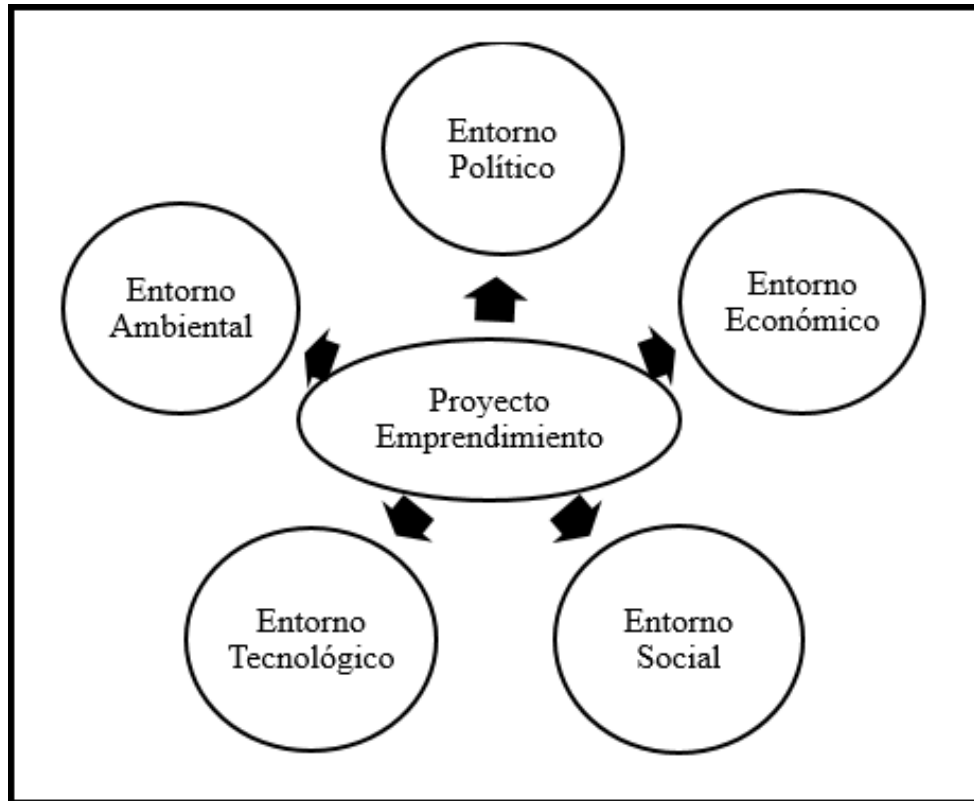


Figura 1: análisis Pesta

Fuente: elaboración propia

La cuarta fase consiste en llevar a cabo un análisis del micro entorno en donde se demuestra el análisis del sector industrial, se especifican las bases en donde se realiza el análisis interno de un proyecto, se evidencian las fuentes de ventaja competitiva para así poder finalmente establecer las estrategias competitivas de un proyecto de negocio.

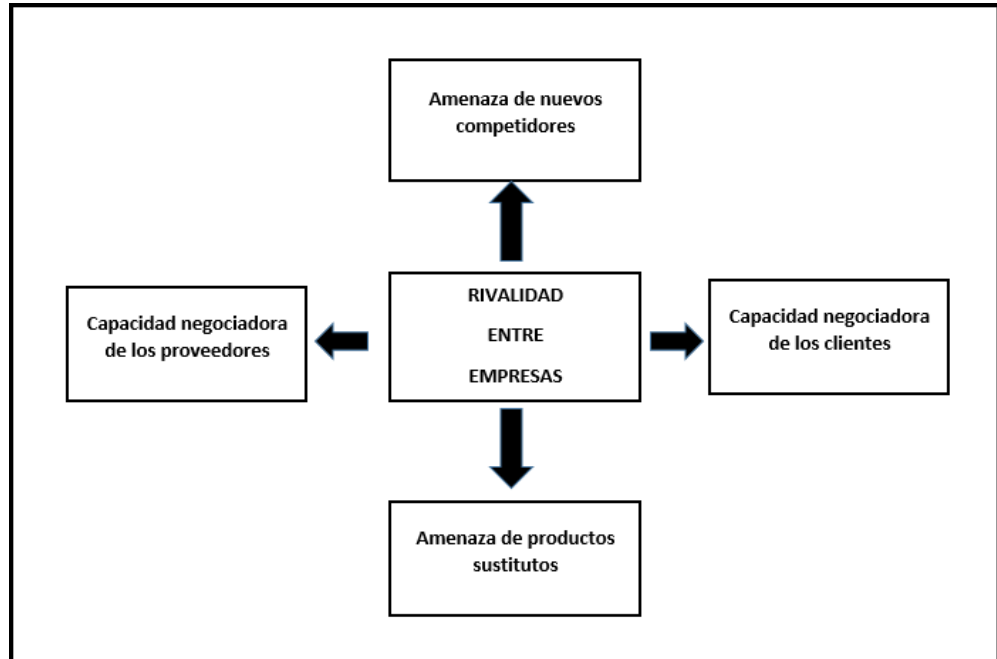


Figura 2: cinco fuerzas de porter

Fuente: elaboración propia

La quinta fase consiste en realizar un estudio de mercado y un plan comercial en donde en primer lugar vemos que el estudio de mercado es realizar una estimación del nivel de ventas que se esperan obtener, evaluar también de qué manera están procediendo las ventas y además hacer un estudio del precio que los consumidores se ofrecen a pagar por el producto o servicio. En segundo lugar, el plan comercial se especifican los objetivos que se deben ejecutar en relación a las estrategias comerciales definidas.

La sexta fase consiste en hacer un estudio legal, en donde se toman las mejores decisiones para ubicar a la empresa en una constitución legal que le permita desenvolverse en el mercado de manera formal, cumpliendo con los requisitos legales.

La séptima fase es realizar un plan de operaciones y tamaño del proyecto la cual consiste en conceptualizar la dimensión de un proyecto tomando como fundamento las unidades producidas en el lapso de un año, es a partir de estos datos en que se comienza a realizar un plan de operaciones para cada producto o servicio que ofrezca la empresa.

La octava fase es realizar un plan de operaciones e ingeniería del proyecto en donde se conceptualiza el fundamento de la ingeniería de un proyecto, luego se establecen las etapas de ingeniería, después se debe especificar los objetivos de la elaboración de los servicios y bienes, además se debe tomar en cuenta las construcciones y necesidades del equipamiento la producción de la planta. Y por último redactar un presupuesto de los costos incurridos en la operación.

La novena fase consiste en realizar un plan de operaciones y un estudio organizacional en donde se describe la forma en que se organizará el trabajo para construir el proyecto. Para esto se debe tomar como base los siguientes factores como son: las condiciones actuales, el entorno económico, político, social y tecnológico, la dimensión de la empresa y por último las expectativas del inversionista.

La décima fase consiste en realizar un plan financiero y estudio económico en donde se especifica lo que contiene un plan financiero y esto sirva para poder realizar un análisis económico. También cabe destacar que se tiene que evaluar el proyecto utilizando técnicas y métodos para evaluar los distintos riesgos económicos del negocio.

Sin embargo, por otro lado, Lázaro (2015) manifiesta que existen once fases para llevar a cabo un plan de negocio, en donde la primera fase consiste en la descripción del negocio, en el cual es donde se especifican el mercado potencial, se da a conocer también las necesidades de los consumidores y luego realizar una segmentación tomando en cuenta categorías de clasificación como (ingresos, edad, género, etc.), para así poder implantar las estrategias necesarias.

La segunda fase consiste en realizar un análisis FODA, en donde a partir de esta se va a poder tener un conocimiento claro y preciso de la condición real del entorno de la empresa. Este análisis toma como bases al factor interno en donde se conoce las debilidades y fortalezas de la empresa y por otro lado un factor externo en donde se conoce las oportunidades y amenazas del mercado.

La tercera fase consiste en realizar un análisis del mercado, este análisis es imprescindible debido a que la empresa pueda lograr saber como es el comportamiento del mercado donde va a brindar sus productos o servicios. También una investigación de mercado permite especificar la demanda existente y llegar a conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de los consumidores.

La cuarta fase consiste en definir las estrategias, en donde se especifican la misión, la visión, objetivos estratégicos, objetivos generales y por último el plan de acción.

La quinta fase consiste en esquematizar el modelo de negocio el cual permitirá brindar un resumen de las actividades principales que va a realizar la empresa, para evaluar la rentabilidad del negocio.

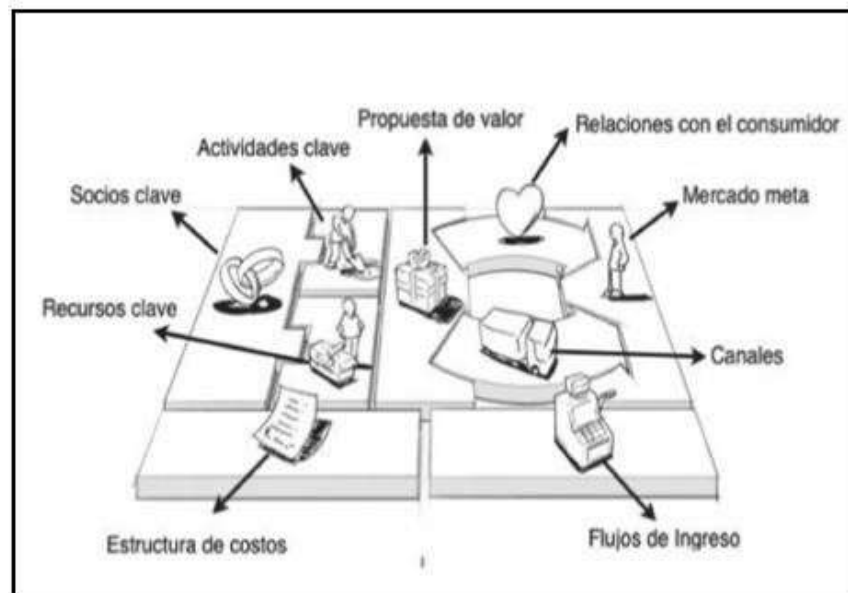


Figura 3: modelo de negocio

Fuente: elaboración propia

La sexta fase consiste en realizar un plan de marketing en donde se pretende hacer que los productos y servicios ofrecidos sean de acuerdo a las necesidades de los

consumidores, tomando en cuenta la comodidad, el precio que el consumidor está dispuesto a desembolsar y el diseño del producto.

La séptima fase es realizar un plan de ventas que consiste en plantear las estrategias de ventas, también especificar las condiciones de ventas y además considerar la fuerza de ventas.

La octava fase es realizar un plan de operaciones en donde se incluye elementos técnicos y organizativos para la elaboración de los productos o la prestación de servicios.

La novena fase consiste en realizar un plan de recursos humanos la cual consiste en describir las tareas, la estructura y las funciones de los colaboradores de la empresa. El primer paso para desarrollar el plan de recursos humanos es la especificación del número de personas que son adecuadas para la empresa, el segundo paso es describir los niveles de responsabilidad, el tercer paso es definir el organigrama de la empresa. El cuarto paso es definir las tareas y funciones de cada cargo laboral.

La décima fase consiste en realizar un plan financiero, en la cual se mide el nivel de rentabilidad del negocio, para llevar a cabo este plan existen seis pasos, son los siguientes:

- a) Cálculo de las carencias o necesidades de inversión.
- b) Financiamiento de las inversiones.
- c) Cálculo de los resultados para los siguientes tres años.
- d) Especificar el presupuesto de tesorería.
- e) Balance del comportamiento financiero.
- f) Realizar una evaluación mediante ratios.

La onceava fase es realizar un plan de contingencia en donde se especifiquen las acciones necesarias para enfrentrar los posibles imprevistos que pueden influenciar en la empresa. Además se realiza la ejecución y control, en donde se hace una evaluación constante para

conocer si se están llevando a cabo los objetivos previstos y así también podremos entender en qué medida la empresa está avanzando.

Para saber de qué manera desarrollar un plan de negocio, según Zorita (2015) menciona que existen nueve fases para llevar a cabo un plan de negocio, la primera fase es la descripción del negocio, la cual consiste en realizar una explicación documentada del objetivo del proyecto empresarial. En este apartado se debe poner énfasis en la necesidad que va a satisfacer en los clientes este plan de negocio.

La segunda fase es realizar un análisis del mercado y de la empresa, en la cual se descompone en un análisis externo en donde se realiza una investigación comercial de forma minuciosa con el propósito de recolectar datos que permitan comprender el entorno del mercado, los problemas y oportunidades y así poder plantear y ejecutar acciones. Esta investigación de mercado es muy importante porque así conoceremos quiénes son nuestros clientes potenciales y los competidores del negocio.

En esta segunda fase también se descompone en un análisis interno de la empresa, en el cual se podrá identificar las fortalezas y debilidades de la empresa frente al mercado, la cadena de valor es una manera de analizar el comportamiento empresarial, mediante el cual desagregamos una empresa en partes constituyentes, logrando determinar las ventajas competitivas en las actividades que proporcionan valor.

La tercera fase es realizar el análisis de la situación, diagnóstico y el planteamiento estratégico, en el cual se parte desde el análisis situación, diagnóstico en donde lo que se quiere lograr es poder especificar los aspectos internos y externos que influyen en las oportunidades empresariales, además este análisis hace una interpretación de los acontecimientos del entorno para poder determinar las condiciones y tendencias que podrían repercutir en la empresa. Este análisis situacional queda planteado en un matriz FODA en donde se especifican acciones que se deben ejecutar para beneficiarse de las oportunidades identificadas y a capacitar a la empresa contra las amenazas teniendo como base las debilidades y fortalezas de dicha empresa.

La cuarta fase consiste en realizar un plan operativo de marketing y ventas la cual tiene una importancia en la empresa debido a que se van a poder gestionar las decisiones y la ejecución de lo que se llama el “marketing mix” también llamado las cuatro P’s del marketing.

En esta fase se determinan las decisiones particulares, éstas se basan en el producto, precio, distribución y comunicación y las acciones de marketing a ejecutar para lograr los objetivos especificados.

Descripción de las 4 P’s del marketing:

a) Producto

Un producto tiene elementos formales como el envase, el diseño, la calidad, etc. Que conforman lo que se llama producto tangible. También con aspectos de un valor agregado como por ejemplo la financiación, la garantía, instalación, conforman lo que se conoce como producto aumentado.

b) Precio

En comparación a las otras variables que son las que generan costos, esta variable de precio es la que genera dinero. Esta variable tiene una gran importancia debido a que es la que determina la rentabilidad de la empresa y además hace una diferencia que repercute en el posicionamiento de la empresa en el mercado.

c) Distribución

Determina la forma en que un producto va a llegar al consumidor final. Para que esto se pueda ejecutar de la mejor manera es necesario tomar en cuenta la cualificación del equipo de ventas, los márgenes comerciales, forma de contratación y niveles de promoción ofrecidas a representantes, distribuidores y comerciantes. También se debe tener en cuenta los canales de distribución que se van a usar.

d) Comunicación

En este punto se debe considerar la promoción necesaria que se va a realizar para dar a conocer el producto o servicio a los posibles clientes.

La quinta fase es realizar un plan de operaciones y sistemas de información en la cual las operaciones tienen relevancia debido a que mediante ellas se lleva a cabo el trabajo primordial de una empresa. En el asunto de un producto, esta fase permitirá desarrollar del producto y su cadena de producción, para esto se establecerá la duración de los trabajos de investigación, las carencias de inversión en equipo humano, la muestra, el prototipo y los gastos que el lanzamiento demande. En el asunto de un servicio, se realizará una especificación detallada de los procedimientos y las necesidades técnicas que se utilizarán al momento de brindar el servicio determinado.

La sexta fase es realizar los temas societarios, organización y recursos humanos, donde especifica partiendo desde que si una persona natural desea involucrarse en la esfera empresarial, tiene que adoptar necesariamente una forma legal a su empresa, para esto es necesario contar con información relevante sobre los tipos de formalización en empresas, ventajas y desventajas que éstas representan. Luego se comienza a desarrollar un plan de recursos humanos el cual es un aspecto primordial porque representa el éxito empresarial y por ende esto es una ventaja para enfrentar a la competencia.

La séptima fase consiste en realizar un estudio económico financiero la cual se basa en todas las decisiones que se ha descrito para el desarrollo de la empresa, en donde cada decisión tendrá su representación en los estados financieros. Hay que partir desde el punto de cuánto costará poner la empresa en ejecución y a la misma vez ejecutar una gestión empresarial eficiente, luego se tendrá que especificar cuál será la liquidez en cada suceso para que la empresa pueda pagar sus deudas.

La octava fase consiste en llevar a cabo un sistema de control, cuadro de mando integral y planes de contingencia, lo cual es tan relevante para una empresa debido a que permite comparar hasta qué nivel se han cumplido los objetivos establecidos.

Por novena fase se tiene a las conclusiones y la viabilidad, en este apartado se hace una descripción breve de la información más importante que garanticen el cumplimiento del plan. La viabilidad se basa en cinco aspectos los cuales son los siguientes:

a) Viabilidad técnica

En esta viabilidad se toma en cuenta la capacidad técnica que tiene la empresa para implementar sus productos o servicios.

b) Viabilidad comercial

Cuando un proyecto, tiene una demanda específica y existe una demanda del producto o servicio, entonces se dice que hay una viabilidad comercial.

c) Viabilidad económica

Es donde el proyecto genera rentabilidad y además genera beneficios económicos a la empresa.

d) Viabilidad financiera

Se dice que un negocio tiene viabilidad financiera cuando tiene la capacidad de solventarse y además presenta una esquematización financiera en total equilibrio.

e) Viabilidad estratégica

Es donde un plan de negocio tiene coherencia con la filosofía empresarial y se basa en las ventajas competitivas.

Para conocer la definición de la demanda, se recopiló la información de más de dos autores internacionales.

La Hernández y Maubert (2009) la demanda hace referencia al deseo de productos específicos que están basados en la capacidad económica y la voluntad de poder comprarlos o adquirirlos. Los autores especifican que para originar una demanda comercial, se debe mostrar a los consumidores que los productos que se le ofrece satisface sus necesidades, en mayor nivel que el de la competencia, utilizando los medios necesarios para darlos a conocer como (publicidad, marketing directo, promoción de ventas, relaciones públicas, entre otras).

En comparación a los autores anteriores, Mullins y otros (2007) manifiestan que la demanda hace referencia a la suma de productos que se pueden comprar a distintos precios por los clientes interesados en el producto ofrecido. Los autores manifiestan que bastantes empresas, realizar una investigación de mercado para medir las curvas de la demanda. Sin embargo Stanton y otros (2007) la demanda es un mercado donde los consumidores potenciales tienen una necesidad específica ya sea en un servicio o producto. En la demanda se examina la capacidad y el comportamiento de compra que tiene un cliente.

Para conocer la definición de la oferta, se recopiló la información de más de dos autores internacionales.

Según Kotler y Armstrong (2008) los deseos y las necesidades de los consumidores finales se logran satisfacer a través de una oferta de mercado, esta oferta no solo se basa en productos sino también en servicios los cuales estos últimos son bienes intangibles y no tienen un efecto de propiedad. Para que los clientes compren el producto o hagan uso del servicio ofrecido, la empresa necesita diseñar de forma muy atractiva su oferta.

Sin embargo Rodriguez (2009) manifiesta que la oferta es la suma de servicios o productos que llegan a introducirse en el mercado, a un precio fijado en un tiempo determinado; la evaluación de los servicios y productos que se van a ofrecer se basa en tres tiempos en el muy corto plazo, en donde la oferta está relacionada con las mercancías existentes y listas para ser vendidas, en el corto plazo está estructurada por los bienes que entran al mercado por las distintas empresas que existen, en donde estos bienes van acorde a la capacidad de producción, en el largo plazo, la oferta es más difícil debido a que el equipo de producción y las empresas que se desempeñan dentro del mercado pueden cambiar, de acuerdo a los aspectos referentes que se tiene de ellos y el precio.

Para esta investigación es necesario conocer la definición y las fases del desarrollo de un aplicativo móvil, para lo cual se citó a cuatro autores.

Según Cuello y Vittone (2013) una aplicación es un software que solo son para los móviles. En una app el desarrollo tecnológico se ve representado en una mejor experiencia, tomando como base el diseño visual que actualmente tiene una significativa relevancia. Los autores manifiestan que se puede hacer uso de las apps sin contar con acceso a internet, también pueden tener acceso a ciertos aspectos del hardware del teléfono como son los sensores, por esto se dice que un aplicativo móvil puede brindar una mayor experiencia al momento de usarlo.

Por otro lado Luna (2016) menciona que un aplicativo móvil es todo dispositivo que se puede trasladar con facilidad, que pone a disposición elementos que nos van a ayudar en las actividades diarias ya sean académicas o laborales. Además las apps móviles tienen la capacidad para interactuar con el usuario, a través del uso de la capacidad del almacenamiento del dispositivo.

Para el desarrollo de una app según Cuello y Vittone (2013) menciona que existen cinco fases, las cuales son las siguientes:

a) Conceptualización

Esta fase tiene su punto de origen en la idea de aplicación que se desea desarrollar, para esto se tiene que tomar como base los requerimientos que los usuarios desean satisfacer. La idea está fundamentada en una investigación hecha con anterioridad y posteriormente poder comprobar la viabilidad de la aplicación.

b) Definición

En esta fase se realiza una descripción específica de los usuarios, quienes son los que van a hacer uso de la aplicación, haciendo esto se logrará plasmar el alcance del proyecto y el nivel de complejidad de la app.

c) Diseño

En esta fase se llevará los conceptos definidos anteriormente a un plano tangible, en donde se realizará el prototipo de la aplicación.

d) Desarrollo

En esta fase es donde el programador realiza los diseños definidos y también se encarga de crear la estructura, en la cual se fundamentará la funcionalidad de la aplicación.

e) Publicación

En esta última fase es donde se pone a disposición del usuario la aplicación terminada. Luego se debe llevar a cabo un seguimiento sobre el desempeño y funcionamiento de la app.

Para esta investigación es imprescindible conocer acerca de las metodologías ágiles los cuales van a servir de base para el desarrollo del aplicativo móvil de comprensión lectora.

Según Pérez (2010) indica que las metodologías ágiles son aquellas que proponen adaptarse a cambios motivados por los clientes, esto significa que esta evitará menor contratiempo, acelerando los procesos, actuando de manera positiva en lo que se haya pedido.

Por otro lado Gimson (2012) menciona que la mejor definición de metodologías ágiles consiste en entender que estas son más flexibles y sostenibles en el tiempo y permiten percibir un mayor beneficio económico en las inversiones.

En comparación a los dos autores anteriores Bahit (2012) menciona que las metodologías ágiles son aquellas metodologías de gestión de proyectos adaptativa, que permite llevar a cabo, proyectos de desarrollo de software, adaptándose a los cambios y evolucionando en forma conjunta con el software, estas prefieren valorar la idoneidad de cada individuo, depositando en esta, la confianza requerida para lograr una buena comunicación, fluida e interactiva entre todos los participantes del proyecto.

También es necesario considerar la importancia de las metodologías ágiles, para lo cual se citó a dos autores.

Según Ruiz (2017) menciona las metodologías ágiles permiten llevar a cabo los proyectos de software desde un punto de vista más sencillo y además desarrollarlos de forma más flexible. Menciona también que estas metodologías se fundamentan en las personas, las cuales son las que tienen el conocimiento, por esto es que se dice que las personas son más primordiales que los procesos, y estos últimos se encuentran al servicio de las personas.

Por otro lado Trejo (2017) indica que las metodologías ágiles permiten lograr incrementar la eficiencia y la velocidad, en donde se realizan entregas parciales de la versión funcional de un producto, también estas metodologías al involucrar a los clientes,

se deducen cuales son las características requeridas, para así poder entregar un producto final que satisfaga sus necesidades. Además refiere que las metodologías ágiles son capaces de adoptar cambios sobre el desarrollo de un proyecto.

Además es necesario tomar en cuenta los tipos de metodologías ágiles para luego hacer la selección de la que mejor convenga en el desarrollo del aplicativo móvil de comprensión lectora.

La primera metodología a describir está dada según Monte (2016), en donde menciona que la metodología scrum es un entorno de trabajo para desarrollar proyectos, gestión de productos y los múltiples servicios complejos, logrando hacer más fácil un desarrollo constante e incremental. La parte más importante que brinda flexibilidad en Scrum, se le denomina sprint, para cada uno de los sprint existe una adaptación constante de los productos que se crean y de los objetivos del proyecto. También cada sprint está sometido a una inspección o revisión (sprint retrospective) la cual esta herramienta sirve al equipo de trabajo para que puedan desarrollar posibles mejoras.

Los tres pilares de este proceso son los siguientes:

a) Transparencia

Todas las características importantes del proceso tienen que ser debidamente conocido por todos aquellos participantes, para esto, las características deben estar conceptualizadas a través de un estándar común, para así poder lograr que todos tengan las mismas perspectivas de cada característica del proceso.

b) Inspección

Los participantes del proceso deben evaluar de manera constante los resultados de dicho proceso, para poder identificar los errores que se puedan originar.

c) Adaptación

Cuando se llega a identificar un error, la solución debe ser adoptar acciones correctivas.

Scrum plantea la conceptualización de las estructuras que permiten llevar a cabo una gestión de proyectos enfocado en los objetivos y las personas. Scrum propone las actividades, los artefactos y los roles siguiente:

a) Roles

Los roles especifican la distribución de las responsabilidades en un proyecto, para así poder respaldar que se satisfacen las necesidades de construcción, comunicación e información.

b) Artefactos

Scrum considera a los artefactos como las herramientas que van a servir para poder trabajar y coordinar los roles establecidos con anterioridad.

c) Actividades

Son aquellas señales en el tiempo, y en este lapso el cliente o el equipo del proyecto tienen que llevar a cabo una acción significativa para el proyecto.

La segunda metodología a describir está dada según Calabria y Píris (2003) hablan acerca de esta metodología diciendo que este se emplea en pequeños y medianos equipos para la creación de software. Esta toma en cuenta los cambios como algo natural que se dan en los proyectos. Para el autor, los valores de la programación extrema se centran en los siguientes: comunicación, simplicidad, feedback y coraje. Estos a su vez cuentan con principios que nos ayudan a obtener mejores resultados, siendo los más importantes: retroalimentación rápida, asumir la simplicidad, cambios incrementales, aceptar el cambio, trabajo de calidad.

Principales Conceptos del XP:

a) Story Cards (tarjetas de historia)

Estos son empleados para anotar las exigencias de los clientes y para así lograr determinar la valoración de las iteraciones mientras dura la etapa de planificación.

b) Iteración

es un periodo de tiempo que dura una o dos semanas en el que se trata las stories demandadas por el cliente que deben ser desarrolladas; en las iteraciones cortas se pretende que el equipo del trabajo obtenga objetivos y resultados a corto plazo y no esperar un largo tiempo para ver si lo que hizo estuvo bien o no.

c) Refactoring (refactorización)

Consta en hacer cambios sin alterar la funcionalidad del mismo, con el fin de hacerlo más sencillo, para incrementar la eficacia o para que se haga más comprensible.

d) Release (lanzamiento)

Es un cúmulo de funcionalidades que se integra para que el programa sea efectuado. Cada release tiene la intención de obtener un producto final para cada iteración, donde el cliente pueda revisar la funcionalidad pedida.

e) Test de aceptación

Se representa con algún tipo de rendimiento por parte del sistema, donde los clientes son los encargados de examinar la precisión de estos test y verificar los rendimientos.

f) Test unitario

Estos son llevados a cabo desde la perspectiva del programador y se utilizan para evaluar el código y para realizar el refactoring del mismo.

La Prueba PISA (Programa para la Evaluación Internacional de Estudiantes) es aquel programa que evalúa el desarrollo de las habilidades y conocimientos de los estudiantes de 15 años a través de tres pruebas esenciales: lectura, matemáticas y ciencias. La OCDE (Organización para la cooperación y desarrollo económico) aplica este examen estandarizado cada tres años, desde el año 2000, y en cada una de las pruebas realizadas se enfoca en las tres áreas anteriormente descritas.

PISA es un examen estandarizado a nivel mundial, en donde su propósito es conocer a través de dicha evaluación los sistemas de educación, para así poder mejorar la calidad educativa. Cabe mencionar que cuando PISA evalúa a los alumnos lo hace a través de un aplicativo instalado en computadoras, PISA evalúa a través de un módulo evaluación, el cual contiene textos en los tres niveles considerados en este proyecto de investigación (textos narrativos, textos expositivos y textos argumentativos).

La ECE (Evaluación Censal de Estudiantes), es aquella evaluación que cada año es aplicado por el Ministerio de Educación, con el objetivo de poder saber qué y cuánto están aprendiendo los estudiantes de los grados evaluados en relación al currículo nacional, esta evaluación con respecto a la comprensión lectora se da a partir de tres dimensiones: capacidades lectoras, textos y contextos de lectura.

Los Objetivos de la ECE (Evaluación Censal de Estudiantes) son: primero brindar información a los docentes, directores, padres de los alumnos, así como a los funcionarios de las DRE, UGEL y del MINEDU para que puedan tomar decisiones con el propósito de mejorar los aprendizajes de los estudiantes. Segundo es comparar los resultados de los estudiantes a lo largo del tiempo. Tercero y último es informar al país acerca de los logros de aprendizaje alcanzados por los estudiantes de los grados evaluados en las competencias incluidas en la ECE.

Los resultados en la ECE (Evaluación Censal de Estudiantes) se realizan mediante niveles de logro. De acuerdo con los resultados en las pruebas, los estudiantes fueron agrupados en tres niveles de logro: Nivel 2, en el que los estudiantes logran lo esperado para su grado, Nivel 1, donde los estudiantes no lograron lo esperado y sólo responden las preguntas más fáciles de la prueba, y Debajo del Nivel 1, nivel en el que los estudiantes tienen dificultades para responder inclusive las preguntas más fáciles de la prueba.

En la siguiente tabla se muestra la estructura de la metodología de planes de negocio Según Tercilia Moreno.

Tabla 1: estructura de plan de negocio según Tercilia Moreno Castro

SEGÚN EL AUTO R	IDEA DE NEGOCI O	ALTERNAT IVAS DE INVERSIÓ N Y PROYECTO S DE EMPRENDI MIENTO	ANÁLIS IS DEL MACRO ENTOR NO	ANÁLISIS DEL MICROENTO RNO	ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN COMERCI AL	ESTUDI O LEGAL	PLAN DE OPERACI ONES Y TAMAÑO DEL PROYEC TO	PLAN DE OPERACI ONES E INGENIE RÍA DEL PROYEC TO	PLAN DE OPERACION ES Y UN ESTUDIO ORGANIZA CIONAL	PLAN FINANC IERO Y ESTUDI O ECONÓ MICO
--------------------------	------------------------	--	--	-------------------------------------	---	-------------------	---	--	--	--

<p>MORE NO CAST RO TERCI LIA. (2016) EMPRE NDI MIENT O Y PLAN DE NEGO CIO</p>	<p>Consiste en la identificación de las oportunidades de negocio que existen actualmente, luego para definir la idea de la mejor manera se debe hacer un análisis minucioso del proyecto de negocio.</p>	<p>Tiene su punto de partida en la evaluación de decisiones que se van a tomar</p>	<p>Es donde se realiza un análisis de las fuerzas del entorno (factores externos) para saber cómo estos influyen de manera significativa en el negocio.</p>	<p>En donde se lleva a cabo el análisis del sector industrial, en donde se detallan las bases en donde se realiza el análisis interno de un proyecto. Además se evidencian las fuentes de ventaja competitivas del negocio.</p>	<p>En el estudio de mercado se realiza una estimación del nivel de ventas que se esperan obtener. En el plan comercial se detallan los objetivos que se deben ejecutar en relación a las estrategias comerciales definidas.</p>	<p>Es donde se toman las mejores decisiones para ubicar a la empresa en una constitución legal, permitiéndole desempeñarse en el mercado de manera formal.</p>	<p>Consiste en conceptualizar la dimensión de un proyecto tomando como base las unidades producidas en el lapso de un año.</p>	<p>Es donde se define el fundamento de la ingeniería de un proyecto, para luego establecer las etapas de ingeniería, después se debe especificar los objetivos de la producción de bienes y servicios.</p>	<p>Consiste en describir la forma en que se organizará el trabajo para construir el proyecto de negocio.</p>	<p>Se especifica lo que contiene un plan financiero y esto sirva para poder realizar un análisis económico.</p>
--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	---

Fuente: elaboración propia

En la siguiente tabla se muestra una segunda estructura en donde el autor Jesús Lázaro Esteban divide en once fases para poder realizar un Plan de Negocios.

Tabla 2: Estructura de plan de negocio según Jesús Lázaro Esteban

SEGÚN EL AUTOR	DESCRIP CIÓN DEL NEGOCI O	ANÁLISIS FODA	ANÁLISI S DEL MERCA DO	DEFINIC IÓN DE LAS ESTRAT EGIAS	ESQUE MATIZA CIÓN DEL MODEL O DE NEGOCI O	PLAN DE MARKE TING	PLAN DE VENTAS	PLAN DE OPERACI ONES	PLAN DE RECUR SOS HUMA NOS	PLAN FINANCI ERO	PLAN DE CONTI NGENC IA
----------------------	---------------------------------------	------------------	---------------------------------	---	--	-----------------------------	-------------------	-------------------------------	---	------------------------	------------------------------------

LÁZARO ESTEBAN JESÚS. (2015) TU BUSINESS PLAN ¡EN UN PIM PAM!	Se especifica el mercado potencial, también se da a conocer las necesidades de los consumidores , además se realiza una segmentación teniendo en cuenta categorías de clasificación	Este análisis se fundamenta en un factor interno en donde se conocen las fortalezas y debilidades de la empresa, y por otro lado un factor externo en donde se conoce las oportunidades y amenazas del mercado.	Este análisis permite especificar la demanda existente y llegar a conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de los consumidores .	Se especifican la misión, la visión, los objetivos estratégicos, objetivos generales y por último el plan de acción.	Es un resumen de las actividades principales que va a realizar la empresa, para evaluar la rentabilidad del negocio.	Es donde se pretende hacer que los productos y servicios ofrecidos sean de acuerdo a las necesidades de los consumidores , tomando en cuenta la comodidad,el diseño del producto y el precio que está dispuesto a pagar el consumidor.	Consiste en plantear las estrategias de ventas, también especificar las condiciones de ventas y además considerar la fuerza de ventas.	En este plan se incluye elementos técnicos y organizativos para la elaboración de los productos o la prestación de servicios.	Se describen las tareas, la estructura y las funciones de los colaboradores de la empresa.	En este plan se mide el nivel de rentabilidad del negocio,	Se especifican las acciones necesarias para enfrentar los posibles imprevistos que pueden influenciar en la empresa.
---	---	---	---	--	--	--	--	---	--	--	--

Fuente: elaboración propia

En la siguiente tabla se muestra una estructura basada en el autor Enrique Zorita LLoreda, plantea nueve fases para la elaboración de un Plan de Negocios.

Tabla 3: Estructura de plan de negocio según Enrique Zorita LLOreda

SEGÚN EL AUTOR	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	ANÁLISIS DE MERCADO Y DE LA EMPRESA	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN, DIAGNÓSTICO Y EL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	PLAN OPERATIVO DE MARKETING Y VENTAS	PLAN DE OPERACIONES Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN	ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	SISTEMA DE CONTROL, CUADRO DE MANDO INTEGRAL Y PLANES DE CONTINGENCIA	CONCLUSIONES Y VIABILIDAD
ZORITA LLOREDA ENRIQUE. (2015) PLAN DE NEGOCIO	Consiste en realizar una explicación documentada de el objetivo del proyecto empresarial. En este apartado se debe poner énfasis en la necesidad que va a satisfacer en los clientes este plan de negocio.	Este análisis se descompone en dos partes uno es el análisis externo en donde se realiza una investigación comercial. Otro es el análisis interno de la empresa en el cual se podrá identificar las fortalezas y debilidades de la empresa frente al mercado.	El análisis de la situación es donde lo que se quiere lograr es poder especificar los aspectos internos y externos que influyen en las oportunidades empresariales. El planteamiento estratégico consiste en plantear estrategias para ponerlas en acción.	Es donde se gestionan las decisiones y la ejecución de lo que se llama el “Marketing mix” también llamado las cuatro P’s del marketing. En esta fase se determinan las decisiones particulares, éstas se basan en el producto, precio, distribución y comunicación.	Esta fase permitirá desarrollar el producto y su cadena de producción. Para esto se establecerá la duración de los trabajos de investigación	Se especifica partiendo desde que si una persona natural desea involucrarse en la esfera empresarial, tiene que adoptar necesariamente una forma legal a su empresa. luego se desarrolla un plan de recursos humanos.	Se basa en todas las decisiones que se ha descrito para el desarrollo de la empresa, en donde cada decisión tendrá su representación en los estados financieros.	Esta fase permite comparar hasta que nivel se han cumplido los objetivos establecidos. Un plan de contingencia contiene estrategias de contingencia, en el posible suceso que los objetivos no se lleguen a lograr y después elaborar un cuadro de mando.	En este apartado se hace una descripción breve de la información más importante que garanticen el cumplimiento del plan.

Fuente: elaboración propia

El problema que se planteó para este proyecto de investigación es ¿De qué manera un plan de negocios de una app de comprensión lectora influye en la atención de la demanda, Chiclayo?

En la justificación del estudio a nivel teórico, se tiene que en este contenido de investigación se pretende estudiar aspectos importantes sobre la comprensión lectora y a partir de ello poder aplicar un plan de negocio, donde se pueda implementar un aplicativo móvil para desarrollar de manera significativa la comprensión lectora, además la presente investigación se utilizará como base para posteriores investigaciones para aplicar a los alumnos y docentes.

Con respecto a la justificación del estudio a nivel práctica, se tiene que el trabajo de investigación pretende aplicar una metodología para elaborar un producto accesible a la comunidad de estudiantes, con el objetivo de que se mejore la comprensión lectora y permita obtener un buen servicio y rentabilidad para sus creadores.

Por otro lado en la justificación metodológica, se tiene que el interés del proyecto de investigación, hace énfasis en los nuevos enfoques para realizar un plan de negocios, que pueden ser utilizados para el desarrollo de las aplicaciones móviles con un fin determinado.

Por último, se tiene que la justificación social de proyecto de investigación se basa en la realización de un plan de negocio tendrá un impacto en los resultados que la demanda desea obtener, que es tener mejores recursos digitales de comprensión lectora, puesto que teniendo un buen recurso digital ayudará a que los alumnos tengan un mejor aprendizaje, así generará mayores capacidades lectoras.

Se planteó como hipótesis: Si se desarrollara un plan de negocio de una app de comprensión lectora entonces se podrá atender la demanda en la ciudad de Chiclayo. Teniendo como objetivo general: Elaborar un plan de negocio basado en una app de comprensión lectora para atender la demanda en la ciudad de Chiclayo. Así

mismo como objetivos específicos tenemos los siguientes: a) Identificar la demanda con respecto a la Comprensión lectora en la Ciudad de Chiclayo, b) Seleccionar el modelo de plan de negocio que mejor se adapte a las necesidades de la demanda, c) Desarrollar el plan de negocio según las fases planteadas por la metodología seleccionada, d) Determinar la viabilidad económica y financiera e) Analizar los resultados de la implementación del producto piloto.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

Según Hernández y otros (2014), refiere que la esencia de la conceptualización de experimento es que necesita la manipulación intencional de una o más variables independientes para poder evaluar los efectos que la manipulación ha originado en una o más variables dependientes.

El diseño de esta investigación es un diseño preexperimental, en donde se trata de administrar un estímulo a un grupo para luego emplear una estimación de una o más variables para visualizar cuál es el desempeño alcanzado del grupo en estas, recalcando que en este diseño existe un grado mínimo de control.

2.2. Operacionalización de variables

Variables

- a) **Variable Independiente:** Plan de negocio
- b) **Variable Dependiente:** Demanda

2.2.1. Operacionalidad

Tabla 4: operacionalización de la variable independiente

Fuente: elaboración propia

VARIABLE	DEFINICIÓN TEÓRICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
PLAN DE NEGOCIO	Según Zorita (2015) el plan de negocio tiene su punto de origen en la idea que se han planteado los fundadores del mismo, dando comienzo así a un proceso de análisis y planificación, que permitirá llevar a cabo la determinación de la viabilidad del proyecto y la configuración futura de la empresa.	Un plan de negocio es un documento que sirve para guiar de manera eficiente una idea de negocio, para esto se debe hacer una investigación preliminar que permita tener un claro pensamiento de los procedimientos a seguir. Este plan es muy importante porque disminuye el riesgo de la inversión y además permite conocer con anticipación las contingencias que pueden afectar al desarrollo del proyecto empresarial.	Estudio económico y financiero	VAN	Razón
				TIR	Razón
				Rentabilidad sobre la inversión	Razón
			Plan de marketing	Producto	Nominal
				Precio	Escalar
				Plaza	Nominal
				Promoción	Nominal

En la siguiente tabla se muestra la variable dependiente Demanda con sus respectivos indicadores y fórmulas, los cuales guardan relación con la realidad problemática.

Tabla 5: operacionalización de la variable dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN TEÓRICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	FÓRMULA	ESCALA DE MEDICIÓN
V.D DEMANDA	la demanda hace referencia al deseo de productos específicos que están basados en la capacidad económica y la voluntad de poder comprarlos o adquirirlos. Hernández y Maubert (2009).por otro lado, la demanda se refiere a la cantidad de	Es una necesidad insatisfecha la cual los clientes están dispuestos a obtener pagando un precio asequible, asegurando que el producto o	Demanda insatisfecha	Acceso Limitado	$AL = \left(\frac{ANS - ANSCA}{ANS} \right) * 100$ ANS: Total de alumnos del nivel secundario. ANSCA: Total de alumnos del nivel secundario con acceso a internet.	Razón
				Herramientas limitadas	$HL = 100\% - (PUHD\%) * AE$ PUHD: Personas que utilizan las herramientas digitales para la comprensión de textos AE: Alumnos encuestados	Razón
				Nivel de capacidades cognitivas	$NCC = \left[\left(\frac{N^{\circ} NADAL}{N^{\circ} TANS} \right) \right] * 100$ NADAL: Número de alumnos que demuestran desempeño de aprendizaje lector TANS: Total de alumnos del nivel secundario	Razón

<p>productos que se pueden comprar a distintos precios por los clientes interesados en el producto ofrecido. Mullins y otros (2007). En contraste a los autores anteriores la demanda es, un mercado donde los consumidores potenciales tienen una necesidad específica ya sea en un producto o servicio. Stanton y otros (2007).</p>	<p>servicio ofrecido cumpla sus expectativas. Además cabe mencionar que los precios deben estar acorde a los precios del mercado.</p>		Estrategias de comprensión lectora	$ECL = \left(\frac{UECL}{N^{\circ} TECL} \right) * 100\%$ <p>UECL: Uso de estrategias de comprensión lectora TECL: Total de estrategias de comprensión lectora</p>	Razón
		Demanda	Potencial	<p>DP= N*Q%</p> <p>N= número de compradores posibles para el producto. Q= cantidad de alumnos que descargan aplicativos móviles.</p>	Razón
			Meta	<p>DM= DI- DP</p> <p>DI: Demanda insatisfecha DP: Demanda potencial</p>	Ordinal

Fuente: elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

Al respecto, Vara (2017). menciona que, la población está representada por la cantidad total de individuos que pueden ser documentos, personas, data, eventos, empresas, objetos, situación, etc. Los cuales son tomados en cuenta para la investigación; los que son parte de la población se ubican en un espacio y son cambiantes en el tiempo, además tienen una o más características peculiares.

Provincia	Total		Nivel educativo alcanzado					
	Abs	%	Sin nivel	Inicial	Primaria	Secundaria	Superior	Msc Doct
Total	871 639	100,0	4,6	0,2	22,0	41,7	30,2	1,3
Chicl.	600 578	100,0	3,4	0,1	18,1	42,4	34,4	1,6
Ferreñ.	66 206	100,0	10,6	0,3	26,7	39,5	22,3	0,6
Lamb.	204 855	100,0	6,3	0,4	32,0	40,2	20,5	0,6

Figura 4: población censada de 15 y más años de edad, por nivel educativo alcanzado, según Provincia, 2017

Fuente: INEI

La población está constituida por los estudiantes del nivel secundario de las instituciones educativas. Según el censo del 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se tiene que en la ciudad de Chiclayo se tiene un total de 254645 estudiantes, los cuales son los elementos de estudio para la propuesta planteada.

2.3.2. Muestra

Según Hernández y otros (2014) manifiesta que la muestra es un subgrupo de componentes que son parte de un conjunto delimitado al que se le conoce como población.

El tamaño de la muestra está representado por 384 personas

pertenecientes a los colegios privados en la Ciudad de Chiclayo entre las edades de 13 a 18 años que se encuentran en el tercer y cuarto grado del nivel secundario.

Se determinó el tamaño de la muestra utilizando el método probabilístico debido a que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos, además se decidió por hacer uso del tipo de muestreo por estratificado.

El cálculo de la muestra se determina utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N * Z^2 * p * q)}{((N - 1) * h^2 + z^2 * p * q)}$$

Fuente: Hernández (2014)

Dónde:

n: Tamaño de la muestra por determinar

N: Población = (254645)

Z: Nivel de confianza. Se pretende alcanzar un nivel de confianza del 95% (Z=1,96)

h: Es el error muestra deseado 5%

p: Probabilidad de éxito 0.50

q: Probabilidad de fracaso:0.50

$$n = \frac{254645 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{254644 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

Al resolver esta ecuación se obtuvo una muestra de 384 estudiantes a encuestar.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Las técnicas que se utilizará es la encuesta, la cual estará dirigida a la población de Chiclayo entre las edades de 15 a 18 años de edad pertenecientes al sector educativo de tercero y cuarto grado del nivel secundario, esta técnica permitirá obtener información real y necesaria para analizar la situación actual y realizar un diagnóstico.

2.4.2. Validez y confiabilidad

La validación se desarrollará mediante un juicio de expertos de tres personas, las cuales son personas que conocen de la materia tanto en el diseño como en la metodología a utilizar, esto garantizará la fiabilidad y calidad de la encuesta. También se utilizará el alfa de cronbach para la validez y confiabilidad del instrumento aplicado.

2.5. Métodos de análisis de datos.

La validación para las encuestas se hará a través del uso de las herramientas de software llamado SPSS y Microsoft Excel, la cual permitirá analizar e interpretar los resultados del instrumento de investigación.

2.6. Aspectos éticos

En concordancia a los fundamentos de la universidad y por su esencia de la investigación es de significativa importancia los aspectos éticos y se han tomado como parte fundamental los siguientes aspectos:

- a) Transparencia de datos obtenidos

Se recopila la información más importante y se plasma tal cual se muestra en su contenido, para después aplicar una interpretación propia.

b) Manejo de fuentes de consulta para el objetivo de la investigación

Se toma en cuenta las fichas bibliográficas con información importante y completa, contenido informativo de distintas fuentes, para así poder identificar e interpretar los textos que servirá de ayuda.

c) Confidencialidad

Debe haber mucho respeto hacia la confidencialidad de los autores si lo requiere, se debe considerar que la información tenga un carácter científico.

III. RESULTADOS

Según Thatham (2007) La confiabilidad es el grado en que la variable observada mide el valor verdadero y está libre de error; por lo tanto, lo opuesto al error de medida; Si la misma medida se realiza repetidas veces, por ejemplo, las medidas más fiables mostraran una mayor consistencia que las medias menos fiables.

En la investigación se han valorado las variables con respuestas tipo Licker, con esta escala se analiza que la predisposición de un individuo o grupo de individuos sea esta favorable o desfavorable respecto a un objeto de la naturaleza o de la sociedad. De esta forma los seres humanos tenemos diferentes formas de responder ante la Demanda con respecto a la Comprensión lectora.

Se realizó el procedimiento clásico de consistencia interna con el indicador para la confiabilidad utilizando la ecuación del estadístico Alpha de Cronbach, el cual fue aceptable para el instrumento como se muestra:

Fiabilidad del instrumento

Se determinó el nivel de fiabilidad del instrumento a través de encuestas, utilizando el Alfa de Cronbach, cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia de los ítems analizados.

Tabla 6: resumen de procesamiento de casos.

		N	%
Casos	Válido	384	100.0
	Excluido	0	0.0
	Total	384	100.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 7: estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,760	14

Fuente: elaboración propia

Según George y Mallery (2003) sugieren las siguientes recomendaciones para poder evaluar los distintos coeficientes de Alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa >0.9 es excelente

Coeficiente alfa >0.8 es bueno

Coeficiente alfa >0.7 es aceptable

Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable

Coeficiente alfa >0.5 es pobre

Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

En esta investigación se ha logrado alcanzar 0.706, afirmándose que la encuesta aplicada es aceptable. También se observa que los datos procesados corresponden a 384 encuestas, en total de la población encuestada, no habiendo ninguna encuesta que haya quedado excluida del procesamiento.

En este capítulo se da a conocer los distintos resultados que se obtuvieron por medio del instrumento aplicado a la muestra, la cual fue la encuesta, esta se aplicó a los alumnos pertenecientes al tercer y cuarto grado del nivel secundario de las instituciones privadas de la Ciudad de Chiclayo

3.1. Identificar la demanda con respecto a la comprensión lectora en la Ciudad de Chiclayo.

3.1.1. Acceso Limitado

Tabla 8: el acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	13	3.4
En desacuerdo	10	2.6
Indiferente	12	3.1
De acuerdo	193	50.3
Totalmente de acuerdo	156	40.6
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia

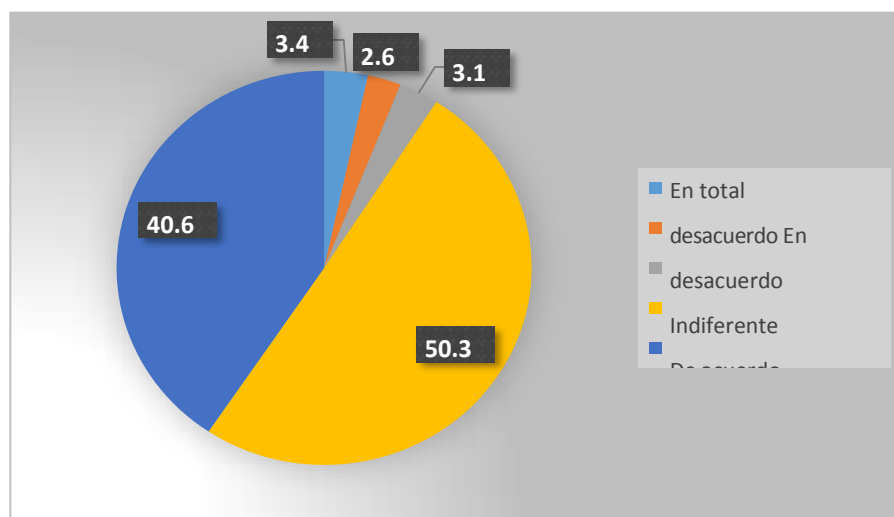


Gráfico 1: El acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se pretende identificar la opinión de los alumnos encuestados con respecto a la importancia del acceso a internet para desarrollar sus tareas académicas, de acuerdo a los resultados podemos decir que el mayor porcentaje de los alumnos manifiestan que si están de acuerdo con la importancia del acceso a internet para realizar sus tareas académicas, esto se ve representado con un porcentaje de 50.3%; además el 40.6% de alumnos mencionan que están totalmente de acuerdo con el acceso a internet para realizar sus tareas académicas. Lo cual indica que los alumnos al momento de desarrollar sus tareas, consideran muy importante el acceso a internet, siendo esto favorable, para llevar a cabo el aplicativo móvil de la comprensión lectora en el nivel secundario en las instituciones privadas.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$AL = \left(\frac{ANS - ANSCA}{ANS} \right) * 100$$

ANS: Total de alumnos del nivel secundario.

ANSCA: Total de alumnos del nivel secundario con acceso a internet.

$$AL = \left(\frac{384 - 349}{384} \right) * 100$$

$$AL = 9\%$$

Interpretación: Por lo tanto, actualmente solo un 9% de los alumnos encuestados no consideran importante el acceso a internet para realizar sus respectivas tareas académicas.

Tabla 9: frecuentemente tienes acceso a un celular con internet

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	20	5.2
En desacuerdo	24	6.3
Indiferente	29	7.6
De acuerdo	172	44.8
Totalmente de acuerdo	139	36.2
Total	384	100

Fuente: *Elaboración propia*

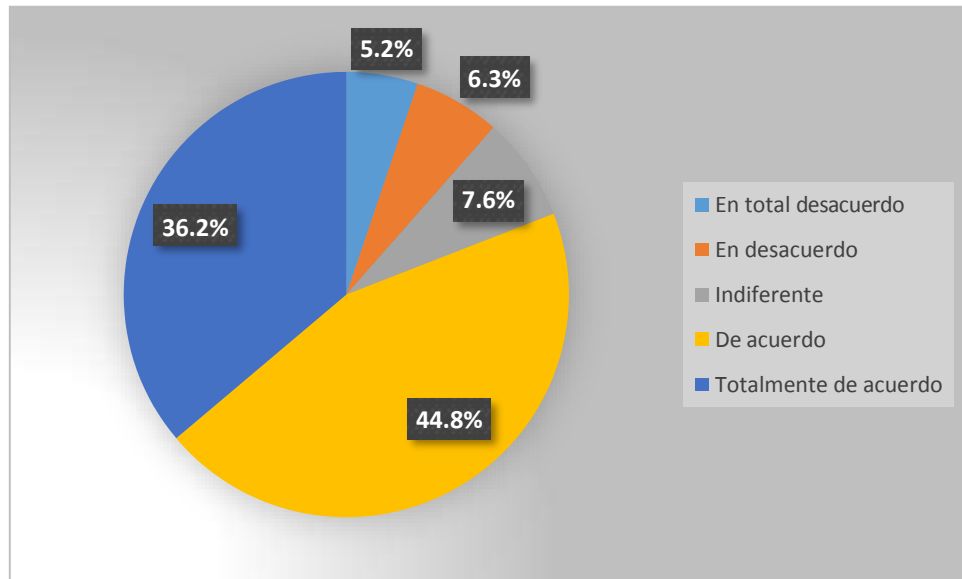


Gráfico 2: frecuentemente tienes acceso a un celular con

internet. Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la encuesta el 44.8% de los encuestados mencionan que están de acuerdo en que tienen frecuentemente acceso a un celular con internet; siguiéndole el porcentaje del 36.2% de los encuestados, afirmaron que están totalmente de acuerdo en que ellos frecuentemente tienen acceso a un celular con internet; estos resultados dan a saber que si se quiere emplear el aplicativo móvil de comprensión lectora

en los alumnos del nivel secundario, es factible, debido a que el gran número de ellos tienen acceso a un celular conectado a una red de internet, lo cual es un requisito para descargar y acceder a este aplicativo móvil.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$AL = \left(\frac{ANS - ANSCA}{ANS} \right) * 100$$

ANS: Total de alumnos del nivel secundario.

ANSCA: Total de alumnos del nivel secundario con acceso a internet.

$$AL = \left(\frac{384 - 311}{384} \right) * 100$$

$$AL = 19\%$$

Interpretación: Por lo tanto, actualmente solo un 19% de los alumnos encuestados, usualmente no cuentan con un acceso a un celular con internet.

3.1.2. Herramientas Limitadas

Tabla 10: crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	20	5.2
En desacuerdo	41	10.7
Indiferente	77	20.1
De acuerdo	179	46.6
Totalmente de acuerdo	67	17.4
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

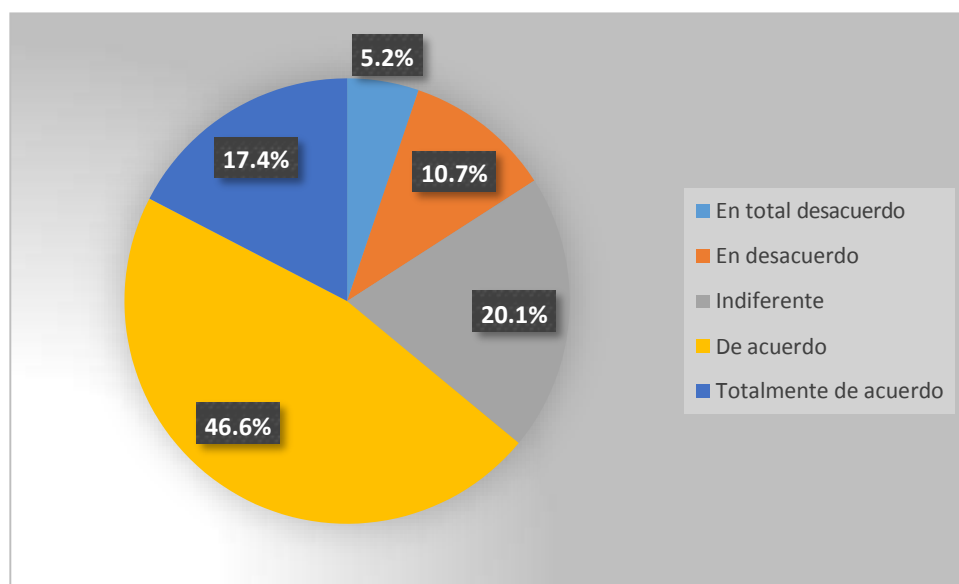


Gráfico 3: crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a este resultado se aprecia que el 46.6% de los encuestados afirmaron que están de acuerdo en que las herramientas digitales les permitirán tener una mejor comprensión de textos, mientras que el 20.1% se muestran indiferentes (no saben si estas herramientas digitales le ayudarían o no, a comprender mejor los textos). Se puede decir entonces que el plan de negocio tiene un porcentaje del 46.6% de aceptación, debido a que el aplicativo móvil es considerado como una herramienta digital que permitirá que los alumnos lleguen a un nivel óptimo de la comprensión lectora.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$HL = 100\% - (PUHD\%)*AE$$

PUHD: Personas que utilizan las herramientas digitales para la comprensión de textos.

AE: Alumnos encuestados.

$$HL = 100\% - (64\%)*384$$

$$HL = 100\% - 246$$

Hacemos una regla de tres simples:

100% ----- **384 alumnos**

X% **246 alumnos**

$$\frac{246 \times 100}{384} = X$$

$$X = 64\%$$

$$HL = 100\% - 64\%$$

$$HL = 36\%$$

Interpretación: Por lo tanto, actualmente solo un 36% de los alumnos encuestados, confirman que las herramientas digitales son limitadas, para llegar a la comprensión de textos.

Tabla 11: Manejas con facilidad algunas herramientas digitales para comprender textos.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	23	6.0
En desacuerdo	51	13.3
Indiferente	80	20.8
De acuerdo	151	39.3
Totalmente de acuerdo	79	20.6
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

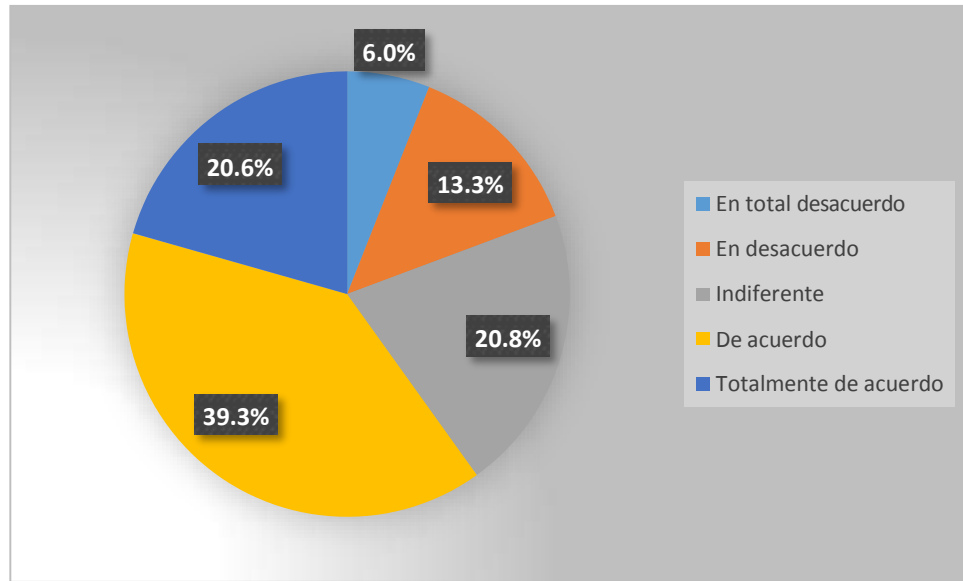


Gráfico 4: manejas con facilidad algunas herramientas digitales para comprender textos.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a este resultado podemos ver que el 39.3% de los encuestados mencionan que ellos si manejan con facilidad las herramientas digitales para llegar a una comprensión de textos, mientras que el 20.8% se muestran indiferentes (no saben si manejan con facilidad o no las herramientas digitales para comprender textos). Se puede concluir que actualmente los alumnos del nivel secundario tienen un alto nivel de deficiencia para manejar estas herramientas digitales, es por ello que este aplicativo móvil debe ser lo más sencillo e interactivo posible.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$HL = 100\% - (PUHD\%)*AE$$

PUHD: Personas que utilizan las herramientas digitales para la comprensión de textos.

AE: Alumnos encuestados

$$HL = 100\% - (60\%) * 384$$

$$HL = 100\% - 230$$

Hacemos una regla de tres simples:

100% ----- 384 alumnos

X% 230 alumnos

$$\frac{230 \times 100}{384} = X$$

$$X = 60\%$$

$$HL = 100\% - 60\%$$

$$HL = 40\%$$

Interpretación: Por lo tanto, actualmente solo un 40% de los alumnos encuestados, confirman que las herramientas digitales son limitadas, debido a que estas herramientas no lo manejan con facilidad, para llegar a la comprensión de textos.

3.1.3. Nivel de capacidades cognitivas

Tabla 12: Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	9	2.3
En desacuerdo	28	7.3
Indiferente	49	12.8
De acuerdo	214	55.7
Totalmente de acuerdo	84	21.9
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

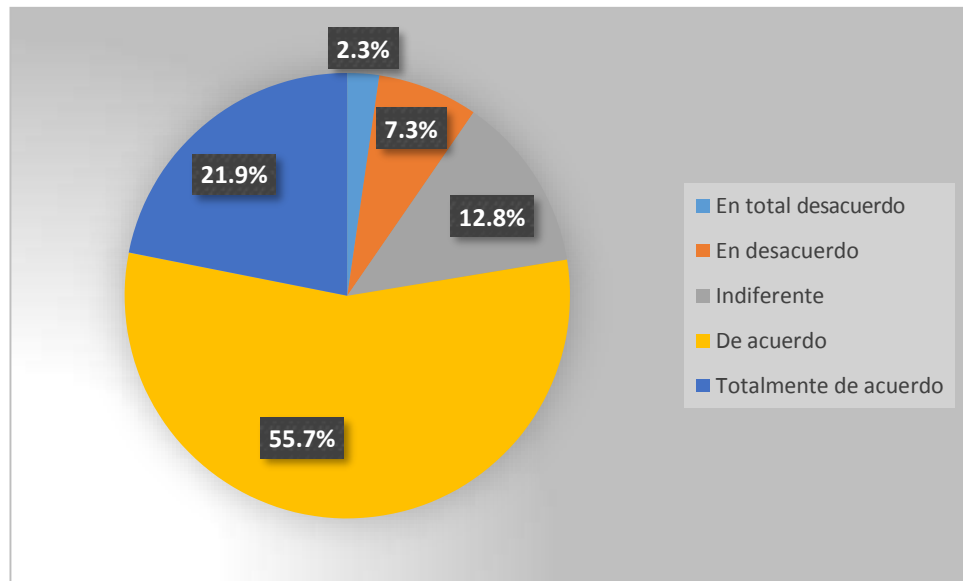


Gráfico 5: resuelve un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.

Figura: Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 55.7% se encuentran de acuerdo en la capacidad de resolver un caso de comprensión lectora de textos esenciales y un 21.9% confirma que están totalmente de acuerdo en la capacidad de resolver un caso de comprensión lectora de textos esenciales. Estos porcentajes nos vislumbran que los alumnos podrán comprender de manera fácil e interactiva textos básicos a través de este aplicativo móvil.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$NCC = \left[\left(\frac{N^{\circ} NADAL}{N^{\circ} TANS} \right) \right] * 100$$

NADAL: Número de alumnos que demuestran tener el desempeño de aprendizaje lector

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$NCC = \left[\left(\frac{298}{384} \right) \right] * 100$$

$$NCC = 78\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 78% de los alumnos encuestados, pueden lograr comprender textos esenciales.

Tabla 13: Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	7	1.8
En desacuerdo	39	10.2
Indiferente	67	17.4
De acuerdo	213	55.5
Totalmente de acuerdo	58	15.1
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

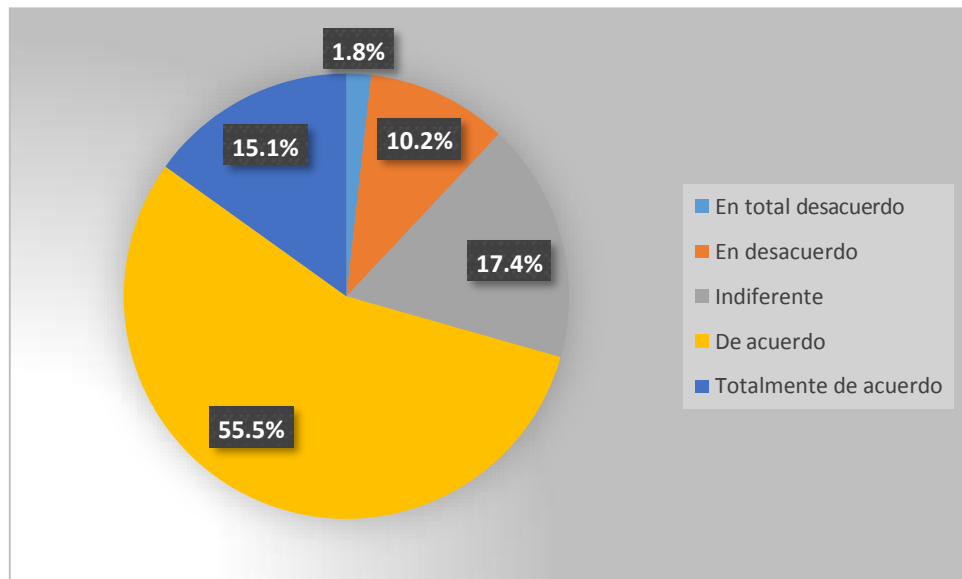


Gráfico 6: resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 55.5% se encuentran de acuerdo en la capacidad de resolver un caso de comprensión lectora de textos de una complejidad media, mientras que un 17.4% confirma que se muestran indiferentes (no saben si son capaces o no de resolver un caso de comprensión lectora de textos de una complejidad media). Según estos datos vemos que si es factible implementar textos de complejidad media de manera interactiva en el

aplicativo móvil, tomando como base el mayor porcentaje de la figura.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$NCC = \left[\left(\frac{N^{\circ} NADAL}{N^{\circ} TANS} \right) \right] * 100$$

NADAL: Número de alumnos que demuestran tener el desempeño de aprendizaje lector

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$NCC = \left[\left(\frac{271}{384} \right) \right] * 100$$

$$NCC = 71\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 71% de los alumnos encuestados, pueden lograr comprender textos de una complejidad media.

Tabla 14: Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	17	4.4
En desacuerdo	65	16.9
Indiferente	92	24.0
De acuerdo	154	40.1
Totalmente de acuerdo	56	14.6
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

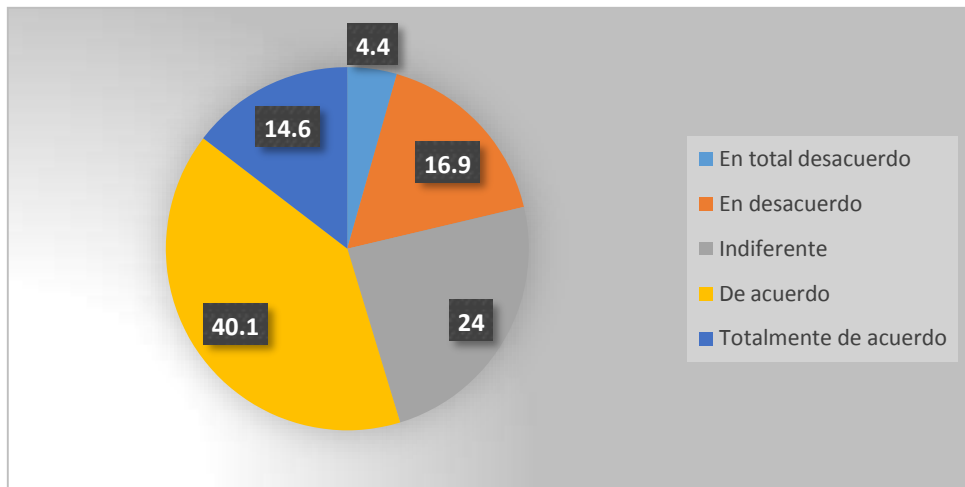


Gráfico 7: resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 40.1% se encuentran de acuerdo en la capacidad de resolver un caso de comprensión lectora de textos de un alto nivel de complejidad, mientras que un 24.0% confirma que se muestran indiferentes (no saben si son capaces o no de resolver un caso de comprensión lectora de textos de un alto nivel de complejidad). Según estos datos vemos que no es factible implementar textos muy complejos en el aplicativo móvil, tomando como base el mayor porcentaje, el cual representa menos de la mitad de alumnos.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$NCC = \left[\left(\frac{N^{\circ} NADAL}{N^{\circ} TANS} \right) \right] * 100$$

NADAL: Número de alumnos que demuestra tener el desempeño de aprendizaje lector

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$NCC = \left[\left(\frac{210}{384} \right) \right] * 100$$

$$NCC = 55\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 55% de los alumnos encuestados, pueden lograr comprender textos de un alto nivel de complejidad.

Tabla 15: Al analizar un texto utilizas un buscador online para tener una mejor comprensión lectora.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	37	9.6
En desacuerdo	78	20.3
Indiferente	75	19.5
De acuerdo	120	31.3
Totalmente de acuerdo	74	19.3
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

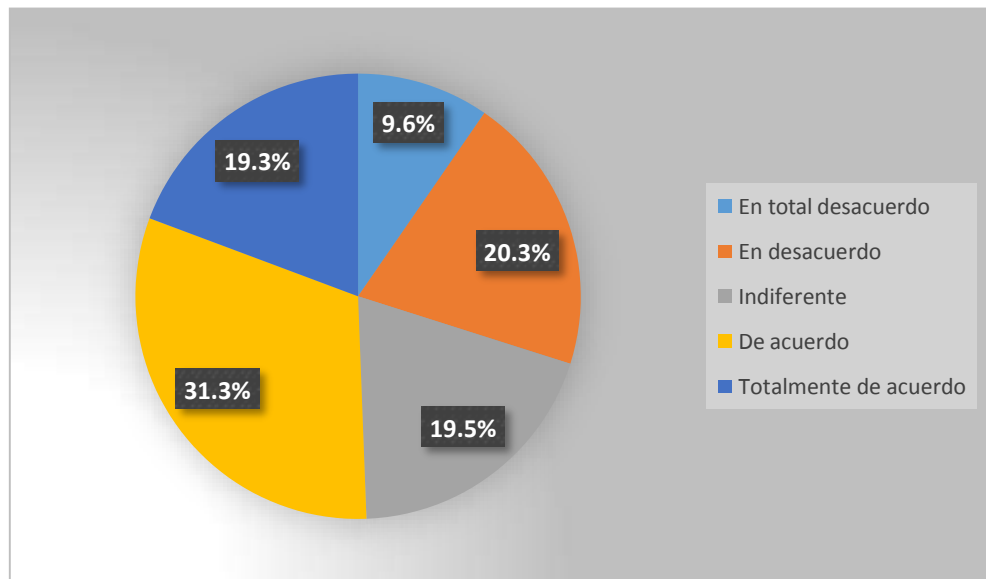


Gráfico 8: Al analizar un texto utilizas un buscador online para tener una mejor comprensión lectora.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 31.3% analiza un texto utilizando un buscador online para tener una mejor comprensión lectora, mientras que un 20.3% confirman

que no utilizan un buscador online para llegar a la comprensión lectora de un texto. De acuerdo a estos resultados se concluye que dichos porcentajes no son beneficiosos para el plan de negocio, por ende, se deben plantear estrategias para poder incentivar a la utilización de esta APP, para que los alumnos puedan llegar a una eficiente comprensión de textos.

Fórmula, desarrollo e interpretación

$$NCC = \left[\left(\frac{N^{\circ} NADAL}{N^{\circ} TANS} \right) \right] * 100$$

NADAL: Número de alumnos que demuestran tener el desempeño de aprendizaje lector

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$NCC = \left[\left(\frac{194}{384} \right) \right] * 100$$

$$NCC = 51\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 51% de los alumnos encuestados, no toman en cuenta un buscador online para llegar a comprender un texto.

3.1.4. Estrategias de comprensión lectora

Tabla 16: Existen algunas estrategias que son innecesarias actualmente para poder comprender textos de una forma correcta.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	13	3.4
En desacuerdo	48	12.5
Indiferente	123	32.0
De acuerdo	148	38.5
Totalmente de acuerdo	52	13.5
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

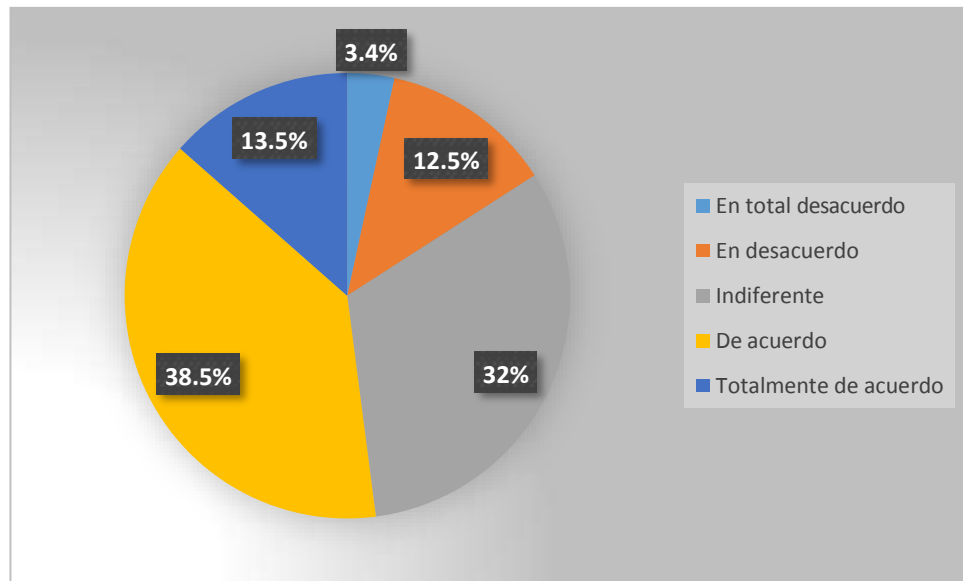


Gráfico 9: *existen algunas estrategias que son innecesarias actualmente para poder comprender textos de una forma correcta.*

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 38.5% se encuentran de acuerdo en que siguen existiendo estrategias innecesarias de comprensión lectora, mientras que un 32.0% confirma que se muestran indiferentes (no saben si existen o no estrategias que ya no se deben utilizar para la comprensión de textos). Según estos datos vemos que el aplicativo móvil debe tener las estrategias más usadas de comprensión lectora y a la vez que estas estrategias deben ser de tendencia en la educación actual.

$$ECL = \left[\left(\frac{N^{\circ} \text{ NUECL}}{N^{\circ} \text{ TANS}} \right) \right] * 100$$

NUECL: Número de alumnos que utilizan al menos una estrategia de comprensión lectora

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$ECL = \left[\left(\frac{61}{384} \right) \right] * 100$$

$$ECL = 16\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 16% de los alumnos encuestados, consideran necesarias todas las estrategias de comprensión lectora para lograr la comprensión de textos.

Tabla 17: *Utilizas una estrategia lectora en particular para comprender lo que estás leyendo.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	18	4.7
En desacuerdo	43	11.2
Indiferente	55	14.3
De acuerdo	173	45.1
Totalmente de acuerdo	95	24.7
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

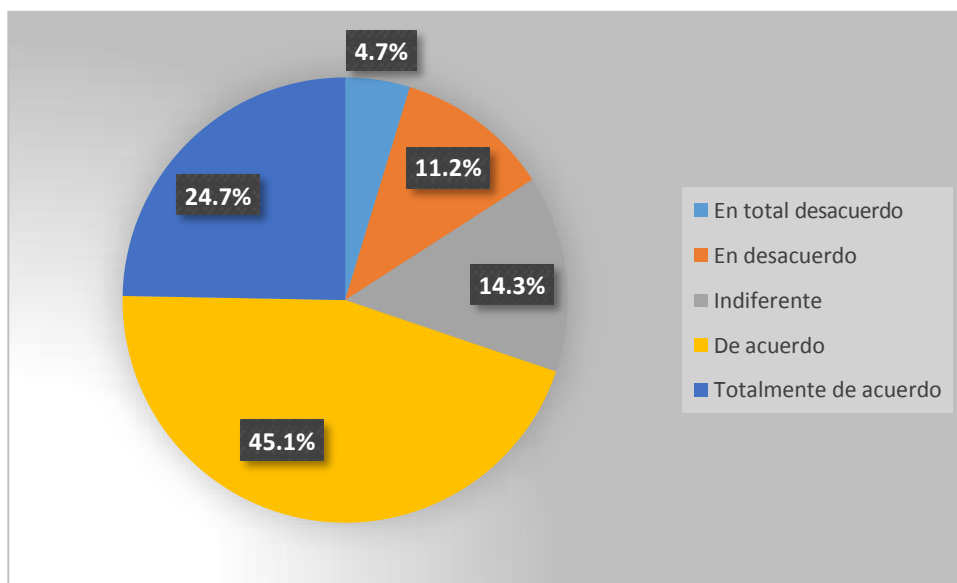


Gráfico 10: *utilizas una estrategia lectora en particular para comprender lo que estás leyendo.*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 45.1 % están de acuerdo en que utilizan una estrategia lectora en particular para comprender lo que están leyendo, también vemos el siguiente porcentaje que le sigue el cual es de un 24.7%

donde manifiestan un total acuerdo en que sí utilizan una estrategia lectora en particular para comprender los textos. Se concluye entonces que el aplicativo móvil debe dar énfasis a una estrategia de comprensión lectora y permitir que esta estrategia los alumnos la desarrollen de la mejor manera.

$$ECL = \left[\left(\frac{N^{\circ} \text{ NUECL}}{N^{\circ} \text{ TANS}} \right) \right] * 100$$

NUECL: Número de alumnos que utilizan al menos una estrategia de comprensión lectora

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$ECL = \left[\left(\frac{268}{384} \right) \right] * 100$$

$$ECL = 70\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 70% de los alumnos encuestados, utilizan una estrategia en particular para llegar a una comprensión de lo que se está leyendo.

Tabla 18: Es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	9	2.3
En desacuerdo	20	5.2
Indiferente	48	12.5
De acuerdo	174	45.3
Totalmente de acuerdo	133	34.6
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

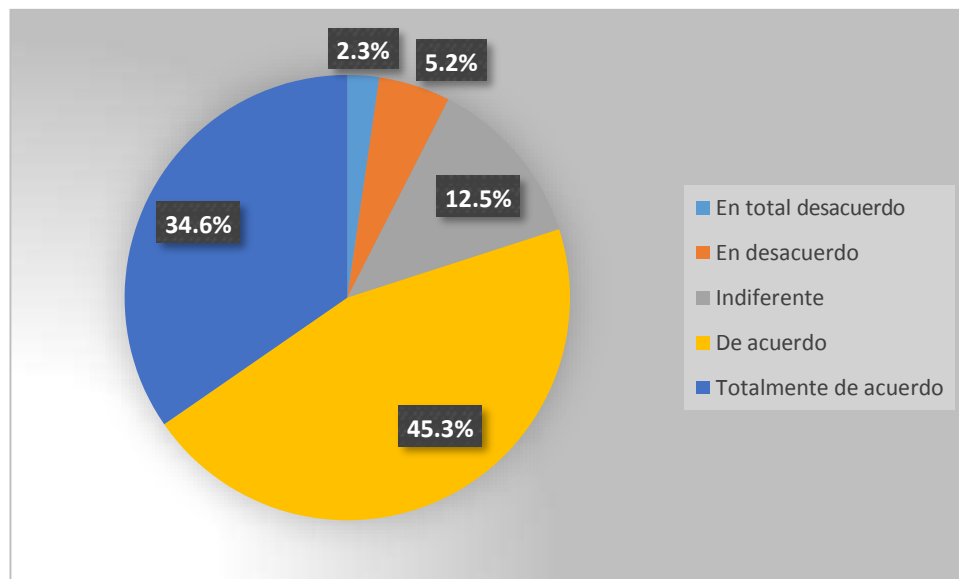


Gráfico 11: es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 45.3 % manifiestan que están totalmente de acuerdo en que es necesario el dominio de las estrategias lectoras para su formación escolar, también vemos el siguiente porcentaje que le sigue el cual es de un 34.6% donde confirman que están de acuerdo con lo dicho anteriormente. Estos resultados dan a entender que este aplicativo móvil su principal objetivo es lograr que los alumnos lleguen a dominar a cabalidad las estrategias lectoras para la comprensión de los textos.

$$ECL = \left[\left(\frac{N^{\circ} \text{ NUECL}}{N^{\circ} \text{ TANS}} \right) \right] * 100$$

NUECL: Número de alumnos que utilizan al menos una estrategia de comprensión lectora

TANS: Total de alumnos del nivel secundario

$$ECL = \left[\left(\frac{307}{384} \right) \right] * 100$$

$$ECL = 80\%$$

Interpretación: Se tiene que, actualmente un 80% de los alumnos encuestados, consideran que es necesario dominar estrategias de lectura para su formación escolar.

3.1.5. Demanda potencial

Tabla 19: Consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	32	8.3
En desacuerdo	69	18.0
Indiferente	66	17.2
De acuerdo	138	35.9
Totalmente de acuerdo	79	20.6
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

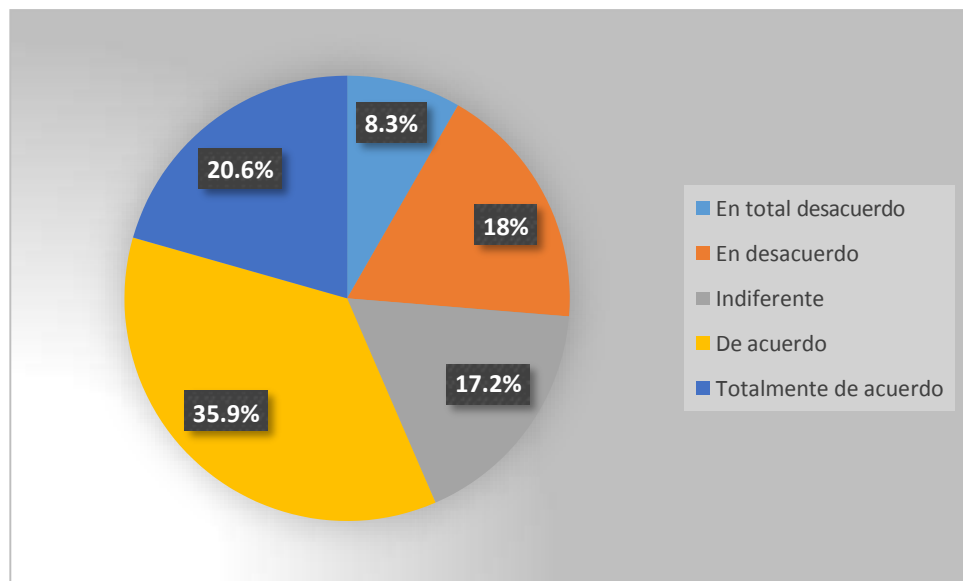


Gráfico 12: consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 35.9 % manifiestan que están totalmente de acuerdo en que el uso de un aplicativo móvil de comprensión lectora es

importante, también vemos el siguiente porcentaje que le sigue el cual es de un 20.6% donde confirman que están totalmente de acuerdo con lo dicho anteriormente. Entonces se concluye que este aplicativo móvil si lograría posicionarse en el segmento de educación de manera efectiva, debido a la gran importancia manifestada por los alumnos encuestados.

Tabla 20: Has descargado aplicativos móviles educativos desde tu celular.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	67	17.4
En desacuerdo	72	18.8
Indiferente	59	15.4
De acuerdo	115	29.9
Totalmente de acuerdo	71	18.5
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

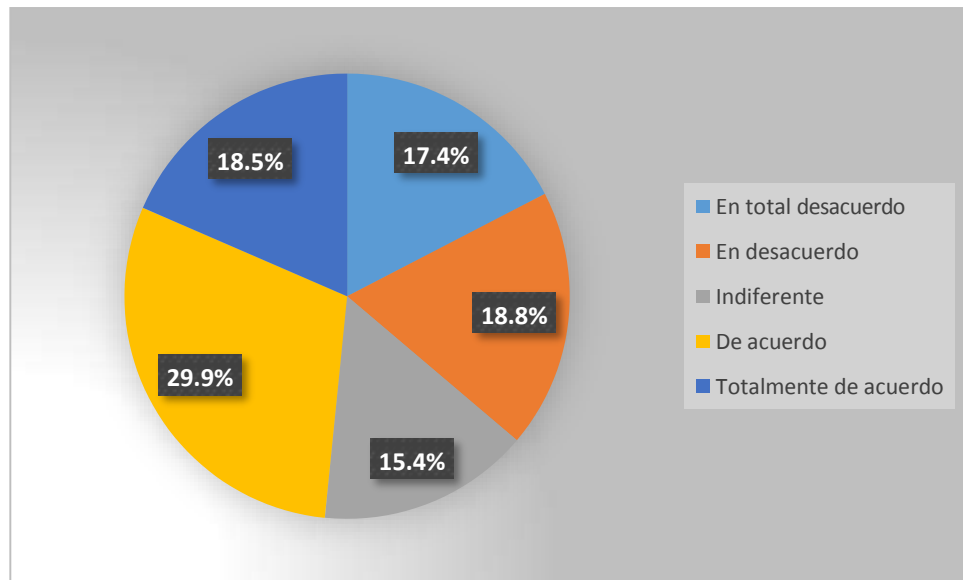


Gráfico 13:has descargado aplicativos móviles educativos desde tu celular.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 29.9% se encuentran de acuerdo en que han descargado aplicativos móviles educativos desde su celular, mientras que un 18.8% confirma que no han descargado aplicativos móviles educativos desde su celular. Según estos datos vemos que se debe promover el uso en los colegios particulares de esta nueva app de comprensión lectora, debido a que los alumnos no han tenido ese interés de descargar apps educativas para llegar a la comprensión de textos.

Tabla 21:usas este aplicativo móvil para desarrollar tus tareas académicas de comprensión lectora.

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	22	5.7
En desacuerdo	37	9.6
Indiferente	50	13.0
De acuerdo	153	39.8
Totalmente de acuerdo	122	31.8
Total	384	100

Fuente: elaboración propia

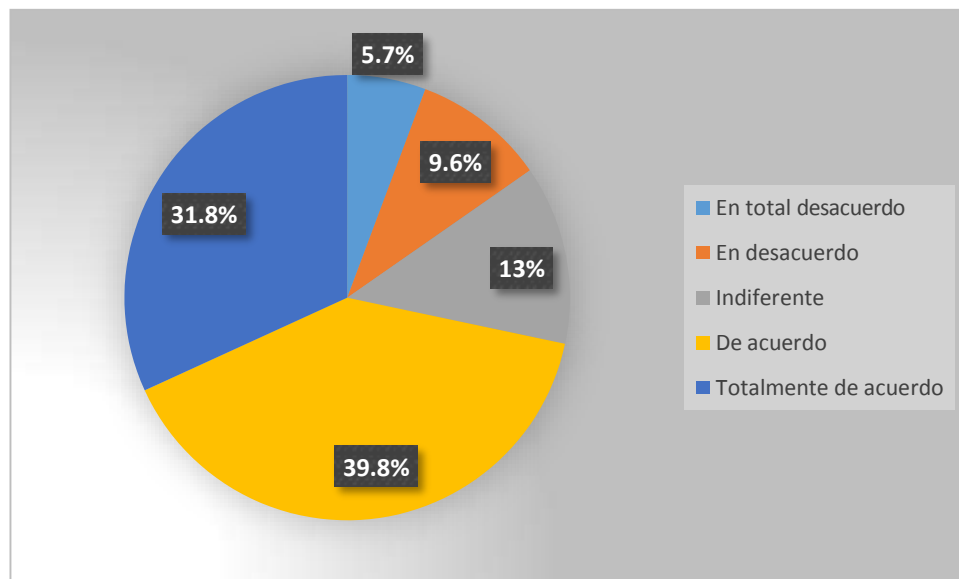


Gráfico 14: estás dispuesto a hacer uso de este aplicativo móvil para desarrollar tus tareas académicas de comprensión lectora.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con respecto a las respuestas por parte de los encuestados dio como resultado que un 39.8% manifiestan que están de acuerdo en hacer uso de este aplicativo móvil para desarrollar sus tareas académicas de comprensión lectora, también vemos el siguiente porcentaje que le sigue el cual es de un 31.8% donde confirman que están totalmente de acuerdo con lo dicho anteriormente. Entonces se concluye que este aplicativo móvil ya tiene una demanda meta, lo cual es favorable para su desarrollo en el segmento educacional.

3.2 Propuesta

3.2.1. Descripción del negocio

Este negocio consta en hacer como elemento esencial un aplicativo móvil de comprensión lectora y una plataforma web como un elemento secundario que va a servir de soporte al desarrollo y evaluación del desempeño lector de los alumnos en el aplicativo móvil, este negocio surge a partir de la realidad problemática existente acerca del nivel bajo de comprensión textual en los estudiantes Chiclayanos, entonces

este aplicativo pretende ofrecer las oportunidades de desarrollar lecturas en tres niveles: en donde el primer nivel se encuentran los textos narrativos, en el segundo nivel se encuentran los textos expositivos, en el tercer nivel se encuentran los textos argumentativos, cabe mencionar que estos textos que se van a colocar están validados por un experto en comprensión lectora, dichos niveles se han considerado porque un nivel permite el desarrollo del siguiente, si se quiere lograr que los alumnos lleguen a una capacidad crítica de análisis lectora entonces se partirá de los textos esenciales (textos narrativos), también este aplicativo móvil pretende que la comunicación entre docentes y alumnos se de en entornos digitales de manera interactiva y con resultados favorables, estos resultados se verán evidenciados en los reportes que va a brindar la plataforma web, a través de la herramienta Power BI, donde se mostrará el nivel de desempeño en la comprensión lectora de los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo , de manera que este negocio asegura una educación de calidad, lo cual es el cuarto objetivo de desarrollo sostenible a nivel mundial. Cabe mencionar que el aplicativo móvil juntamente con la plataforma web, serán como un intermediario para que los docentes de razonamiento verbal de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, puedan colocar sus propios textos para el desarrollo de su respectiva clase.

Además, se dice que la calidad de la educación se verá evidenciada por las lecturas de interés de acuerdo a los tres niveles que se implementarán en la app en donde se observará el desempeño lector que mostrarán los alumnos frente a estas. Las lecturas de interés se van a llevar a cabo con la finalidad de captar a los alumnos para que realicen una comprensión textual con entusiasmo y no lleguen a un aburrimiento o apatía al momento de leer, además este aplicativo como ya se mencionó, proporciona una interactividad, que se ve reflejada en interfaces como la musicalización de fondo para leer, tipos de textos, técnica del subrayado y los logros que obtendrá cada alumno de acuerdo a su desempeño lector.

3.2.2. Elementos estratégicos

a) Mercado Objetivo

Este plan de negocio va dirigido de manera indirecta a los estudiantes del nivel secundario entre las edades de 12 a 20 años de edad, de las instituciones educativas privadas de la Ciudad de Chiclayo, con un nivel socioeconómico A y B. Estos alumnos deben contar con un celular Android, para la utilización de la app.

b) Identificación de las necesidades de este mercado

El plan de negocio de este aplicativo móvil educativo basado en la comprensión lectora, surgió a partir de las evidencias nacionales acerca del déficit nivel de comprensión textual que presentan los alumnos desde la primaria hasta la secundaria, además los alumnos siguen sin adaptarse a la tecnología para llegar a una eficiente comprensión lectora. Actualmente en la Ciudad de Chiclayo la mayoría de colegios privados no hacen uso de un aplicativo móvil o de alguna otra herramienta digital para desarrollar una lectura interactiva en los alumnos para lograr una comprensión de textos. Para un futuro la demanda de un aplicativo móvil se incrementará no solamente para desarrollar la comprensión de textos sino también para los otros demás cursos, logrando las instituciones educativas privadas una mayor integración de las capacidades cognitivas de sus alumnos en todas las áreas.

c) Segmentación de mercado

Este plan de negocio va dirigido a los estudiantes del nivel secundario, de las instituciones educativas privadas de la Ciudad de Chiclayo, entre las edades de 12 a 20 años de edad, de género masculino y femenino, que pertenezcan a un nivel socioeconómico A y B. Estos alumnos deben contar con un celular Android, para la utilización de la app, estos alumnos poseen una actitud de adaptarse a la tecnología que le permita desarrollarse académicamente y

personalmente, además los alumnos deben presentar un interés y entusiasmo hacia el uso de los recursos digitales para llegar a una comprensión lectora.

d) Establecer la estrategia más adecuada

La estrategia que se debe plantear para tener éxito en esta innovadora idea de negocio es dar a conocer la realidad desfavorable de la comprensión lectora y explicar de qué manera frente a esta problemática el uso de este aplicativo móvil interactivo permitirá que los alumnos de las instituciones privadas alcancen un mejor nivel de comprensión de textos.

Entonces según Michael Porter, se optó por usar una de sus estrategias genéricas, la cual es la estrategia de enfoque. Esta estrategia está basada en que el aplicativo móvil está orientado al género masculino y femenino del nivel secundario de los colegios privados en la Ciudad de Chiclayo, para hacer un enfoque bien definido, se ha tomado en cuenta el interés de las lecturas que prefieren leer los alumnos, dichas lecturas van de acuerdo a temas propios de la adolescencia y la juventud. Además, este aplicativo móvil está orientado a hacer más fácil e interactiva la comprensión lectora en los alumnos, a través de lo siguiente: el subrayado que los alumnos van a poder realizar en cada lectura con solo deslizar su dedo en la app, la musicalización que van a poder escuchar mientras se da lectura, cabe mencionar que esta musicalización queda a opción del alumno (solo 4 musicalizaciones), los alumnos podrán observar el nivel de logros obtenidos por cada avance del nivel de comprensión lectora, los alumnos al leer podrán aumentar o disminuir el tamaño de letra del texto.

3.2.3. Elementos operativos

- a) Definir los objetivos de negocio
- Posicionarse en los próximos tres años, como el mejor aplicativo móvil de comprensión lectora en la región Lambayeque por los resultados evidenciados en los alumnos al comprender un texto.
 - Desarrollar el 80% de interactividad y sencillez digital para que los alumnos comprendan lo que leen.
 - Implementar a un 100% las lecturas que vayan acorde con temas propios de la adolescencia y la juventud, para captar el interés del alumno.
 - Tener alianzas con los mejores docentes de comprensión lectora a nivel regional.
- b) Desarrollar un plan de acción

Se llevará a cabo tareas o actividades planteadas en este plan de negocio para poder cumplir las estrategias delimitadas y lograr los objetivos determinados.

- c) Definir los recursos necesarios
- El recurso primordial son los tipos de textos que van a ser implementados en el aplicativo móvil. Cabe mencionar que estos textos serán brindados por el experto en comprensión en lectora.
 - El sistema operativo Android será usado de manera activa para esta app.
 - La plataforma web, como un elemento secundario de apoyo al aplicativo móvil.
 - Servicio especializado de hosting.

3.2.4. Análisis de la demanda

A continuación, se mostrará el análisis de la demanda en base a información secundaria. Respecto de la demanda de estudiantes de los colegios privados y

segmento de educación básica regular (nivel secundario), presentamos datos que nos permiten proyectar una estimación de este producto. Así, mostramos los siguientes cuadros porcentajes:

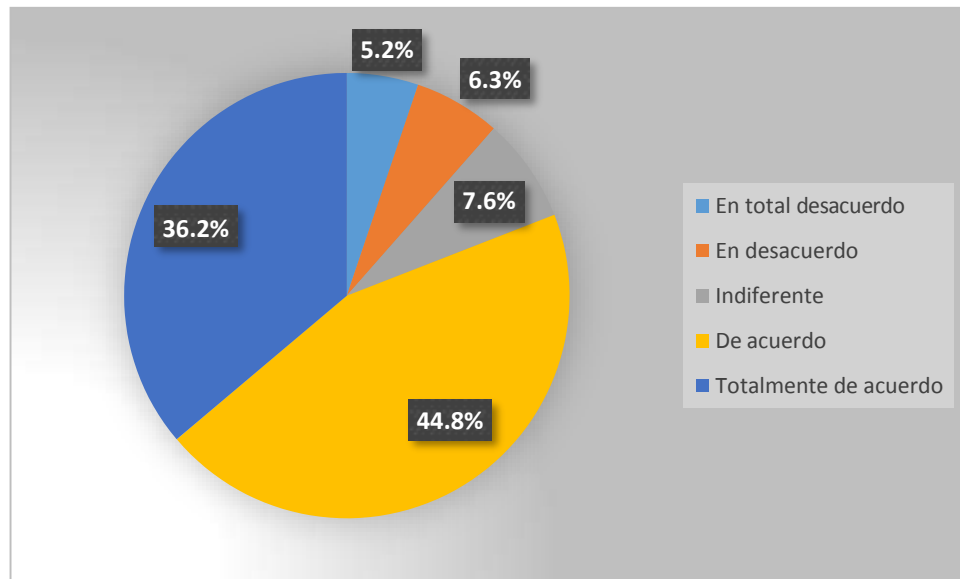
En cuanto al número de matrículas en centros educativos privados, hemos obtenido información de ESCALE (Estadística de la Calidad Educativa) en la que se ha realizado la recopilación de estudiantes matriculados en el distrito de Chiclayo. De este modo, tenemos que los estudiantes de educación básica regular (nivel secundario) matriculados en el 2019 es de 23 979 alumnos.

Respecto al porcentaje de escuelas que cuentan con acceso a internet, en el nivel secundario, tenemos los siguientes porcentajes:

Departamento	Provincia	Secundaria 2016	Secundaria 2017	Secundaria 2018
Lambayeque	Chiclayo	84.0	86.7	93.8

Entonces se dice que un 93.8 de alumnos de la Ciudad de Chiclayo, tienen acceso a internet.

De acuerdo a la encuesta realizada a los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, se dio a conocer la frecuencia que tienen a un celular con internet.



De acuerdo a los resultados de la encuesta el 44.8% de los encuestados mencionan que están de acuerdo en que tienen frecuentemente acceso a un celular con internet; siguiéndole el porcentaje del 36.2% de los encuestados, afirmaron que están totalmente de acuerdo en que ellos frecuentemente tienen acceso a un celular con internet; estos resultados dan a saber que si se quiere emplear el aplicativo móvil de comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario, es factible, debido a que el gran número de ellos tienen acceso a un celular conectado a una red de internet, lo cual es un requisito para descargar y acceder a este aplicativo móvil.

Además, según ESCALE (Estadística de la Calidad Educativa) menciona que hay un total de 112 colegios en el distrito de Chiclayo, estos centros educativos son privados, cuentan con tres niveles: nivel inicial – primaria y secundario de tipo escolarizado.

3.2.5. Demanda potencial

La demanda potencial será calculada por el número de alumnos matriculados en el año 2019 de tercero y cuarto grado del nivel secundario de siete colegios de la Ciudad de Chiclayo, los cuales son los siguientes:

COLEGIOS	NIVEL	ALUMNOS 3° Y 4°
CIMA	Secundario	250
ADEU		100
LA INMACULADA		90
PAUL HARRIS		76
EL NAZARENO		93
AFUL		93
APPUL COLLEGE		222
TOTAL		924

Dicha tabla muestra que existe una demanda potencial de 924 alumnos

Ahora calculando la tasa de crecimiento del periodo del 2017 al 2019

COLEGIOS		2017	2018	2019
	3° Y 4° GRADO	222	241	250
	-NIVEL	83	84	100
	SECUNDARIO	64	72	90
		28	56	76
		76	85	93
		65	89	93
		203	215	222

Aplicación de la fórmula de tasa de crecimiento por periodo

			Fórmula	
COELGIOS	2019	2017	$\left[\frac{\text{Valor final}}{\text{Valor inicial}} - 1 \right] * 100$	Total %
CIMA	250	222	$\left[\left(\frac{250}{222} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	6.11%
ADEU	100	83	$\left[\left(\frac{100}{83} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	9.76%
LA INMACULADA	90	64	$\left[\left(\frac{90}{64} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	18.58%
PAUL HARRIS	76	28	$\left[\left(\frac{76}{28} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	64.75%
EL NAZARENO	93	76	$\left[\left(\frac{93}{76} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	10.62%
AFUL	93	65	$\left[\left(\frac{93}{65} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	19.61%
APPUL COLLEGE	222	203	$\left[\left(\frac{222}{203} \right)^{\frac{1}{2}} - 1 \right] * 100$	4.57%

De los siete colegios seleccionados que se han suscrito para el uso del aplicativo móvil, se tiene la siguiente tasa de crecimiento:

Alumnos	2019	2018	2017
Total	924	842	752

$$\left[\left(\frac{924}{752}\right)^{\frac{1}{2}} - 1\right] * 100$$

$$(1.1084 - 1) * 100$$

$$10.84 \%$$

Se tiene que la demanda potencial de los siete colegios es de una tasa de crecimiento de 10.84% en el periodo de dos años.

3.3. Análisis FODA

Tabla 22: Matriz FODA

		FORTALEZAS		AMENAZAS	
FACTOR INTERNO		lecturas que vayan acorde con temas propios de la adolescencia y la juventud.	FACTOR EXTERNO	Aparición de un producto sustituto con una mayor y mejor desempeño lector.	
		Aplicativo móvil interactivo y sencillo para facilitar su uso en los alumnos del nivel secundario.		Los colegios pocas veces quieren adaptarse a los cambios tecnológicos.	
		Este aplicativo móvil permitirá desarrollar una eficiente comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario.		Desarrollo de herramientas digitales propios de cada colegio privado.	
		La plataforma web permitirá conocer en barras estadísticas y en puntuación el avance lector de cada alumno.		Los colegios cuestionan el costo del aplicativo móvil debido a que habría un aumento de la pensión del alumno.	
		Alianzas estratégicas con docentes de la comprensión lectora			
		DEBILIDADES			
		Falta de experiencia en el desarrollo empresarial de este nuevo negocio.		OPORTUNIDAD	Gran cantidad de alumnos del nivel secundario en colegios privados de la Ciudad de Chiclayo.
		El aplicativo móvil desarrollará un mínimo porcentaje de estrategias lectoras.		Mayor uso de las TICS en el sector educativo.	
				Implementar en el aplicativo móvil las nuevas tendencias tecnológicas	

	Poca fidelización de la marca debido a que es un nuevo aplicativo móvil de comprensión lectora.		con respecto a la comprensión lectora.
			Inexistencia de aplicativos móviles de comprensión lectora.

Fuente: elaboración propia

Tabla 23: Matriz FODA de estrategias

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	lecturas que vayan acorde con temas propios de la adolescencia y la juventud.	Falta de experiencia en el desarrollo empresarial de este nuevo negocio.
	Aplicativo móvil interactivo y sencillo para facilitar su uso en los alumnos del nivel secundario.	El aplicativo móvil desarrollará un mínimo porcentaje de estrategias lectoras.
	Este aplicativo móvil permitirá desarrollar una eficiente comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario.	
	este aplicativo móvil permitirá conocer en barras estadísticas el avance lector de cada alumno.	Poca fidelización de la marca debido a que es un nuevo aplicativo móvil de comprensión lectora.
	Alianzas estratégicas con docentes de la comprensión lectora.	
OPORTUNIDAD	ESTRATEGIAS FO (MAXI – MAXI)	ESTRATEGIAS DO (MINI – MAXI)

Gran cantidad de alumnos del nivel secundario en colegios privados de la Ciudad de Chiclayo.	1. Crear un catálogo bimestral de lecturas que capten el interés del alumno.	1. Realizar un estudio de mercado acerca de los aplicativos móviles educativos.
Fomentar el uso de las TICS en el sector educativo.	2. Hacer alianza con un experto en comprensión lectora, para que nos brinde los textos en los tres niveles (narrativos, expositivos, argumentativos).	2.Considerar las mejores estrategias lectoras para implementarlas en el aplicativo móvil.
Implementar en el aplicativo móvil las nuevas tendencias tecnológicas con respecto a la comprensión lectora.	3. Seleccionar las herramientas digitales más usadas en otros países que tienen un alto nivel de comprensión lectora.	3.hacer un seguimiento sobre el avance de la comprensión lectora haciendo uso del aplicativo móvil en cada colegio privado para así lograr una fidelización de los clientes.
Inexistencia de aplicativos móviles de comprensión lectora.	4. Evaluar el avance de comprensión lectora en cada colegio privado para evidenciar lo eficiente del aplicativo móvil.	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA (MAXI – MINI)	ESTRATEGIAS DA (MINI – MINI)
Aparición de un producto sustituto con una mayor y mejor desempeño lector.	1. Brindar un producto de calidad e innovador.	Desarrollar un buen plan de negocio.
Los colegios pocas veces quieren adaptarse a los cambios tecnológicos.	2. Explicar y demostrar que el uso de la tecnología permitirá que alumnos desarrolle su comprensión	Fomentar el uso de la tecnología en las aulas de los centros educativos privados.

	al momento de leer un texto.	
Desarrollo de herramientas digitales propios de cada colegio privado.	3. Desarrollar el aplicativo móvil en base a lo que los colegios privados esperan desarrollar para mejorar en el rubro de la educación.	Dar a conocer a los directores, padres de familia y alumnos sobre la importancia de las herramientas digitales en la comprensión textual y su repercusión favorable.
Los colegios cuestionan el costo del aplicativo móvil debido a que habría un aumento de la pensión del alumno.	4. Explicar a los padres de los alumnos sobre la importancia de invertir en el desarrollo de la educación de sus hijos.	Para esto se les mostrará la evaluación pre test y post test, realizado a los alumnos, midiendo su avance en la comprensión lectora.

Fuente: elaboración propia

3.4. Análisis de Mercado

La investigación de mercado es imprescindible para conocer nuestro público objetivo a la cual se le quiere satisfacer una necesidad, en este caso llegar a resolver la problemática de la deficiencia de la comprensión de textos, a través de un aplicativo móvil interactivo y sencillo que permita a los alumnos mejorar y llegar a un nivel más alto en la comprensión lectora.

Según esta metodología utilizada de plan de negocios, se tiene que para la investigación de mercado se hace una recopilación de la información primaria y secundaria.

a) Información Primaria

Esta información es aquella que se recopila mediante el trabajo de campo.

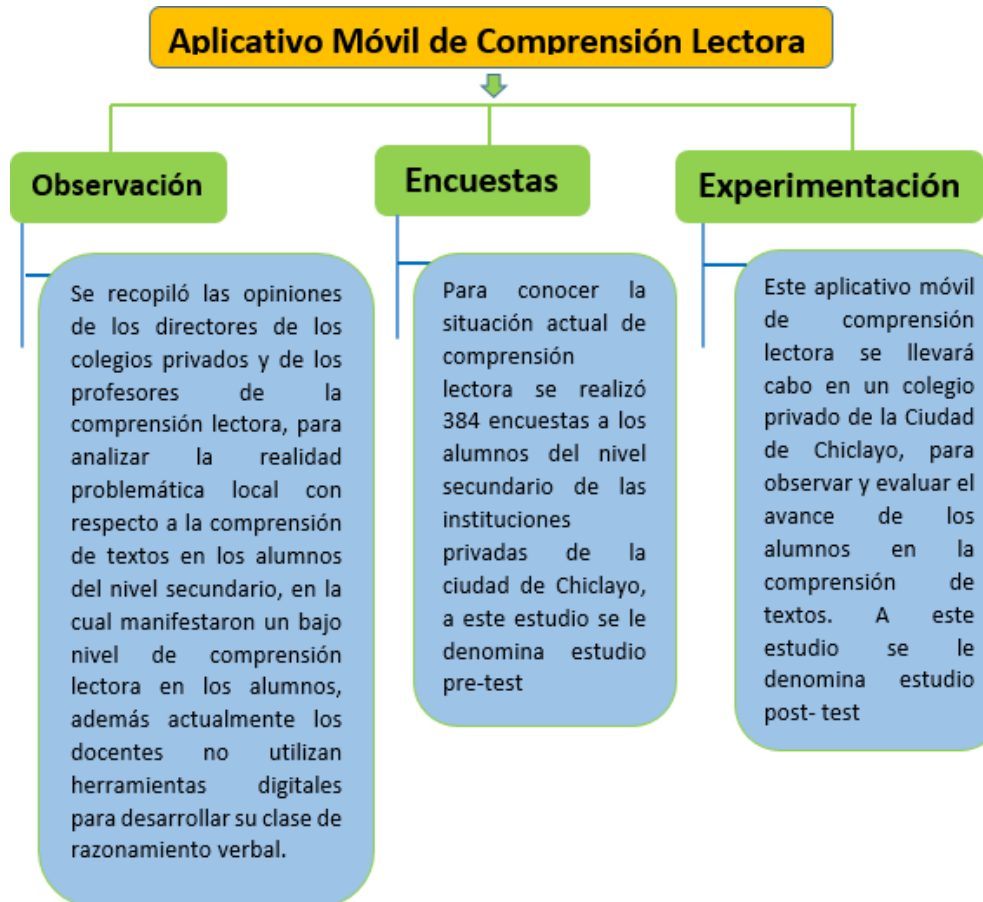


Figura 5: información primaria

Fuente: elaboración propia

b) Información secundaria

Es la información que existe en un lugar como por ejemplo la bibliografía, internet, bases de datos, etc.

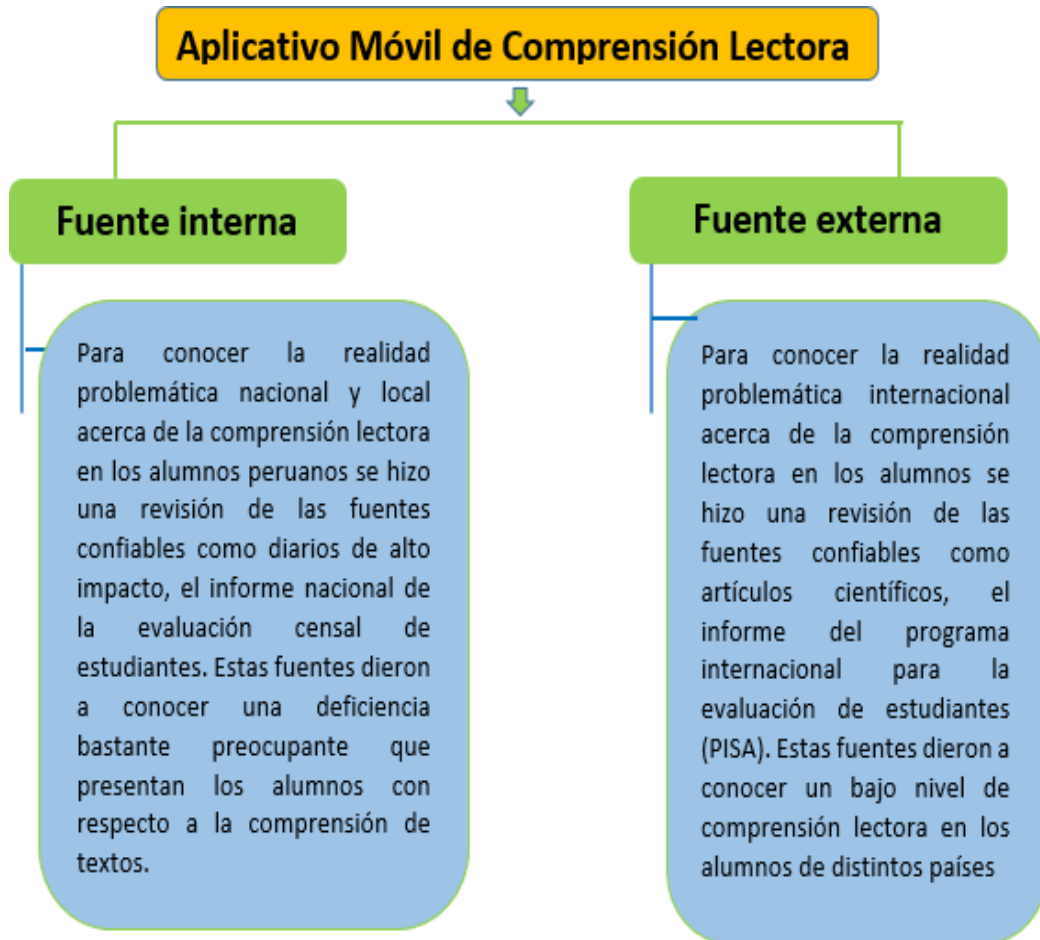


Figura 6: información secundaria

Fuente: elaboración propia

c) Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Análisis del consumidor

Los posibles y potenciales usuarios serían los alumnos del nivel secundario de las instituciones privadas de la Ciudad de Chiclayo, los cuales necesitan un producto que les haga mejorar su nivel de comprensión lectora, lo cual les ayudará para desarrollarse como personas dentro de una sociedad que no lee y también incursionarse en el ámbito profesional y laboral. Los alumnos son aquellos que muestran un entusiasmo e interés por hacer uso de la tecnología y más aún si estas les permitirán comprender de manera eficiente los textos, los alumnos deben mostrar un porcentaje alto del uso de al menos dos aplicativos móviles educativos, además se tiene que los estudiantes están dispuestos a utilizar un celular con un sistema operativo Android de acuerdo al nivel socioeconómico al que pertenecen. Según la encuesta realizada, la mayoría de los alumnos están dispuestos a hacer uso de este aplicativo móvil para lograr alcanzar un nivel óptimo de comprensión lectora, ellos se ven motivados a hacer uso de este aplicativo debido a la interactividad y sencillez de uso de esta app. Por lo tanto, se puede decir que hay un alto nivel de poder de negociación de los compradores o clientes.

Análisis de la competencia

La competencia está determinada por aplicativos móviles educativos como lo son duolingo, un aplicativo de forma gratuita, otros aplicativos entre tanto están orientados a los cuentos como lo son (telligami, mica y sus amigos) para crear un hábito lector en los alumnos, los cuales también son aplicativos de interactividad sofisticada y que su uso es de manera fácil y práctica; debido al avance tecnológico se especula que en los próximos años todos los colegios se verán en la obligación de implementar tecnologías de información para desarrollar la comprensión de textos en sus alumnos, es por ello que el mercado de aplicaciones móvil en el sector educativo se va a ir expandiendo, y aparecerán nuevas apps más interactivas y brindarán mejores resultados de desempeño textual. Actualmente existen aplicaciones móviles que están

posicionadas desde hace ya unos cuantos años en el sector educacional, en donde han logrado fidelizar a los adolescentes y jóvenes a través de las interfaces tecnológicas las cuales han logrado llamar la atención de manera contagiosa en jóvenes y adolescentes.

Amenazas de posibles productos o servicios sustitutos

Para este nuevo aplicativo móvil de comprensión lectora se pueden presentar amenazas como por ejemplo la creación e incursión en el sector educativo de un nuevo aplicativo móvil basada en la comprensión lectora. Otro ejemplo es el desarrollo de las apps (telligami, Mica y sus amigos) que se basan en cuentos interactivos para desarrollar el hábito lector como a la vez una eficiente comprensión lectora.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad se va a ver evidenciada más adelante en los siguientes años por todos aquellos aplicativos móviles que aseguren en los alumnos favorables resultados en la comprensión lectora, quedando así que habrá un aplicativo que desplazará al otro por las nuevas tendencias tecnológicas y educativas implementadas en un sistema Android de la app.

El poder de negociación de los proveedores

Los proveedores para este aplicativo móvil de comprensión lectora son aquellos programadores y profesionales de ingeniería de sistemas quienes serán los que plasmen las interfaces descritas y estructuradas por el dueño de esta app, los proveedores también tienen un alto poder de negociación debido a que se va a contar con ellos para el mantenimiento requerido de la app, además ellos podrán hacer cambios de interfaces según los requerimientos del mercado estudiantil.

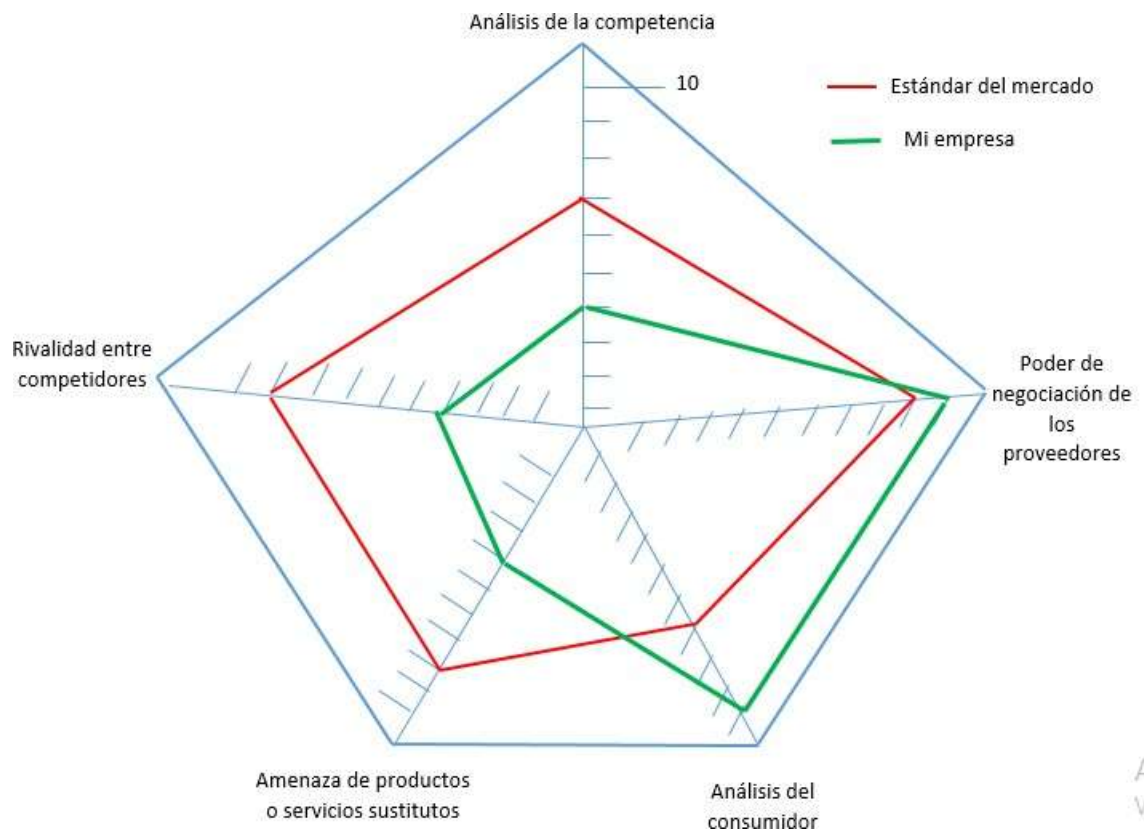


Figura 7: diamante de porter del aplicativo móvil de comprensión lectora

Fuente: elaboración propia

3.5. Definición de las estrategias

En esta cuarta fase del plan de negocio, vamos a partir realizando un plan estratégico de acuerdo a lo propuesto por el autor Jesús Lázaro Esteban.

Misión:

Liderar el mercado educativo mediante el mejoramiento del nivel de comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario de las instituciones privadas de la Ciudad de Chiclayo, a través del uso de un aplicativo móvil interactivo y sencillo, el cual está elaborado por profesionales interdisciplinarios (Ingeniero de sistemas, programadores web y de Android, Profesores de comprensión lectora) para así

generar el máximo valor al producto y ser percibida como una empresa que contribuye al desarrollo de la sociedad.

Visión:

Para el 2024 este aplicativo debe expandirse en orientar y mejorar el nivel de comprensión de lectura en todos los estándares del MINEDU, y esta app debe ser reconocida por la innovación, calidez y eficiencia en el sector educativo.

Competencia distintiva:

En este apartado partiremos desde la necesidad que cubriría la app en el mercado educacional, la cual es que los alumnos lleguen a un nivel eficiente de comprensión lectora utilizando este aplicativo móvil, el cual será interactivo por las interfaces dinámicas de acuerdo al enfoque lector de los alumnos del nivel secundario, en este aplicativo se presentarán lecturas de acuerdo a las edades y a la cultura de los estudiantes, estas lecturas están clasificadas en tres niveles, por lo que se tendrá un reporte estadístico acerca del desempeño lector en cada alumno de los colegios privados en la Ciudad de Chiclayo. Además, este aplicativo permitirá que alumnos acumule puntos y de acuerdo a ese puntaje pueda clasificarse en cada logro de desempeño textual.

MATRIZ BCG DEL APLICATIVO MÓVIL EN EL MERCADO EDUCACIONAL

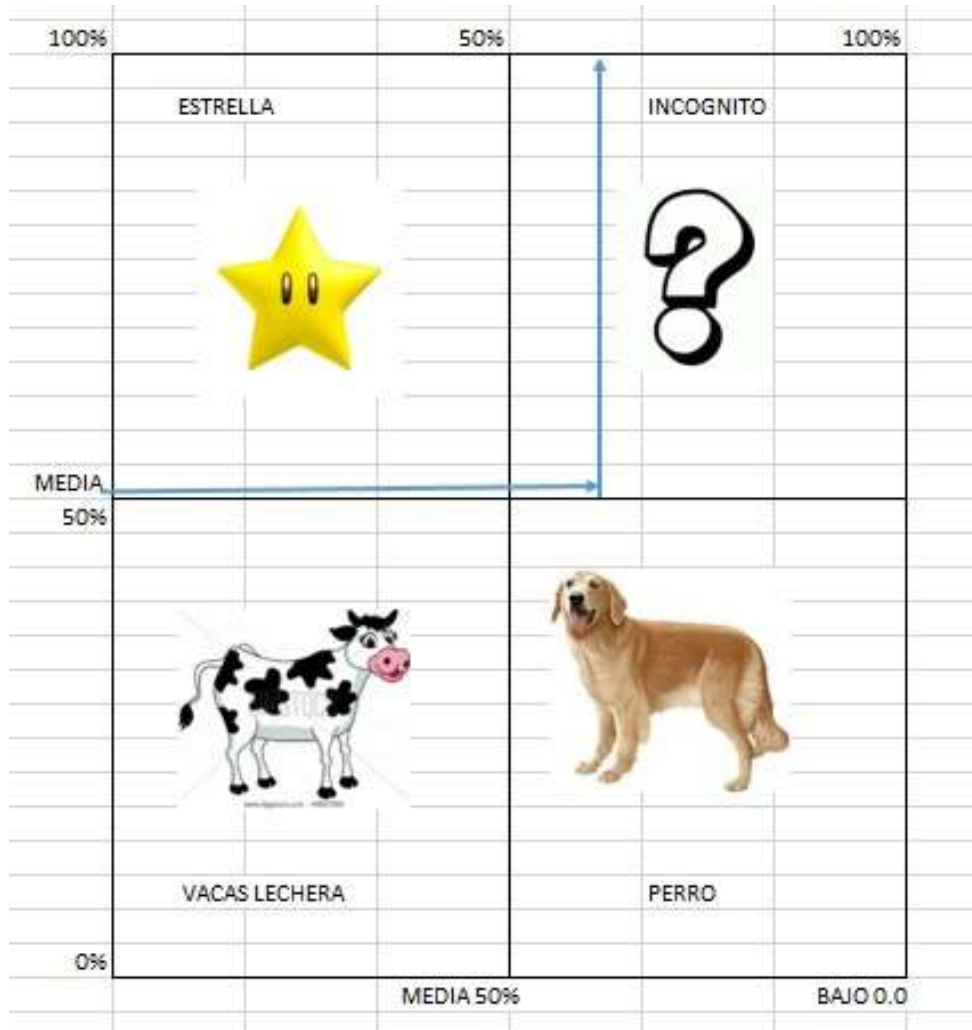


Figura 8:matriz BCG del aplicativo móvil de comprensión lectora

Fuente: elaboración propia

Tasa de crecimiento de la industria: Según diario Gestión 2018, manifiesta que el desarrollo de aplicativos móviles crece a un ritmo de 50% al año.

Participación relativa del mercado: Como es un nuevo producto en el mercado educativo, es un producto innovador, se considera en el cuadro de la interrogante. El aplicativo móvil de comprensión lectora se encuentra ubicada en el cuadrante interrogante lo cual significa que es un producto que va a comenzar a posicionarse en el mercado educativo, también se le considera en este cuadrante, porque actualmente se tiene ventas escasas o nulas.

Estrategias

- a) Exploración de nuevos mercados: para esto se ha investigado acerca de cuál sería la rentabilidad obtenida de vender este producto a los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo. El producto se debe mostrar como algo innovador en el tema de las lecturas para llegar a una eficiente comprensión textual, para lo cual se debe hacer un pre test y post test con el propósito de poder conocer cuál es la opinión que tienen los estudiantes con base en este producto, y conocer también los resultados de desempeño lector que espera los colegios.
- b) Mayor inversión para el desarrollo del aplicativo móvil: para esto se ha concursado en el Consejo nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica (CONCYTEC), lo cual también es de provecho debido a que te proporcionan un capital no reembolsable solo para profesional encargado de la actividad comercial de este nuevo negocio.
- c) Estrategia de diferenciación: Para lograr esta estrategia se tiene que dar mayor énfasis en el desarrollo del valor agregado que ofrece este aplicativo móvil, lo cual es la interactividad del alumno con las lecturas con el fin de llegar a un nivel óptimo de comprensión lectora, otro enfoque diferencial es las lecturas segmentadas de acuerdo al interés y a las edades de los alumnos.

Todas estas estrategias antes mencionadas se llevaron a cabo con el propósito de posicionar este producto en la cuadrante estrella, en donde comenzarían a

incrementarse las ventas y los beneficios, posicionándose el producto como un producto líder con un gran potencial de crecimiento.

3.6. Modelo de Negocio

MODELO CANVAS

<p>RELACIONES CLAVE</p>  <p>Alianzas estratégicas con las editoriales de comprensión lectora</p> <p>Alianzas estratégicas con profesionales expertos en la comprensión lectora.</p> <p>Alianza con el programador Android</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>Sincronización de datos de los alumnos para desarrollar sus avances de lectura con nuestros servidores.</p> <p>se evaluará el desempeño del alumno de acuerdo al nivel alcanzado</p> <p>RECURSOS CLAVES</p>  <p>Personal encargado de la web</p> <p>Contenidos de textos en la APP</p> <p>Sistema operativo Android</p> <p>Servicio especializado de hosting</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>  <p>Ofrecer una comprensión lectora interactiva utilizando videojuegos, musicalización y juegos de trivias.</p> <p>Desarrollar habilidades de comprensión lectora.</p> <p>Se utilizará textos novedosos y entretenidos de manera categorizada en tres niveles de textos (narrativos, expositivos y argumentativos)</p> <p>Tener un mejor prestigio, ofreciendo una educación de calidad</p>	<p>RELACIONES CON LOCLIENTES</p>  <p>Esta APP entregará el desempeño de cada estudiante en base a la comprensión lectora.</p> <p>Seguimiento de control personalizado.</p> <p>CANALES DE DISTRIBUCION</p>  <p>Para esta APP, se requerirá el acceso a internet.</p> <p>Los directores de los colegios podrán acceder a una suscripción mensual.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p>  <p>Alumnos (as) de 3° y 4° grado del nivel secundario de los colegios privados que pertenecen a la ciudad de Chiclayo.</p> <p>Estos grados de secundaria se han escogido debido a que la evaluación PISA (programa internacional para la Evaluación de Estudiantes) se realiza desde el tercer grado de secundaria</p> <p>Alumnos(as) que se encuentran entre la edad de 12 a 20 años.</p> <p>Directores de los colegios privados.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>  <ul style="list-style-type: none"> - Personal encargado del aplicativo móvil - Hosting - Contrato con los profesionales de comprensión lectora - Infraestructura interna de los contenidos textuales. - Encargado de ventas 		<p>FUENTE DE INGRESOS</p>  <p>Transferencia Bancaria, Pago para acceder a una suscripción mensual</p> <p>Cuota a redes de alojamiento y promotores de eventos de lectura por incluir sus servicios en la APP.</p>		

Figura 9: modelo canvas

Fuente: elaboración propia

PROPUESTA DE VALOR

¿Qué problema resuelves?

Con este aplicativo móvil se pretende resolver la deficiente comprensión lectora en los estudiantes del nivel secundario a través del uso de las tecnologías de información y comunicación aplicadas a la comprensión lectora, además con este proyecto, por ende, se desarrollará un enfoque crítico en el alumno al momento de leer, escribir y en su expresión. Además, este plan de negocio va a ser sostenible en el tiempo debido a que no solo abarcará temas de la comprensión lectora, sino también temas de las demás asignaturas con un enfoque de utilizar las TICS para el desarrollo de dichas materias.

¿Qué valor ofreces al cliente?

Con respecto a los colegios privados, a través de este aplicativo móvil, los colegios se podrán posicionar en el sector educacional como los de mejor calidad, porque han resuelto la causa que llevaba a otras funestas consecuencias, como lo son que los estudiantes no se desempeñaban de manera óptima en sus demás cursos. Además, este aplicativo móvil les permitirá a los colegios poder desarrollar en sus alumnos las habilidades de la comprensión lectora. También la app mostrará los textos en tres niveles (narrativos, expositivos y argumentativos), los cuales serán revisados por un experto en la materia de comprensión lectora. Además, los colegios tendrán acceso a una plataforma web para que los docentes de razonamiento verbal suban sus propios textos y califiquen las preguntas abiertas de sus alumnos a través de esta plataforma web.

Con respecto al usuario final, los cuales son los alumnos del nivel secundario de los diferentes colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, este aplicativo móvil les ofrece lecturas interactivas de manera que capte la atención y promueva el entusiasmo por leer en cada alumno. Este aplicativo mostrará los textos más novedosos lo cual va de acuerdo a lo que a los alumnos actualmente le parecen interesantes para leer; estas lecturas se mostrarán por niveles, para así dar a conocer el desempeño lector de cada alumno. En conclusión, esta app, permitirá en el alumno desarrollar un hábito lector y a la vez mejorar la calidad de su comprensión lectora. Cabe mencionar que este aplicativo móvil se encuentra disponible en Play Store.

¿Qué necesidades del cliente estás cubriendo?

Con respecto a los colegios privados, se les está cubriendo la necesidad de poder lograr el nivel óptimo de comprensión lectora en sus alumnos, a través de la tecnología. Los colegios tienen el propósito de formar personas capaces de desempeñarse en su trayectoria moral, profesional y laboral, pero todo esto radica, en la enfoque analítico y sistemático del estudiante, y que esto se logra a través de una buena comprensión textual.

Con respecto al usuario final, los alumnos ya no se verán obligados a leer textos de manera tradicional (textos en papel y lecturas no interesantes para los alumnos), lo cual les causa apatía al momento de leer, ahora con este aplicativo se les brindará un enfoque interactivo y lecturas de acuerdo al enfoque actual de los adolescentes y jóvenes.

SEGMENTO DE CLIENTES

¿A quién sirves?

Con este plan de negocio no solo, se trata de obtener rentabilidad, sino también de brindar una responsabilidad social compartida e integrada por parte de esta empresa, los colegios privados, los alumnos, los padres de familia, y el ministerio de educación. definiendo así que el sector educativo es el beneficiado con este plan de negocio.

¿Para quién estás creando valor?

Con este plan de negocio se le está brindando directamente valor a los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo y a los alumnos del nivel secundario entre las edades de 12 a 20 años, con un nivel socioeconómico A Y B, además estos alumnos necesitan ser captados a través del uso de la tecnología para que puedan alcanzar un nivel eficiente de comprensión de textos.

¿quiénes son tus más importantes clientes?

Nuestros directos y principales clientes son los centros educativos privados, de la Ciudad de Chiclayo, que tengan esa visión de poder mejorar el nivel de comprensión lectora, a través de un enfoque tecnológico, y por ende posicionarse en el sector educativo como los mejores colegios de calidad educativa.

¿Dónde se encuentran?

Los colegios privados Se encuentran actualmente en la Ciudad de Chiclayo, con un alto

porcentaje de alumnos, además se encuentran presentando deficiencias en el desempeño lector de sus estudiantes. Además, estos colegios con respecto a la comprensión lectora usan fichas de guía lectora las cuales no son atractivas ni mejoran la comprensión textual en los estudiantes.

¿Por qué te van a comprar a ti?

Porque este producto está enfocado en solucionar la problemática a nivel nacional de lo que viene siendo acerca del bajo nivel de comprensión lectora en los alumnos, también este aplicativo garantiza a través de sus interfaces interactivas captar el interés del alumno por la lectura y al mismo tiempo poder desarrollar su nivel de comprensión textual, además actualmente se pretende desarrollar una educación de calidad a través de la tecnología y este aplicativo móvil cumplirá los requisitos tecnológicos para este propósito educacional.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

¿Qué tipo de relación tienes con tus clientes?

A los colegios se les brindará una asistencia personal exclusiva para evaluar el desempeño lector de cada alumno, también se le ofrecerá una atención automatizada en donde se podrá realizar algunos cambios con respecto al número y a las lecturas de acuerdo a su nivel. Mientras a que los usuarios finales, se les brindará una interacción de calidad, puntajes que les permita obtener un premio, como lo es un libro en físico y además como premio final en la app, se le brindará un certificado del logro de los tres niveles alcanzados eficientemente.

¿Qué segmentos requieren una relación más intensa?

A los colegios privados, se les debe brindar un seguimiento tanto de manera operativa como de los resultados obtenidos del nivel de comprensión lectora de los alumnos al utilizar este aplicativo móvil.

¿Cómo se integra esta relación en el modelo?

La relación con los clientes hace un enlace entre la propuesta de valor y el segmento de clientes. Para este modelo de negocio la relación de clientes permite desarrollar una conexión factible en los centros educativos privados, tomando como punto de referencia el comportamiento, necesidades, preferencias, el enfoque de los directores de los colegios y su visión educacional, todo esto servirá para determinar también la propuesta de valor.

¿Cuál es el coste?

El coste se verá determinado por los recursos humanos, recursos físicos, recursos tecnológicos, en los cuales se detallará los costos invertidos en este plan de negocio, y así poder especificar cuál es el monto del aplicativo móvil con que ingresará al mercado.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

¿De qué manera los clientes ubicarán el producto?

Los clientes nos van a encontrar en el Play store, de forma gratuita, además tendremos un espacio publicitario en la fan page y en una página web.

¿Cómo compran?

Los colegios privados podrán acceder a una suscripción mensual del aplicativo móvil

¿Cómo entregas?

Se les entregará a los colegios el aplicativo móvil de comprensión lectora y la plataforma web, con un servicio de asistencia personal y una atención automatizada. Además, se tendrá un representante de ventas que dé a conocer los beneficios del producto.

¿Cómo llegas a los clientes?

- Redes sociales: Mediante publicidad pagada en Facebook, LinkedIn e Instagram.
- Referencias promocionales: paquetes de entrega del aplicativo móvil, la cual se brindará un descuento.
- Publicidad gráfica: en medios y establecimientos de venta de productos educativos.
- Intervenciones BTL en colegios.

¿Cuáles son los canales más eficientes?

El canal más eficiente es a través del representante de ventas del aplicativo móvil para que dé a conocer los beneficios a cada colegio privado de la Ciudad de Chiclayo. Este canal es eficiente ya que se realizará una prueba piloto en cada colegio que adquiera dicho aplicativo móvil, mostrando así las evidencias de la mejora de la comprensión lectora en los estudiantes.

FUENTE DE INGRESOS

¿Cómo vas a obtener los ingresos?

- Se obtendrán los ingresos a través de la suscripción mensual del colegio al aplicativo móvil
- Se obtendrán ingresos a través de la colocación de la App en Play store.
- Se obtendrán ingresos a través de un anuncio de las capacitaciones brindadas a los docentes de comprensión lectora dadas por el Magister Tomás Serquén Montehermoso. En la cual el docente podrá tener acceso a los módulos de capacitación a través de una pasarela de pago puesta en el aplicativo web.

¿Cómo van a pagar?

La modalidad de pago es opcional, ya sea por tarjeta de crédito o al contado, incluyendo las políticas del contrato.

¿Cómo quieren pagar?

Como es un producto nuevo y escalable en el mercado, actualmente los colegios privados desearían pagar una suscripción mensual.

ACTIVIDADES CLAVE

¿Qué actividades claves tienes que hacer?

- Sincronización de datos de los alumnos para desarrollar sus avances de lecturas con nuestros servidores.
- Servicio especializado de hosting.
- Power BI permitirá entregar un reporte estadístico en tiempo real del desempeño lector de cada alumno en un determinado colegio.
- Control de descargar del aplicativo móvil en el Play Store.

¿Qué actividades claves potencian la propuesta de valor?

El desarrollo de las interfaces tecnológicas e interactivas permitirán que los usuarios finales o indirectos (Alumnos del nivel secundario), tengan un nivel alto y eficiente de comprensión lectora y por ende el colegio se estará catalogando como un colegio que brinda una educación de calidad basada en la comprensión de textos usando las TICS.

RECURSOS CLAVE

¿Qué recursos clave necesita la propuesta de valor?

- Personal encargado de la plataforma web.
- Personal encargado del aplicativo móvil.
- Contenido de textos en las App.
- Sistema operativo Android.
- Lecturas en los tres niveles (narrativos, expositivos y argumentativos).
- Técnicas para la comprensión lectora incorporados en el aplicativo móvil.
- Web service para el uso del aplicativo móvil.
- Cuentas creadas por cada alumno en su respectivo centro educativo.
- Cuentas creadas por cada docente de razonamiento verbal en el respectivo centro educativo donde labora.

SOCIOS CLAVE

¿A quién más necesitas para hacer que el modelo funcione?

Para colocar las lecturas en el aplicativo móvil, que mejor que un experto en el área de comprensión lectora, para que categorice las lecturas de acuerdo al nivel de desempeño lector que se espera lograr de los alumnos, para esto se hará una alianza estratégica con el Magister Tomás Serquén Montehermoso.

¿Quiénes son los socios clave?

Se hará también alianzas estratégicas con las editoriales de la comprensión lectora.

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Editoriales de la comprensión lectora
- Magister Tomás Serquén Montehermoso

¿Qué recursos obtendremos de los socios?

- Editoriales de la comprensión lectora: colección de capítulos independientes realizados por distintos autores de la comprensión lectora.
- Magister Tomás Serquén Montehermoso: obtendremos unos repositorios de lecturas clasificadas de acuerdo a los tres niveles mencionados en esta investigación.

ESTRUCTURA DE COSTOS

¿Cuáles son los costos más importantes?

- Personal encargado de la web.
- Hosting.
- Contrato con los profesionales de la comprensión lectora.
- Infraestructura interna de los contenidos textuales.
- Mantenimiento y desarrollo de la plataforma web y la aplicación móvil.
- Pasarela de pago electrónico.
- Incentivos (promociones).
- Infraestructura y desarrollo de TI.
- Marketing.

¿Cuáles son los recursos claves más caros?

- Personal encargado de la plataforma web.
- Personal encargado del desarrollo del aplicativo móvil.
- Web service para el uso del aplicativo móvil.
- Publicación del aplicativo móvil en el Play Store.

¿Cuáles son las actividades claves más caras?

- Desarrollo de las interfaces tecnológicas e interactivas.
- Servicio especializado de hosting.
- Implementación del Power BI.

3.7. **Plan de Marketing**

3.7.1. **Análisis del entorno:**

El análisis PESTEL identifica los factores del entorno general que hay que tener en cuenta:

a) **Factores políticos:**

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico: Obliga a cumplir una serie de requisitos específicos a los propietarios de sitios web o tiendas a través de la red. Entre otros esta ley prohíbe el envío de correos electrónicos de carácter publicitario (spam) que los usuarios no hayan consentido, además de obligar a la tienda online a explicar de forma detallada el proceso de venta (condiciones, plazos, reclamaciones).

Ley Orgánica de Protección de datos de Carácter Personal: Esta ley regula que todas las empresas y profesionales que posean datos de sus clientes de carácter personal deberán de darse de alta en la Agencia de Protección de Datos.

Ley de condiciones generales de contratación: Esta ley hace referencia e intenta velar porque existan unas condiciones de contratación justas y equitativas entre el vendedor y el comprador.

Registro de la propiedad intelectual: Registrar el ícono de la aplicación es de suma importancia, pues es el enfoque distintivo que los usuarios podrán reconocer tanto en las tiendas virtuales como en su propio dispositivo y lo asociarán directamente con la aplicación.

b) Factores económicos

Si se generaliza el uso de TIC entre empresas nacionales para el 2021, el PBI sumaría 3.9 puntos porcentuales extra, indicó el director general de innovación Ministerio de la Producción, Gonzalo Villarán. De llegar a esta cifra se lograría un aumento de 3.5% en la tasa de empleo y 3.9% extra en recaudación tributaria. Debido a que la tecnología va en continua innovación día a día, se han desarrollado una amplia gama de aplicativos móviles, en donde el Perú, los planes de negocio basado en aplicativos móviles, debe partir primero de la perspectiva de que, si el negocio es o no factible para hacer una app, siguiéndole el cómo se va a generar mayores ganancias a través de este nuevo negocio.

c) Factor Social

Los aplicativos móviles educativos, permiten ayudar a realizar tareas académicas en el día a día de los estudiantes, y además garantiza que se desarrolle una mejor enseñanza – aprendizaje entre docentes y alumnos, el usuario final, el cual son los alumnos, tienen un interés en usar tecnología de manera interactiva para llegar a realizar sus tareas correspondientes, contrarrestando así el aburrimiento y desinterés de realizar dichas tareas. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) han reconocido los grandes beneficios del uso del Smartphone y la amplia gama de aplicaciones como una herramienta de apoyo académico en la formación de los estudiantes. Además, se tiene que el 47% de adolescentes y jóvenes del Perú solo estudia y un 18% de ellos trabaja y estudia, estos resultados se evidenciaron según un estudio realizado por Ipsos Perú.

d) Factor tecnológico

Actualmente, un 96% de adolescentes y jóvenes del Perú, pertenecen a la era digital y un 53% tienen un Smartphone, estos resultados se evidenciaron según Ipsos Perú.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el año 2018, que el 79.6% de la población que usa internet lo hace a través de un celular. El 83.3% y el 88% de los internautas que cuentan con educación superior universitaria y superior no universitaria, respectivamente; accedieron a internet a través de sus móviles; aumentándose en 10.2 y 10.7 puntos porcentuales para ambos casos, en comparación con el segundo trimestre del año 2017. Según la Encuesta Nacional de Hogares, el 87.7% de la población usaría de internet de la edad de 19 a 24 años, con un incremento de 7.3 puntos porcentuales en relación al año 2017.

e) Factor Ecológico – Ambiental

Hoy en día vemos una gran contaminación ambiental, y donde la sociedad aún no toma conciencia de ellos, es por esto que este aplicativo también será un aplicativo móvil verde, se considerará de esta manera debido a que se brindará lecturas acerca de la importancia de cuidar el medio ambiente, para que así adolescentes y jóvenes tomen conciencia del cuidado de la naturaleza y este enfoque puedan transmitirlo a los demás, garantizando de esta manera propiciar una cultura de cuidado de la naturaleza en el Perú.

f) Factor legal

Para que una app pueda ingresar al mercado, es necesario utilizar medio lícitos, como por ejemplo contar con las respectivas licencias de los recursos utilizados, ya sea la base de datos, gráficos, lecturas, melodías, también es de suma importancia proteger el contenido después que se haya desarrollado la app, con el propósito de evitar plagios o imitaciones del aplicativo móvil.

3.7.2. Análisis de la situación

a) Condiciones generales

Para llevar a cabo este aplicativo móvil de comprensión lectora en los estudiantes, es necesario conocer el uso de un celular en cada estudiante. Perú 21, demostró una noticia del presente año, en donde según datos internacionales hechas por

Motorola, dio a conocer que un 50% de adolescentes entre las edades de 10 a 19 años, tienen el móvil en su mano la mitad del día, solo un 2% manifestaron que lo tenían en su mano una hora o menos. Y, por otro lado, un 20% tienen el teléfono móvil al alcance de su mano las 24 horas del día.

Según Perú 21 en una nota del presente año, refirió que un 45% de los adolescentes peruanos no se desconecta nunca de su celular.

Por otro lado, tenemos que de acuerdo a las estadísticas del INEI, actualmente en la zona urbana del Perú el analfabetismo es de 6.7% y en las zonas rurales es del 19.7%, entonces se puede evidenciar quién es el sector más afectado, esto debido a que no existen centros educativos correctamente implementados (docentes incapaces, infraestructura inadecuada, deficiencia tecnológica)

Para poder contrarrestar el analfabetismo en el Perú, el Estado debería implementar una modernización educacional haciendo uso de las TICs. Con el objetivo de combatir y hacer reducir el nivel de abandono escolar prematuro y la deficiencia de la formación educativa en los adolescentes y jóvenes.

b) Condiciones de la competencia

El mercado de aplicaciones móviles en el Perú, se ha incrementado a una tasa de 80% anual en los últimos años, con lo cual se alcanzó de 1500 apps al cierre del año 2015. Actualmente el Perú cuenta con más de 300 empresas formalizadas dedicadas a esta actividad.

Las aplicaciones que hoy son tendencia en el Perú son aquellas que brindan un servicio y facilitan la vida de los usuarios, así como las apps de la SUNAT o de los bancos. También cabe resaltar que las empresas que no incursionen al mercado de las apps pueden tener una grande desventaja en el mercado en donde se desempeñan.

c) Condiciones de la propia empresa

Con este aplicativo móvil se pretende resolver uno de los más grandes y primordial problema de la educación la cual es la deficiencia de la comprensión lectora en los estudiantes en toda su trayectoria educacional, además con este proyecto, se desarrollará un enfoque crítico en el alumno al momento de leer, escribir y en su expresión.

3.7.3. Análisis del mercado objetivo

Nuestros directos y principales clientes son los centros educativos privados, de la Ciudad de Chiclayo, que tengan esa visión de poder mejorar el nivel de comprensión lectora, a través de un enfoque tecnológico, y por ende posicionarse en el sector educativo como los mejores colegios de calidad educativa.

Con respecto a los colegios privados, se les está cubriendo la necesidad de poder lograr el nivel óptimo de comprensión lectora en sus alumnos, a través de la tecnología. Los colegios tienen el propósito de formar personas capaces de desempeñarse en su trayectoria moral, profesional y laboral, pero todo esto radica, en la enfoque analítico y sistemático del estudiante, y que esto se logra a través de una buena comprensión textual.

Con respecto al usuario final, los alumnos ya no se verán obligados a leer textos de manera tradicional (textos en papel y lecturas no interesantes para los alumnos), lo cual les causa apatía al momento de leer, ahora con este aplicativo se les brindará un enfoque interactivo y lecturas de acuerdo al enfoque actual de los adolescentes y jóvenes.

3.7.4. Objetivos estratégicos

- a) Posicionarse en los próximos 5 años, como el aplicativo móvil de comprensión lectora de calidad en educación, debido a que logra que los estudiantes mejoren su nivel de comprensión textual.

- b) Tener alianzas estratégicas con un docente de comprensión lectora, y con editoriales que deseen brindar su material educativo textual en el aplicativo móvil.
- c) Realizar evaluaciones bimestralmente del desempeño lector en los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario de las instituciones privadas.

3.7.5. Objetivos de marketing

- a) Para el año 2020 en el mes de Julio, el 6% de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, deben suscribirse al uso del aplicativo móvil de la comprensión lectora. este porcentaje seleccionado se basa en que los colegios privados en la Ciudad de Chiclayo es un total de 112, para el año 2020 se ha propuesto llegar hasta el mes de julio a siete colegios fidelizados, lo cual representa un 6%.

Hacemos una regla de tres simples:

100% -----112 colegios privados

X% 7 colegios privados alumnos

$$X = \frac{7x100}{112}$$

$$X = 6\%$$

- a) Contar con un personal altamente calificado en tecnologías para poder brindar un aplicativo móvil de calidad e innovadora.
- b) Para el año 2020, en los meses de enero, febrero y marzo, se dará a conocer los beneficios del aplicativo móvil de comprensión lectora, para su adquisición; utilizando los siguientes medios: 40% de publicidad en Facebook, un 65% en una página web y un 90% de manera personalizada (entrevista con el director o gerente general de cada institución educativa particular).

- c) Aumentar mensualmente un 4% de alumnos que visiten nuestro fan page, en donde se dará a conocer el aplicativo móvil de comprensión lectora. este porcentaje se ha considerado en base al criterio de que en la Ciudad de Chiclayo existe un total de 23 979 alumnos del nivel secundario y debido a la suma de alumnos de los 7 colegios seleccionados para la suscripción del aplicativo móvil, el cual representa un total de 924 alumnos. Este último dato es el promedio a la que se pretende captar por Facebook mensualmente.

Hacemos una regla de tres simples:

100% -----23979 alumnos del nivel secundario
 X%..... 924 alumnos de los siete colegios |
 seleccionados

$$X = \frac{924 \times 100}{23979}$$

$$X = 4\%$$

- d) Fidelizar un 10% de nuevos clientes por año (Instituciones educativas privadas de la Ciudad de Chiclayo), tomando como referencia que en Chiclayo existen un promedio de 112 colegios privados. Este porcentaje se toma en base al criterio de que por año hasta el mes de julio se suscribirán 7 colegios, pero en los 4 meses restantes sin contar diciembre, se dará a conocer e implementar un mes gratis a cada nuevo colegio, en total por año se piensa captar y fidelizar a 11 colegios.

Hacemos una regla de tres simples:

100% -----112 colegios privados

X% 11 colegios privados alumnos

$$X = \frac{11 \times 100}{112}$$

$$X = 10\%$$

- e) Fidelizar a los estudiantes a través de la implementación de 33 lecturas por cada nivel (nivel narrativo, expositivo y argumentativo) los cuales serán de su interés y perspectiva lector. Cabe mencionar que este número de lecturas se ha seleccionado en base a que el desempeño lector será observado por bimestre, lo cual representa 8 semanas, en cada semana irán 11 textos narrativos, 11 textos expositivos, 11 textos argumentativos, esto va a de acuerdo a que la calificación del alumno al final del bimestre será en base a 264 textos.
- f) Antes de finalizar el año 2019, al menos un colegio privado debe suscribirse para implementar el aplicativo móvil de comprensión lectora en sus alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario. Este colegio privado es el colegio del Nazareno el cual está ubicado en la Av. Luis Gonzales 1094 – Chiclayo.
- g) Antes de finalizar el año 2019 los 93 alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario del colegio “El Nazareno” deben descargar el aplicativo móvil a través del Play Store.
- h) Para el año 2020 en los tres meses de verano, 924 alumnos de los siete colegios mencionados anteriormente deben descargar el aplicativo móvil a través del Play Store.

Tabla 24: Proyección de acuerdo a los objetivos de marketing

OBJETIVOS	INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilizar el modelo de negocio	% Margen de utilidad neta	20%	40%	60%	80%	100%
Fidelizar clientes	Cantidad de colegios privados	25	50	74	99	112
Captar clientes	Cantidad de usuarios finales (alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario)	70	140	210	280	350
Ampliar alcance del mercado	Cantidad de zonas distritales abarcados	1	6	11	16	20

Fuente: elaboración propia

3.7.8. Estrategias de marketing (Marketing operativo)

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

El aplicativo móvil de comprensión lectora llamado “APLECT” es novedoso e innovador, esta app busca incrementar el nivel de comprensión lectora en los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, garantizando una mejor calidad educativa.

Presentación del producto

- a) Este aplicativo móvil les permitirá a los colegios poder desarrollar en sus alumnos las habilidades de la comprensión lectora. También la app tendrá contenidos textuales en los tres niveles (narrativos, expositivos y argumentativos), los cuales serán revisados por un experto en la materia de comprensión lectora. Además, los colegios tendrán acceso a una plataforma web para que los docentes de razonamiento verbal suban sus propios textos y califiquen las preguntas abiertas de sus alumnos a través de esta plataforma web.

Con respecto al usuario final, los cuales son los alumnos del nivel secundario de los diferentes colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, este aplicativo móvil les ofrece lecturas interactivas de manera que capte la atención y promueva el entusiasmo por leer en cada alumno. Este aplicativo mostrará los textos más novedosos lo cual va de acuerdo a lo que a los alumnos actualmente le parecen interesantes para leer; estas lecturas se mostrarán por niveles, para así dar a conocer el desempeño lector de cada alumno. En conclusión, esta app, permitirá

en el alumno desarrollar un hábito lector y a la vez mejorar la calidad de su comprensión lectora.

b) Nombre: APLECT

c) Diseño: Logo que infiere creatividad e innovación, el logo presenta 4 libros de manera vertical, en donde todos reflejan movimiento, dando a entender que será una app entretenida y dinámica para el aprendizaje lector, además en la parte superior de los libros aparecen burbujas y aspas, dando a entender que permitirá desarrollar el conocimiento en cada estudiante.



Figura 10: prototipo del logo de la aplicación móvil

Fuente: elaboración propia

A continuación, se muestran las características del aplicativo móvil

Tabla 25: características del aplicativo móvil

Características	
Uso	➤ Fácil navegación por la aplicación móvil, pues se implementará una presentación amigable e innovadora.

Rapidez	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El ingreso de usuario es manera sencilla y el acceso de desarrollo de cada nivel de lectura es de manera interactiva.
Información	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El aplicativo móvil ofrece lecturas seleccionadas de acuerdo a los tres niveles de comprensión lectora, en donde en el primer nivel tendrá un contenido de lecturas de textos narrativos, en el segundo nivel tendrá un contenido de lecturas de textos expositivos, en el tercer y último nivel tendrá un contenido de lecturas de textos argumentativos.
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Es posible revisar el historial del desempeño lector de cada estudiante por cada colegio privado. ➤ Existe un filtro de alumnos por grado, por aula y por colegio al que pertenecen. ➤ La información del desempeño lector de cada estudiante estará disponible para los docentes evaluadores y para cada director o gerente general del colegio privado.
Flexibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El aplicativo móvil también será usado desde cada casa del estudiante para resolver sus tareas de comprensión lectora.
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La aplicación móvil podrá ser utilizada en Smartphone, tablets. La app tendrá un soporte de sistema Android.
Pago	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El pago por parte del cliente (colegios privados), puede ser por tarjeta o en efectivo.
Facturación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El cliente recibe un recibo electrónico vía correo electrónico
Alcance	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El alcance de la aplicación móvil de comprensión lectora está destinada a los colegios privados de la provincia de Chiclayo, luego ir extendiéndose a más distritos en donde haya una demanda de colegios privados por hacer uso de este app.

Fuente: elaboración propia

ESTRATEGIA DE PRECIO

Para establecer el precio del aplicativo móvil, tendremos en cuenta los aplicativos móviles que existen en el mercado educacional. Así estableceremos aquel precio que sea competitivo y atractivo para captar al cliente. Fijaremos nuestros precios en función a:

- a) Nuestra competencia
- b) Cantidad de suscripciones que nos soliciten los colegios privados.
- c) Percepción y poder adquisitivo de nuestros clientes.
- d) Intensidad de la necesidad insatisfecha.
- e) El primer mes los alumnos del colegio privado podrán hacer uso del aplicativo móvil de manera gratuita, de modo que así se pueda captar y fidelizar a cada colegio a una suscripción mensual.
- f) Precio según el valor percibido: el precio del aplicativo móvil estará fijado de acuerdo a la utilidad o satisfacción del consumidor.

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

En la etapa de pre venta se brindará un servicio de asistencia personal a cargo de un representante de ventas, en donde se le dará a conocer al colegio cuales son los beneficios educativos de este aplicativo móvil de comprensión lectora y en la etapa post venta se le brindará al colegio una atención automatizada, permitiéndole conocer acerca del manejo de la app y el reporte del desempeño lector de cada estudiante.

APLECT poseerá una oficina ubicada en el distrito de Chiclayo, correspondiendo esta dirección a las instalaciones de la empresa, en las cuales se realizan las actividades propias de las operaciones de las empresas y las entrevistas y evaluaciones a los posibles colegios privados que opten por la suscripción del aplicativo móvil de comprensión lectora. El alcance del producto y del servicio post venta abarca a toda la Ciudad de Chiclayo.

Tabla 26: Fases de la distribución del aplicativo móvil

FASES	TIEMPO	ACCIONES
Pre lanzamiento	2 meses	Se busca la introducción de la marca al segmento educacional, se busca también la incursión de la idea de producto y la generación de intriga por buscarlo y conocerlo. El objetivo será la relación con el ámbito educativo y la solución de poder mejorar el nivel de comprensión lectora en los alumnos.
Lanzamiento	4 meses	Dirigido a introducir el producto y lograr la suscripción del mismo. Se busca poder llegar a la mayor cantidad de colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, y generar una base de datos.
Posterior al lanzamiento	4 meses	En esta etapa se busca un incremento del conocimiento de la marca en los diferentes colegios privados y grupos de padres de los escolares.
Promoción constante	-----	Mantener la marca en el segmento educativo.

Fuente: elaboración propia

Canales tradicionales: Intervenciones BTL, entrega de volantes de manera impresa, banners con presencia en los colegios privados. Se buscará llevar a cabo convenios y acuerdos para poder ingresar a colegios y promocionar la aplicación entre los directivos y la plana docente.

Canal digital: Página web, digital tradicional, redes sociales. En la siguiente tabla se evidencia la implementación de la estrategia para cada canal digital.

Tabla 27: estrategias de canales de distribución para el aplicativo móvil

Estrategia	Plataforma	Actividades
Página web	web	Publicación en la página web de la empresa
Marketing digital tradicional	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Motor de búsqueda (Google) ➤ Publicidad gráfica (banners) ➤ Correo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posicionamiento en primeros lugares de aparición en búsqueda de Google por palabras claves (Keywords). ➤ Envío de correos a los colegios privados dando a conocer los beneficios del producto.
Redes Sociales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facebook ➤ Instagram ➤ LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad en las redes sociales con imágenes y videos cortos. ➤ Presencia de cuenta oficial y publicidad del aplicativo móvil.

Fuente: elaboración propia

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Debemos poner especial atención a esta estrategia, debido a que es fundamental para que el producto se dé a conocer, sea identificable en el mercado y sea capaz de generar una gran demanda en el sector educativo.

Las acciones que llevaremos a cabo para atraer clientes y empezar a darnos a conocer en el mercado serán, por una parte, ofrecer promociones de suscripción en la etapa de apertura y comienzo de la empresa. Consistirán en:

- a) Los colegios que logren suscribirse para hacer uso de la app, se le dará un mes gratuito del paquete de la plataforma web, la cual es un valor agregado del negocio con un precio fijado.

- b) Dar un seguimiento post venta, acerca del desarrollo de la app y del desempeño del nivel de comprensión lectora en los alumnos de los colegios privados.
- c) Se hará una entrega de un libro en físico para premiar al mejor alumno con respecto a su nivel eficiente de comprensión lectora al hacer uso de este aplicativo móvil.
- d) Brindar las lecturas en la app, las cuales serán de interés de acuerdo a las etapas de la adolescencia y de la juventud.

Lanzamiento de marketing

El lanzamiento en cuestión de promoción y publicidad del producto, será realizado en las plataformas de redes sociales, principales páginas web educativas y en actividades en colegios privados, de acuerdo al plan de marketing especificado en la presente tesis.

3.8. Plan de Ventas

3.8.1. Estrategia de ventas

a) Investigación del desempeño educativo de cada colegio privado

Al realizar dicha investigación se podrá evidenciar las carencias o nivel de deficiencia educativa de cada colegio privado, esta investigación servirá para poder dar a conocer el producto con la garantía que resuelva dicha necesidad o deficiencia. En donde al momento de vender se podrá enfatizar en lo que los colegios están más interesados en que se le dé una solución óptima.

b) Usar las características de tu producto para construir interés

La tecnología avanza vertiginosa, y no deja de ser útil para el avance en la educación, es por ello que a los colegios privados se le debe dar a conocer las interfaces tecnológicas e innovadores del aplicativo móvil, con el que sus alumnos podrán mejorar su nivel de comprensión lectora.

c) Prueba social

Para dar credibilidad que este aplicativo móvil está mejorando el nivel de comprensión lectora en los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario, se implementará en dos colegios como prueba piloto, estos colegios son: Colegio privado El Nazareno, ubicada en la calle Luis Gonzales, el otro colegio privado es Amancio Varona, ubicada en Tumán.

d) Marketing de afiliación

Este tipo de marketing consiste en promocionar un producto y conseguir una comisión a cambio por la venta del producto. En el caso de este plan de negocio se vendrá una suscripción a los profesores de los colegios privados para su preparación en el concurso de docentes para el año 2020, el cual el material documental de dicho concurso será vendido por el Magister Tomás Serquén Montehermoso.

e) Talle presencial

Para conocer más acerca de la importancia de este aplicativo móvil y las lecturas implementadas, de acuerdo a cada nivel, se brindará por parte de la empresa un taller llevados a cabo por el Magister Tomás Serquen Montehermoso y otros docentes de comprensión lectora, a todos los colegios privados que se han suscrito en el uso de esta app.

3.8.2. Condiciones de ventas

a) Proceso de compra

Antes de realizar una suscripción, el usuario puede preguntar cualquier duda al respecto de manera gratuita utilizando el formulario de información, contactando por teléfono o e email.

b) Formas de pago

La modalidad de pago es opcional, ya sea por tarjeta de crédito o al contado, incluyendo las políticas del contrato.

Como es un producto nuevo y escalable en el mercado, actualmente los colegios privados desearían pagar una suscripción por bimestre educacional.

3.8.3. Fuerza de ventas

a) Ventas

Como se sabe, la fuerza de ventas tiene como primordial función la venta de los productos de la empresa. Este elemento se lleva a cabo con objetivos de ventas concretos, comisiones, creación de ofertas, para lo cual el equipo de recursos humanos dispondrá de los recursos tecnológicos, información acerca de los beneficios del aplicativo móvil y técnica de venta adecuadas (venta personalizada, donde se muestra el desarrollo e implementación del aplicativo móvil de comprensión lectora), todo esto permitirá despertar el interés de los colegios por mejorar su nivel de comprensión textual de los alumnos y por ende se suscribirán para acceder a esta app.

b) Estudio de mercado

El plan de negocio de este aplicativo móvil educativo basado en la comprensión lectora, surgió a partir de las evidencias nacionales acerca del déficit nivel de comprensión textual que presentan los alumnos desde la primaria hasta la secundaria, además los alumnos siguen sin adaptarse a la tecnología para llegar a una eficiente comprensión lectora. Actualmente en la Ciudad de Chiclayo la mayoría de colegios privados no hacen uso de un aplicativo móvil o de alguna otra herramienta digital para desarrollar una lectura interactiva en los alumnos para lograr una comprensión de textos. Para un futuro la demanda de un aplicativo móvil se incrementará no solamente para desarrollar la comprensión de textos sino también para los otros demás cursos, logrando las instituciones educativas privadas una mayor integración de las capacidades cognitivas de sus alumnos en todas las áreas.

c) Agencia BTL

Se contará con el apoyo de la agencia BTL, en todo el proceso del lanzamiento, en donde se logrará que los vendedores salgan con todo el arsenal de argumentos que requieren los colegios privados, y así estos se logren suscribir para el uso del aplicativo móvil.

- d) El material promocional acerca de cómo mejoraría el nivel de comprensión lectora en sus alumnos los colegios que opten por hacer uso del aplicativo móvil, este material será brindado como brochures y merchandising y esto deberá servirle a la fuerza de ventas para dar a conocer los beneficios del producto y por ende lograr satisfacer las expectativas de los clientes.

3.9. Plan de Operaciones

3.9.1. Objetivos generales

- a) Definir las estrategias de las operaciones de las interfaces para desarrollar un nivel óptimo de comprensión lectora en los alumnos.
- b) Diseñar procesos claves que permitan la realización de los servicios brindados al usuario de manera exitosa.
- c) Elección y presupuesto de recursos necesarios para la implementación y desarrollo de las operaciones eficientemente.

3.9.2. Objetivos específicos

- a) Lograr un nivel alto de eficiencia en los procesos del aplicativo móvil y de la plataforma web, con el propósito de que la operación y uso del servicio sea constante y de calidad.
- b) Lograr una flexibilidad tanto en el aplicativo móvil como en la plataforma web, que permita modificar, controlar y revisar errores, buscando la solución de problemas en el tiempo más corto posible, para así brindar una atención satisfactoria al usuario.

Los objetivos operacionales para el desarrollo e implementación del aplicativo móvil y de la plataforma web, se fundamentan en el servicio, calidad, eficiencia de producto y del servicio.

Tabla 28: Los objetivos operacionales

Objetivos operacionales	Metas
Calidad	Aceptación por parte de los alumnos.
	Evaluar el proceso del desempeño de comprensión lectora mediante las opiniones de los alumnos.
Servicio	Ofrecer un servicio que cumpla las expectativas de los alumnos y colegios privados.
Objetivos operacionales	Metas
Eficiencia en el producto y servicio	Capacitar al personal para atender de manera adecuada al cliente directo (colegios privados) y al cliente indirecto (alumnos del nivel secundario)
	Tener claros los procesos y definidos los colegios privados para ofertar.

Fuente: elaboración propia

Las estrategias operacionales deben estar acorde con los objetivos operacionales determinados anteriormente.

Tabla 29: la relación entre las estrategias operacionales y los objetivos operacionales

Grupo de interés	Estrategia de operaciones	Objetivos Operacionales		
		Calidad	Servicio	Eficiencia del producto y servicio
Internos	Gestión de buenas prácticas para la buena atención de los colegios privados	✓		
Clientes	Realizar el filtro en Power BI para saber el nivel de desempeño de los alumnos.	✓	✓	✓
Grupo de interés	Estrategia de operaciones	Objetivos Operacionales		
		Calidad	Servicio	Eficiencia del producto y servicio
Clientes	Estar en constante monitoreo del aplicativo móvil y de la plataforma web.	✓	✓	

Socios	Planificación sobre los días de reuniones y suscripciones de los colegios privados.		✓	✓
	Gestión de relación con socios.		✓	✓

Fuente: elaboración propia

3.9.3. Estrategias de operaciones

- a) Confiabilidad del producto: desarrollar proceso que aseguren el funcionamiento continuo y eficiente del aplicativo móvil y de la plataforma web.
- b) Agilidad para la mejora continua: Desarrollo e innovación en las funcionalidades del aplicativo móvil y de la plataforma de acuerdo al crecimiento del servicio y la demanda por parte de los estudiantes de tercero y cuarto grado del nivel secundario de los colegios privados.
- c) Seguridad en la verificación de información: los procesos deben asegurar que la información sobre el desempeño y nivel de comprensión lectora alcanzados por los estudiantes, sea de credibilidad de acuerdo a los datos reales.

Periodo de prueba

Con el propósito de realizar la inserción del producto y llevar a cabo pruebas de funcionamiento, se tendrá un periodo de prueba en donde se podrá medir el nivel de desempeño lector de cada estudiante. Esta etapa será útil para encontrar y corregir errores en el aplicativo móvil y en la plataforma web, así como evidenciar el comportamiento del alumno frente a esta herramienta digital.

3.9.4. Etapas del proceso del producto para su la puesta en marcha

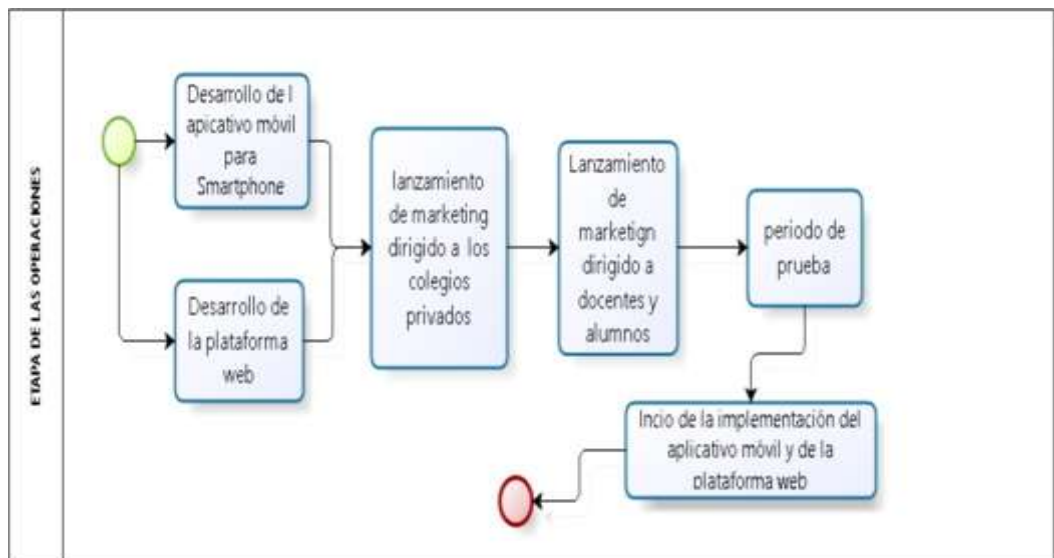


Figura 11: etapa de las operaciones

Fuente: elaboración propia

3.9.5. Etapas del producto en periodo de prueba

Tabla 30: periodo de prueba del aplicativo móvil

NOMBRE DEL PROCESO		
Periodo de prueba del aplicativo móvil		
DUEÑO DEL PROCESO		
Empresa “ APLECT”		
OBJETIVOS		
Satisfacer los requerimientos solicitados de los alumnos y del experto en comprensión lectora.		
ALCANCE		
EMPIEZA	El proceso inicia con la recopilación de requerimientos por partes de los alumnos y del experto en comprensión lectora	
INLCUYE	textos narrativos, expositivos y argumentativos.	
TERMINA	El usuario satisfecho haciendo uso del aplicativo móvil.	
ENTRADA	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDA
Recopilación de requerimientos	Entregarle los tres niveles de textos (narrativos, expositivos y argumentativos)	Cliente satisfecho, al evidenciar la prueba piloto.
	Estrategias de comprensión lectora.	
	Interfaces interactivas y sencillas	
	Reporte del desempeño lector.	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
Las interfaces deben ser fáciles de usar.		

La interfaces tienen que estar acorde a las exigencias de la comprensión lectora.
Implementación de las estrategias de comprensión lectora de acuerdo a los tres tipos de niveles de textos.
RECURSOS
Recursos digitales como (laptop, disco duro, USB).
Web service.
Adquirir un espacio en el Play Store, para la aplicación móvil.

Fuente: elaboración propia

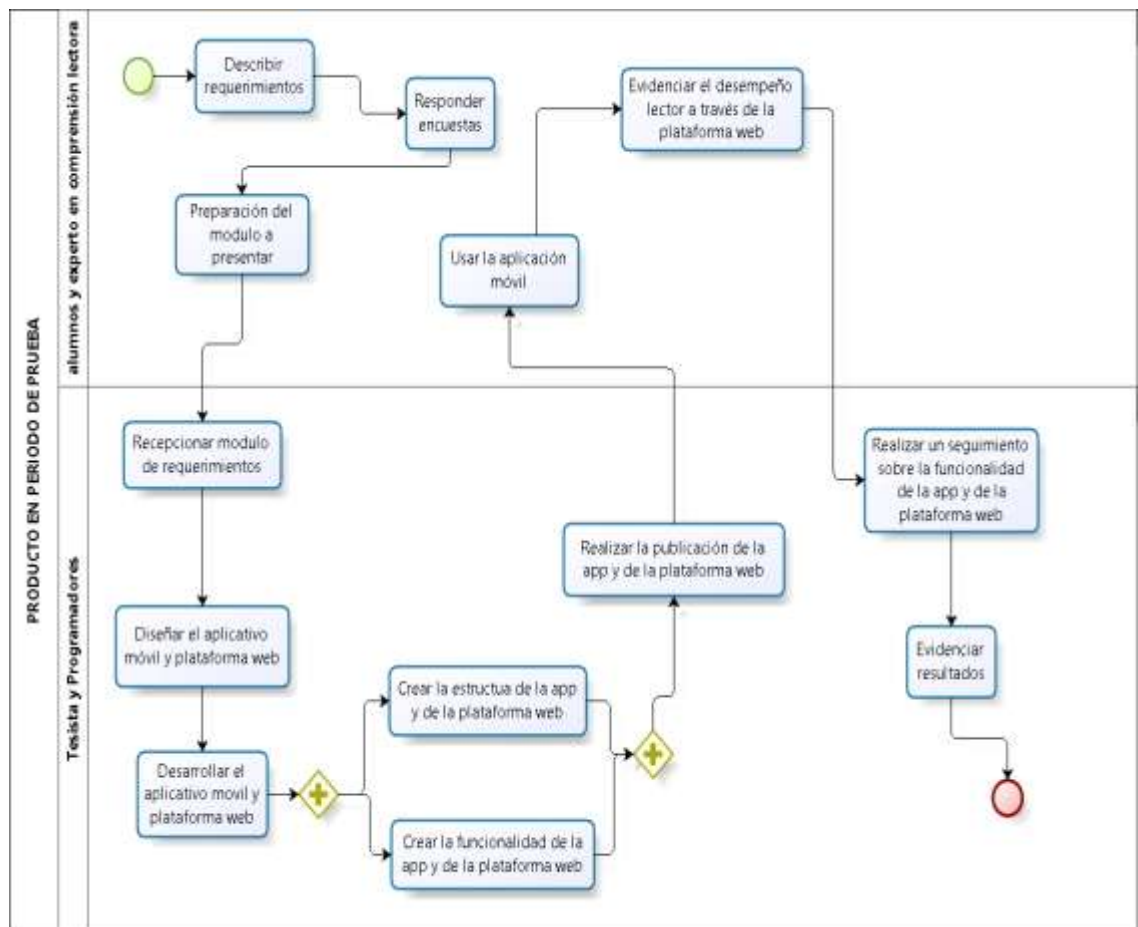


Figura 12: producto en periodo de prueba

Fuente: elaboración propia

3.9.6. Etapas del proceso de ventas

Tabla 31: proceso de ventas

NOMBRE DEL PROCESO		
Proceso de ventas		
DUEÑO DEL PROCESO		
Empresa “ APLECT”		
OBJETIVOS		
Atender al cliente, brindándole información acerca de la importancia del aplicativo móvil y de su elemento de soporte el cual es la plataforma web.		
ALCANCE		
EMPIEZA	El proceso inicia cuando al cliente se le hace una visita personalizada.	
INLCUYE	Información acerca del mejoramiento de la comprensión lectora en los alumnos a través del aplicativo móvil “APLECT”.	
TERMINA	Cliente satisfecho, suscribiéndose mensualmente al uso de la app y de la plataforma web.	
ENTRADA	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDA
Potencial cliente	Entregarle información acerca del uso del aplicativo móvil y su influencia significativa para mejorar la comprensión lectora en los alumnos.	Cliente satisfecho, adquiriendo la suscripción mensual.
	Indicarle acerca de la importancia de las interfaces que permiten tener un mejor desempeño lector en los alumnos.	

	Explicarle acerca de la importancia de las Tecnologías de información y comunicación (TIC) en la comprensión lectora.	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
La persona encargada de la atención al cliente debe estar capacitada en las tecnologías de información y comunicación.		
El encargado de ventas debe hacer conocer la importancia del aplicativo móvil para el desempeño lector de los alumnos.		
Entregar publicidad de la empresa.		
RECURSOS		
Celular con un sistema Android		
Folletos		
Laptop para instalar la plataforma web		

Fuente: elaboración propia

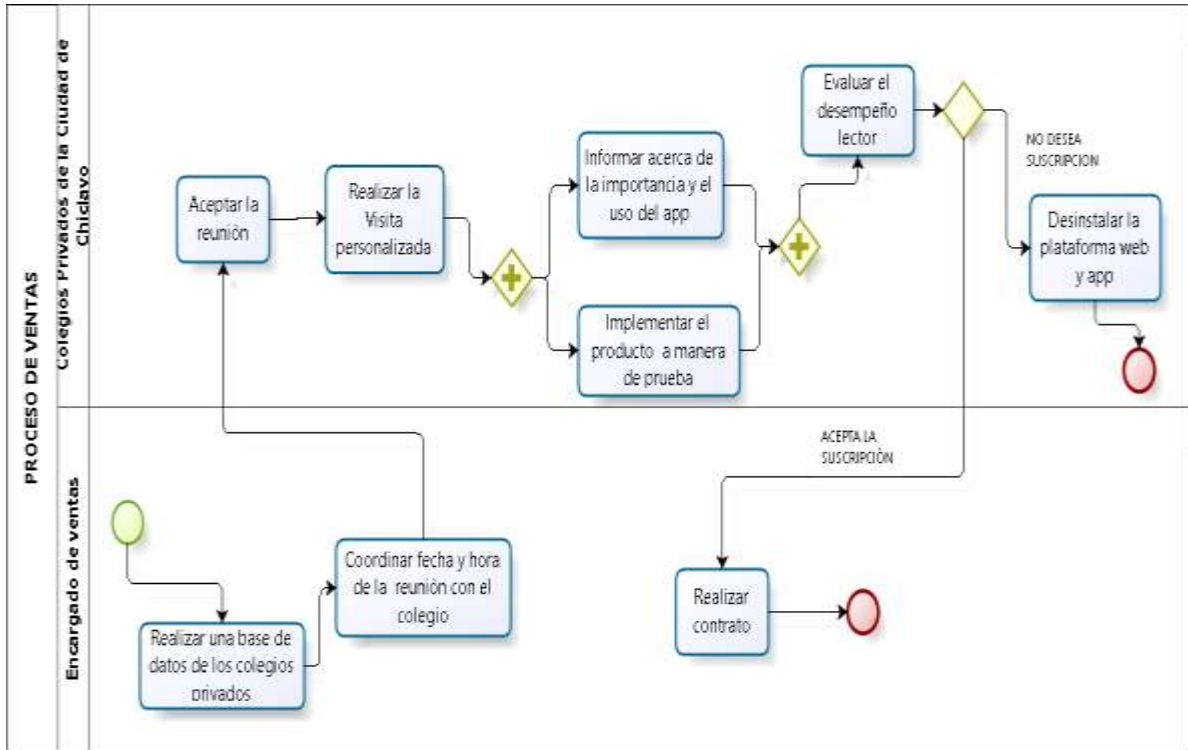


Figura 13: proceso de ventas

Fuente: elaboración propia

3.9.7. Proceso de servicio

Tabla 32: proceso de servicio

NOMBRE DEL PROCESO	
Proceso de servicio	
DUEÑO DEL PROCESO	
Empresa “ APLECT”	
OBJETIVOS	
Atender al cliente, brindándoles un servicio de mantenimiento y control tanto del app como de la plataforma web.	
ALCANCE	
EMPIEZA	El proceso inicia cuando el cliente firma el contrato de suscripción.

INLCUYE	Mantenimiento, soporte y seguimiento del desempeño y funcionalidad de la app como de la plataforma web.	
TERMINA	Cliente satisfecho, recibiendo la atención del servicio del mantenimiento y soporte, además el control de la implementación de la app como de la plataforma web.	
ENTRADA	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDA
Potencial cliente	Realizar mantenimiento de manera mensual, actualizar base de datos.	Cliente satisfecho, con un eficiente servicio
	Brindar soporte al app y a la plataforma web.	
	Evaluar el desempeño lector de los alumnos	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
La persona encargada de la atención al cliente debe estar capacitada en las tecnologías de información y comunicación.		
El encargado de ventas debe hacer conocer la importancia del aplicativo móvil para el desempeño lector de los alumnos.		
Entregar publicidad de la empresa.		
RECURSOS		
Celular con un sistema Android.		
Folletos.		
Laptop para instalar la plataforma web.		

Fuente: elaboración propia

3.10. Plan de Recursos Humanos

A continuación, se describirán la estructura, las tareas y perfiles de los colaboradores de la empresa.

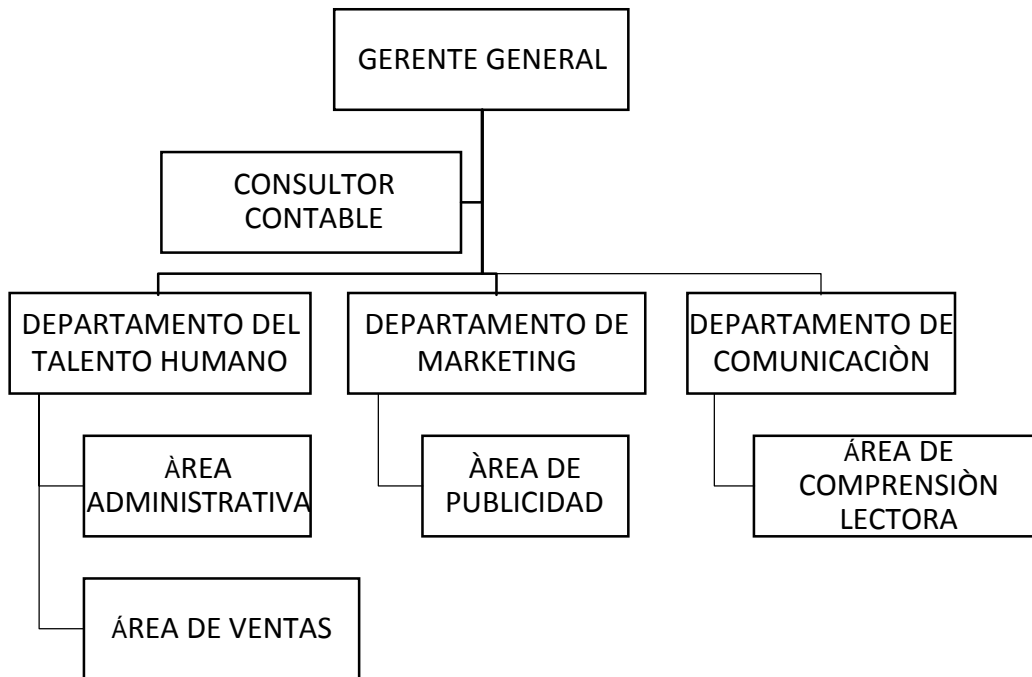


Figura 14: organigrama de la empresa

Fuente: elaboración propia

Para esta empresa se ha considerado 3 niveles jerárquicos



Figura 15: niveles de jerarquización de los recursos humanos

Fuente: elaboración propia

Para esta empresa se ha considerado los siguientes perfiles y competencias que cada colaborador debe tener de acuerdo al puesto indicado en la empresa, se detalla también las funciones de cada uno de ellos.

El colaborador debe tener de acuerdo al puesto indicado en la empresa, se detalla también las funciones de cada uno de ellos.

Tabla 33: área administrativa

	PERFIL Y/O HABILIDADES	FUNCIONES
ÁREA ADMINISTRATIVA	Posee la capacidad de trabajar en equipo	Realizar la planificación general de la empresa.
	Poseer los conocimientos necesarios para dirigir una empresa.	Coordinar y estructurar a todo el equipo de la empresa, para alcanzar las metas.
	Facultad para tomar decisiones y gestionar conflictos, además es capaz de proporcionar orientación.	Generar un buen clima laboral a través de una comunicación eficiente entre todos los colaboradores y el gerente general.
	Tiene la capacidad de liderar a otras personas.	Cuantificar el progreso del personal y de la empresa en cuanto a los objetivos determinados en la etapa de la planificación
	Capacidad para Integrarse a equipos multidisciplinarios con el fin de realizar un proyecto.	

	Actitud comunicativa con sus compañeros de trabajo.	
--	---	--

Fuente: elaboración propia

Tabla 34: área de ventas

	PERFIL Y/O HABILIDADES	FUNCIONES
ÁREA DE VENTAS	Experiencia en atención al público	Interactuar con los clientes, actualizar información del cliente.
	Conocimiento de herramientas de Office a nivel intermedio.	Realizar transacciones de venta. Brindar información sobre el uso del aplicativo móvil al cliente. Cerrar la venta y proceso de la transacción.
	Capacidad de productividad	Hacer seguimiento para concretar las transacciones de los clientes (colegios privados de la Ciudad de Chiclayo)

	Capacidad para trabajar en equipo, muestra liderazgo.	Revisar cada día las solicitudes de la revista, para identificar y corregir errores.
	Vocación al servicio	Identificar oportunidades de mercado y mejoras del producto y proceso.
		Administrar la cartera de clientes
	Ayudar con la gestión de cobranzas	

Fuente: elaboración propia

Tabla 35: área de publicidad

	PERFIL Y/O HABILIDADES	FUNCIONES
ÁREA DE PUBLICIDAD	Desarrolla capacidades creativas para el desarrollo del producto o servicio.	Desarrollar el plan estratégico de marketing.
	Desarrollar productos y servicios de éxito para	Desarrollo de investigación del

	cualquier sea el negocio empresarial.	mercado y análisis de la competencia.
	Diseñar programas de promoción de productos y servicios.	Diseñar estrategias promocionales de marketing.
	Diseñar y dirigir campañas publicitarias exitosas.	Dirigir procesos de reingeniería en ventas y benchmarking.
	Capacidad de implementar canales de distribución eficaces para los negocios.	Administrar las funciones inherentes a la mercadotecnia
	Persuasión y negociación en contextos de negocio.	Analizar factores que influyen en el proceso de compra y la publicidad de un producto.

Fuente: elaboración propia

Tabla 36: área de comprensión lectora

ÁREA DE COMPRENSIÓN LECTORA	PERFIL Y/O HABILIDADES	FUNCIONES
	Desarrolla capacidades creativas para la implementación de textos en los tres niveles.	Implementar textos de tipos narrativos, expositivos y argumentativos para el aplicativo móvil.
	Diseñar temas y títulos de textos de acuerdo a las etapas de la adolescencia y la juventud.	Evaluar el desempeño lector de los alumnos.
	Manejo de la gramática normativa para el desarrollo de las habilidades de lectura comprensiva y crítica.	Hacer un registro de las estrategias de la comprensión lectora, los cuales irán implementados en la app.

Fuente: elaboración propia

Tabla 37: área de contabilidad

	PERFIL Y/O HABILIDADES	FUNCIONES
ÀREA DE CONTABILIDAD	Conoce y maneja la normativa jurídica vigente	Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras de la empresa.
	manejar a la perfección los procesos de contabilidad, auditorías, presupuestos, finanzas, impuestos	Interpreta la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
		Administra e identifica los riesgos financieros en las organización.
		Administra y supervisa los estados contables históricos y proyectados, presupuestos y sistemas de costos de la empresa.

Fuente: elaboración propia

3.11. Plan financiero

El plan financiero se ha realizado con una proyección de un año, ya que en ese periodo la empresa se consolidará. Todas las cifras que se reflejan en este plan son en expresados en nuevos soles.

A continuación, se detalla la inversión inicial para este plan de negocio.

Costo de inversión inicial			
ítem	cantidad	costo	total
Desarrollo de la aplicación	1	2450	2450
Desarrollo de la plataforma web	1	2350	2350
laptop	1	1800	1800
Aplicación en el Play Store	1	100	100
Patente	1	720	720
Web Service	1	67	67
Costo de formalización	1	500	500
Total			7987

Costos fijos de la empresa

Se detallarán todos los costos de la empresa, los costos por materiales, otros gastos, gastos administrativos que tendrá la empresa

Costos fijos mensuales			
item	cantidad	costo	total
Encargado de ventas	1	950	950
Profesor de comprensión lectora	1	1000	1000
internet	1	90	90
Tercerización para contabilidad	1	300	300
Hosting	1	100	100
Mantenimiento	1	400	400
Total			2840

Los ingresos a ganar se percibirán de la siguiente manera

Ingresos				
ítem		cantidad	costo	total
alquiler colegio por alumnos		1	10	10
mantenimiento sistema colegio		1	350	350

El flujo de caja se ha estimado en el lapso de un año, de la siguiente manera

Flujo de caja														
ítem	N° alum	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CIMA	250		0	2850	2850	2850	2850	2850	0	2850	2850	2850	2850	2850
ADEU	100			0	1350	1350	1350	1350	0	1350	1350	1350	1350	1350
INMACULADA CONCEPCIÒN	90					1250	1250	1250	0	1250	1250	1250	1250	1250
PAUL HARRIS	76						1110	1110	0	1110	1110	1110	1110	1110
COLEGIO DEL NAZARENO	93							1280	0	1280	1280	1280	1280	1280
AFUL	93								0	0	1280	1280	1280	1280
APPUL COLLEGE	222									0	0	2570	2570	2570
ingresos			0	2850	4200	5450	6560	7840	0	7840	9120	11690	11690	11690
ingreso por capacitación														
egresos		7987	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840	2840
utilidad bruta		-7987	-2840	10	1360	2610	3720	5000	-2840	5000	6280	8850	8850	8850
IGV		18%	0	513	756	981	1181	1411	0	1411	1642	2104	2104	2104
Utilidad neta		-7987	-2840	-503	604	1629	2539	3589	-2840	3589	4638	6746	6746	6746

TASA DE INTERES	10%
VAN	S/. 3,482.88
TIR	20%

Entonces se concluye que el plan de negocio es viable, debido a que el VAN y el TIR son positivos

Además, calculando en VAN económico, entonces se tiene como resultado un s/. 4.42, el cual se interpreta que, por cada sol invertido, se va a ganar S/. 6.81.

3.12. Plan de contingencia

Durante el desarrollo del plan de negocio del aplicativo móvil “APLECT”, se pueden suscitar acontecimientos en el entorno que cambien el rumbo del plan de negocios. Para hacer frente a estos imprevistos de futuro, es imprescindible tener en cuenta cuál será el plan de contingencia (plan alternativo) que contrarreste o elimine sus efectos.

El plan de contingencia de este plan de negocio tiene como propósito identificar los potenciales riesgos que pueden ocasionarse al hacer uso del aplicativo móvil, riesgos del propio mercado educacional, luego de identificarlos se pasa a establecer estrategias o acciones que mitiguen el impacto de ellos.

Riesgos que afectan al mercado

- Crecimiento menor de alumnos del nivel secundario en los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo.
- Incertidumbre propia del sector educativo, con respecto al considerar un nuevo sistema de enseñanza.
- Entrada de un competidor, con un mismo sistema Android para mejorar la comprensión lectora en los alumnos.
- El producto no cumpla con los indicadores de desempeño para mejorar la calidad educativa en comprensión lectora de los colegios privados.

Riesgos internos:

- El desarrollo del prototipo tiene un retraso.
- Pérdida de acceso remoto a la base de datos y de la web service.
- Interfaces poco interactivas.
- Fallas técnicas de red, en donde el alumno no pudo enviar sus respuestas para ser calificado

- Algún usuario externo no perteneciente a un colegio asignado puede improvisar algún medio de estrategia para entrar al sistema.

Tabla 38: matriz de contingencia

TIPO	RIESGO	PROBABILIDAD DE INCIDENCIA
EXTERNO	Crecimiento menor de alumnos del nivel secundario en los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo.	Media
	Incertidumbre propia del sector educativo, con respecto al considerar un nuevo sistema de enseñanza.	Alto
	Entrada de un competidor, con un mismo sistema Android para mejorar la comprensión lectora en los alumnos.	Muy alto
	El producto no cumpla con los indicadores de desempeño para mejorar la calidad educativa en comprensión lectora de los colegios privados.	Media
INTERNO	El desarrollo del prototipo tiene un retraso.	Bajo
	Pérdida de acceso remoto a la base de datos y de la web service	Media
	Interfaces poco interactivas.	Media
	Fallas técnicas de red, en donde el alumno no pudo enviar sus respuestas para ser calificado.	Alta
	Algún usuario externo no perteneciente a un colegio asignado puede improvisar algún medio de estrategia para entrar al sistema.	

Fuente: elaboración propia

Estrategias de contingencia:

- a) Crecimiento menor de alumnos del nivel secundario en los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo: para este riesgo, es conveniente implementar el aplicativo móvil en los alumnos del nivel primario, debido a que este nivel participa de la ECE (Evaluación Censal de Estudiantes), y así poder incrementar el número de usuarios y clientes.

- b) Incertidumbre propia del sector educativo, con respecto al considerar un nuevo sistema de enseñanza: para este riesgo se ha determinado hacer talleres y reuniones para los padres de familia, explicándoles acerca de la importancia de las tecnologías de información y comunicación para una mejor comprensión lectora en sus hijos.

- c) Entrada de un competidor, con un mismo sistema Android para mejorar la comprensión lectora en los alumnos: se va a patentar la marca en Indecopi, para poder ser una empresa formal, cumpliendo con los indicadores de calidad educativa y así posicionarnos como la mejor app, que ha mejorado la comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario, a través de los textos puestos en la app y las interfaces interactivas de lectura.

- d) El producto no cumpla con los indicadores de desempeño para mejorar la calidad educativa en comprensión lectora de los colegios privados: la estrategia a implementar es adecuar las interfaces de la app con los indicadores de desempeño que toma en cuenta tanto el PISA (Programa para la Evaluación Internacional de Estudiantes) como también el ECE (Evaluación Censal de Estudiantes)

- e) El desarrollo del prototipo tiene un retraso: el prototipo debe cumplir con todos los entregables, de manera que sean satisfechos los requerimientos recogidos de la encuesta a los estudiantes y al experto en comprensión lectora.

- f) Pérdida de acceso remoto a la base de datos y de la web service: se enviaría un correo a OBH, el cual es nuestro proveedor del servicio de la web service, y así no remitirían un correo para la recuperación de datos.
- g) Interfaces poco interactivas: para esto se va aplicar una encuesta cada bimestre acerca del funcionamiento del aplicativo móvil y de acuerdo a los datos obtenidos se harán actualizaciones a las interfaces.
- h) Fallas técnicas de red, en donde el alumno no pudo enviar sus respuestas para ser calificado: el profesor encargado del aula deberá compartir mediante su propio móvil el internet para que los alumnos puedan ser evaluados.
- i) Algún usuario externo no perteneciente a un colegio asignado puede improvisar algún medio de estrategia para entrar al sistema: para esto la clave de acceso por parte del alumno está encriptada en MD5, esta palabra está conformada por 32 caracteres, para su mejor seguridad.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Identificación la demanda con respecto a la comprensión lectora en la Ciudad de Chiclayo.

Referente al primer objetivo específico de la investigación donde se realiza la identificación de la demanda con respecto a la comprensión lectora en la Ciudad de Chiclayo. Para saber si existe el acceso limitado de los alumnos a las tecnologías de aprendizaje lector, se encuestó a los alumnos del nivel de 3 y 4 de secundaria de los colegios privados, preguntándoles si tenían acceso a internet para poder desarrollar sus tareas académicas. Es por ello que estoy muy de acuerdo con los autores Herrera y otros (2018), los cuales mencionan que una manera de cerrar brechas en los alumnos de Lima metropolitana, es poderles brindar un acceso a las herramientas tecnológicas para que así los alumnos puedan mejorar de manera óptima su aprendizaje, también estoy de acuerdo con estos autores porque según mi perspectiva si la educación

peruana desea mejorar en el nivel eficiente del desempeño de sus alumnos lo que debe hacer es lo que dicen estos autores, los cuales manifiestan que para lograr lo anteriormente dicho hay que adecuarse a la metodología virtual de enseñanza aprendizaje, lo cual significa que los alumnos deben tener un libre acceso al internet para aprovechar estos beneficios educativos. Por otro lado, coincido con el autor Quispe (2016), con respecto a que para hacer uso de un software educativo que ayude a una interacción entre docentes y estudiantes en clase, se necesita obligatoriamente el acceso a internet, para lo cual mi enfoque es que, si se quiere implementar la tecnología en la educación, para así mejorar el aprendizaje, los alumnos deben tener acceso ilimitado a una conexión de internet para así desarrollar una educación basadas en las TICS.

También en la investigación se aplicó una encuesta con preguntas relacionadas a las herramientas limitadas que tienen los alumnos, para el uso de tecnología de aprendizaje lector, por eso estoy en concordancia con la revista Propósitos y Representaciones (2017), en donde refiere que al brindar las herramientas tecnológicas a los alumnos para su eficiente aprendizaje permite cerrar brechas digitales existentes, de una sociedad que aún no se ha adaptado a utilizar esos recursos tecnológicos para la educación. Además, manifiesto mi conformidad con el autor Orduz (2017), acerca de la importancia de los aportes de las herramientas tecnológicas para mejorar la comprensión lectora en los alumnos del nivel primario. Con respecto a lo encuestado a los alumnos de los colegios Privados de la Ciudad de Chiclayo, se evidenció que un 40% de ellos manifiestan que las herramientas tecnológicas son limitadas, en contraste a este porcentaje se debe tener en cuenta lo referido por el autor Orduz, lo cual dice que el uso de las TIC permitirá incrementar de manera significativa una mejor enseñanza – aprendizaje. Por lo tanto, en mi perspectiva refiero que el ya no contar con una limitación de las herramientas tecnológicas, el alumno podrá mejora su nivel de comprensión textual usando tecnología. Además, le doy la razón al autor Gómez (2018) dado que el autor manifiesta que el uso de las aplicaciones digitales podrá permitir que el desempeño de la comprensión lectora en los estudiantes se desarrolle de manera óptima.

Por otro lado, en la investigación se preguntó a los alumnos de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo a través de una encuesta, acerca del desarrollo de la comprensión textual según el nivel de textos, para así poder conocer cuáles eran sus niveles de capacidades cognitivas. Con respecto a lo mencionado concuerdo con la revista Información Tecnológica (2017) debido a que esta revista manifiesta que en un estudio acerca de la utilización de un aplicativo móvil para la enseñanza de la lectura, se incluyó ejercicios por niveles de complejidad textual, con el propósito de que las personas puedan adquirir habilidades lectoras asimismo desarrollen la memoria a través de la retroalimentación de las lecturas en la aplicación móvil. En relación a lo referido por la revista manifiesto que es importante que en esta investigación de mi tesis se haya preguntado acerca de la capacidad que tienen los alumnos para resolver textos de acuerdo a los niveles de complejidad, lo cual se evidenció en los resultados obtenidos, los porcentajes de los tipos de niveles de textos que se deben incorporar en el aplicativo móvil. Por otro lado, estoy en acuerdo a lo manifestado por el autor Tamayo (2018) el cual menciona que, en su tesis de grado, se evidenció que el 75.6% de los alumnos del sexto grado de educación primaria de la institución educativa Néstor Escudero, llegan a un nivel intermedio de comprensión textual, además el autor refiere acerca de los beneficios que tiene el uso de las TICS en la comprensión lectora lo cual tiene mucha concordancia con el desarrollo de mi investigación, en lo cual de acuerdo a mis resultados solo se desarrollarán textos esenciales y textos de una complejidad media, en el aplicativo móvil. Otro autor con el que estoy en acuerdo es con Gonzáles (2017) en donde el realiza una propuesta llamada mi lectura de imagen la cual permitirá desarrollar habilidades cognitivas en los estudiantes para que puedan lograr un aprendizaje mayor, para mi proyecto de investigación será lo mismo, es decir, el aplicativo móvil se desarrollará con el propósito de que los alumnos puedan adquirir y desarrollar capacidades cognitivas para así tener un nivel óptimo de comprensión lectora.

Además, en la investigación se preguntó a los alumnos de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo a través de una encuesta, acerca de las estrategias que se utilizan en la comprensión lectora, para corroborar lo anteriormente dicho estoy de acuerdo a

lo referido por la revista Encuentros (2016) en donde se realizó un estudio en Colombia en los alumnos del sexto grado de la Institución Educativa Rural Antonio Nariño de San Pedro, con el objetivo de conocer el nivel de comprensión lectora, en donde se menciona que el uso de las estrategias pedagógicas basadas en las TICS, permitirá reforzar la comprensión lectora, en los alumnos que mostraron un bajo rendimiento en la comprensión de textos, la revista menciona acerca de un estudio post – test para evidenciar el desempeño de estas herramientas para captar la atención del alumno, haciendo así más fácil los procedimiento de enseñanza – aprendizaje, es por ello que también estoy de acuerdo con esta revista, debido a que en mi investigación se llevará a cabo un idéntico estudio post – test, en donde se verá cómo reaccionan los alumnos con respecto a la comprensión lectora utilizando estas herramientas tecnológicas en el aplicativo móvil. Por otro lado, estoy en plena concordancia con los autores Meléndez y Pianto (2015) en donde mencionan que las estrategias lúdicas tienen influencia en la comprensión de textos, por ende, se permitirá mejorar el aprendizaje lector en los estudiantes, lo manifestado por estos autores, se llevará a cabo en el desarrollo del aplicativo móvil de la comprensión lectora, en la cual se implementará el desarrollo de juegos para que la enseñanza sea más creativa e interactiva en los alumnos. Por último, concuerdo con la revista Ciencias (2015) debido a que esta revista menciona acerca de las investigaciones realizadas en Colombia en los últimos doce años sobre las estrategias utilizadas para lograr eficientemente la comprensión lectora, esta misma investigación se aplicará en mi proyecto de investigación para saber cuáles son las estrategias lectoras más importantes para llegar a una comprensión textual a través del aplicativo móvil.

Por último, en la investigación se preguntó a los alumnos de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo a través de una encuesta, acerca de la importancia, descargas y uso del aplicativo móvil, para así poder conocer la demanda potencial existente. Con respecto a lo mencionado, concuerdo con los autores Olmos y Rodríguez (2018) en donde mencionan que en su investigación que se llevó a cabo en los alumnos de la Institución Educativa Departamental La Victoria Sede Rural Arcadia, se pudo evidenciar que los resultados de las TICS fueron positiva y significativa con respecto al desarrollo de la comprensión lectora, en donde los alumnos lograron interactuar en

la redes para comprender lo que están leyendo, dicho esto, en contraste con mi proyecto de investigación se tiene que a través de la prueba piloto, se podrá tener más clara la demanda potencial de la adquisición del aplicativo móvil de comprensión lectora. También estoy de acuerdo con estos autores en el enfoque de que se debe fomentar el uso de las TICS en el proceso de enseñanza – aprendizaje, lo cual en mi proyecto de investigación se aplicará lo dicho por estos autores para que así se pueda incrementar la demanda potencial.

4.2. Selección el modelo de plan de negocio que mejor se adapte a las necesidades de la demanda.

El plan de negocio presenta varios tipos de metodologías, pero para este proyecto de investigación se tomó en cuenta a tres tipos de metodologías de planes de negocio, en donde el primer autor mencionado, Moreno (2016) menciona que un plan de negocio es definido como un procedimiento para estudiar una oportunidad de negocio, también es visto como una estructura que da a mostrar los objetivos, los procedimientos operativos y los resultados deseados de una oportunidad de negocio; además este autor considera diez fases en su metodología de un plan de negocio. El segundo autor mencionado, Lázaro (2015) menciona que un plan de negocio es un documento que sirve para analizar, evaluar, evidenciar y filtrar un proyecto de empresa. Además, el autor refiere que con un plan de negocio se estudian las distintas opciones para llevar a cabo una idea de negocio, analizando la capacidad técnica y comercial, los resultados económicos – financiero y la obtención de recursos; este autor considera once fases en su metodología de un plan de negocio. El tercer autor mencionado, Zorita (2015) manifiesta que un plan de negocio tiene su punto de partida en la idea que se han planteado los fundadores del mismo, dando comienzo así a un proceso de análisis y planificación, que permitirá realizar la determinación de la viabilidad del proyecto y la configuración futura de la empresa; este autor considera nueve fases en su metodología de un plan de negocio.

Cumplir con este segundo objetivo específico, se necesitará realizar un cuadro comparativo de las metodologías anteriormente descritas, en donde se hará un análisis

cualitativo y cuantitativo para llegar a una selección de la metodología que mejor se adapte a los requerimientos de la demanda .

Tabla 39: Criterios para la discusión de las metodologías de planes de negocio

Criterios	Tercilia Fernanda Moreno Castro (2016)	Jesús Lázaro Esteban (2015)	Enrique Zorita LLoreda (2015)
Procedimiento metodológico	<p>Existen diez fases para la elaboración de un plan de negocio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Idea de negocio. 2. Alternativas de inversión y proyectos de emprendimiento. 3. Análisis del macro entorno. 4. Análisis del micro entorno 5. Estudio de mercado y plan comercial. 6. Estudio legal. 7. Plan de operaciones y tamaño del proyecto. 8. Plan de operaciones e ingeniería del proyecto. 	<p>Son once fases las que intervienen en el desarrollo de un plan de negocio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción del negocio 2. Análisis FODA 3. Análisis del mercado 4. Definición de las estrategias. 5. Esquematización del modelo de negocio. 6. Plan de marketing 7. Plan de ventas 8. Plan de operaciones 9. Plan de recursos humanos 10. Plan financiero 11. Plan de contingencia 	<p>Un plan de negocio consta de nueve fases fundamentales.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción del negocio 2. Análisis de mercado y de la empresa 3. Análisis de la situación, diagnóstico y el planteamiento estratégico 4. Plan operativo de marketing y ventas. 5. Plan de operaciones y sistemas de información 6. Organización y recursos humanos 7. Estudio económico y financiero 8. Sistema de control, cuadro de mando integral y planes de contingencia. 9. Conclusiones y viabilidad.

	<p>9. Plan de operaciones y un estudio organizacional.</p> <p>10. Plan financiero y estudio económico.</p>		
Criterios	Tercilia Fernanda Moreno Castro (2016)	Jesús Lázaro Esteban (2015)	Enrique Zorita LLoreda (2015)
Perspectiva acerca de la idea de negocio	<p>Consiste en la identificación de las oportunidades de negocio que existen actualmente, luego para definir la idea de la mejor manera se debe hacer un análisis minucioso del proyecto de negocio.</p>	<p>Se especifica el mercado potencial, también se da a conocer las necesidades de los consumidores, además se realiza una segmentación teniendo en cuenta categorías de clasificación.</p>	<p>Consiste en realizar una explicación documentada del objetivo del proyecto empresarial. En este apartado se debe poner énfasis en la necesidad que va a satisfacer en los clientes este plan de negocio.</p>

<p>El ciclo de vida de un plan de negocio</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio de una oportunidad de negocio. 2. Expresión de los objetivos y las formas operativas del plan de negocio. 3. Resultados esperados de una oportunidad de negocio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Start – up (plan de negocios para empresa de nueva creación). 2. Crecimiento (plan de negocios de crecimiento expansión) 3. Madurez (plan de negocios de crecimiento) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Idea que se plantean los promotores del mismo 2. Proceso de análisis y planificación 3. Determinar la viabilidad del proyecto y la configuración futura de la empresa.
<p>Importancia de un plan de negocios</p>	<p>El plan de negocio proporciona una evaluación real del potencial del negocio.</p>	<p>El plan de negocio es un instrumento imprescindible para poder analizar la viabilidad de la empresa.</p>	<p>El plan de negocio es una herramienta para analizar tanto la viabilidad de una iniciativa emprendedora, como una vía para lograr financiación.</p>

Dimensión	<p>el plan de negocio es conceptualizado como un proceso para estudiar una oportunidad de negocio y como una estructura que manifiesta los objetivos, los procedimientos operativos y los resultados deseados de una oportunidad de negocio. Su contenido incluye las fases de preparación y evaluación de proyectos.</p>	<p>el plan de negocio es una documentación que sirve para analizar, evaluar, evidenciar y filtrar un proyecto de empresa. Con un plan de negocio se estudian las diferentes opciones para llevar a cabo una idea de negocio, analizando la capacidad técnica y comercial, los resultados económicos – financiero y la obtención de recursos.</p>	<p>un plan de negocio tiene su punto de origen en la idea que se han planteado los fundadores del mismo, dando comienzo así a un proceso de análisis y planificación, que permitirá llevar a cabo la determinación de la viabilidad del proyecto y la configuración futura de la empresa.</p>
-----------	---	--	---

Fuente: elaboración propia

Tabla 40: Puntuación de los Criterios para la discusión de las metodologías de planes de negocio

Criterios	Tercilia Fernanda Moreno Castro (2016)		Jesús Lázaro Esteban (2015)		Enrique Zorita LLoreda (2015)	
Procedimiento metodológico	1.Idea de negocio.	10	1.Descripción del negocio	15	1.Descripción del negocio	5
	2.Alternativas de inversión y proyectos de emprendimiento.		2.Análisis FODA		2.Análisis de mercado y de la empresa	
	3.Análisis del macroentorno.		3. Análisis del mercado		3.Análisis de la situación, diagnóstico y el planteamiento estratégico	
	4.Análisis del microentorno		4.Definición de las estrategias.		4. Plan operativo de marketing y ventas.	
	5. Estudio de mercado y plan comercial.		5.Esquemmatización del modelo de negocio.		5. Plan de operaciones y sistemas de información	
	6. Estudio legal.		6. Plan de marketing		6. Organización y recursos humanos	
	7. Plan de operaciones y tamaño del proyecto.		7. Plan de ventas		7. Estudio económico y financiero	
Perspectiva acerca de la idea de negocio	8. Plan de operaciones e ingeniería del proyecto.	5	8. Plan de operaciones	10	8. Sistema de control, cuadro de mando integral y planes de contingencia.	5

El ciclo de vida de un plan de negocio	9. Plan de operaciones y un estudio orgaizacional	5	9. Plan de recursos humanos	15	9. Conclusiones y viabilidad.	10
			10. Plan financiero			
Importancia de un plan de negocios	.10. Plan financiero y estudio económico	1	11. Plan de contingencia	10		5
Dimensión	10		15		10	
TOTAL	31 puntos		65 puntos		35 puntos	

Fuente: elaboración propia

Tabla 41: valor de los indicadores para los criterios de discusión de las metodologías de planes de negocio

Indicadores	Valor
Altamente Eficiente	15
Eficiente	10
Poco eficiente	5
Deficiente	1

Fuente: elaboración propia

Criterios

a) Procedimiento metodológico

Según Weinberger (2009) menciona que el procedimiento metodológico no es una estructura fija que se debe implementar en cada empresa, sino que el emprendedor elegirá un plan de negocios de acuerdo a su perspectiva y enfoque de su negocio.

b) Perspectiva acerca de la idea de negocio

Por otro lado, Muñiz (2010) refiere que una idea de negocio es realizar una conceptualización del servicio o producto que se va a ofrecer y la utilidad que proporciona. Se trata de hacer una descripción detallada acerca de las características del producto o servicio y asimismo las ventajas que aporta.

c) El ciclo de vida de un plan de negocio

Según Lázaro (2015) manifiesta que la empresa necesita en cada etapa de su desarrollo diferentes enfoques y herramientas para lograr sus objetivos. En la primera etapa que es Start up, se desarrolla un plan de negocios para empresa de nueva creación; para la segunda etapa que es crecimiento, se desarrolla un plan de negocio de expansión; para la tercera y última etapa se desarrolla un plan de negocio de crecimiento.

d) Importancia de un plan de negocios

La autora Weinberger (2009) menciona que, un plan de negocio es aquel instrumento que da a comunicar de manera escrita dos funciones: una que se llama la parte interna o administrativa y otra

que se le conoce como externa o financiera. Además, la autora refiere que internamente un plan de negocio es importante porque sirve para conocer de qué manera se estructurará los requerimientos de la organización en relación a la perspectiva del empresario y de los objetivos determinados; externamente un plan de negocios es importante porque permite buscar clientes y proveedores para determinar uniones confiables y a largo plazo, en donde exista el compromiso de todos los interesados.

e) Dimensión

El autor Zorita (2015), menciona que un plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, también es un documento que analiza su viabilidad, desarrolla estrategias y procesos secuenciales para transformar la oportunidad de negocio en un proyecto empresarial. El contenido de dicho plan puede ser cambiante debido a la complejidad y al tipo de idea de negocio que se propone desarrollar.

Conclusión

Según la matriz anterior, he seleccionado el modelo del plan de negocio del autor Jesús Lázaro Esteban (2015) debido a los 65 puntos obtenidos en la tabla de puntuación y también debido a sus fases formales y más utilizadas en las empresas altamente competitivas, también este modelo presenta un ciclo de vida bastante peculiar por la que pasa una empresa, a diferencia de los otros autores que presentan un ciclo de vida no tan usado ni evidenciado. Cabe resaltar también que esta metodología es la que mejor se adapta a las necesidades de la demanda.

4.3. Desarrollo del plan de negocio según las fases planteadas por la metodología seleccionada.

Según el análisis del segundo objetivo específico, el cual se hizo en base a cinco criterios fundamentados por los distintos autores mencionados, de acuerdo a los puntajes obtenidos se obtuvo como ganador a la metodología de plan de negocio propuesta por el autor Jesús Lázaro Esteban, el cual llevó el primer lugar con 65 puntos. Por lo tanto, esta es la metodología de plan de negocio seleccionada para desarrollarla en este proyecto de investigación.

Tabla 42: fases de la metodología de plan de negocio según Jesús Lázaro Esteban

FASE 01	
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	
Se especifica el mercado potencial, también se da a conocer las necesidades de los consumidores.	Se realiza una segmentación teniendo en cuenta categoría de clasificación.
FASE 02	
ANÁLISIS FODA	
En el factor interno es donde se conocen las fortalezas y debilidades de la empresa	En el factor externo es donde se conoce las oportunidades y amenazas del mercado.
FASE 03	
ANÁLISIS DEL MERCADO	
Este análisis permite especificar la demanda existente.	Con este análisis se llega a conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de los consumidores.
FASE 04	
DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	

Se especifican la misión, la visión, los objetivos estratégicos, objetivos generales.	Por último se determina el plan de acción.	
FASE 05		
ESQUEMATIZACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO		
Es un resumen de las actividades principales que va a realizar la empresa.	Este resumen va a servir para evaluar la rentabilidad del negocio.	
FASE 06		
PLAN DE MARKETING		
Es donde se pretende hacer que los productos y servicios ofrecidos sean de acuerdo a las necesidades de los consumidores.	Para este plan se tiene que tomar en cuenta la comodidad, el diseño del producto y el precio que está dispuesto a pagar el consumidor.	
FASE 07		
PLAN DE VENTAS		
Se plantean las estrategias de ventas.	Se especifican las condiciones de ventas.	Se considera la fuerza de ventas.
FASE 08		
PLAN DE OPERACIONES		
En este plan se incluye elementos técnicos y organizativos para la elaboración de los productos o la prestación de servicios.		
FASE 09		
PLAN DE RECURSOS HUMANOS		
Se describen las tareas de los colaboradores de la empresa.	Se describe la estructura de los colaboradores de la empresa.	Se describe las funciones de los colaboradores de la empresa.

FASE 10
PLAN FINANCIERO
En este plan se mide el nivel de rentabilidad del negocio.
FASE 11
PLAN DE CONTINGENCIA
Se especifican las acciones necesarias para enfrentar los posibles imprevistos que pueden influenciar en la empresa.

Fuente: elaboración propia

Criterios fundamentados por los distintos autores mencionados, de acuerdo a los puntajes obtenidos se obtuvo como ganador a la metodología de plan de negocio propuesta por el autor Jesús Lázaro Esteban.

Con respecto a la revista Tecnológica (2017), difiero con ella, debido a que solo hicieron un estudio sobre la repercusión de un aplicativo móvil en la enseñanza de la lectura, pero no lograron hacer un plan de negocio en donde, se permita ver claramente cuál es la propuesta de valor, la segmentación de clientes, y otros puntos más importantes de un modelo canvas, para así conocer de manera detallada el beneficio de este aplicativo móvil, y por ende poder incursionarse en el mercado digital.

Por otro lado, con el autor Gómez (2018), desde su punto de vista en donde él expresa que, al momento de desarrollar una aplicación digital que vaya acorde con la lectura hay que tener en cuenta los requerimientos de los alumnos con respecto a las TIC; dicho esto, corroboro, que para poder lograr lo que dice el autor, se debe llevar a cabo un plan de negocio, en donde se permita realizar un estudio de mercado, el cual evidenciaría que necesitan los alumnos con respecto a las TIC, para llegar a un nivel eficiente de comprensión lectora.

Con respecto a los autores Olmos y Rodríguez (2018) ellos recomiendan que se debe fomentar el uso de las TICs en el proceso de enseñanza - aprendizaje, con lo cual

estoy de acuerdo, pero lo dicho por los autores se logró a partir de un plan de negocio, en donde se determinaron los beneficios de las TICS en la enseñanza del alumno, además con este plan se permitió dar a conocer la importancia de las TICS en la educación, también se dará a conocer los resultados mejorados en los procesos de enseñanza que se obtendrían a partir de la implementación de las TICS en el área educacional.

4.4. Determinación de la viabilidad económica y financiera que incluye la ejecución de un plan de negocio.

Para analizar la viabilidad económica y financiera, se toma a Huachaca y Navarro (2019) los cuales tienen como propósito hacer una predicción de la viabilidad de su proyecto, es por ello que utilizan el VAN, TIR. En las técnicas que usaron dichos autores estoy de acuerdo, debido a que esas técnicas son las que permiten conocer la viabilidad de un plan de negocio.

Con respecto al autor Orduz (2017), él menciona que los usos de las TICS permitirán mejorar la comprensión lectora en los alumnos del nivel primario del colegio Fabio Riveros Villanueva, por mi parte, yo estoy de acuerdo en que estas TICS se lograrán llevar a cabo plasmándose en un plan de negocio, el cual sería muy rentable, debido a que los colegios lo adquirirían porque mejorará la comprensión textual de sus alumnos, la rentabilidad sería evidenciada a través del uso del VAN y el TIR de este plan de negocio.

En relación al autor Quispe (2016), estoy de acuerdo en lo que manifiesta en que un software educativo, va a poder permitir que los contenidos pedagógicos que brindan los docentes a los alumnos, logre una interacción en ambos (docentes y alumnos), dicho esto, en mi percepción esta incursión de este software educativo, deberá ser plasmado como un plan de negocio, garantizando así una credibilidad de los

beneficios y rentabilidad que se obtendrían al implementarlo, para medir la rentabilidad de este negocio, se debe llevar a cabo dos herramientas indispensables, los cuales son el VAN y el TIR, los cual garantizarán una viabilidad confiable y eficiente de este nuevo negocio.

4.5. Análisis de los resultados de la implementación del producto piloto.

Con respecto a la revista encuentros (2016), estoy de acuerdo, debido a que en el estudio que se realizó en la comprensión textual en la Institución Educativa Rural Antonio Nariño de San Pedro, se logró llevar a cabo un estudio pre-test acerca de las herramientas tecnológicas y su repercusión en el proceso de enseñanza – aprendizaje, y luego se llevó a cabo un estudio pos-test, en el cual se logró evidenciar que estas herramientas lograron captar la atención del alumno, haciendo así más factible en proceso de enseñanza – aprendizaje. Este mismo estudio se llevó a cabo en mi proyecto de investigación, en el cual en el estudio pre- test, se realizó una encuesta para conocer la situación actual de la comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, en el cual se evidenció una deficiencia en la comprensión textual, luego en el estudio pos-test, se evidencia que se llegó a mejorar la comprensión lectora a través de este aplicativo móvil interactivo y con lecturas de interés del alumno.

Por otro lado con el autor Tamayo (2018), estoy de acuerdo con él debido a que manifiesta que el estudio que realizó acerca de las TICS en la comprensión lectora, se llevó a cabo de manera eficiente en los alumnos, en donde se evidenció una mejora en la comprensión de textos, en lo cual en mi proyecto de investigación se hará un estudio pos-test para corroborar que el aplicativo móvil implementado en los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, permite mejorar el nivel de comprensión lectora en los alumnos y esto será evidenciado por el reporte de la app, el cual mostrará el desempeño lector de cada estudiante.

En relación a la revista Propósitos y Representaciones (2017) estoy en concordancia con la revista porque manifiesta que la incorporación de las TICs en la educación se ve evidenciada cuando los alumnos y los docentes pueden llegar a generar conocimiento, y en mi proyecto de investigación al hacer un estudio pre-test, en donde se evidenció un nivel deficiente de la comprensión lectora en los alumnos del nivel secundario de las instituciones privadas de la Ciudad de Chiclayo, también se realizó un estudio post- test, en donde se evidenció que los alumnos desarrollaron capacidades de comprensión lectora, generando así en docentes y alumnos la facultad de desarrollar conocimientos propios.

Con respecto al producto piloto, se llevó a cabo en 89 alumnos de tercer y cuarto grado del nivel secundario del colegio privado de “El Nazareno” ubicada en la Av. Luis Gonzales 1020 - Chiclayo, de los cuales se evidencian los siguientes resultados.

4.5.1. Acceso limitado

Tabla 43: el acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	0	0
En desacuerdo	1	1,1
Indiferente	7	8,0
De acuerdo	27	30,0
Totalmente de acuerdo	54	61,0
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

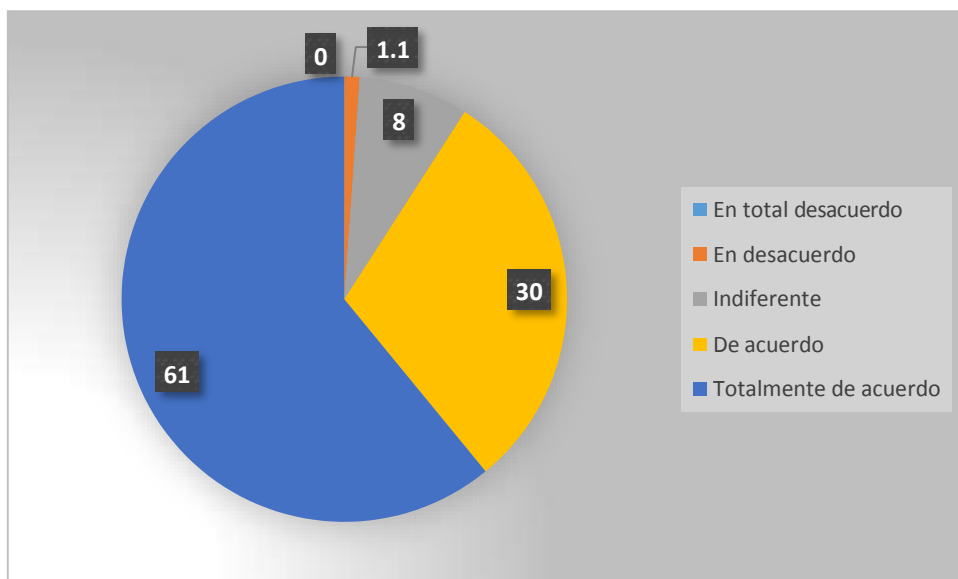


Gráfico 15: *el acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas*

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Un 30% de alumnos manifestaron que están de acuerdo que el acceso a internet es importante para desarrollar sus tareas académicas, y un 61% declararon que están totalmente de acuerdo que el acceso a internet es importante para desarrollar sus tareas académicas. Además, en esta prueba piloto se le habilitó el internet a los 89 alumnos a través de una red wifi abierta brindada por el tesista, en la cual pudieron acceder todos los alumnos al uso del aplicativo móvil APLECT, haciendo tomar conciencia al director del colegio de “El Nazareno” que la implementación de este aplicativo móvil, imprescindiblemente requiere una conexión a una red de internet.

4.5.2. Herramientas limitadas

Tabla 44: *crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	1	1,1
En desacuerdo	3	3,3
Indiferente	6	6,7
De acuerdo	44	49,4

Totalmente de acuerdo	35	39.3
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

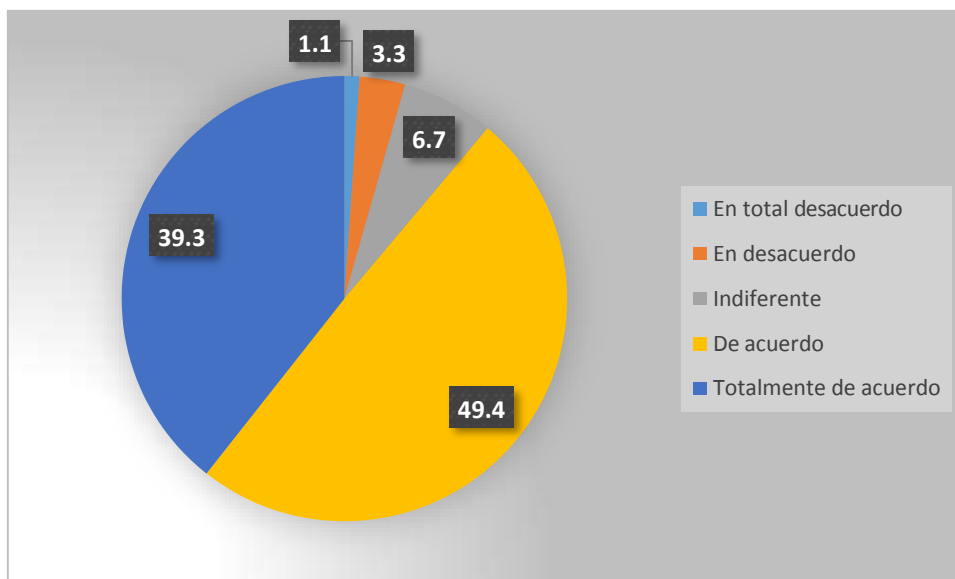


Gráfico 16: *crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos.*

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Un 49.4% de alumnos manifestaron que están de acuerdo en que la herramienta digital les permitirá ayudar a comprender mejor los textos, asimismo un 39.3% manifestaron estar totalmente de acuerdo con lo anteriormente dicho. En la prueba piloto se desarrolló el aplicativo móvil APLECT considerándolo como una herramienta digital, donde se mostraron los textos en los tres niveles de forma interactiva; en su mayor porcentaje los alumnos declararon que este app es mucho mejor que utilizar recursos tradicionales (fichas de textos), debido a que permitió que los alumnos lograrán una mayor comprensión textual.

4.5.3. Nivel de capacidades cognitivas

Tabla 45: *resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	0	0
En desacuerdo	2	2,2
Indiferente	20	22.4
De acuerdo	40	44,9
Totalmente de acuerdo	27	30,3
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

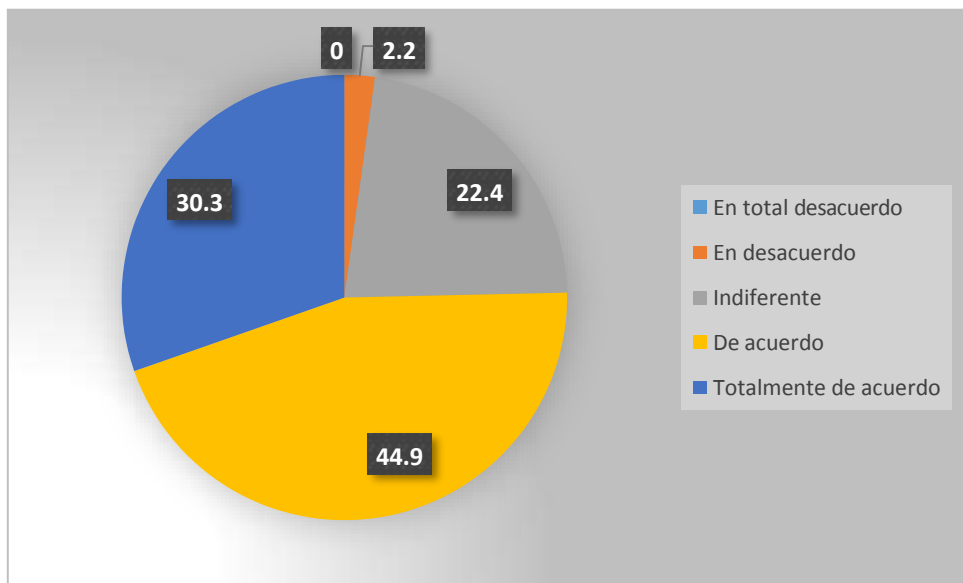


Gráfico 17: *resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.*

Fuente: elaboración propia

Interpretación: El 44.9% de alumnos manifestaron que están totalmente de acuerdo en que ellos si pueden llegar a resolver un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales. Además, un 30.3% de alumnos aseguraron que están de acuerdo con lo anteriormente mencionado. Cuando se aplicó la prueba piloto se colocaron textos en un primer nivel, los cuales son los textos narrativos (textos esenciales), los alumnos en su gran mayoría

podieron lograr comprender estos textos de manera rápida y fácil haciendo uso de las estrategias planteadas en el aplicativo móvil APLECT, y guiándose también de un ejemplo implementado en esta app.

Tabla 46: resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	1	1,1
En desacuerdo	3	3,3
Indiferente	8	8,9
De acuerdo	25	28,0
Totalmente de acuerdo	52	58,4
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

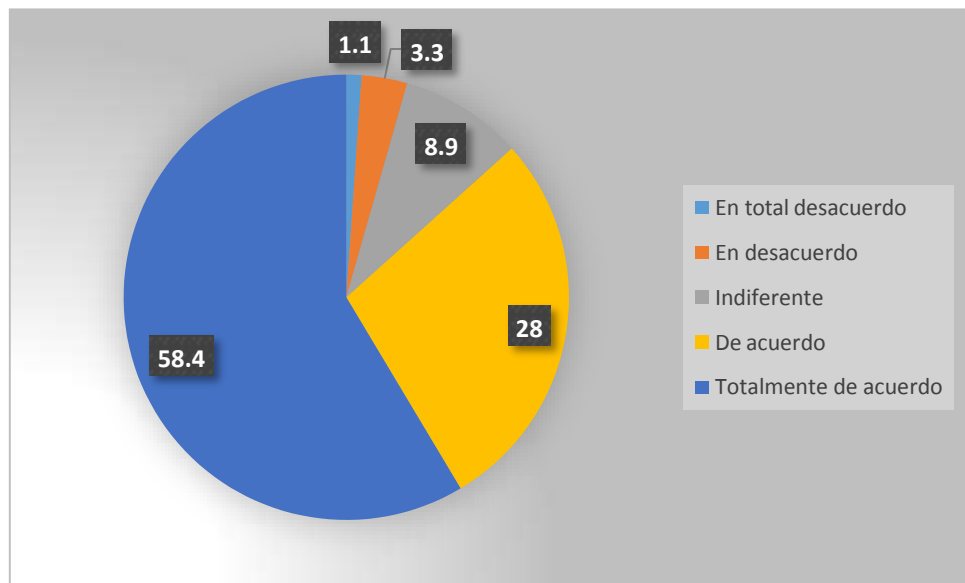


Gráfico 18: resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media.

Fuente: elaboración propia

Interpretación: El 28% de alumnos manifestaron que están de acuerdo en que ellos si pueden llegar a resolver un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media. Además, un 58.4% de alumnos aseguraron estar totalmente de acuerdo con lo anteriormente mencionado. Cuando se aplicó la prueba piloto se colocaron textos en un segundo nivel, los cuales son los textos expositivos (textos de complejidad media), los alumnos lograron resolver estos textos de manera sencilla y comprendiéndolos de una manera interactiva a través del uso del aplicativo móvil APLECT, además los alumnos hicieron uso de las estrategias planteadas en el aplicativo móvil, y se guiaron también de un ejemplo implementado en esta app.

Tabla 47: resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	3	3,3
En desacuerdo	5	5,6
Indiferente	14	15,7
De acuerdo	29	32,5
Totalmente de acuerdo	38	42,6
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

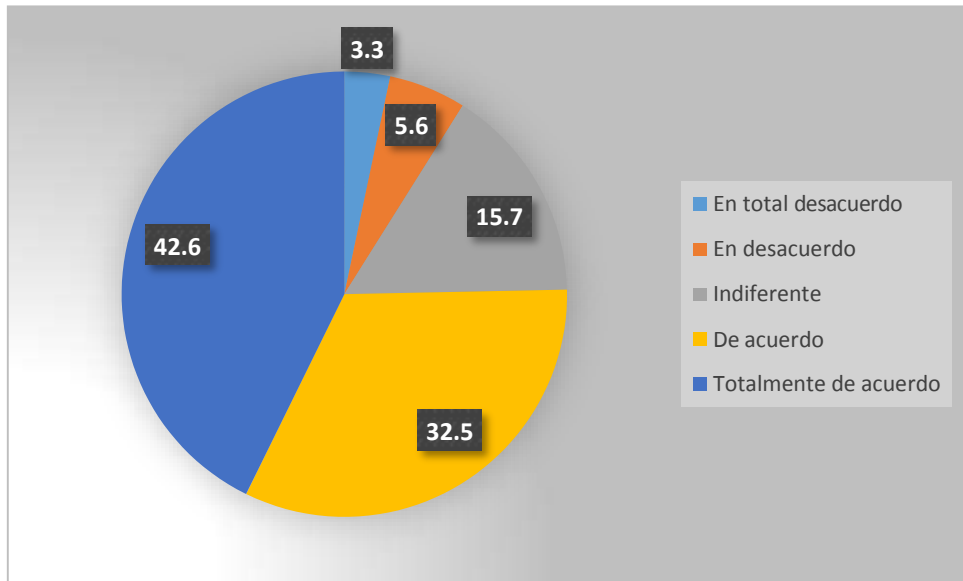


Gráfico 19: resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad.

Fuente: elaboración propia

Interpretación: El 32.5% de alumnos manifestaron que están de acuerdo en que ellos si pueden llegar a resolver un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad. Además, un 42.6% de alumnos aseguraron estar totalmente de acuerdo con lo anteriormente mencionado. Cuando se aplicó la prueba piloto se colocaron textos en un tercer nivel, los cuales son los textos argumentativos (textos de un alto nivel de complejidad), los alumnos lograron resolver estos textos de manera más práctica a través del subrayado de palabras claves en el aplicativo móvil APLECT, además los alumnos hicieron uso de las estrategias planteadas en el aplicativo móvil, y se guiaron también de un ejemplo implementado en esta app.

Tabla 48: es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	0	0
En desacuerdo	2	2,2
Indiferente	8	8,9
De acuerdo	35	39,3
Totalmente de acuerdo	44	49,4
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

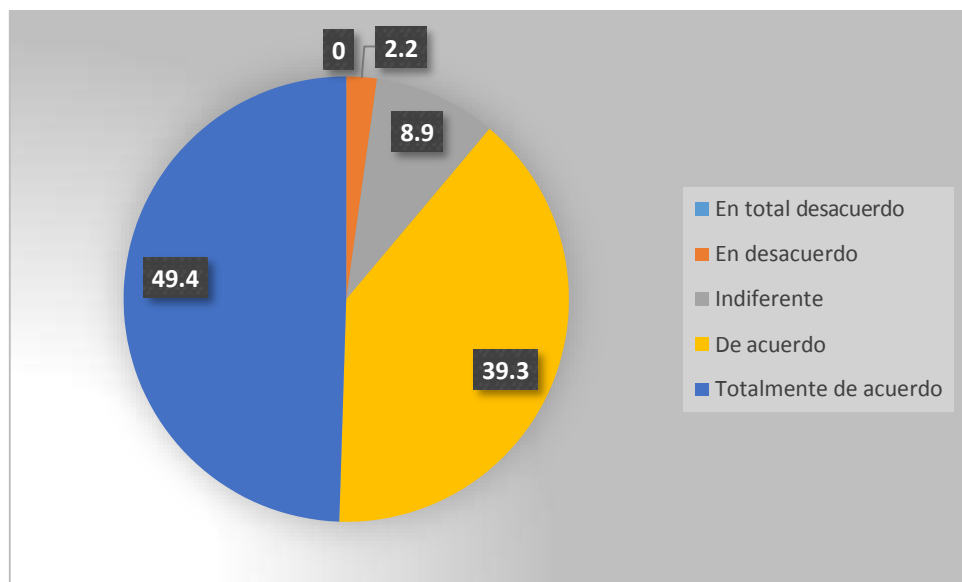


Gráfico 20: es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar.

Fuente: elaboración propia

Interpretación: El 39.3% de alumnos manifestaron que están de acuerdo en que es necesario el dominio de estrategias lectoras en su formación escolar. Además, un 49.4% de alumnos aseguraron estar totalmente de acuerdo con lo anteriormente mencionado. En el aplicativo móvil APLECT se implementó la técnica del subrayado y cuando se aplicó la prueba piloto se evidenció el uso que hacen los alumnos de esta estrategia, la cual les sirvió para identificar palabras claves, ideas principales e ideas secundarias de los textos mostrados en la app.

Tabla 49: consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En total desacuerdo	2	2,2
En desacuerdo	2	2,2
Indiferente	10	11,2
De acuerdo	30	33,7
Totalmente de acuerdo	45	50,5
Total	89	100

Fuente: elaboración propia

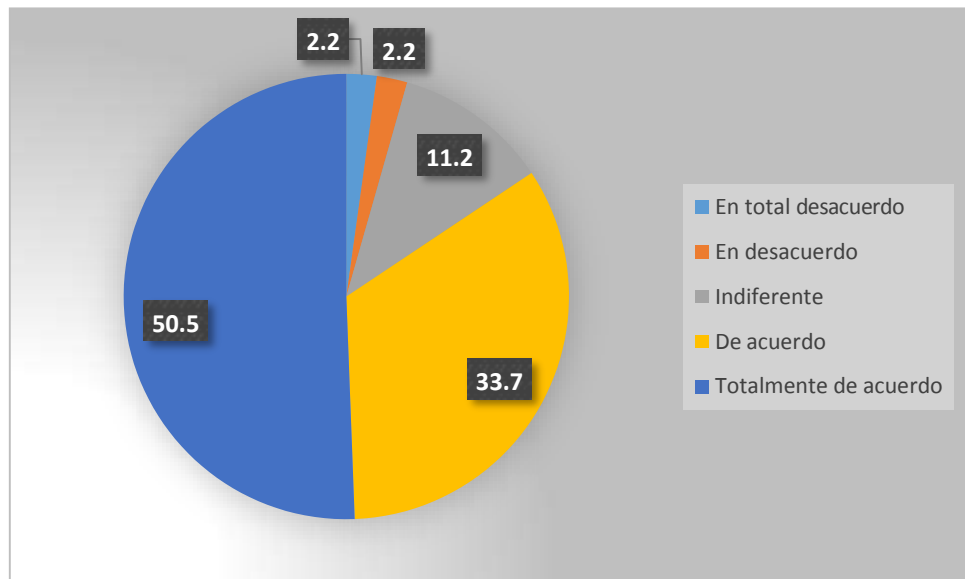


Gráfico 21: consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.

Fuente: elaboración propia

Interpretación: El 33.7% de alumnos manifestaron que están de acuerdo en que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante. Además, un 50.5% de alumnos aseguraron estar totalmente de acuerdo con lo anteriormente mencionado. En el aplicativo móvil APLECT se implementó la técnica del subrayado, también se implementó la musicalización para captar y despertar el interés lector en el alumno, además

se categorizaron los textos en tres niveles. Estas interfaces permitieron que los alumnos tomaran conciencia de la importancia de las tecnologías de la información y de la comunicación para la comprensión lectora.

V. CONCLUSIONES

En dicha investigación se ha propuesto la elaboración de un plan de negocio para mejorar el nivel de comprensión lectora en los alumnos del tercero y cuarto grado del nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo por ende en relación a los resultados obtenidos en la recolección de datos por medio de los instrumentos se da las siguientes conclusiones:

- a) La identificación de la demanda con respecto a la comprensión lectora en la Ciudad de Chiclayo, se realizó a través de las encuestas a 384 alumnos de los colegios privados obteniendo como resultado que actualmente solo un 9% de los alumnos encuestados no consideran importante el acceso a internet para realizar sus respectivas tareas académicas. Con respecto a la frecuencia que tienen los alumnos al acceso a un celular con internet se obtuvo como resultado que solo un 19% de los alumnos encuestados, usualmente no cuentan con un acceso a un celular con internet. Para el 36% de los alumnos encuestados, confirman que las herramientas digitales son limitadas, para llegar a la comprensión de textos, también se tiene que un 40% de los alumnos encuestados, confirman que las herramientas digitales son limitadas, debido a que estas herramientas no lo manejan con facilidad, para llegar a la comprensión de textos. Para conocer el nivel de capacidades cognitivas se obtuvo como resultados que actualmente un 78% de los alumnos encuestados, pueden lograr comprender textos esenciales, por otro lado, se evidenció que un 71% de los alumnos encuestados, pueden lograr comprender textos de una complejidad media. Además, se obtuvo que un 55% de los alumnos encuestados, pueden lograr comprender textos de un alto nivel de complejidad. Otro punto a mencionar es que actualmente un 51% de los alumnos encuestados, no toman en cuenta un buscador online para llegar a

comprender un texto. Con respecto a las estrategias de comprensión lectora se tiene como resultado que actualmente un 16% de los alumnos encuestados, consideran necesarias todas las estrategias de comprensión lectora para lograr la comprensión de textos. Por otro lado, se obtuvo que un 70% de los alumnos encuestados, utilizan una estrategia en particular para llegar a una comprensión de lo que se está leyendo. Además, se evidenció que un 80% de los alumnos encuestados, consideran que es necesario dominar estrategias de lectura para su formación escolar. Por último, se tienen los resultados en relación a la demanda potencial, en la cual se tiene que este aplicativo móvil si lograría posicionarse en el segmento de educación de manera efectiva, debido a la gran importancia manifestada por los alumnos encuestados. Por otro lado, se evidencia que se debe promover el uso en los colegios particulares de esta nueva app de comprensión lectora, debido a que los alumnos no han tenido ese interés de descargar apps educativas para llegar a la comprensión de textos. Además, se tiene como resultado que este aplicativo móvil ya tiene una demanda meta, lo cual es favorable para su desarrollo en el segmento educacional.

- b) Luego de analizar las tres metodologías mencionadas por los autores Tercilia Moreno Castro, Enrique Zorita LLoreda y Jesús Lázaro Esteban, se escogió al último autor a través de la puntuación y valoración del procedimiento metodológico, perspectiva acerca de la idea de negocio, el ciclo de vida de un plan de negocio, importancia de un plan de negocios y la dimensión de este plan. Esta metodología fue elegida por sus características, adaptación a la investigación. Por otro lado, se evidencia que esta metodología es factible para este plan de negocio del aplicativo móvil de comprensión lectora, debido a las fases que presenta, las cuales son de manera detallada y que garantizan un nivel óptimo de fiabilidad para su implementación.
- c) Para elaborar la propuesta se tomará en cuenta la metodología seleccionada y se realizarán todas las fases que propone el autor Lázaro (2015), desde la fase de descripción del negocio, luego la segunda fase en donde se realiza un análisis

FODA, en la tercera fase se tiene al análisis del mercado, por consiguiente, se tiene la fase de la definición de estrategias, en la quinta fase se tiene una esquematización del modelo de negocio representada a través del modelo canvas, siguiéndole la fase del plan de marketing, luego se tiene la fase en donde se lleva a cabo un plan de ventas, luego en la octava fase se tiene el desarrollo de un plan de operaciones, siguiéndole la fase del plan de recursos humanos, luego se tiene la décima fase que es elaborar un plan financiero, por último se tiene la onceava fase que consiste en realizar un plan de contingencia.

- d) Para determinar la viabilidad económica y financiera se citó a tres autores en donde los primeros autores Huachaca y Navarro (2019), utilizaron el VAN y el TIR para predecir la viabilidad de su proyecto, en donde se concluye que se está de acuerdo con las técnicas utilizadas para conocer la viabilidad de un plan de negocio. Con respecto al segundo autor Orduz (2017), se concluye que, en un plan de negocio basado en las TICS para el mejoramiento de la comprensión lectora, su rentabilidad se evidenciaría a través del VAN y el TIR, en relación al autor Quispe (2016), se concluye en que, para ofrecer un software educativo, que permita que los contenidos pedagógicos brindados por los docentes logren una interacción entre profesores y alumnos, se tiene que para llevar a cabo lo anteriormente dicho se debe realizar un plan de negocio que evidencie que dicho software va a ser beneficioso y a la vez rentable para los creadores de dicho idea de negocio.
- e) Para este proyecto de investigación se ha realizado un estudio pre-test en donde se da a conocer el nivel de deficiencia de la comprensión lectora en los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario de las instituciones privadas de la Ciudad de Chiclayo, luego se tiene un estudio post- test en donde se implementa el producto piloto el cual es desarrollado en un colegio privado en donde utilicen este aplicativo móvil de comprensión lectora, este estudio permitirá conocer hasta qué nivel de comprensión lectora han alcanzado los alumnos al hacer uso de este aplicativo móvil.

VI. RECOMENDACIONES

- a) Para poder realizar un plan de negocio con la finalidad de que sea rentable y que además mejore el nivel de comprensión lectora en los alumnos de tercero y cuarto grado del nivel secundario de los colegios privados de la Ciudad de Chiclayo, se requiere en primer lugar hacer un estudio de mercado que involucre a todos los participantes que conformen la segmentación de clientes, para así conocer el nivel de comprensión textual de los alumnos y poder ofrecer una propuesta de valor de acuerdo a sus expectativas e intereses.
- b) El investigador de esta tesis debe realizar una selección de las metodologías de planes de negocio basado en que estas metodologías de planes de negocio hayan sido publicadas hasta cinco años atrás en relación al año actual, también que estas hayan tenido resultados eficientes en negocios anteriores, además se debe realizar un análisis cualitativo de las diferentes estructuras elegidas de plan de negocio. Por lo tanto, estas metodologías permiten desarrollar un óptimo proyecto de investigación.
- c) Para desarrollar una metodología de planes de negocio, se tiene que tomar en cuenta criterios que corroboren el por qué se escogió dicha metodología, para esto es necesario citar autores que han realizado investigaciones de negocios, logrando así desarrollar fiabilidad al momento de colocar el negocio en marcha.
- d) Para determinar la viabilidad económica y financiera de un plan de negocio es indispensable hacer uso del VAN y el TIR, las cuales son herramientas financieras complementarias que nos permite obtener importantes datos de las empresas o proyectos en los que se está dispuesto a invertir.

- e) Para analizar los resultados de la implementación de un producto piloto, necesariamente se debe llevar a cabo un estudio post – test para conocer cuáles son los resultados que se obtienen en relación al estudio pre – test. Estos resultados serán positivos o negativos, y de acuerdo a estos resultados se podrá saber si se puede o no llevar a cabo la implementación de un proyecto.

REFERENCIAS

ALEXOVA, Milena. *The role of product characteristics on mobile app demand. Tesis (Maestría en marketing)*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam 2015.

Disponible en:

https://pdfs.semanticscholar.org/cc67/facf0af47bcb1d2524e06f649e1223024ecb.pdf?fbclid=IwAR2cgdYhrOwMuyAUZX_8bG5DxXDY8tXOX50JV-gkW8yHIRtXWIWBwRiPiaM

BAHIT, Eugenia. 2012. *Scrum & extreme Programming*. Buenos Aires: s.n., 2012

BUELVAS, Luis [et al.]. Las TIC: estrategia para el fortalecimiento de la comprensión e interpretación textual. *Revista Encuentros* [en línea]. Diciembre 2017, Vol. 15. [Fecha de consulta: 27 de setiembre del 2019]. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.15665/re.v15i2.895>

CALABRIA, Luis y PÍRIZ, Pablo. *Metodología XP. Cátedra de ingeniería de software*. Uruguay. Universidad ORT Uruguay, 2003. Disponible en: https://fi.ort.edu.uy/innovaportal/file/2021/1/metodologia_xp.pdf

Comprensión lectora: una tarea pendiente en el Perú [en línea]. *El Comercio*. PE. 06 de agosto de 2018. [Fecha de consulta: 19 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://elcomercio.pe/peru/compression-lectora-tarea-pendiente-peru-video-noticia-543914-noticia/?ref=ecr>

CUELLO, Javier y VITTONI, José. *Diseñando apps para móviles* [en línea]. Edición: Catalina Duque Giraldo, 2013. ISBN: 9788461650705

En la ECE (Evaluación censal de estudiantes) hubo avances en primaria, pero retroceso en secundaria [en línea]. Correo. PE. 13 de abril de 2019. [Fecha de consulta: 17 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://diariocorreo.pe/edicion/ayacucho/en-la-ece-hubo-avances-en-primaria-pero-retroceso-en-secundaria-881421/>

FONSECA, Liliana [et al.]. Estrategias para mejorar la comprensión lectora: Impacto de un programa de intervención en español. Revista Psicología Educativa [en línea]. Enero 2019, Vol. 25. [Fecha de consulta: 15 de setiembre del 2019]. Disponible en: <https://doi.org/10.5093/psed2019a1>

FRANCO, Mónica, CÀRDENAS, Rosana y SANTRICH, Elia. Factores asociados a la comprensión lectora en estudiantes de noveno grado de Barranquilla. Revista Psicogente [en línea]. Mayo 2015, Vol. 29. [Fecha de consulta: 14 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15517/ap.v29i118.14619>

GIMSON, Loraine. Metodologías ágiles y desarrollo basado en conocimiento. Tesis (Especialista en Ingeniería de Software). La Plata. Universidad Nacional de la Plata, 2012.
Disponible en:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/24942/Documento_completo_.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GÓMEZ, Gabriela. El desarrollo de la comprensión lectora en el nivel secundario a partir del uso del software cmap – tolos... Tesis (Licenciado en tecnología educativa). Universidad Tecnológica Nacional, 2018. Disponible en:
http://ria.utn.edu.ar/bitstream/handle/123456789/3024/G%C3%B3mez%20Gabriela%20anah%C3%AD%20_LTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GONZALES, Inés. Programa “Mi Lectura de Imagen” para elevar el nivel de comprensión lectora en los estudiantes del 2do. Primaria de la I.E.P. “San

Fernando” Pátapo -2017.Tesis (Maestro en Educación). Chiclayo. Universidad César Vallejo. 2017. Disponible en:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8476/gonzales_ri.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GUEVARA, Yolanda, CÀRDENAS, Karlena y REYES, Verónica. Niveles de comprensión lectora en alumnos de secundaria. Una comparación por tópico. Revista Actualidades en Psicología [en línea]. Mayo 2015, Vol. 29. [Fecha de consulta: 14 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://doi.org/10.17081/psico.19.36.1299>

HERNANDEZ, Ronald. Impacto de las TIC en la educación: Retos y Perspectivas, Perú. Revista Propósitos y Representaciones [en línea]. Enero – junio 2017, Vol. 5. [Fecha de consulta: 20 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5nl.149>

HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos, BAPTISTA, María. Metodología de la investigación. México: Interamericana Editores, S.A. 2014.
ISBN: 9781456223960

HERNÁNDEZ, Clotilde y MAUBERT, Claudio. Fundamentos de marketing [en línea]. México: Pearson Educación de México, 2009. 506 pp.
ISBN: 9786074422870

HERRERA, Ada y otros. Plan de negocio para la implementación de una plataforma virtual de clases académicas particulares. Tesis (Maestro en educación). Esan, 2018. Disponible en:
http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/1421/2018_MATP163_10_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

JIMÈNEZ, Martha y MARTÌNEZ, María. El uso de una aplicación móvil en la enseñanza de la lectura, México. Revista Información Tecnológica [en línea]. Febrero

2017, Vol. 28. [Fecha de consulta: 23 de setiembre del 2019]. Doi: 10.4067/S0718-07642017000100015

KOTLER, Philip y GARY Armstrong. Fundamentos de marketing [en línea]. Mexico: Pearson Educación, México, 2008.656pp.

ISBN: 9789702611868

Las pruebas PISA en el contexto uruguayo [en línea]. El Telégrafo. PE. 27 de agosto de 2018. [Fecha de consulta: 9 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://www.eltelegrafo.com/2018/08/las-pruebas-pisa-en-el-contexto-uruguayo/>

Lambayeque: déficit en comprensión lectora y matemática en escolares de Mórrope [en línea]. RPP. PE. 28 de noviembre de 2015. [Fecha de consulta: 20 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://rpp.pe/peru/lambayeque/lambayeque-deficit-en-compresion-lectora-y-matematica-en-escolares-de-morrope-noticia-917519>

LÁZARO, Jesús. Tu business plan ¡en un pim pam! [en línea]. Barcelona: Editorial UOC, 2015. 216 pp.

ISBN: 9788491160069

LUNA, Fernando. Desarrollo web para dispositivos móviles [en línea]. Buenos aires: Dalaga, 2014. 320 pp.

ISBN: 9789871949830

MELÉNDEZ, Fiorella y PIANTO, Mirian. Efectos de las estrategias lúdicas para mejorar la comprensión de lectura de textos narrativos, en los estudiantes del primer grado de educación secundaria, de la institución educativa Felipe Huamán poma de Ayala- 1190, Lurigancho – Chosica, 2015.Tesis (Licenciado en educación especialidad: Lengua Española Ingles. Cantuta: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.2015). Disponible en:

<http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/212/TL%20SH-Le-in%20M41%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MORENO, Tercilia. *Emprendimiento y plan de negocio [en línea]*. Santiago: RIL editores, 2016. 428 pp.

ISBN: 9789560102768

MONTE, Luis. *Implantar Scrum con éxito*. Barcelona: Editorial UOC, 2016. 190 pp.

ISBN: 9788491164609

MULLINS Jhon [et al.]. *Administración de marketing [en línea]*. México: The MCGRAW-HILL Companies, 2007. 544 pp.

ISBN: 9701059158

NAVARRETE, Lizmery y VARGAS, Jacob. *Comprensión de lectura y producción de discurso escrito mediados por TIC, en educación media, Colombia*. *Revista Ciencias [en línea]*. setiembre – diciembre 2015, Vol. 4. [Fecha de consulta: 29 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.17993/3ctic.2015.44.244-243>

NUÑEZ, Karen. *Impacto de las habilidades de comprensión lectora en el aprendizaje escolar: Un estudio realizado en una comuna de la región metropolitana, Chile*. *Revista Educare [en línea]*. Mayo – agosto 2019, Vol. 23. [Fecha de consulta: 14 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://dx.doi.org/19.15359/ree.23-2.2>

OLA, Ana. *El 90% de los estudiantes de 15 años no logra el nivel básico de conocimientos [en línea]*. Prensa Libre. PE. 12 de diciembre de 2018. [Fecha de consulta: 10 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/el-90-de-los-estudiantes-de-15-aos-no-logra-el-nivel-basico-de-conocimientos/>

OLMOS, Claudia y RODRIGUEZ, Diana. Aplicación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el área de lengua castellana y la comprensión lectora en los estudiantes de la institución educativa departamental la victoria sede rural arcadia. Colombia. Tesis (Magister en informática educativa). Lima: Universidad privada Norbert Wiener, 2018. Disponible en:
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2131/MAESTRO%20%20Claudia%20Melina%20Olmos%20Valderrama.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ORDUZ, María. Uso de las Tic y comprensión lectora de los estudiantes de tercer grado de primaria I.E. Fabio Riveros – Villanueva. Colombia. Tesis (Maestro en informática educativa). Lima: Universidad privada Norbert Wiener, 2016. Disponible en:
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1345/MAESTRO%20%20Orduz%20Torres%2c%20Mar%C3%ADa%20Nicasia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PEÑA, Sibeles. El desafío de la comprensión lectora en la educación primaria. Revista Panorama [en línea]. Enero 2019, Vol. 13. [Fecha de consulta: 12 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15765/pnrm.v13i24.1205>

PÉREZ, María. Guía comparativa de metodología ágiles. Tesis (Grado en ingeniería informática de servicios y aplicaciones). Segovia. Universidad de Valladolid, 2010. Disponible en <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1495/1/TFG-B.117.pdf>

PISA 2015: Perú mejoró sus resultados, pero sigue en los últimos lugares [en línea]. Perú 21. PE. 06 de diciembre de 2016. [Fecha de consulta: 8 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://peru21.pe/lima/pisa-2015-peru-mejoro-resultados-sigue-ultimos-lugares-235165-noticia/>

Pruebas Aprender: dramático diagnóstico sobre la educación argentina [en línea].

Infobae. PE. 21 de marzo de 2017. [Fecha de consulta: 7 de mayo del 2019].

Disponible en: <https://www.infobae.com/tendencias/2017/03/21/pruebas-aprender-dramatico-diagnostico-sobre-la-educacion-argentina/>

QUISPE, Olger. aplicación del software edilim para el desarrollo de la lectoescritura en los niños(as) de primer grado de educación primaria en la I.E. mayta capac del distrito de cayma, Arequipa. Tesis (Título profesional en computación e informática educativa). Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín, 2016. Disponible en: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2124/EDSquano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Revista Currículo Nacional de la Educación Básica [en línea]. Marzo 2017. [Fecha de consulta: 15 de setiembre del 2019]. Disponible en: <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/curriculo-nacional-de-la-educacion-basica.pdf>

RUIZ, Elena. Nuevas tendencias en los sistemas de información. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. 2017. 323 pp. ISBN: 139788499612690

STANTON, William, ETZEL, Michael, WALKER, Bruce. Fundamentos de marketing [en línea]. Mexico: The MCGRAW-HILL Companies, 2007. 774 pp. ISBN: 9701038258

TAMAYO, Ruth. El uso de las tics y su influencia en el desarrollo de la comprensión lectora en los estudiantes del sexto grado de educación primaria de la I.E. Néstor Escudero Otero UGEL, del distrito de San Juan de Lurigancho. Tesis (Maestro en

Ciencias de la Educación con mención en Gestión Educacional). Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, 2018. Disponible en: <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3178/TM%20CE-Ge%204460%20T1%20-%20Tamayo%20Mendoza%20Ruth%20Mercedes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

TREJO, Daniel. Introducción a la ingeniería de software, planeación y gestión de proyectos informáticos. Mexico. 2017. 246 pp.
ISBN: 9781387452651

VARA, Arístides. *Siete pasos para una tesis exitosa*. Lima: Editorial Macro, 2015. 591 pp.
ISBN: 9786123043117

WEINBERGER VILLARAN, Karen. *Plan de Negocio Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio [en línea]*. Perú: s.n., 2009.

ZORITA, Enrique. Plan de negocio. Madrid: ESIC editorial, 2015. 230 pp. ISBN: 9788415986720

ANEXOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ENCUESTA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad conocer la percepción de la demanda de una APP de comprensión lectora. A continuación, le presentamos una serie de preguntas las cuales agradecería que respondan con toda sinceridad, marcando con un aspa la alternativa que considere expresa mejor su punto de vista. La encuesta es anónima.

En total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ÍTEMS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
	ACCESO LIMITADO					
01	El acceso a internet es importante para desarrollar tus tareas académicas.					
02	Frecuentemente tienes acceso a un celular con internet.					
	HERRAMIENTAS LIMITADAS	1	2	3	4	5
03	Crees que las herramientas digitales te permitirán ayudar a comprender mejor los textos					
04	Manejas con facilidad algunas herramientas digitales para comprender textos					
	NIVEL DE CAPACIDADES COGNITIVAS	1	2	3	4	5
05	Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos esenciales.					
06	Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen una complejidad media					

07	Resuelves un caso de comprensión lectora cuando se trata de textos que tienen un alto nivel de complejidad					
08	Al analizar un texto utilizas un buscador online para tener una mejor comprensión lectora.					
	ESTRATEGIAS DE COMPRENSIÓN LECTORA	1	2	3	4	5
09	Existen algunas estrategias que son innecesarias actualmente para poder comprender textos de una forma correcta.					
10	Utilizas una estrategia lectora en particular para comprender lo que estás leyendo.					
11	Es necesario el dominio de estrategias lectoras en tu formación escolar.					
	DEMANDA POTENCIAL	1	2	3	4	5
12	Consideras que el uso de un aplicativo móvil para la comprensión lectora es importante.					
13	Has descargado aplicativos móviles educativos desde tu celular					
14	Estas dispuesto a hacer uso de este aplicativo móvil para desarrollar tus tareas académicas de comprensión lectora.					

Validación de instrumentos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Yo, MARINA ESTHER BURGA PEÑA Lic. En Estadística con colegiatura No.865, a través de la presente certifico que realicé el juicio de experto al presente instrumento diseñado por el **Estudiante, Carlos Enrique Mauriola Huamanchumo**, para la investigación referente al trabajo especial de grado titulado **Plan de negocio de una app de comprensión lectora para la atención de la demanda, Chiclayo 2019**, requisito fundamental para optar al título de Ingeniero Empresarial.

En Chiclayo, a los 02 días del mes de julio del Año 2019.

Atentamente,



MARINA ESTHER BURGA PEÑA
LICENCIADA EN ESTADÍSTICA
COLEGIADA N° 865

Firma y sello