

Universidad rural en el municipio de Sogamoso como propuesta de emprendimiento

Social

Cristian González, Nancy Malagón

Directora: Luz Dary Camacho

Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD”

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Diplomado de profundización para tecnologías gestión del Marketing para el

Emprendimiento Social

2022

Resumen

La institución educativa Universidad Rural, tal como su nombre lo indica queda ubicada en una zona rural, específicamente en la vereda Chiquita del municipio de Sogamoso. Dentro de este proyecto y como solución a la estrategia de implementación de universidad rural para el municipio de Sogamoso contemplamos el método por el cual la enseñanza para la población campesina debe iniciarse iniciando a pensar diferente, a mirar un futuro y pensar un poco más afuera de la caja, esto llevándolo a catalizar el conocimiento , asociando cadenas productivas las cuales servirán como apoyo para las futuras generaciones gestionando y transmitiendo el conocimiento a toda la población del municipio de Sogamoso. La institución educativa Universidad Rural inicialmente contará con 2 aulas, las cuales tienen una capacidad de 20 estudiantes por cada una, ya que en cada aula habrá 10 pupitres dobles, además la infraestructura de la institución se tomará en alquiler al colegio que opera en la zona, durante los fines de semana, puesto que, solo los días viernes y sábado se dictarán clases.

Abstract

The Rural University educational institution, as its name indicates, is located in a rural area, specifically in the Chiquita village of the Sogamoso municipality. Within this project and as a solution to the implementation strategy of a rural university for the municipality of Sogamoso, we contemplate the method by which teaching for the rural population should start by starting to think differently, to look at the future and think a little more outside of the box, this leading it to catalyze knowledge, associating production chains which will serve as support for future generations managing and transmitting knowledge to the entire population of the municipality of Sogamoso. The Rural University educational institution will initially have 2 classrooms, which have a capacity of 20 students each, since in each classroom there will be 10 double desks, in addition, the infrastructure of the institution will be rented from the school that operates in the area. , during the weekends, since only on Friday and Saturday classes will be taught.

Tabla de contenido

Introducción	7
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos:	8
Planteamiento del problema	9
Innovación social.....	10
Resultados.	10
Impacto social.	11
Factor productivo.	12
Modelo de desing thinking.....	13
Resultados.	13
Herramienta.....	14
Resultados.	13
Financiación.	13
Recursos económicos.	14
Mercado objetivo.....	14
Usuarios.....	15
Proveedores.	15

	3
Formulación de la propuesta valor	15
Resultados	16
Estrategias de mercadeo	18
Marca e imagen y eslogan del proyecto:	20
Grupo de consumidores que aceptarían y tiene capacidad de compra	21
Segmentación.	22
Competencia.....	23
Competencia directa o de primer grado.....	23
Competencia indirecta o de segundo grado	23
Aliados claves	23
Resultados.	25
Página web del proyecto	26
Proyección operativa y financiera	28
Tamaño del proyecto.	28
Disponibilidad insumos.....	28
Disponibilidad de personal docente	29
Disponibilidad en acceso a internet.....	29
Ficha técnica del servicio (descripción del servicio).....	30
Maquinaria e instalaciones	32

	4
Proyecciones de distribución en planta	33
Descripción de equipos de oficina.....	36
Procesos pre operativos	37
Localización	38
Proyecciones de ventas.....	38
Precio de venta	40
Proyecciones ingresos por ventas.....	41
Capital de trabajo	42
Inversiones	44
Inversión inicial	44
Fuentes de capital de inversión	46
Capital inicial.....	46
Conclusiones	47
Bibliografía.....	49

Lista de tablas

Tabla 1	Capacidad instalada Universidad Rural	28
Tabla 2	Ficha técnica del programa de tecnología agroindustrial.....	31
Tabla 3	Ficha técnica del programa de administración agroindustrial	31
Tabla 4	Descripción de maquinaria e instalaciones	33
Tabla 5	Salarios de la Universidad Rural.....	35
Tabla 6	Descripción equipos de oficina.....	36
Tabla 7	Cálculo de la demanda anual	39
Tabla 8	Proyecciones de ventas (unidades)	39
Tabla 9	Punto de equilibrio $PE = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo de venta})$	40
Tabla 10	Proyecciones de ingresos por ventas (semestral)	41
Tabla 11	Proyecciones de ingresos por ventas.....	41
Tabla 12	Capital de trabajo.....	42
Tabla 13	Flujo de caja semestral.....	43
Tabla 14	Saldos acumulados (en miles).....	44
Tabla 15	Inversión total	44

Lista de figuras

Figura 1	Mapa mental	13
Figura 2	Presentación de innovación social de universidad rural	14
Figura 3	Método canvas para fases de modelo design thinking Universidad Rural	16
Figura 4	Mapa de posicionamiento Importancia- Satisfacción de los atributos	20
Figura 5	Cargos y organigrama.....	33

Introducción

En la actualidad el ejercicio del Design Thinking ha sido influenciado por la aplicación de tecnologías que facilitan la recolección y el procesamiento de la información. Es un método paragenerar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales que presentan las familias, Estos nuevos métodos han generado una evolución del maneje de la información.

Es en base a estas innovaciones se desea realizar un trabajo donde demuestre aspectos como la facilidad, adaptación, veracidad, y oportunidad en la implementación de la educación rural quehan generado un impacto con el fin de mostrar a la comunidad en estudio el objetivo que se desea alcanzar, y para esto es importante que en cada fase del método Design Thinking, se dé a conocer las necesidades de la niñez, la comunidad y así brindar una solución oportuna a la comunidad de la vereda Morca del municipio Sogamoso. Por medio de este proyecto, se implementar una forma hacia la transformación de la educación rural, por tal razón, para saber que tanto le va a interesar a la comunidad, primero se debe sentir esa necesidad al igual que ellos,el hacer esto permitiría tener nuevas oportunidades en su educación. La fase del Design Thinkingque exponemos a continuación permite llevar acabo, la perfecta viabilidad de este proyecto y queno quede solo en perspectiva, sino que sea una realidad, en las zonas más remotas y vulnerables de Sogamoso como lo es la vereda Chiquita del municipio (Boyacá).

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una propuesta de emprendimiento social basado en la iniciativa de Universidad Rural en la vereda Chiquita del municipio de Sogamoso.

Objetivos específicos:

Identificar una problemática social.

Proponer ideas de innovación, impacto social, factor productivo, insumos, materiales y recursos.

Mercadeo que impulsen de manera sostenible y sustentable el proyecto.
Desarrollar la metodología de design thinking para su proyecto de emprendimiento social.

Implementar estrategias de
Diseñar la proyección financiera y los recursos necesario para poner en marcha la propuesta.

Planteamiento del problema

Es bien sabido que la educación en zonas rurales presenta múltiples dificultades, tales como, violencia por parte de fuerzas armadas, carencia o mal estado en instalaciones y falta de acceso a estas, además de una evidente falta de acceso a internet y recursos informáticos. Según el Ministerio De Educación la tasa de cobertura en las áreas rurales es de 30% comparada con 65% de las urbanas, y la tasa de deserción a nivel rural es de 10.9%, mientras en las ciudades ésta es de 2.5% (Altablero, 2001). El municipio de Sogamoso no es excepción y sus zonas rurales son vulnerables a los factores mencionados anteriormente.

Innovación social

Según el Ministerio de Educación Nacional, la educación rural no es algo nuevo, puesto que en el año 2000 el Ministerio de Educación Nacional, da inicio al programa de educación rural que, en un proceso originalmente pactado a diez años buscaba mejorar las condiciones de cobertura y calidad del servicio educativo en las zonas rurales del país. (Parra, 2018).

Por tal razón, con este proyecto se pretende satisfacer la necesidad de crear e implementar un modelo educativo flexible, como propuesta a la educación regular, mediante una Universidad Rural, la cual busca la disminución de la tasa de deserción escolar, además de la reconstrucción del tejido social en la ciudad de Sogamoso, territorio permeado por el conflicto armado y la delincuencia común. (Alexander Cotte Poveda, 2014).

Resultados.

La educación rural a través de los años ha adquirido mayor importancia en la sociedad gracias a la superación de los obstáculos presentados en el territorio, ahora el reto también es para los jóvenes, quienes pueden pensar estrategias que aporten a su avance y mejoramiento, superando la idea sectorial a diferencia de otros proyectos este busca poner en disposición los esfuerzos de los gobiernos territoriales de reorganizar las características y sentidos de la educación destinada a los sectores rurales, con el ánimo de mejorar y cualificar la prestación del servicio educativo, nace este emprendimiento que consiste en una universidad Rural enfocada en potenciar el emprendimiento para la población rural. Es importante resaltar que, con este emprendimiento social se busca promover un servicio educativo equitativo, y por ende estimular al estudiante para que disfrute su proceso de aprendizaje.

De este modo, la educación rural, es una doctrina que debe impulsarse, mediante jornadas de participación con diferentes sectores de la población rural nacional, por tal razón, surge la idea de La Universidad Rural con docentes éticos, comprometidos, con el conocimiento para poderlo

llevar teórica y prácticamente hablando, para producir y no depender de las importaciones que abrieron los TLC, que dejaron quebrados a los campesinos con esa competencia desleal, Colombia es de 80% de vocación agropecuaria o más. Por lo tanto, el fin de este emprendimiento es proponer una educación flexible y adquisitiva a la juventud rural con un enfoque de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente y la creación de empresa. (Parra, 2018).

Con este proyecto se pretende impactar positivamente a la población de Sogamoso, por medio de la identificación de las problemáticas, es por eso que, como emprendimiento social, se pretende bajar estas estadísticas, y conocer de primera mano las falencias y dificultades que tienen los hogares sogamoseños, mediante encuestas en los barrios de la ciudad en mención.

Los aportes sociales que genera nuestro emprendimiento son:

Mejor calidad de vida

Generar conciencia ambiental

Disminuir la deserción escolar

Impacto social.

Con este proyecto se generan estos aportes sociales:

Mejor calidad de vida para los jóvenes de la zona rural de la vereda Morca del municipio de Sogamoso, porque mediante este proyecto se busca potenciar el emprendimiento en el área rural, y por ende generar empleo ya que obtienen conocimiento de emprendimiento. Generar conciencia ambiental frente a los problemas actuales. Se busca generar conciencia ambiental debido al incremento en el calentamiento global, y por medio de este emprendimiento lo llevamos a cabo con energías asequibles y no contaminantes.

Difundir buenas prácticas en prevención de la deserción escolar. Por medio de este aporte se busca disminuir los índices de deserción escolar; la forma más fácil de erradicar la deserción escolar es adquirir un servicio educativo asequible y equitativo, y por consiguiente estimular en el estudiante su proceso de aprendizaje.

Con el internet, se busca crear valor a esta iniciativa pues ya van a estar conectados con todo el mundo, y no solo va a hacer una empresa donde va a ganar financieramente sino también va a ganar conocimiento y la mejora de su vida social, por tal razón también como persona su vida académica crecerá día a día.

Factor productivo.

Implementar lo aprendido y ponerlo en marcha que el egresado tenga el conocimiento de implementar en su diario vivir lo aprendido en el aula que haga de su finca una empresa no por el solo interés financiero sino para que haya transformación sin traumas, que el medio ambiente sea su materia prima, que sea útil al bienestar y buena calidad de vida y no que el campo se quede aislado, sino que sea de provecho.

Modelo de desing thinking

Figura 1

Mapa mental



Fuente: Elaboración propia.

Resultados.

Esta herramienta de design thinking en la fase de empatía, permitió identificar y conocer la problemática u oportunidad y desde este momento hacer las investigaciones pertinentes, y por consiguiente implementar un plan especial de educación rural, el cual permitió dar respuesta explícita a cerrar brechas en acceso y calidad en educación rural entre regiones y grupos poblacionales.

Herramienta.

Figura 2

Presentación de innovación social de universidad rural



Fuente: Elaboración propia.

Resultados.

Para las fases de definición e ideación se utilizó esta herramienta y con ella se generaron estos resultados que son la financiación y el mercado objetivo; es así que cada uno de estos hallazgos ayudaron a corregir algunas falencias y de manera automática se implementaron en el proyecto de la siguiente manera:

Financiación.

El sector rural es el más damnificado. Aquí, cada predio ha de constituirse en su empresa porque hay mucha tierra pero subutilizada, con el apoyo de los graduandos bachilleres y universitarios en función de asesoría de esas empresas, eso como condición para optar al título según el perfil, hasta este punto el estado ha participado en el apoyo en cuanto a semillas, tecnología, así habrá producción de alta calidad para el núcleo familiar y para beneficiar a quienes están en otro asunto, en virtud también de su perfil, de acuerdo con un censo agropecuario serio, responsable, honesto, que vincule a la empresa privada, que prevea alguna dificultad como condición extrema con un seguro de cosecha y un porcentaje de productividad para el estado y lo que se acuerde con la empresa privada, así se genera empleo, se sostiene el campo y la ciudad, todos ganan, no solo una persona o familia, el estado puede ir reteniendo algún porcentaje para salud, educación, vías saneamiento básico, bolsa que va ahorrando para seguridad y pensiones y vivienda, dicho de otro modo, hay para todos, pero todos aportan, todos ganan y aportan según su capacidad y participación individual y colectiva.

Los recursos, Serán administrados de la siguiente manera:

Recursos materiales	Recursos tecnológicos	Recursos financieros
Computadores	Computadores	Dinero
Impresoras	Impresoras	Asociaciones
Escritorios	Tonners	Herramientas
Sillas	Discos duros	crediticias
Mesones	Internet	Acciones
Estanterías		

Para este ítem vamos a usar lo siguiente:

Recursos económicos.

Capital inicial (dineros propios) Nancy Malangón: \$ 20.000.000 Cristian González \$ 20.000.000

Entes gubernamentales \$40.000.000

NOTA: El resultado obtenido se encuentra en el punto 6.4.b fuentes de capital de inversión. Queremos buscar estrategias o convenios con universidades o entidades que brinden cursos gratuitos, y así empezar a crear poder adquisitivo ante la comunidad.

Mercado objetivo.

El mercado objetivo al que se quiere llegar son a los adolescentes y jóvenes, para contribuir a la continuidad en su trayectoria educativa, dando así un desarrollo rural con enfoque territorial:

Usuarios.

La población juvenil- adolescente, de la zona rural de Sogamoso. Esta población consta de ciertas características como, por ejemplo: edades entre los 14 y 17 años se quedaron en primaria

Y entre los 15 y 28 años, de escasos recursos, género masculino y femenino, con un nivel educativo de bachillerato. Y un rango entre los 20 y 25 no terminaron la carrera universitaria, la mayoría de nuestro mercado potencial se encuentra situado en el área rural. (daSilva, 2021)

Proveedores.

Los proveedores con los que se va a hacer alianza son aquellas entidades que se dirigen a nuestro mismo mercado, y que no nos ven como competencia, si no como una estrategia para alcanzar un bien común, entre ellos tenemos a: UNAD, Servicio Nacional de Aprendizaje, UNIMINUTO, Coursera, Platzi, entre otras entidades que promueven educación inclusiva, en favor a las personas más vulnerables.

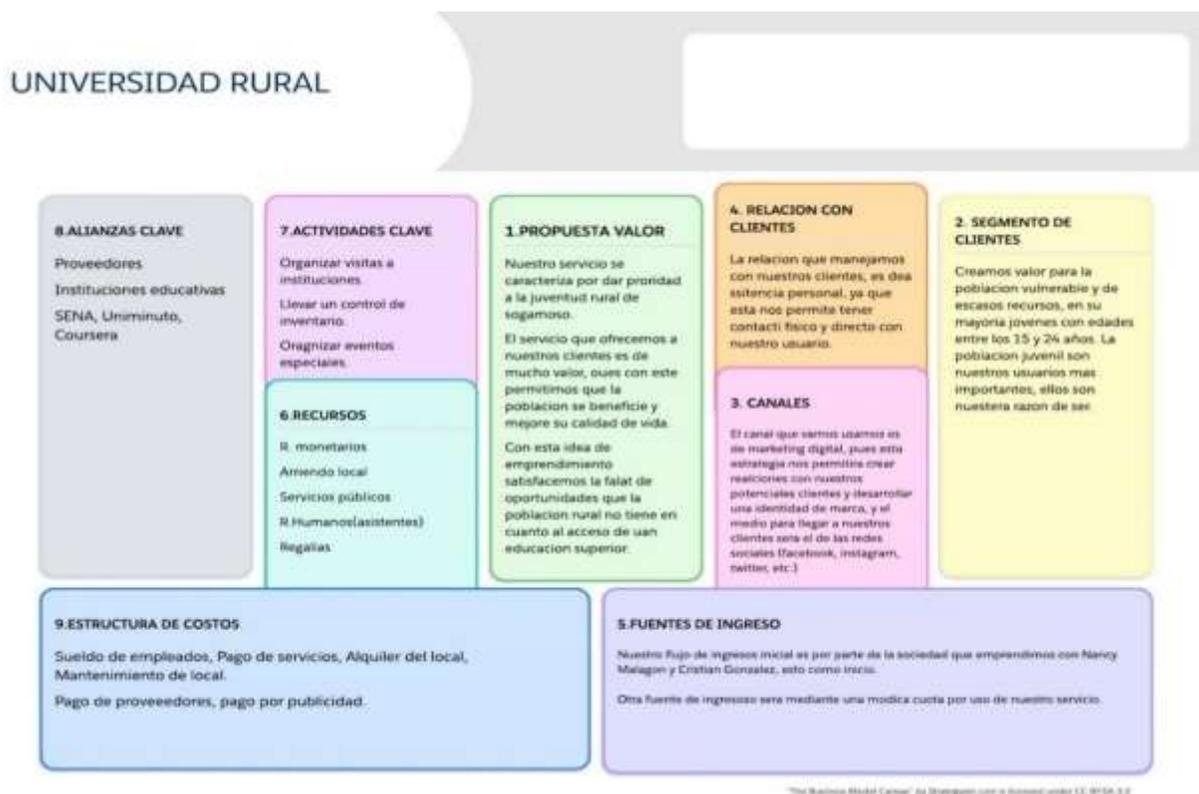
Formulación de la propuesta valor.

Con esta propuesta de valor establecemos los aspectos relevantes para la elaboración e implementación de un establecimiento el cual preste servicios de atención a las personas que deseen ingresar a la educación superior.

Herramienta: Modelo Canvas

Figura 3

Método canvas para fases de modelo design thinking Universidad Rural



Fuente: Elaboración propia.

Resultados

El modelo Canvas en las fases de prototipar y evaluar permitió con los avances hechos hasta este momento evidenciar y analizar que el deseo de progresar de la población en estudio es significativa, ya que es beneficiosa y abortiva para su crecimiento personal esto genera la iniciativa de construir nuevas formas de relación con los territorios rurales, para que haya

transformación sin traumas, y que el medio ambiente sea su materia prima, que la amen, que sea útil al bienestar y buena calidad de vida y no que el campo se quede aislado y en medio de la soledad, es así que desde la perspectiva de los autores de este escrito hay aciertos que se pueden considerar para dar continuidad dentro del ejercicio de la educación rural.

Estrategias de mercadeo

Dentro de este proyecto y como solución a la estrategia de implementación de universidad rural para el municipio de Sogamoso contemplamos el método por el cual la enseñanza para la población campesina debe iniciarse iniciando a pensar diferente, a mirar un futuro y pensar un poco más afuera de la caja, esto llevándolo a catalizar el conocimiento , asociando cadenas productivas las cuales servirán como apoyo para las futuras generaciones gestionando y transmitiendo el conocimiento a toda la población del municipio de Sogamoso.

Dentro de las propiedades más importantes de la universidad que pensamos crear dentro de este proyecto tenemos la sencillez de las personas que van a ser galardonadas con esta puesta enmarcha de la universidad y el enriquecimiento cultural que les va a dejar a cada uno de los estudiantes.

Dentro los atributos más importantes se tiene la eficiencia y precisión en cada una de las áreas en las cuales queremos enfocar a nuestros estudiantes y poder guiarlos, para que continúen con una vida de desarrollo personal que más adelante les ayuden a tener una mejor calidad de vida.

También debemos regirnos dentro de los atributos que generan una uniformabilidad, y constancia como lo realizan las demás instituciones del país, aplicando la receptividad y accesibilidad de la población a cada una de las mallas académicas que estarán disponibles en esta universidad.

Ante todo, lo que se quiere es alinearnos y proyectar una confiabilidad frente a todos los organismos educacionales mostrando competencia y capacidad de empoderamiento para que nuestros estudiantes puedan generar dentro de sus familias prácticas de una buena cortesía y

excelente entrenamiento para poder satisfacer las necesidades de cada uno de los estudiantes de esta universidad.

Ya pasando un poco más por el ámbito de la gestión del desarrollo se pretende detectar, mediante técnicas de investigación social, los puntos más débiles del servicio que vamos a prestar y poder priorizarlos de acuerdo a su importancia, esto se tendría que realizar en dos fases una de ellas que sería la fase cualitativa y la segunda la cuantitativa.

Ya dentro y debido al nacimiento del mercado universitario y a las demandas de la nueva economía global, los sectores universitarios están buscando nuevos caminos para dirigir y mejorar la calidad de la enseñanza superior.

Atributos de calidad

Atributos de calidad	Descripción
Acceso a los contenidos e información de la universidad	Es el principio más importante para la toma de decisiones de cualquier estructura de aprendizaje.
Competencia técnica	Refiere a la competencia profesional, además de la cortesía y amabilidad demostrando responsabilidad.
Planes de estudio	Refiere a la diversidad de ofertas académicas que genera la universidad.
Valores por los servicios	Costos asociados a cada uno de los servicios como inscripciones, matrículas, etc.
Comunicación	El contacto eficiente con cada una de las áreas de la universidad.
Plazos en la entrega de resultados	Refiere a la constante divulgación de resultados de los estudiantes para su propio desarrollo.
Satisfacción General	Es su percepción del servicio y atención del personal de la universidad como un todo.

Localización y Ambiente

Refiere a la Localización geográfica donde va a estar la universidad

Nota: Los anteriores atributos nos llevan a la construcción de una matriz bimencinal la cual estará definida de la siguiente forma en la ilustracion 4.

Figura 4

Mapa de posicionamiento Importancia- Satisfacción de los atributos

Importancia	Alta	<p>I+S-</p> <p>Puntos débiles: acción inmediata y de mejoraras</p>	<p>I+S+</p> <p>Puntos fuertes: mantener el buen trabajo</p>
	Baja	<p>I-S-</p> <p>Puntos débiles menores: baja prioridad.</p>	<p>I-S+</p> <p>Puntos fuertes menores: posible derroche de recursos.</p>
		Baja	Alta

Satisfacción

Marca e imagen y eslogan del proyecto:



Nota: Estas imágenes representan la marca y el slogan de la universidad rural.

Fuente: Elaboración propia.

Grupo de consumidores que aceptarían y tiene capacidad de compra

Partiendo de la clasificación del consumidor el cual es un individuo que tiene la intención de adquirir bienes y servicios únicamente para sus necesidades personales, familiares, y otras necesidades no relacionadas con actividades comerciales.

Y dando como entendido uno de los objetivos más importantes del marketing es llevar a cabo una estrategia competente para promocionar nuestro producto el cual es brindar conocimiento y desarrollo con la universidad e morca desde el municipio de Sogamoso.

Por ello tenemos en cuenta los siguientes consumidores.

Consumidores y compradores individuales, que son aquellos que compran para su desarrollo personal, en este caso tenemos:

Personas solteras

Jóvenes salientes de colegio grado 11

Personas con conocimientos aplicados a becas.

Consumidores familias y Hogares, los cuales con el grupo interno de cada familia y se apoyan conjuntamente para solventar las necesidades de un individuo de la familia.

Consumidores proveedores o representantes de empresas, los cuales son un apoyo

para sus empleados brindando la posibilidad de adquirir conocimiento mediante pagos no remuneradores o 100% por la compañía.

Segmentación.

A partir del estudio de necesidades y de conocer al consumidor en todo cuanto lo rodea será posible para las empresas llevar a cabo un proceso acertado y enfocado de segmentación e identificación de su público objetivo. El concepto de segmentación de mercados hace alusión a la “división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea” (Fernández Valiñas, 2009, p. 10). Aspectos como el estado civil, la edad, el sexo y el nivel socioeconómico les permiten a las empresas enfocarse en el mejor norte de acción y dar un objetivo explícito a sus estrategias de mercadeo con el fin de llevarle al cliente información relevante, según las características homogéneas identificadas en el mercado objetivo.

Al tener tantas individualidades y necesidades entre los consumidores, la relación de ellos con los productos de la empresa no representaría una de tipo único y particular, de acuerdo con su búsqueda de satisfacción de necesidades; esta división le permitirá a la empresa enfocar sus esfuerzos de producción, mercadeo y demás en un público más específico y con necesidades particulares y podrá así ofrecer a sus clientes acciones encaminadas a satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible.

Desde la perspectiva de la gestión empresarial (management), se está asistiendo a una evolución de la aplicación del concepto de Marketing dirigido tradicionalmente a un consumo de masas (planificando estrategias y dirigiendo acciones de Marketing a segmentos sustanciales) hacia una tendencia en el diseño de estrategias y definición de objetivos, a un nivel

microeconómico, mucho más adaptado a la satisfacción individual del consumidor final, que se engloba en el denominado Marketing one to one.

Competencia

Competencia directa o de primer grado

Aquellas universidades o instituciones que operan en nuestro mismo mercado, con idénticos canales de distribución, con iguales o parecidos productos/servicios o soluciones. Y que se dirigen al mismo perfil de potenciales estudiantes. Por ejemplo: Ifescol, UPTC, Uniboyaca, etc.

Competencia indirecta o de segundo grado

Aquellas universidades que opera en el mismo mercado, con los mismos canales de distribución, que tocan el mismo perfil de potenciales estudiantes y cubren las mismas necesidades. Pero cuyo producto/servicio o solución difiere en alguno de sus atributos principales.

Principales indicadores que analizar de la competencia

Aliados claves

A partir del trabajo sectorial y/o territorial, realizado en la fase previa, se debe realizar una consolidación por sector, donde se realice una identificación y selección de aliados con el fin de organizar equipos de trabajo y mecanismos de seguimiento. En cada sector se debe realizar una prospectiva de la demanda laboral requerida, los niveles de formación y competencias requeridas, que permitan cerrar las brechas de cantidad, calidad y pertinencia de la educación

superior rural. Asociada a cada brecha se deben establecer basados en la caracterización del territorio: estrategias, programas y proyectos que puedan contribuir a su cierre.

Brechas en términos de acceso en la educación superior rural

Bolsas concursables para el diseño y puesta en marcha de nuevos programas.

Cofinanciación de programas relevantes para las apuestas productivas y sociales regionales.

Campañas de promoción de la profesión en cuestión y sensibilización de la sociedad.

Orientación vocacional desde la secundaria, así como la creación de programas enfocados a estudiantes de grado 11 para visibilizar las oportunidades laborales y la demanda laboral de las apuestas productivas. (Fortalecimiento de la articulación y nivelación de competencias)

Estrategia de formación de competencias relevantes a lo largo de todo el sistema educativo.

Transformación docente: política integral de mejoramiento de los docentes. ▪ Política integral de TIC en educación.

Estrategias de refuerzo de competencias genéricas en la educación superior rural en la formación al interior de la empresa.

Brechas de pertinencia de la formación en la educación superior rural

Participación del sector privado en la construcción de currículos.

Incentivos para la constitución de Unidades Vocacionales de Aprendizaje en la Empresa para la certificación de competencias.

Alianzas con organismos internacionales certificadores de competencias.

Resultados.

Las estrategias del plan especial de educación rural contemplarán acciones para educación inicial y preescolar, básica y media; para esto se propone: Dentro de las dimensiones escuela, familia y comunidad académica y pedagógica, docentes y directivos docentes, y ambiente escolar y bienestar, las estrategias y acciones propuestas desde el enfoque de calidad estarán enmarcadas en los planes de acción en las siguientes fases:

Fase de creación – 2022. Durante esta fase se detallarán las rutas y metodologías que viabilicen las estrategias y acciones definidas en las dimensiones antes señaladas.

Fase de diseño – 2022. En esta fase se desarrollará una caracterización de la población y del territorio que permita organizar y definir de manera diferenciada las estrategias planteadas en las dimensiones trazadas.

Fase de implementación y seguimiento – 2022-2023. Durante esta fase se pondrá en marcha en las ETC y establecimientos educativos focalizados las acciones que permitan el logro de las estrategias planteadas.

Fase de evaluación a las ETC – Durante el año 2024 esta fase se evaluará, la capacidad instalada de cada una de las ETC focalizadas, y se organizarán planes de mejora según sea el caso. Las estrategias y acciones aquí presentadas tienen como finalidad promover la igualdad de oportunidades para el acceso, la calidad, la permanencia y la pertinencia de la educación en zonas rurales. Lo anterior se organiza a través de dimensiones de un referente de universidad ideal, tipo “Universidad 10”, que se refiere a las cualidades de un establecimiento educativo que reconoce la importancia de la educación en el proceso de desarrollo y aprendizaje de los Jóvenes y adolescentes, coherente con su contexto y con la definición de sus proyectos educativos, donde

se garantiza la trayectoria educativa de sus estudiantes entre los diferentes niveles educativos. Sin embargo, dado que el referente debe atender al contexto y lo que se busca es cerrar las brechas urbano-rurales, el modelo tiene que ser ajustado con el fin de dar cuenta de los desafíos específicos que enfrenta la educación en las zonas rurales. Esto significa que el referente de Universidad 10 se debe abordar desde una aproximación que plantee formas y/o modelos propios de la educación rural, es decir, se debe pensar en una “Universidad Rural” que permita el desarrollo de su población y de su territorio.

Garantizar el derecho a una educación de calidad y velar porque el proceso educativo de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes del país sea pertinente en cada contexto. A razón de esto, el proceso de toma de decisiones debe seguir una secuencia lógica que es sensible a las particularidades de las comunidades rurales. Primero, se debe pensar en las capacidades, necesidades, intereses, expectativas, condiciones, características y beneficios de adolescentes, jóvenes y adultos estudiantes, para luego pasar a las necesidades, lógicas de participación y toma de decisiones de las comunidades en las que el proceso educativo tiene lugar. Es alrededor de estas dos prioridades que se deben orientar las demás estrategias del PEER, por cuanto se entrelazan de manera transversal.

Página web del proyecto

<https://universidadruralmo.wixsite.com/website>



Nota: Pantallazos de la página web.

Proyección operativa y financiera

Tamaño del proyecto.

El tamaño de nuestro proyecto, es de tamaño medio, y con este tamaño se busca a través de esta capacidad calcular el porcentaje de cabida instalada en base al número de bienes o servicios brindados actualmente sobre el número máximo de producción de los mismos.

Teniendo en cuenta lo anterior describimos la capacidad instalada de la Universidad rural, la cual está dada en el número de estudiantes matriculados por período académico, que en nuestro caso serían semestres. Para el cálculo del valor hay que considerar que la Universidad rural contará inicialmente con dos aulas que dispone de 20 pupitres dobles en total.

Tabla 1

Capacidad instalada Universidad Rural

Concepto	Capacidad [Estudiantes/Semestre]	%
Estudiantes Matriculados	4 0	80 %

Nota: Esta tabla permite describir la cantidad de estudiantes que admitimos en nuestras instalaciones por semestre.

Disponibilidad insumos.

La universidad rural cuenta con dos aspectos muy importantes que inciden en su funcionamiento y la calidad de sus resultados, por una parte, los insumos de papelería, los útiles de aseo y por otra el acceso a internet.

Disponibilidad de personal docente

Se debe asegurar que la institución educativa ofrezca una educación de calidad, ya que es primordial para que se reduzca la brecha social y económica en sociedades, especialmente en desarrollo (Revista Investig. Desarro. Innov, 2020). En este ámbito es indiscutible no relacionar el papel que desempeña el docente para el cumplimiento de este objetivo. Es por tal razón que la Universidad rural garantiza y cuenta con un personal docente con calidad integral e innovadores en su profesión.

Disponibilidad en acceso a internet

El internet es un catalizador para mejorar la calidad de la educación, este es la puerta al acceso a una gran cantidad de información, recursos educativos y conocimiento. Debido a que la Universidad Rural está ubicada en una zona donde el acceso a internet es difícil de conseguir, buscamos una empresa que pueda garantizar que este servicio llegue al lugar en óptimas condiciones. Para esto se contrata a HughesNet, que es un proveedor colombiano de internet satelital de la alta velocidad que ofrece internet a lugares remotos donde operadores convencionales no llegan.

Ficha técnica del servicio (descripción del servicio)

Nuestro servicio está enfocado en el sector agropecuario ya que nuestro potencial cliente es el campesino, la finalidad de nuestro servicio es de capacitar y que apliquen sus conocimientos adquiridos en su tierra y que mejoren su calidad de vida y la de su familia.

Los perfiles de estos agropecuarios son: Se capacita humanística, científica y técnicamente en las áreas administrativas, económicas, financieras y contables, para que aplique sus conocimientos con criterio en empresas del sector agropecuario, en el desarrollo de estrategias de producción, mercadeo y conservación de productos agropecuarios, que favorezcan la productividad en las unidades agropecuarias.

El aspirante a estudiar Agronomía debe ser un bachiller con especial interés en el área de las ciencias orientadas a la solución de los problemas del área rural, buena disciplina para la lectura, capacidad de expresión oral y escrita, espíritu investigativo e inquieto por los acontecimientos del entorno comunitario, en especial de los pequeños productores y en la producción agraria sostenible.

- El tecnólogo agroindustrial podrá ser:
- Administrador de empresas agrícolas, pecuarias o agropecuarias.
- Asistente financiero en empresas agropecuarias.
- Asistente de gerencia en empresas agroindustriales.
- Asistente de gerencia en cooperativas agropecuarias.

- Director de mercadeo agropecuario.
- Gerente de su propia empresa agropecuaria.

El administrador agroindustrial egresado de la universidad rural es un profesional en capacidad de proponer soluciones integrales a las problemáticas socio ambientales del sector agrario, comprometido con la concepción sostenible y el desarrollo regional, y con competencias sólidas para la formulación de proyectos de investigación con enfoque regional para promover la inserción de los productores agrícolas a los mercados nacionales e internacionales consolidando cadenas de suministro de bajo impacto para generar desarrollo social.

Tabla 2

Ficha técnica del programa de tecnología agroindustrial

Nivel de Formación	Tecnológico
Modalidad	Presencial
Lugar de estudio	Vereda la Chiquita (Sogamoso, Boyacá)
Horarios	Viernes de 2:00 pm-6:00 pm, sábados de 8:00 am-12:00 pm
Duración del Programa	6 semestres
Periodicidad	Semestral
Créditos	96 créditos
Costo de inscripción	2 SMMLV

Tabla 3

Ficha técnica del programa de administración agroindustrial

Nivel de Formación	Universitaria
Modalidad	Presencial
Lugar de estudio	Vereda la Chiquita (Sogamoso, Boyacá)
Horarios	Viernes de 2:00 pm-6:00 pm, sábados de 8:00 am-12:00 pm
Duración del Programa	10 semestres
Periodicidad	Semestral
Créditos	145 créditos
Costo de inscripción	3 SMMLV

Nota: En las tablas 2 y 3 se describe las características de los programas ofrecidos por la universidad, en su programa tecnológico y profesional.

Maquinaria e instalaciones

A continuación, se presenta la descripción de los equipos e instalaciones necesarios para el funcionamiento del proyecto. Institución educativa: esta cuenta con 2 aulas para impartir las clases, una oficina administrativa y baños. Cabe mencionar que contará con servicio de agua, luz e internet.

Pupitres: Las aulas estarán dotadas con pupitres dobles con sus respectivas sillas ergonómicas, donde los estudiantes recibirán sus clases cómodamente.

Computadores: cada aula contará con un conjunto de computadoras portátiles de alta gama y capacidad de almacenamiento.

Impresora: Los estudiantes contarán de una impresora de la cual podrán hacer uso cuando requieran.

Libros: los estudiantes tendrán acceso a material bibliográfico en físico de diferentes autores en relación a los programas dictados.

Repisa: los libros se ubicarán sobre un óptimo soporte.

Tabla 4

Descripción de maquinaria e instalaciones

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
computadores	20	\$ 1.649.900	\$ 32.998.000
Pupitres dobles (mesas y sillas)	20	\$ 489.900	\$ 9.798.000
Impresora	1	\$ 289.000	\$ 289.000
Libros	30	\$ 80.000	\$ 2.400.000
Repisa	1	\$ 69.900	\$ 69.900
TOTAL			\$ 45.554.900

Nota: La tabla 4 representa las características y los valores de maquinaria e instalaciones con que contará la universidad rural.

Proyecciones de distribución en planta

La institución educativa Universidad Rural inicialmente contará con 2 aulas, las cuales tienen una capacidad de 20 estudiantes por cada una, ya que en cada aula habrá 10 pupitres dobles. Así mismo, cada aula tendrá a disposición 10 computadores portátiles.

Los docentes contarán con su respectivo escritorio ubicado en el aula donde impartan la clase.

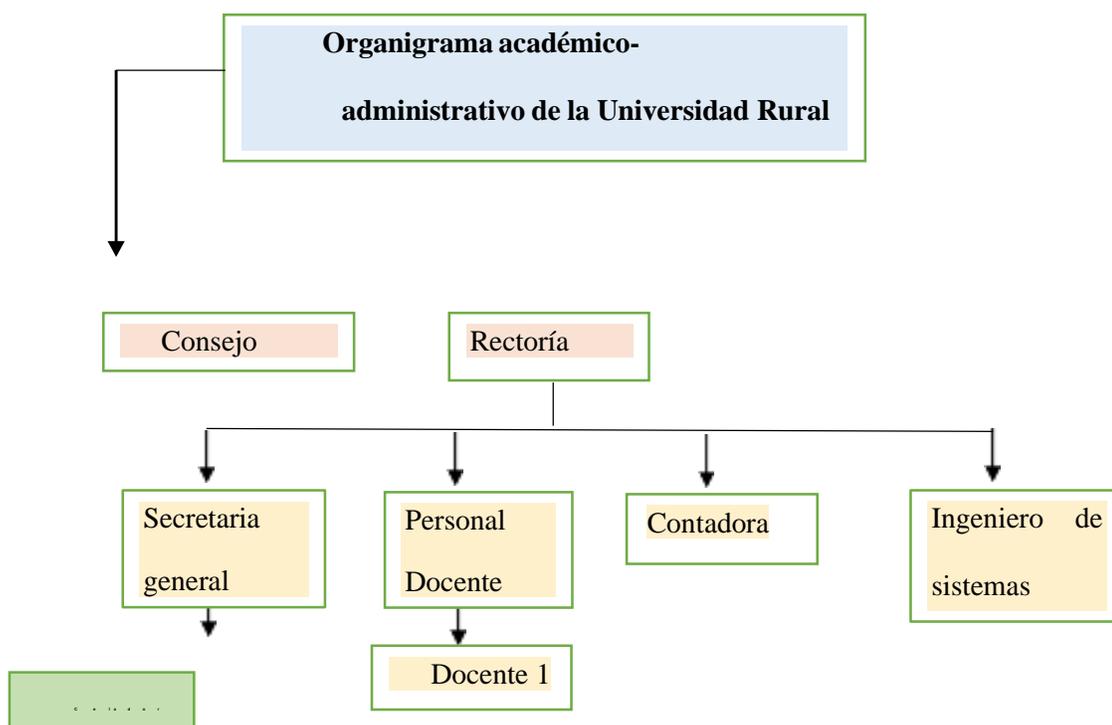
En cuanto a la parte administrativa, habrá una oficina donde estarán ubicados el rector, la

secretaria, la contadora, los docentes y el ingeniero en sistemas; cada uno con su respectivo escritorio.

Las instalaciones disponen de dos baños (femenino y masculino) con 2 cubículos cada uno.

Figura 5

Cargos y organigrama



Nota: Esta ilustración representa el organigrama diseñado para la universidad rural.

A continuación, se realiza una descripción de los cargos tanto administrativos, como académicos de la universidad rural.

Consejo directivo: es la máxima autoridad académica, administrativa y financiera como órgano de mayor jerarquía de la Universidad, puede fijar políticas de manejo y desarrollo. Este, además vela porque la marcha de la Universidad esté acorde con las disposiciones legales y crea las normas o reglamentos adecuados para el cumplimiento de los fines de la Universidad. En este caso estará conformado inicialmente por los 2 creadores de la institución.

Rector: representa a la institución en los actos públicos y privados, es responsable de la gestión académica y administrativa, y debe adoptar las decisiones necesarias para el desarrollo y buen funcionamiento de la Institución.

Secretaria: colabora con el rector en la planeación, coordinación y evaluación de las actividades académicas en cada una de las Unidades Académicas de la Universidad. Ejerce la función de los documentos y títulos de la Universidad, además de coordinar la formulación, modificación, supresión y suspensión de planes y programas de estudio.

Contadora: elabora y entrega puntual de documentos y reportes financieros, maneja y registra los libros contables.

Ingeniero de sistemas: es el garante de la estabilidad, solidez y seguridad de los sistemas informáticos de la Universidad.

Docentes: implementan y desarrollan la acción de enseñanza y aprendizaje, facilitan el proceso de aprendizaje del estudiante. Portero: vigila y ofrece seguridad a la institución educativa. Controla la entrada y salida de personas, vehículos y objetos.

Tabla 5

Salarios de la Universidad Rural

Conceptos	Cantida d	Valor unitario	Valor total
Consejo directivo	2	\$ 2.450.000	\$ 4.900.000
Rectoría	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Secretaria general	1	\$ 1.845.000	\$ 1.845.000
Personal docente	2	\$ 1.845.000	\$ 3.960.000
Contadora	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000

Ingeniero de sistemas	1	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
Celador	1	\$ 1.845.000	\$ 1.845.000
Total			\$ 18.030.00
			0

Nota: Esta tabla representa los salarios que devengaran el personal a trabajar con la universidad rural.

Descripción de equipos de oficina

Escritorio: todo el personal docente y administrativo contará con un escritorio multifuncional para que puedan desarrollar sus respectivas labores.

Sillas: cada escritorio contara con una silla ergonómica.

Computadores: se equipará al personal administrativo con un computador portátil.

Impresora: el personal administrativo tendrá a disposición una impresora para cuando searequerida por el mismo.

Tabla 6

Descripción equipos de oficina

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorios	8	\$ 229.990	\$1.839.920
Sillas	8	\$ 129.900	\$1.039.200
Computadores	3	\$ 1.649.900	\$4.949.700
Impresora	1	\$ 289.000	\$289.900
Total			\$8.117.820

Nota: La tabla representa los elementos de oficina con los que contara la universidad rural.

Procesos pre operativos

Para constituir una institución del nivel superior se deberá hacer primeramente un estudio de factibilidad socio económica que deberá demostrar entre otras cosas, que la nueva institución dispondrá de personal docente idóneo con la dedicación específica necesaria; organización académica y administrativa adecuadas; recursos físicos y financieros suficientes, de tal manera que tanto el nacimiento de la institución como el de los programas que proyecta ofrecer garanticen la calidad académica.

Una vez evaluado el estudio de factibilidad por parte de la Sala Institucional de la Comisión Intersectorial para el Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior - CONACES-, y aprobado por parte del(a) señor(a) Ministro(a) de Educación Nacional, debe tramitarse, según el orden al que pertenecerá la institución, un proyecto de ley, ordenanza o un acuerdo.

Emitida la norma de creación a la luz de las normas nacionales y registradas en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior -SNIES-, la institución puede iniciar sus actividades, pero el ofrecimiento de programas está sujeto a la aprobación de los correspondientes registros calificados conforme con la Ley 1188 de 2008.

Licencia de funcionamiento: esta licencia es “el acto administrativo motivado de reconocimiento oficial por medio del cual la secretaría de educación de una entidad territorial certificada autoriza la apertura y operación de un establecimiento educativo privado dentro de su jurisdicción”.

Seguro de incendios y catástrofes: cubre las pérdidas y daños causados por el fuego, el calor, el humo, la caída de un rayo o una explosión generada por incendio, ampara los daños

ocasionados a los bienes asegurados como consecuencia de vientos fuertes, huracanes, ciclones y tornados, también terremotos, temblor de tierra, erupción volcánica y tsunamis.

Seguro de equipo electrónico: este seguro respalda errores humanos y situaciones que perjudican el adecuado funcionamiento de los elementos electrónicos de su organización.

Localización

La institución educativa Universidad Rural, tal como su nombre lo indica queda ubicada en una zona rural, específicamente en la vereda Chiquita del municipio de Sogamoso. Su ubicación es una decisión estratégica, ya que el objetivo es que la comunidad de esta zona pueda tener acceso a una educación de calidad cerca a ellos y no tengan la necesidad de trasladarse grandes distancias para obtener este servicio.

Si bien su ubicación favorece a la comunidad de la zona, sus vías de acceso presentan dificultades para desplazamiento, las cuales se hacen más notables ante factores ambientales como la lluvia.

La infraestructura de la institución se tomará en alquiler al colegio que opera en la zona, durante los fines de semana, puesto que, solo los días viernes y sábado se dictarán clases.

Proyecciones de ventas

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda,

por tal razón nuestra proyección de ventas va a ser para el primer año, es así que en este primer año queremos contar con una población estudiantil de 80 estudiantes divididos en dos semestres, 20 estudiantes de tecnología con un costo por semestre individual de \$ 2.000.000 y 20 estudiantes profesionales con unas ventas anuales aproximadas de \$400.000.000. Estas ventas son únicamente de o datan de matrículas. de con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

Tabla 7

Cálculo de la demanda anual

Población objetivo	Población juvenil de escasos recursos.
Consumo promedio (anual)	80 aspirantes
Total consumo (anual)	80
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	100% de mercado al que desean 40.
Total demanda potencial	100%

Nota: La tabla representa la demanda anual con que contara la universidad rural.

Por lo tanto, para el primer año el cálculo de nuestra demanda será de aproximadamente de 80 estudiantes, pues la oferta es de cuarenta en el primer semestre y de 40 para el siguiente semestre del año en curso.

Tabla 8

Proyecciones de ventas (unidades)

	Año 1
TOTAL	80
Enero	40
Febrero	0
Marzo	0
Abril	0
Mayo	0
Junio	40
Julio	0
Agosto	0
Septiembre	0
Octubre	0
Noviembre	0
Diciembre	0

Nota: Es estacional, ya que en el transcurso de enero y junio un total de 80 que estudian son inscritos. Además, no se tiene en cuenta los meses de febrero, marzo, abril, mayo, julio, agosto, septiembre, octubre y diciembre, puesto que en estos meses no tendremos actividad de ventas, debido a que los programas ofertados son semestrales y se hacen los procesos de matrículas en los meses de enero y junio para el respectivo semestre académico.

Precio de venta

Tabla 9

$$\text{Punto de equilibrio PE} = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo de venta})$$

	Año 1
Total costos fijos	21.680.000
Total costos variables	
Papelería e insumos para oficina	200.000

Número de unidades	1
Costo total promedio unitario	21.480.000
Costo promedio unitario	21.480.000
Costo variable unitario	200.000
Precio de venta sin IVA	4.201.680,67
Precio de venta con IVA	5.000.000
Margen de utilidad promedio	16.480.000
Punto de equilibrio en unidades	107,4

Nota: La tabla representa el punto de equilibrio que necesita la universidad rural para generar ganancias. Es decir que para vender punto de equilibrio la universidad debe vender 107 unidades para alcanzar dicho punto.

Proyecciones ingresos por ventas

Tabla 10

Proyecciones de ingresos por ventas (semestral)

	ENE	F E B	M A R	A B R	M A Y	JUN	J U L	A G O	S E P	O C T	N O V	D I C
total ventas	\$ 200.000. 000	0	0	0	0	\$ 200.000.0 00	0	0	0	0	0	0
descuentos por ventas	\$ 4.255. 740	0	0	0	0	\$ 4.255. 740	0	0	0	0	0	0
ventas netas	\$ 195.744. 260	0	0	0	0	\$ 195.744.2 60	0	0	0	0	0	0
% de ventas a contado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Nota: Para esta tabla tuvimos en cuenta las ventas semestrales, ya que las mensuales no serreflejarían y serian valores negativos.

Tabla 11

Proyecciones de ingresos por ventas

	Año 1
Total ventas	400.000.000
Descuentos por ventas	8.511.480
Ventas netas	391.489.480
% de ventas a contado	100
% de ventas a crédito	0

Nota: Al realizar esta tabla se pudo analizar que las ventas anuales son enormes y esto nos ayuda a pensar que podríamos impulsar nuevos programas y agrandar nuestra infraestructura.

Capital de trabajo

Tabla 12

Capital de trabajo

Concepto	valor
Papelería	200.000
Internet	250.000
Agua	200.000
Luz	500.000
Otros gastos (impuestos)	1.000.000
Marketing	500.000
Arrendamiento	1.000.000
Personal administrativo	18.030.000
Total	21.680.000

Nota: La tabla representa los diferentes ítems que generan los costos y así se define el capital de trabajo.

Tabla 13

Flujo de caja semestral

	E	F Z	M A	A B	M Y	JN	J L	A G	S	N	D
Ingresos											
Ventas	\$ 195.74 4.260	0				\$ 195.74 4.260	0	0			0
Total ingresos	\$ 195.74 4.260	0				\$ 195.74 4.260	0	0			0
Egresos											
Compra material prima e insumos	\$ 1.000 .000	0	0	0	0	\$ 1.000 .000	0	0			0
Remuneración personal operativo	\$ 38.525 .000	0	0	0	0	\$ 38.52 5.000	0	0	0	0	0
Gastos generales de operación	\$.000	0	0	0	0	\$ 0.000	0	0			0
Remuneración administrativos	\$ 52.975 .000	0	0	0	0	\$ 52.97 5.000	0	0			0
Gastos de administración	\$ 25.975 .000	0	0	0	0	\$ 25.97 5.000	0	0			0
Gastos financieros	\$ -	0	0	0	0	\$ -	0	0			0
Gastos de marketing	\$ 5.000 .000	0	0	0	0	\$ 5.000 .000	0	0			0
Otros gastos	\$ 6.000 .000	0	0	0	0	\$ 6.000 .000	0	0			0
Total egresos	\$ 139.72 5.000	0	0	0	0	\$ 139.72 5.000	0	0			0
Flujo mensual (diferencia entre los egresos y los ingresos)	\$ 56.01 9.260	0	0	0	0	\$ 56.01 9.260	0	0	0	0	0

Nota: La tabla representa el flujo mensual en este caso semestral, y arroja un valor positivo, esto indica que el negocio es totalmente viable.

Tabla 14

Saldos acumulados (en miles)

	E		F	M	A	M	JN		J	A	S	O	N	D
			Z	B	Y				L	G				
Flujo mensual		\$	0	0	0		\$	0	0	0	0	0	0	0
		56.019.26					56.019.26							
		0					0							
Flujo mensual acumulado		\$	0	0	0	0	\$	0	0	0	0	0	0	0
		23.980.74					23.980.74							
		0					0							

Nota: La tabla representa los saldos acumulados que genera la universidad rural.

Inversiones

Inversión inicial

Tabla 15

Inversión total

	Concepto	
Activos fijos	Maquinaria y equipo, (incluye muebles enseres y equipos de oficina)	\$45.554.900

	Servicios (agua, luz e internet)	\$950.000
	Adecuación del local o espacio de producción	2.000.000
	Gastos legales de constitución	\$3.000.000
	Marketing	\$500.000
	Arriendo	\$1.000.000
	Sueldos	\$18.030.000
Instalaciones y puesta en marcha		
Total		\$71.034.900

Nota: La tabla representa los gastos que se emplean en la construcción y viabilidad de la universidad rural; esto da a entender que la inversión inicial es suficiente para llevar con éxito dicho proyecto.

Fuentes de capital de inversión

Capital inicial

Aportes de socios

Nancy Malangón: \$ 20.000.000 Cristian González \$ 20.000.000

Estado/ Gobernación: \$ 40.000.000

Capital de inversión total: \$80.000.000

Conclusiones

La creación e implementación de la universidad rural constituye un poderoso recurso para evitar esa diseminación galopante traducida en la diáspora del campesinado ante la falta de oportunidades cuyos efectos son contundentes puesto que alimentan el cordón de miseria y delincuencia de las grandes urbes. Mediante esta estrategia se configura la pauta que se dirige a comenzar la erradicación del éxodo rural, con el fin de sacarle el jugo al sector agropecuario.

La innovación social es fiel a la búsqueda del interés general por encima del interés particular, es por eso que la puesta en marcha de la universidad rural que, focaliza al campesinado abandonado durante siglos por la ausencia estatal, dentro del propósito de lograr igualdad educativa, tecnológica, científica y económica.

El modelo de *design thinking*, es una herramienta que le permite al emprendedor impulsar su proyecto y llevar a feliz término esa idea de negocio con una serie de fases que se distribuyen de la siguiente manera: empatía, definición, ideación, prototipado y testeado, que, de una manera sencilla, práctica y asequible le permitirá dar un orden a todas esas ideas que rondan en la cabeza y reunir esos hallazgos necesarios para realizar con éxito el proyecto.

Por supuesto, esa universidad rural proyecta en sus destinatarios, los canales idóneos para el proceso de mercadeo desde la vereda hasta la nación entera, de tal manera que haya continuidad y se pueda enfrentar con éxito la volatilidad de la moneda nacional como arma de clara sostenibilidad.

Desde luego, la proyección operativa y financiera está íntimamente ligada con el numeral anterior, que no puede desconocer la rentabilidad que garantiza el crecimiento

y la sostenibilidad en su camino a la solvencia actual y futura y no quedarse únicamente en el presente, claro que será imperioso mirar el pasado para no repetir las dolorosas experiencias de la improvisación, es así que hay que hondar en auténticas políticas de estado en el corto mediano y largo plazo.

Bibliografía

- Alexander Cotte Poveda, M. d. (2014). Pobreza, violencia y desarrollo económico, en la provincia de sugamuxi. *Bioetica*, 263-7.
- Altablero. (2001). Más campo para la educación rural. *Altablero*, 1.
- DaSilva, D. (24 de Febrero de 2021). ¿Qué es el mercado objetivo? 5 pasos para definir el tuyo.
- Web Content & SEO Associate, LATAM*, pág. 1.
- Latinoamérica (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>
- Nacional, M. d. (2018). *plan especial de educación rural*. Bogota.
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 2 Innovación Social. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21688>
- Parra, A. J. (2018). Educación rural en Colombia: el país olvidado, antecedentes y perspectivas en el marco del posconflicto. *Nodos y Nudos*, 52-65.
- Sánchez, C. (08 de febrero de 2019). Títulos y Subtítulos. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/formato/titulos-y-subtitulos/>