

**MÓDULO EDUCATIVO EN EMPRENDIMIENTO Y CREACION DE
EMPRESAS PARA LA FORMACIÓN DE EGRESADOS
BACHILLERES DEL SECTOR ARBORIZADORA ALTA
DISPUESTOS A CONTINUAR CON ESTUDIOS POST-
SECUNDARIOS**



**MARGARITA MONTALVO VARÓN
MARÍA ISABEL QUINTERO DUCUARA**

**UNIVERSIDAD LIBRE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CENTRO DE INVESTIGACIONES E INSTITUTO DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA
BOGOTÁ D.C.**

2013

**MÓDULO EDUCATIVO EN EMPRENDIMIENTO Y CREACION DE
EMPRESAS PARA LA FORMACIÓN DE EGRESADOS
BACHILLERES DEL SECTOR ARBORIZADORA ALTA
DISPUESTOS A CONTINUAR CON ESTUDIOS POST-
SECUNDARIOS**

**MARGARITA MONTALVO VARÓN
MARÍA ISABEL QUINTERO DUCUARA**

**Trabajo de grado para optar el título de Especialista en Docencia
Universitaria**

Asesor: Mg. Diego Castro Castro

**UNIVERSIDAD LIBRE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CENTRO DE INVESTIGACIONES E INSTITUTO DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA**

BOGOTÁ D.C.

2013

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá D.C., 2 de julio de 2013

“A mis **padres**, por su amor, dedicación y entrega durante toda mi vida.

A mis **hijos** quienes son el motor de mi vida.

A mi **esposo** por su apoyo incondicional.”

Margarita Montalvo Varón

“A mi **Madre** por su apoyo incondicional.

Y a mi **hijo**, mis **hermanos** y **sobrinos** por su apoyo moral.”

María Isabel Quintero Ducuara

Las autoras expresan sus agradecimientos:

A Dios por haberles dado fuerza y salud, para llegar hasta la finalización de este proyecto.

A la Comunidad Arborizadora Alta, por permitir realizar esta investigación.

A sus familias quienes fueron fundamentales con su apoyo en todo momento, sus consejos, su comprensión y su amor. Y en forma muy especial a Esteban y Santiago, quienes sintieron grandemente la ausencia de sus madres.

Al asesor quien con su trabajo y orientación les brindó las herramientas necesarias para llevar a cabo este proyecto.

A la Universidad Libre de Colombia que a través de los diferentes docentes de la especialización, compartió con ellas sus conocimientos y experiencias, permitiendo el logro de los objetivos propuestos.

A María de Jesús Montalvo Varón, por su paciencia y colaboración durante todo el proceso.

CONTENIDO

	Página
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	13
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	15
1.1 ANTECEDENTES	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	21
1.4 JUSTIFICACIÓN	21
1.5 OBJETIVOS	23
1.5.1 Objetivo general	23
1.5.2 Objetivos específicos	23
2. MARCO REFERENCIAL	24
2.1 MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	24
2.1.1 Currículo Modular	24
2.1.2 Ciclos Propedéuticos	27
2.1.3 Investigación Descriptiva	28
2.1.4 Módulo educativo	30
2.1.5 Emprendimiento	33
2.1.6 Motivación y motivación hacia el emprendimiento	37
2.1.7 Características de los jóvenes de 18 a 24 años	40
2.2 MARCO LEGAL	42

	Página
3. DISEÑO METODOLÓGICO	46
3.1 ENFOQUE, MÉTODO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	46
3.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.3 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	48
3.4 CARACTERIZACIÓN DEL CONTEXTO Y LA POBLACIÓN	49
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PROPUESTA	53
4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS	53
4.1.1 Encuestas	54
4.1.2 Entrevistas	64
4.1.3 Entrevistas abiertas	68
4.1.4 Resumen información relevante de las entrevistas	71
4.1.5 Observación	79
4.2 PROPUESTA	83
4.2.1 Pilotaje del módulo Uno	85
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91
5.1 CONCLUSIONES	91
5.2 RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA Y SITOGRAFÍA	93
ANEXOS	103

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Grado de escolaridad según rango de edad	51
Tabla 2. Ubicación a nivel Bogotá y Nacional de los colegios de Arborizadora Alta	51
Tabla 3. Número de estudiantes que presentaron pruebas saber 11 Arborizadora Alta	52
Tabla 4. Edad de jóvenes bachilleres encuestados	54
Tabla 5. Género de jóvenes bachilleres Arborizadora Alta	55
Tabla 6. Interés en crear empresa	56
Tabla 7. Interés en capacitarse para crear empresa	57
Tabla 8. Tipo de empresas que quieren crear	58
Tabla 9. Tipo de capacitación que prefieren	59
Tabla 10. Temas de interés	60
Tabla 11. Otros temas de interés	61
Tabla 12. Costo de capacitación	62
Tabla 13. Resumen entrevistas hechas a funcionarios de instituciones	65
Tabla 14. Resumen entrevistas hechas a microempresarios de Arborizadora Alta	66
Tabla 15. Resumen de datos generales entrevistas	73
Tabla 16. Negocios más numerosos del barrio	81
Tabla 17. Negocios de Arborizadora Alta	82
Tabla 18. Estadísticas del pilotaje	86

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Edad de jóvenes bachilleres encuestados	55
Figura 2. Género de jóvenes bachilleres Arborizadora Alta	55
Figura 3. Interés en crear empresa	56
Figura 4. Quieren capacitarse para crear empresa	57
Figura 5. Tipo de empresas que quieren crear	58
Figura 6. Tipo de capacitación que prefieren	59
Figura 7. Temas de interés	60
Figura 8. Otros temas de interés	61
Figura 9. Costo de capacitación	62
Figura 10. Resumen de datos generales entrevistas	76
Figura 11. Mapa de microempresas en el barrio Arborizadora Alta	80
Figura 12. Negocios más numerosos del barrio	81
Figura 13. Estadísticas del pilotaje	89

LISTA DE ANEXOS

	Página
Anexo A. Módulo Uno: Ventajas de constituir empresa con los requisitos legales	103
Anexo B. Estructura módulos Dos y Tres	154
Anexo C. Pilotaje módulo UNO	156
Anexo D. Formato de encuesta	160
Anexo E. Formato guía de Entrevista	162
Anexo F. Formato de observación	163
Anexo G. Registro fotográfico	165

RESUMEN ANALÍTICO DE EDUCACIÓN

TIPO DE DOCUMENTO: Trabajo de Grado de Especialización

TÍTULO DEL DOCUMENTO: Módulo educativo en emprendimiento y creación de empresas para la formación de egresados bachilleres del sector Arborizadora Alta dispuestos a continuar con estudios post-secundarios.

ACCESO AL DOCUMENTO: Dirigido especialmente a egresados bachilleres que quieran ser empresarios y al público en general. El documento final se podrá consultar en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Libre, sede Bosque Popular.

AUTORAS: Margarita Montalvo Varón y María Isabel Quintero Ducuara

PALABRAS CLAVE: Currículo modular, ciclos propedéuticos, módulo educativo, emprendimiento, motivación, motivación hacia el emprendimiento, características de jóvenes de 18 a 24 años.

DESCRIPCIÓN: Este trabajo de investigación se fundamenta principalmente en la necesidad sentida, de los egresados bachilleres de Arborizadora Alta, quienes debido a su especial situación, requieren de un modelo educativo económico y de fácil acceso para continuar con estudios post secundarios. Igualmente, busca brindar la capacitación que ellos necesitan sin sacarlos del medio empresarial donde viven.

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, tipo de investigación descriptiva ya que evidencia realidades sociales que merecen un manejo en su contexto. Los datos obtenidos fueron cualitativos y cuantitativos, los instrumentos de recolección de información fueron encuestas, entrevistas y observación.

Al final de esta investigación se deja planteado un módulo, y estructurados otros dos, los cuales se han enfocado principalmente a la motivación y generación de conocimientos relacionados con emprendimiento y creación de empresas con requisitos legales. Dichos módulos se dirigen a jóvenes bachilleres con el objetivo de que creen empresa dentro de las normas legales o bien ayuden a sus padres y vecinos en la legalización de las empresas ya constituidas; La intención primordial de estos módulos es que sean acogidos por el SENA o alguna Institución de educación superior y se apliquen mediante ciclos propedéuticos, garantizando que al finalizar cada etapa, los jóvenes adquieran además de conocimientos una certificación que les permita continuar su proceso formativo de manera secuencial y ascendente.

INTRODUCCIÓN

Excelente maestro es aquel que, enseñando poco, hace nacer en el alumno un deseo grande de aprender.

Arturo Graf

La finalidad principal de este trabajo de investigación es ***Proponer el diseño de módulos educativos en emprendimiento y creación de empresas para la formación de egresados bachilleres del sector Arborizadora Alta dispuestos a continuar con estudios post-secundarios.***

De acuerdo con consultas, indagaciones y observación, se determina que en Arborizadora Alta, existe un gran número de jóvenes que terminaron su bachillerato y por no haber accedido a la universidad debido a diferentes circunstancias, se encuentran desvinculados tanto académica como laboralmente.

Se analizan los contextos: teórico conceptual y legal, encontrando razones claras y argumentos suficientes que condujeron a la elaboración de la propuesta.

Algunos antecedentes relacionados con la propuesta se evidencian, en Viera, Pérez y Paredes¹. Ellas, mediante un artículo, presentan los resultados de una investigación, la cual hizo seguimiento durante cuatro semestres, a un grupo de estudiantes universitarios empresarios, los cuales fueron capacitados en emprendimiento y debían desarrollar las prácticas en sus propias empresas.

¹ VIERA, Aixa, PÉREZ, Ariane y PAREDES, María. La Pedagogía Crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios. En: Pensamiento & Gestión, 24. Universidad del Norte. ISSN 1657-6276 2008. Disponible en http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/24/3_La%20pedagogia%20critica.pdf

El artículo *El diseño modular como marco en la formación permanente del profesorado*², indica las etapas de elaboración de un módulo y las ventajas de la educación modular, para finalmente presentar su modelo.

Por otro lado el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), tiene dentro de sus módulos de formación, uno denominado *Formación para el Emprendimiento*, donde se resalta la necesidad de romper con la formación de dependencia y dar paso a la formación para generar empleo.

La investigación fue de enfoque cualitativo, método investigación descriptiva, utilizó instrumentos de recolección de datos como encuestas, entrevistas y observación. El diseño del trabajo consta de Introducción, cuatro capítulos, conclusiones y recomendaciones, bibliografía y seis anexos. El primer capítulo describe el desarrollo de la investigación como tal y la forma como se llegó a la propuesta. El segundo capítulo hace referencia a la sustentación real y legal de la propuesta, el tercero al diseño metodológico, el cuarto al análisis de resultados y a la propuesta propiamente dicha y en los anexos se presentan los instrumentos de recolección de información, registro fotográfico, el desarrollo de un módulo y la estructura de dos módulos.

Se espera que de una u otra forma esta propuesta pedagógica contribuya a cambiar esta situación en la comunidad y de ser posible, estos módulos puedan ser acogidos y aplicados por instituciones educativas, bien sea de este sector o de otros sectores de la ciudad o del país, teniendo en cuenta que el tema de que tratan es de interés tanto nacional como internacional.

² LÓPEZ GARCÍA-CANO, Juana María. El diseño modular como marco en la formación permanente del profesorado. Modelo de actuación propuesto. En: Revista Interuniversitaria de formación del profesorado, ISSN 0213-8646 No. 2, 1988. [Recuperado el 27 de marzo de 2013]. Disponible en dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=117552

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

En Chile, a raíz del poco ingreso de jóvenes, a las instituciones de educación superior, se unieron varias de ellas y formaron una red a la que le denominaron **Red de Propedéutico**. La Red puntualiza que existen jóvenes talentosos y meritorios que pueden tener desempeño académico satisfactorio en una carrera universitaria. Que los estudiantes que obtengan los primeros puestos a nivel académico en el reporte de sus notas finales deben tener acceso a la universidad, también informa que la propuesta se focaliza especialmente a los educandos de más vulnerabilidad escolar, social y económica.

Hay experiencias que desarrollan programas de conexión de las empresas con las escuelas de manera muy innovadora, otras que focalizan su acción en dar soluciones de acceso a la escuela a través de espacios flotantes, llegando así a lugares remotos, incluso hay una experiencia de uso de tecnología adaptada al lenguaje braille. En definitiva son experiencias con gran impacto, pero que fundan sus acciones en el conocimiento real del problema y desde ahí ofrecen soluciones distintas, son altamente asociativas, muy emprendedoras y con gran valentía de proponer nuevas miradas en contextos altamente vulnerables³.

Teniendo en cuenta que el problema que dio origen a esta investigación es el no acceso a la universidad, por parte de los jóvenes bachilleres de Arborizadora alta, se toma como antecedente lo descrito por la UNESCO⁴, que narra cómo en Chile,

³ RAAD, Ana María. Ingreso de jóvenes Chilenos a la Universidad. Red de Universidades Propedéutico UNESCO, 2012. Disponible en <http://www.propedeutico.cl.inserto.jpg>

⁴ SANTIAGO DE CHILE. UNESCO Plataforma chilena gratuita que prepara la prueba de ingreso a la universidad gana premio internacional de la Fundación Qatar. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/press-room/single>

a través de una plataforma virtual gratuita están preparando a los estudiantes de último año para que puedan pasar el examen de ingreso a la universidad y puedan acceder a ella de forma gratuita. Igualmente especifica que el 60% de los usuarios de la plataforma son jóvenes de escuelas públicas, en sectores de bajos ingresos y residentes en zonas remotas, de manera que la plataforma reduce las brechas socio-económicas y geográficas.

Según el propulsor de la Red de Universidades Propedéutico UNESCO⁵, para lograr una mayor inclusión de estudiantes a las universidades en Chile, se estableció un nuevo ranking de notas dentro de cada establecimiento de educación media, ranking que a partir del 2013 se utilizará como componente en el puntaje de acceso a la selección universitaria lo que beneficiará a todos aquellos estudiantes que hayan obtenido mejor puntaje en el ranking que en la prueba de Ingreso a la Universidad, lo que considera la UNESCO un importante aporte para la inclusión.

En el informe ***Programas de acceso a la educación superior en Estados Unidos***⁶, se plantea que el problema de acceso a la educación superior en este país es bastante similar al problema de Chile; que dentro de él se contemplan las limitaciones de ingreso a las universidades de las personas con niveles socioeconómicos o culturales bajos y las minorías raciales, especialmente el caso de los afroamericanos y los latinos; que para minimizar esta problemática, han desarrollado programas tendientes a mejorar este ingreso, entre los cuales se

[new/news/plataforma_chilena_gratuita_que_prepara_la_prueba_de_ingreso_a_la_universidad_gana_premio_internacional_de_la_fundacion_qatar/](http://www.unesco.org/new/es/santiago/new/news/plataforma_chilena_gratuita_que_prepara_la_prueba_de_ingreso_a_la_universidad_gana_premio_internacional_de_la_fundacion_qatar/)

⁵ www.unesco.org/new/es/santiago

⁶ PÉREZ MEJÍAS, Paulina. Programas de acceso a la educación superior en Estados Unidos, 2009. Disponible en issuu.com/fundación.equitas/docs/outrach_programs_paulina_perez

cuenta con preparación académica, apoyo con becas y préstamos subsidiados, asesorías a padres, actividades de motivación, entregas de información entre otros.

El Coordinador de Programa del Observatorio Centroamericano para la Incidencia en Políticas Educativas (OCIPE)⁷, en el artículo denominado ***El fracaso del ingreso a la universidad, un problema nacional***, indica que en Nicaragua cada año recibe a través de los medios de comunicación noticias sobre el fracaso estudiantil en las pruebas de ingreso a las universidades públicas. También exterioriza que la cultura más relevante en el país hace creer a los padres y madres de familia que sus hijos bachilleres deben ingresar a la universidad como única salida a su futuro, olvidando que existen otras alternativas de formación técnica, tanto de nivel básico, como medio y superior, tal vez debido a que estas oportunidades no se promueven en la medida requerida, lo que hace que los chicos o aspiren a entrar a la Universidad o se presenten a un trabajo, que no podrán lograr por no contar con la preparación exigida, quedando a la merced del ocio, la delincuencia y la drogadicción.

García Moreno⁸ en su artículo ***Jóvenes que no ingresan a la universidad*** describe la situación mexicana donde tan solo un poco más del 25% de los jóvenes entre los 19 y los 23 años ingresan a estudios superiores universitarios, siendo privilegiados al lograr ingresar a una universidad. Considera además que las universidades se ven afectadas por el atraso educativo; las universidades públicas no pueden cubrir la demanda dada la creciente dinámica demográfica del

⁷ GIL, Rafaél Lucio. El fracaso del ingreso a la universidad un problema nacional, 13 de Enero de 2011. En: IDEUCA. Universidad Argentina de la Empresa. Disponible en www.elnuevodiario.com.ni/opinion/92343

⁸ GARCIA MORENO, Miguel. Jóvenes que no ingresan a la universidad, 2012. Disponible https://docs.google.com/presentation/d/10_Ug4xDqrjdO8RK9u36AHdaJIN-yX6WklotArBOFO-M/edit?pli=1#slide=id.gcc27762_0_7

país; por otro lado, las universidades privadas se afectan debido al no aumento de jóvenes con condiciones económicas para solicitar sus servicios.

En el artículo ***Equidad en el acceso a la Universidad Nacional de Colombia. Programas de admisión especial***⁹, se ilustra acerca de los diferentes programas especiales (PAES), que ha establecido la universidad...”con la misión de permitir a la población colombiana el acceso a la educación superior como factor de promoción del desarrollo social de las colectividades y el mejoramiento de la calidad de vida de individuos y grupos”. Relata en este artículo, que con el fin de garantizar la equidad en el acceso a la universidad, se ha promovido reconociendo las diferencias y las condiciones académicas, económicas, geográficas y culturales que determinan las opciones de acceder a la educación superior, los programas de admisión especial.

Para los países en vía de desarrollo, como lo es Colombia, es de vital importancia formar una fuerza de trabajo altamente calificada y motivada. Este aspecto mejorará la competitividad del país tanto internamente como en el exterior.

Es por esta razón que en el año 2007, el SENA, a través del fondo Emprender y en convenio con la revista Dinero, publicó seis cartillas dirigidas a “orientar a quienes quieran hacer empresa o sueñen ser empresarios”¹⁰. Al conjunto de las cuatro primeras las denominó ***Mentalidad Emprendedora un proyecto de vida para aprender a emprender***.

⁹ MAYORGA R., Martha Lilia. Equidad en el acceso a la Universidad Nacional de Colombia. Programas de Admisión Especial. Universidad Nacional de Colombia, 2002. Disponible en: http://www.bdigital.unal.edu.co/3667/10/10_Equidad_en_el_acceso_a_la_Universidad_Nacional_de_Colombia_programas_de_admisi%C3%B3n_especial_03_2A.PDF

¹⁰ RESTREPO QUINTERO, Mario. (Coord). Mentalidad Emprendedora un proyecto de vida para aprender a emprender. Bogotá D. C.: SENA y Publicaciones Dinero S.A., 2007. p. 3.

Específicamente en la localidad de Ciudad Bolívar (Sedes Jerusalén y Libertador), el SENA, en convenio con el Instituto San Pablo Apóstol, prepara técnicos y tecnólogos con orientación a oficios y artes, esta capacitación está restringida a los estudiantes del antes mencionado Instituto.

Adicionalmente, existe un convenio de la Universidad Panamericana con el gimnasio Erasmo de Rotterdam, que consiste en la aplicación de módulos de mercadeo a través del área de emprendimiento y está dirigido a los grados décimo y undécimo.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el sector de Arborizadora Alta ubicado en la zona 19 de Ciudad Bolívar, con estrato socioeconómico uno y dos¹¹, el ingreso económico de sus habitantes es bajo, dificultando la financiación de educación superior para los hijos, en una universidad privada. Si bien es cierto que Ciudad Bolívar cuenta con una sede de la Universidad Distrital y una de la Uniminuto, las oportunidades de ingreso son limitadas debido a la gran demanda, ya que la población que aspira a una oportunidad de formación profesional asciende a los 75 mil jóvenes de los cuales 2069 pertenecen a Arborizadora Alta¹²; por lo que estos jóvenes, en su mayoría, deben ingresar al mercado laboral, para, colaborar con el ingreso de sus familias; de tal manera que si desean continuar su formación profesional requieren de flexibilidad horaria y financiación.

¹¹ BOGOTÁ. SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN. Estratificación socio económica Urbana Localidad No. 19-Ciudad Bolívar, 2009. Disponible en <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/Informaci%F3nTomaDecisiones/Estratificaci%F3n%20Socioecon%F3mica/Mapas/LOCA19.pdf>

¹² BOGOTÁ. SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN. Conociendo la localidad de Ciudad Bolívar. Diagnóstico de los aspectos físicos demográficos y socioeconómicos 2009. Disponible en : www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/ciudadania/publicaciones%20sdp/publicacionesSDP/19ciudad_bolivar.pdf

Según la Secretaría de Educación Distrital de Bogotá¹³, existen, en esta localidad, 43 (cuarenta y tres) Instituciones Educativas, de las cuales dos están ubicadas en Arborizadora Alta, y anualmente gradúan bachilleres. De acuerdo con el informe de veeduría 2006 se estima que el 85%¹⁴ de estos jóvenes, no tienen acceso a la educación superior.

Las universidades que hacen presencia en la zona ofrecen programas tecnológicos y profesionales, entre ellos algunos como Mercadeo, Contaduría Pública y Administración Financiera, pero los factores antes mencionados limitan su cobertura.

Las Universidades oficiales, que ofrecen costos de matrículas menores (dejando de lado el costo del desplazamiento), tienen gran demanda, lo que hace más difícil el acceso a éstas. En cuanto a las universidades privadas, por sus altos costos, reducen las oportunidades de esta población.

Con base en observaciones y entrevistas realizadas en el sector, se pudo comprobar, que un gran número de jóvenes, se encuentran desvinculados laboral y académicamente (Véase capítulo 4).

De acuerdo con el Censo Ciudad Bolívar realizado en el 2007, por la cámara de Comercio y la Alcaldía Local, tan solo el 8%¹⁵ de las viviendas cuentan con equipos de cómputo y el 3.89% con conexión a Internet, lo que evidencia, que les es difícil el acceso a internet y les impide capacitarse mediante programas virtuales.

¹³BOGOTÁ. SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DEL DISTRITO. <http://www.sedbogota.edu.co/index.php/directorio-de-colegios.html>.

¹⁴ BOGOTÁ. ALCALDÍA LOCAL CIUDAD BOLIVAR. Informe de veeduría 2006. Proyecto 5474-Apoyo para estudios en educación superior, acceso tecnológico, participación y concertación para el mejoramiento de la educación, 2006. Disponible en www.bogota.gov.co/portel/libreria.doc

¹⁵ BOGOTÁ. CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ Y ALCALDÍA CIUDAD BOLIVAR. Censo Ciudad Bolívar, 2007.

Si a los jóvenes no se les ofrece una alternativa de capacitación posterior a su bachillerato que les genere interés en crear su propia fuente de ingresos y ofrecer empleo a otros, la situación social de los egresados de Arborizadora Alta puede llegar a ser más grave, puesto que al estar desvinculados tanto laboral como académicamente, son susceptibles de adquirir vicios y ser contactados por delincuentes que los inciten al crimen, por ejemplo.

Con el fin de buscar una solución al problema, teniendo en cuenta el alto interés de los jóvenes bachilleres en crear empresa y capacitarse para ello, además del hecho de que la mayoría de las microempresas del sector, funcionan de manera informal; se propuso el diseño de módulos educativos en emprendimiento y creación de empresas como una alternativa de formación post-secundaria: económica, flexible en cuanto a horario y presencial.

La intención primordial de estos módulos es que sean acogidos por el SENA o alguna Institución de educación superior y se apliquen mediante ciclos propedéuticos, garantizando que al finalizar cada etapa, los jóvenes adquieran además de conocimientos una certificación que les permita continuar su proceso formativo de manera secuencial y ascendente.

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué características didácticas debe contemplar una propuesta modular que ofrezca a los bachilleres de Arborizadora Alta, cursar estudios post-secundarios para el emprendimiento y la creación de empresas?

1.4 JUSTIFICACIÓN

En búsqueda de una solución para la problemática de los jóvenes egresados y con el ánimo de aprovechar la oportunidad que brinda el sector microempresarial, se

efectuó revisión bibliográfica, se realizaron observaciones, entrevistas y se aplicaron encuestas, que permitieron conocer las expectativas en el campo educativo y el interés en capacitación relacionada con la creación de empresas (Anexos D, E, F).

Este proceso arrojó hechos como:

- Que el 70.83% de los encuestados, quieren adelantar estudios post-secundarios y el 69.44% quieren crear empresa y capacitarse para ello.
- Según el informe de resultados de los **Talleres EnREdate en procesos de comunicación participativa**, es necesaria la “formación en gestión empresarial y mercadeo en la zona”¹⁶.
- Los jóvenes carecen de los recursos financieros necesarios para ingresar a la universidad.
- El 8% de las viviendas tienen equipo de cómputo y 3.89% acceso a internet.
- En Arborizadora Alta se observaron alrededor de 250 microempresas, en su mayoría funcionan de manera informal.
- El gobierno nacional a través de la Ley 1014 de 2006, en el Artículo 13 establece que es obligatoria la enseñanza y el fomento de la cultura del emprendimiento en todo nivel educativo.

Teniendo en cuenta las anteriores situaciones, surgió la idea de diseñar módulos educativos, que brinden formación a los egresados bachilleres de Arborizadora Alta, y además les genere motivación para aprender acerca de las mipymes, con flexibilidad horaria, bajos costos y que se constituya en un puente entre la media vocacional y la educación superior.

¹⁶ BOGOTÁ. ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ. Informe de resultados Talleres EnREdate en procesos de comunicación participativa, 2005. p.5. Disponible en: www.culturarecreacionydeporte.gov.co/comunicacion_comunitaria/proceso%20de%202005/3a.Talleres%20DRPsistematizacion05.doc

Estos módulos darán oportunidad a jóvenes, que terminaron sus estudios de secundaria y se encuentran desvinculados laboral y académicamente, para adquirir conocimientos y ser competentes en la creación y/o formalización de empresas. Podrán desarrollar prácticas en las empresas del sector, ayudar a su familia, comunidad y crear su propia empresa.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general. Diseñar una propuesta modular teórico práctica que permita a los egresados bachilleres de Arborizadora Alta, cursar estudios post-secundarios orientados hacia el emprendimiento y la creación de empresas.

1.5.2 Objetivos específicos. Identificar las expectativas y necesidades educativas de los egresados bachilleres en lo relacionado con emprendimiento y creación de empresas.

Consolidar la información requerida para el diseño de la propuesta modular.

Estructurar módulos educativos que aporten a los egresados bachilleres herramientas, conocimientos y habilidades para el emprendimiento y la creación de empresas.

Validar a través de un pilotaje los contenidos del módulo Uno.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

La pedagogía como movimiento histórico nace en la segunda mitad del siglo XIX. Sin embargo en el siglo XVII, Jan Komensky¹⁷, también conocido como Comenio, tuvo como lema “enseñar a través de todas las cosas a todos los hombres” y en el siglo XVIII Juan Jacobo Rosseau¹⁸ proponía enseñar a leer a una edad posterior y el estudio de la naturaleza y de la sociedad por la observación directa. Pero la pedagogía se afirma y coge fuerza en el siglo XX, especialmente después de la Segunda Guerra mundial.

Debido a que en el presente trabajo de grado se incluyen varios conceptos tales como: Currículo modular, ciclos propedéuticos, investigación descriptiva, módulo educativo, emprendimiento, motivación hacia el emprendimiento y caracterización de los jóvenes entre 18 y 24 años, se buscará dar explicación a ellos a continuación.

2.1.1 Currículo Modular. La revisión teórica sobre este tema, aportó de manera significativa al diseño de la propuesta.

Guerra Álvarez y Payán Porras¹⁹ ilustran que el sistema modular es un método pedagógico creado en 1974 por la Universidad Autónoma Metropolitana de México, informa que aún se encuentra vigente, se considera innovador ya que

¹⁷ Obispo protestante de Moravia, el educador más destacado del siglo XVII.

¹⁸ Teórico educativo más destacado y quien tuvo gran influencia en Europa.

¹⁹ GUERRA ALVAREZ, Margarita y PAYAN PORRAS, Teresita C. La investigación en el sistema modular: una estrategia de enseñanza/aprendizaje. 2013 Disponible en: www.uned.es/congreso-inter-educacion-intercultural/Grupo_discusion_3/38.%20T.pdf

rompe las estructuras tradicionales del aprendizaje, promoviendo el aprendizaje por descubrimiento, acercándose al modelo constructivista. Resalta que en el sistema modular se propicia y logra la participación activa del estudiante en su proceso de formación, el trabajo grupal, interdisciplinariedad, aplicación del conocimiento a realidades concretas, establece que la función del docente es de tutor y organizador y que hay participación de la universidad en la sociedad.

Según Fernández²⁰, el sistema modular, reúne unidades de estudio comprensivas entre sí, que cada módulo es autosuficiente y se agrupa de acuerdo con la competencia que se quiera generar. Igualmente establece que este diseño modular es muy beneficioso en los currículos flexibles.

García Briceño, presenta el sistema modular como un diseño curricular que "...integra procesos de enseñanza y aprendizaje significativos en unidades interdisciplinarias con capacidad autónoma, susceptibles de ser "ensambladas" con otras unidades en una unidad mayor que se denomina módulo"²¹.

Cabrera Doku y González F.²² precisan que la estructura curricular modular permite flexibilidad de diseño, admite transferir a las asignaturas información del contexto y retroalimentación permanente. La estructuración de la asignatura puede desarrollarse de acuerdo con el criterio del docente o de un grupo de docentes prácticos.

²⁰ FERNÁNDEZ, Alejandra. Universidad y currículo en Venezuela: Hacia el Tercer Milenio. Caracas: CEPFHE, 2004. p. 185. ISBN:980-002166-3

²¹ GARCIA BRICEÑO, Bernardino y PEDROZA FLORES, René. Flexibilidad académica y curricular en las Instituciones de educación superior. Morelos (Mx.): Miguel Ángel Porrúa, 2005. p. 10. ISBN: 970-701-598-5

²² CABRERA DOKU, Kary Y GONZÁLEZ F., Luis Eduardo. Currículo Universitario basado en competencias, Barranquilla, (Col.): Ediciones Uninorte, 2006. p. 445. ISBN: 978-958-8252-38-4

De acuerdo con Miranda²³, el currículo modular es un método que permite estructurar objetivos, contenidos y actividades, promueve escenarios de aprendizaje que integran conocimientos tecnológicos, habilidades técnicas y actitudes profesionales comprendidas en una competencia laboral. De la misma manera expone que el currículo modular enlaza la enseñanza, la investigación y la formación profesional; establece algunas ventajas y características de este currículo como son: la flexibilidad, individualización de rutas de aprendizaje, proporciona economía debido a que es posible utilizar el mismo módulo en diferentes programas académicos.

Según Aznar²⁴ en el Sistema Modular los estudiantes desafían problemas precisos, trabajan en equipo, tratan y discuten ideas, el docente actúa como asesor y coordinador. También menciona algunas diferencias del sistema modular con respecto al sistema expositivo o magistral entre otras: el estudiante investiga y aprende sin limitarse a ser un receptor pasivo, el educando trabaja en equipo generando mejores resultados y debe dedicar más tiempo en la realización de las actividades, desarrollando de esta manera trabajo autónomo.

Barroso Moreno²⁵ Instruye que el sistema modular reflexiona principalmente sobre acciones profesionales con información necesaria para desarrollarlas, considera que este sistema de enseñanza busca que el estudiante aprenda preferiblemente por “motu proprio”, de tal forma, que el papel del docente es de asesoría y no magistral. Instituye que este proceso pedagógico se lleva a cabo a través de

²³ MIRANDA CH., Alex. Currículo Modular. Bitácora Profesional. Blog Personal. 12 de noviembre de 2009. Disponible en: http://ingepia.blogspot.com/2009/11/curriculo-modular_1262.html

²⁴ AZNAR, Gerardo. ¿Qué es el sistema modular?. Sitio web Universidad Autónoma Metropolitana (uam), 18 de enero 2011. Disponible en: <http://teixnematli.uam.mx/strio/index.php?action=kb&article=460>

²⁵ BARROSO MORENO, Mario. Ciencia Básica Experimental para estudiantes de Ingeniería Química. Sitio web del Laboratorio de Ciencia Básica, para Estudiantes de Ingeniería Química, Segundo Curso, 2012. Disponible en: <http://ciencia-basica-experimental.net/2o-curso/ensenanza1.htm>

unidades de enseñanza denominadas módulos las cuales deben contener: las actividades que el educando desarrollará, un marco teórico que deberá dominar y la forma de evaluar.

2.1.2 Ciclos Propedéuticos. Debido a que el diseño de la propuesta se realizó con criterios de ciclos propedéuticos, ésta ofrece la posibilidad de ser acogida e implementada por cualquier institución de educación superior.

De acuerdo con el Ministerio de Educación de Colombia “Los ciclos son unidades independientes, complementarias y secuenciales; mientras que el componente propedéutico hace referencia al proceso por el cual se le prepara a una persona para continuar en el proceso de formación a lo largo de la vida, en este caso particular, en el de pregrado. En consecuencia, un ciclo propedéutico se puede definir como una fase de la educación que le permite al estudiante desarrollarse en su formación profesional siguiendo sus intereses y capacidades”²⁶.

También establece que la Educación Superior se puede desarrollar a través de ciclos propedéuticos en tres etapas o pasos a saber los cuales deben ser flexibles, secuenciales y complementarios, el primer ciclo se denomina técnico profesional, posteriormente podrá acceder a un programa tecnológico y luego alcanzará el nivel profesional.

Igualmente menciona que en el ciclo de formación técnica busca que el estudiante a través del manejo de herramientas desarrolle actividades o tareas de tipo técnico, que el ciclo tecnológico debe permitir que el estudiante efectúe trabajos de **concepción, dirección y gestión** y finalmente determina que el ciclo

²⁶ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Formación por ciclos propedéuticos, 20 de Julio de 2009. Disponible en:
<http://www.mineduacion.gov.co/1621/article-196476.html>

profesional debe buscar que el egresado domine conocimientos técnicos y científicos y se desenvuelva de forma autónoma y profesional.

Juzga que la organización por ciclos permite al estudiante escalar en forma de espiral cada vez hacia niveles más competentes de formación y al estudiante concluir cada uno de estos ciclos, obtiene una certificación que le permite acceder al mercado laboral y al mismo tiempo le deja listo el camino para el reingreso al sistema educativo.

En las memorias de la sexta reunión para el diálogo y la integración de la Educación Agropecuaria y Rural se precisa propedéutico como la “enseñanza preparatoria para el estudio de una disciplina; parte introductoria de una ciencia”²⁷. Y que cada ciclo concibe las bases para el otro ciclo, formando al educando de modo secuencial, ascendente, complementario, interdependiente y continuo.

“El ciclo es un conjunto de competencias relacionadas con el conocimiento, su uso y su aplicación en diferentes contextos; así como el desarrollo de actitudes, responsabilidades y valores”²⁸. El autor también expone que cada ciclo conlleva un propósito educativo, que pertenece a un perfil profesional y a un campo de ocupación determinado.

2.1.3 Investigación descriptiva. El tipo de investigación con que se llevó a cabo este trabajo fue descriptiva, razón por la cual fue fundamental, hacer una revisión teórica al respecto.

²⁷ QUEVEDO CAMACHO, Rafael Isidro. Memorias de la sexta Reunión del foro regional andino para el diálogo y la integración de la educación agropecuaria rural. Bogotá: Produmedios, 2006

²⁸ LAFRANCESCO M., Giovanni. Articulación del sistema: puentes y movilidad. En: ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO. Evaluación de Políticas Nacionales de Educación. La Educación Superior en Colombia. Bogotá: OCDE, Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial, 2012. ISBN: 978-92-64-18070-3

Meyer²⁹ establece que el método descriptivo, se ocupa de contar de modo ordenado los rasgos de una población, contexto o área de interés. Los investigadores recogen datos, de forma cuidadosa, extraen la información, la analizan y obtienen resultados, que permiten conocimiento del contexto y de la población. De la misma manera establece que el método descriptivo también pronostica e identifica relaciones existentes entre las variables.

Nos instruye sobre la investigación descriptiva Bisquerra³⁰ como la que se ciñe a observar y a contar fenómenos, establece que puede tener en cuenta datos de forma cualitativa y cuantitativa, insta que en el desarrollo de esta investigación se pueden utilizar distintas técnicas como la observación, las encuestas y la entrevistas entre otras. También instruye que los datos y observaciones se deben tomar en el ambiente natural donde se encuentra el fenómeno a estudiar.

Tamayo³¹ define la investigación descriptiva como la forma en que se intenta describir de forma sistémica las características de una población, contexto o espacios de interés cuya finalidad es narrar los principales cambios de un fenómeno y sus relaciones con otros fenómenos. Esta investigación no se preocupa por explicar o probar hipótesis y establece tres pasos a seguir como son, enunciación de lo que se desea describir, información de cómo se van a llevar a cabo las observaciones, como se va a recolectar la información antes del pilotaje y finalmente la interpretación de datos y divulgación de resultados.

²⁹ MEYER, William J. y VAN DALEN, Deobold B. Manual de técnica de la Investigación Educativa. 3° Ed. Buenos Aires: Editorial Paidós. 1978

³⁰ BISQUERRA ALZINA, Rafael. Clasificación de los métodos de Investigación y Estudios Descriptivos. En: Métodos de Investigación Educativa-Guía Práctica. Artá Mallorca: Ediciones CEAC, 1988. p. 65, 66, 123

³¹ TAMAYO Y TAMAYO, Mario. La investigación. En: ICFES. Serie Aprender a Investigar-Modulo 2. 3ª Edición. Santafé de Bogotá: Arfo Editores LTDA., 1999. p. 44. ISBN: 958-9279-13-9. Disponible en <http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/Documentos/mod2investigacion.pdf>

Valdez³² indica que la investigación descriptiva se ocupa de referir datos y características relacionados con un contexto o población, cuyo objetivo es obtener datos imparciales, exactos y sistemáticos, afirma que ésta, rara vez comprende o involucra la experimentación y que recoge los datos en su estado natural, enfatiza en que en este tipo de investigación usa las preguntas básicas de ¿Quién?, ¿Por qué?, ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Qué?

2.1.4 Módulo educativo. Considerando que el diseño de la propuesta fue modular, se requirió conocer las características específicas de un módulo educativo.

Dentro de los formatos utilizados por la educación se encuentran los módulos educativos. Algunos aspectos propios de los contenidos de la educación modular son: a) los contenidos se pueden seleccionar y adaptar a las áreas donde han de desarrollarse y a las personas que los requieren. b) Son menos descontextualizados que los formales. c) Son muy funcionales y menos abstractos. d) Los módulos recogen aspectos como son la cultura popular y artística entre otros.

En el artículo ***Diseño modular como marco en la formación permanente del profesorado***, López García-Cano³³ presenta un diseño modular donde define principios didácticos, modelos pedagógicos, las etapas de elaboración de un programa modular, las ventajas de un diseño modular y por último elabora un modelo de formación permanente para el profesorado. Dentro de las ventajas del diseño modular tiene en cuenta la flexibilidad, la apertura (no hay limitación en

³² VALDEZ, Alan. ¿Cuál es el significado del método descriptivo en investigación? En: Blog de Educación y ciencia. Fundación Universitaria del área Andina.2012. Disponible en: http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646/

³³ LÓPEZ GARCIA-CANO, Op. Cit., p. 167-171

cuento a método, modo o lugar de enseñanza), precisión, y adecuación a la formación permanente.

Según Gómez Solórzano³⁴, las principales áreas de actuación de la educación modular son las siguientes: educación permanente, educación de adultos, formación base y alfabetización de adultos, formación profesional, educación en el tiempo libre, animación socio cultural, educación especial.

De acuerdo con la web definicion.de/modelo-educativo/³⁵ existen definiciones de módulos educativos: Una de ellas lo considera como material didáctico que reúne los elementos necesarios para el aprendizaje de conocimientos y destrezas. Dicho material se desarrolla al ritmo del estudiante y no es necesaria la presencia continua del instructor. Otra definición lo denomina como un patrón conceptual que esquematiza las partes y elementos de un programa educativo cuya vigencia y utilidad dependen del contexto.

También se le considera como una herramienta didáctica que brinda facilidad a quienes trabajan y desean estudiar. En su proceso pueden utilizarse medios tecnológicos, y en él se deben plasmar las competencias que se buscan desarrollar en el estudiante para que obtenga un aprendizaje específico.

Igualmente establece los pasos para crear un módulo y su contenido. Dentro de los pasos contempla: a) Establecer los objetivos del módulo con base en los intereses de los estudiantes. b) Definir la estructura del módulo. c) Buscar los materiales necesarios para la enseñanza aprendizaje. d) Configuración del módulo. e) Prueba del módulo. f) Evaluación del módulo.

³⁴ GÓMEZ SOLÓRZANO, María Candelaria. Descripción Panorámica del Sector Educativo no Formal. Universidad Autónoma de Chiapas. Facultad de Humanidades Campus VI. Recuperado el 5 de mayo de 2011, de www.slideshare.net/deyani/diapositivas-de-la-educacin-fuera-de-la-escuela

³⁵ Página web donde se encuentran definiciones amplias.

En cuanto al contenido recomienda: a) Título (temática a tratar). b) Metas y objetivos a alcanzar por parte de los estudiantes. c) Contenido. d) Actividades a desarrollar. e) Los recursos. f) Evaluación.

Cejas Yanes³⁶ en su artículo “Características de un módulo”, considera que un módulo educativo constituye una unidad autónoma con sentido propio que se articula al mismo tiempo con otros módulos para formar una estructura curricular. Igualmente opina que en los módulos educativos se aplica el nuevo concepto de enseñanza práctica y ésta al conjugarse con el desarrollo teórico, convierte la educación superior en un sistema integral que causa efectos muy positivos sobre los perfiles y el currículo de los bachilleres que optan por seleccionar éste tipo de educación.

El proceso de formulación, ejecución y evaluación de los módulos educativos debe llevar, mediante un modelo participativo (docente-estudiante), al desarrollo de habilidades y destrezas en los educandos. Además de no descuidar los componentes motivacionales, meta cognitivos y las cualidades de la personalidad.

El mismo Cejas Yanes³⁷ en su artículo ***Fundamentos del diseño curricular por competencias laborales*** indica que existen varios tipos de módulos entre ellos los basados en las normas de competencias laborales. Esta forma busca preparar el recurso humano para que pueda atender las nuevas necesidades del mercado de trabajo con una alta calidad, constituye una oferta flexible que da énfasis a los resultados de aprendizaje.

³⁶ CEJAS YANES, Enrique. Características de un módulo, 2001. Disponible en: pedagogía-profesional.idoneos.com/index.php/Características_de_un_módulo

³⁷ CEJAS YANES, Enrique. Fundamentos del diseño curricular por competencias laborales, 2006. Disponible en: pedagogía-profesional.idoneos.com

Este proceso requiere de un tratamiento técnico-pedagógico de las Normas de Competencia Laboral, que implica someterlas a un estudio analítico seguido de una actividad de síntesis.

Es parte del estudio minucioso de un área ocupacional, identificando las competencias necesarias y normalizándolas, estableciendo los conocimientos teóricos y prácticos pertinentes para un desempeño efectivo en función de las necesidades de productividad y competitividad de las empresas.

En resumen, un módulo es la unidad curricular compuesta por contenidos, actividades, teoría-práctica, formación-trabajo, modalidades de evaluación, desarrollo de los componentes meta-cognitivos y motivacionales, así como de las cualidades de la personalidad del sujeto que se forma. Todo lo anterior de una forma integral.

2.1.5 Emprendimiento. Este término se define debido a que es el tema central del módulo uno.

La ley 1014 de 2006³⁸ define emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

El equipo de redacción de Gerencie.com nos aporta definiciones y la importancia del emprendimiento, comenzando con la raíz etimológica de la palabra emprendimiento la cual viene del francés *entrepreneur* que significa pionero, y “se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por

³⁸ También denominada Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.

alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente”³⁹.

La UNESCO en convenio con la Universidad Concepción de Chile a través de su programa Emprendo y el Centro de Formación Técnica (CFT) plantean desarrollar un proyecto en materia de emprendimiento para América Latina, iniciando por Chile, Brasil, Colombia y Argentina. En reunión del 24 de enero de 2012, se emitieron conceptos como los de Celine Lafoucriere, delegada de la UNESCO, refiriéndose a que debido a la crisis financiera mundial, el emprendimiento es una necesidad para crear empleos y en la región no ha habido mucho interés en ello. También el señor Luis Quiñones, Rector del CFT, opina que es necesario conocer el estado de la educación emprendedora a nivel profesional y técnico en la región, el intercambio de buenas prácticas, formación de académicos e instalación de mecanismos de movilidad social para emprendedores del CFT, finalizando con la frase “Si logramos entre todos potenciar este tipo de formación, las esperanzas de aportar a un desarrollo más justo y sustentable se acrecientan”⁴⁰.

La UNESCO⁴¹, diseñó un módulo de formación para crear empresa denominado: ***Como iniciar mi propio negocio***. Está dirigido a los alumnos de enseñanza y formación técnica y profesionales del nivel secundario. Las razones que motivaron

³⁹ EQUIPO DE REDACCIÓN. Gerencie.com. Concepto y definición de emprendimiento, 2010. [Recuperado el marzo 27 de 2013] Disponible en:
<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

⁴⁰ VALENZUELA, Jeannette. Unesco y Universidad preparan proyecto de emprendimiento para América Latina. 24, Enero, 2012. Disponible en:
<http://www.udec.cl/panoramaweb2/2012/01/unesco-y-universidad-preparan-proyecto-de-emprendimiento-para-america-latina/>

⁴¹ UNESCO. Como iniciar mí propio negocio. (Guía del animador), París. nov.2007. Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/45503851/Guia-Emprendimiento-UNESCO>

la creación de este módulo fueron: ofrecer a los jóvenes en especial a los Africanos competencias que les permitan ganarse la vida por medio de actividades productivas, ya que los programas de Enseñanza y la Formación Técnica y Profesional (EFTP) no han generado aumento en el empleo a pesar de la necesidad de servicios técnicos y profesionales que existen en estos países. La causa mayor es la falta de ofertas de empleo, por lo tanto se hace necesario capacitarse para que sean sus propios empleadores y generen empleo.

En palabras de Peter Smith Subdirector General de Educación de la UNESCO: “Dar a los jóvenes los medios de ser sus propios empleados y de ganarse la vida con una actividad productiva, les ayuda no solo a escapar de la trampa de la pobreza, sino también a contribuir activamente a la actividad económica y social de la colectividad a que pertenecen”⁴².

Con relación a la importancia del emprendimiento, Gerencie.com⁴³ destaca que ésta se debe a que la necesidad de lograr independencia y estabilidad económica, la poca oportunidad de empleo y la baja calidad del mismo han ocasionado que las personas busquen generar sus propios recursos y decidan ser sus propios empleadores.

Concedor de esta importancia el gobierno nacional ha venido desarrollando programas de apoyo a los emprendedores, y la promulgación de leyes y normas que incentiven la creación de empresas.

El SENA, como dinamizador de la economía y en cumplimiento de lo establecido por la ley 1014 de 2006, continua liderando programas de emprendimiento a nivel nacional con el objetivo de fomentar la cultura del emprendimiento, con el fin de

⁴² SMITH, Peter. Prólogo. En: Como iniciar mi propio negocio. UNESCO, 2007. p. 4

⁴³ EQUIPO DE REDACCIÓN, Op.Cit.

conllevar a la creación de mipymes, para ello ha diseñado, algunos programas como Jóvenes Rurales Emprendedores, Talentos de Tecnoparques, programas dirigidos principalmente a poblaciones desplazadas y poblaciones vulnerables o a Colombianos que requieran asistencia sobre emprendimiento.

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), dentro de sus módulos de formación, tiene uno denominado **Formación para el Emprendimiento**. Fue elaborado en el 2012 y resalta la necesidad de romper con la formación de dependencia y dar paso a la formación para generar empleo.

Dentro de sus programas de capacitación y asesoría a emprendedores ha determinado cinco etapas o fases a nivel de emprendimiento y estas son: a) de sensibilización en la que se debe motivar a los emprendedores bien sea que ya conozcan algo o que tengan su primer acercamiento. b) Identificación o modelación de la idea del negocio, en la que se orienta al emprendedor a contextualizar su idea de acuerdo con una necesidad real de su comunidad. c) Formulación y financiación en la que se acompaña al emprendedor en la elaboración de su plan de negocios y se le orienta sobre las fuentes de financiación, que van desde recursos propios hasta la del Fondo Emprender. d) Puesta en marcha. En esta etapa, se acompaña al empresario a solucionar problemas de cotidianidad de su negocio, a definir su imagen corporativa y los modelos de comercialización y sobre pago de impuestos. e) Fortalecimiento. En esta fase se sugiere a los empresarios formas de consolidar su empresa en el mercado.

Acerca del tema de emprendimiento, vemos como la Cámara de Comercio de Bogotá, y Bogotá Emprende en convenio con las Alcaldías, brindan asesorías personalizadas a quienes están interesados en formar empresa o a quienes ya son empresarios, estas asesorías no son solo personalizadas, si no que se hacen también a través del uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación

(NTIC). Pero no están tan cercanas a la población objeto de estudio debido a que se les dificulta el acceso a la Internet.⁴⁴

2.1.6 Motivación y motivación hacia el emprendimiento. Como los estudiantes encuestados mostraron bajo interés en el tema de emprendimiento pero si desean crear empresa, se hizo necesario la inclusión de actividades que motiven a éstos hacia el tema, ya que es básico en la creación de empresas y por lo tanto se debe tener claridad de lo que es motivación y motivación hacia el emprendimiento.

La Real Academia Española (RAE) define la Motivación como el “ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia”⁴⁵.

La palabra motivación se deriva del *motivus*, la cual significa causa del movimiento, por tanto se puede decir que motivación es el interés que posee una persona hacia el satisfacer una necesidad, creando o aumentando el impulso para poner en obra un medio o acción.

Woolfolk⁴⁶ plantea que la motivación es un estado interno de las personas que activa, administra y mantiene la conducta.

Jorge Duque Linares⁴⁷, ha escrito varios libros enfocados a motivar a las personas, para que logren superarse y alcancen el éxito. Entre ellos se conocen títulos como Actitud Positiva, La Clave del Éxito, Como formar triunfadores, Tres claves del éxito, entre otros. En uno de sus libros Proyecto de Vida, cita la frase de

⁴⁴ Estudio de campo realizado en la zona

⁴⁵ REAL ACADEMA ESPAÑOLA. Diccionario de referencia de la lengua Española. Disponible en: www.rae.es

⁴⁶ WOOLFOLK, Anita. Psicología Educativa: Motivación. 9 ed. México: Editorial Pearson, 2006. p.69

⁴⁷ Educador comprometido con Colombia que enfatiza sus escritos en motivar a las personas

Harry Truman “Estudié la vida de grandes y famosos hombres y mujeres, y descubrí que aquellos que llegaron a desarrollar, fueron los que emprendieron todo trabajo que les tocase hacer, con todo el vigor, la energía y el entusiasmo de que eran capaces”⁴⁸.

El Blog Motivar y Emprender⁴⁹ considera que la motivación es un proceso interno de cada persona, que por tanto no es posible motivar a la gente, ya que solo existe la *automotivación*, en cuyo caso lo que se puede hacer es generar estímulos externos que logren incentivar al emprendedor a automotivarse.

Según Díaz⁵⁰ la automotivación como una de las capacidades más necesarias en los emprendedores y en su artículo **10 fuentes de motivación para emprendedores**, ha plasmado como fuentes de motivación, la pasión, visión del futuro deseado, metas claras, conocer historias de empresarios exitosos, la lectura, la piedra de la gratitud, frases motivacionales, ser consciente de qué está cambiando el mundo, buen equipo de trabajo y la muerte. Definió cada una de estas fuentes de motivación e invita a los empresarios a tenerlas en cuenta en los momentos difíciles con el fin de lograr la automotivación necesaria para mantener con optimismo y energía y lograr los proyectos propuestos.

Arranz López⁵¹, en su libro **24 ejercicios que te ayudan a emprender**, busca fomentar la motivación y la proactividad, actitudes determinantes para el logro de

⁴⁸ TRUMAN, Harry. Ex presidente de Estados Unidos. Citado por DUQUE LINARES, Jorge. Proyecto de vida. 2° ed. Bogotá: Panamericana, 2000. p. 71

⁴⁹ BLOG MOTIVAR Y EMPRENDER. Motivación para emprendedores. 2013. Disponible en <http://motivaryemprender.galeon.com/index.html>

⁵⁰ DÍAZ, Javier. 10 fuentes de motivación para emprendedores. 6, noviembre, 2012. Disponible en: <http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/11/fuentes-de-motivacion-para-emprendedores.html>

⁵¹ ARRANZ LÓPEZ, Sergio. 24 ejercicios que te ayudan a emprender. Segovia: Imprenta Rosa, 2012. Disponible en: <http://www.enprocesocoop.com/wp-content/uploads/2011/09/24-ejercicios-4.pdf>

objetivos profesionales, que permiten el desarrollo de un plan de acción personalizado y movilizar emociones positivas, encaminadas hacia el emprendimiento.

En Venezuela, más específicamente en el estado de Bolívar, en la Universidad experimental de Guayana se realizó una investigación con miras a generar competencias de emprendedurismo en los estudiantes universitarios. Dicha investigación buscaba “llenar el vacío histórico que en materia de información presenta el sector micro-empresarial”⁵². El resultado de esta investigación fue plasmado por Aixa Viera, Ariene Pérez y María Paredes en el 2008 mediante un artículo.

El Centro Emprende con Julio Colomer⁵³ su director, por el año de la creación de empresa, decidieron obsequiar a través de la red el libro motivación para emprendedores donde se establecen cinco escalones relacionados con el tema de emprendimiento, en los cuales uno de ellos es la motivación y el dominio de las habilidades extra profesionales.

Como se puede determinar a nivel de motivación son muchos autores los que han escrito, los que dictan charlas, conferencias y demás, algunas entidades que se ocupan al respecto del emprendimiento empresarial y que están designadas por parte del gobierno, para unir esfuerzos hacia lograr emprendimiento por parte de los colombianos son la Cámara de Comercio en asocio con las alcaldías locales, el SENA, quienes se encargan a través de sus centros de emprendimiento y sus programas, de dictar charlas sobre emprendimiento a las personas que lo

⁵² VIERA; PÉREZ y PAREDES, Op. Cit

⁵³ COLOMER, Julio. (dir.) Motivación para emprendedores. Valencia, España: Centro Emprende, 2001. Disponible en:
http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/motivacion_para_emprendedores.pdf

requieren y se acercan a sus instalaciones, dentro de dichas charlas tratan temas de motivación y les enseñan a crear o a mejorar sus negocios.

2.1.7 Características de los jóvenes de 18 a 24 años. La población sujeto de estudio está conformada por jóvenes bachilleres en edades entre los 17 y los 22 años, por tanto a continuación se presenta una descripción, desde la psicología de jóvenes en el rango de edad más próximo y, desde el análisis de los resultados logrados con la aplicación de los instrumentos a esta población.

Los jóvenes entre 18 y 24 años son considerados adultos jóvenes ya que presentan algunas características especiales que los diferencian de los otros adultos. A continuación se exponen algunas de ellas, plasmadas por Mansilla⁵⁴ en el artículo Etapas del desarrollo humano: madurez física y psicológica, pero inexperiencia en los roles sociales del mundo adulto. Cuando entran en el mundo adulto lo enfrentan con entusiasmo, dinamismo y creatividad, factores que compensan su inexperiencia; poseen gran capacidad de adaptación a las exigencias del mundo exterior, por lo tanto aprenden y retienen con gran facilidad los conocimientos e información que el ambiente les ofrece, lo que los hace generalmente muy activos socialmente.

Por lo general han terminado sus estudios universitarios (si la carrera es corta), han tenido o tienen relaciones de pareja, poseen una ocupación y tienen planes para el futuro mediato incluyendo el formar una familia propia.

⁵⁴ MANSILLA, María Eugenia. Etapas del Desarrollo Humano. En: Revista de Investigación en Psicología, Vol.3 No.2., 2000. p.111. Disponible en:

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v03_n2/pdf/a08v3n2.pdf

Una vez alcanzado el título profesional, se observa con frecuencia un cambio en su pensamiento, haciéndose prioritario para ellos el conseguir mayores niveles de competencia académica y social y retardando la conformación de familia propia.

Contreras Andrade, citando a Paz⁵⁵ presenta una conceptualización de juventud como la etapa de transición entre la niñez y la edad adulta donde se evidencian importantes cambios biológicos, psicológicos, sociales y culturales.

Establece citando a Parker⁵⁶, que en el grupo de jóvenes entre los 19 y 24 años, se observan características como: fraguar su propia personalidad identificándose con sus iguales y dejando de lado los patrones adquiridos en el hogar paterno y en esta situación son susceptibles a ser influenciados en forma positiva o negativa.

Aclara, además, que las características que definen el grupo etéreo varían de acuerdo a circunstancias como el medio cultural, social y económico en el cual se desenvuelvan los jóvenes.

Para Aberastury, Aberastury de Pichón y Knobel⁵⁷, las características que presentan los adolescentes son: Búsqueda de sí mismo y su identidad, tendencia grupal, necesidad de intelectualizar y fantasear, crisis religiosa, desubicación temporal, evolución sexual desde el autoerotismo hasta la heterosexualidad, actividad social reivindicadora, contradicciones sucesivas en todas las

⁵⁵ PAZ, Sergio Daniel. Los jóvenes y la redefinición local del consumo. En Revista Última década no. 21, 2005. p. 105-117, Citado por CONTRERAS ANDRADE, Andrea Paz. El consumo en jóvenes Chilenos: Una mirada desde la psicología. (Memoria para optar al título de psicólogo). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile, 2007

⁵⁶ PARKER, Cristian. Los jóvenes Chilenos: cambios culturales. Perspectivas para el siglo XXI. Santiago: Mideplan-Universidad Santiago. 2000, Citado por CONTRERAS ANDRADE, Andrea Paz. El consumo en jóvenes Chilenos: Una mirada desde la psicología. (Memoria para optar al título de psicólogo). Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile, 2007

⁵⁷ ABERASTURY, Arminda; ABERASTURY DE PICHÓN, Arminda; KNOBEL, Mauricio. La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico. Universidad de Texas. Texas: Editorial Paidós. 1971. p. 35 y 36.

manifestaciones de la conducta, separación progresiva de los padres, constantes fluctuaciones del humor y del estado de ánimo.

Finalmente, de acuerdo con las observaciones, interacción, encuestas y entrevistas podemos establecer que los jóvenes bachilleres de Arborizadora alta están entre los 17 y los 22 años de edad, aún no han definido su rol en la sociedad, dependen económicamente de sus padres, pero algunos son padres o madres de familia sin tener responsabilidad sobre ello ya que sus padres los sustentan, no han logrado ingresar a la universidad pero quieren ser profesionales, dedican su tiempo libre a estar charlando en las esquinas y tomando cerveza, tienen expectativas de crear empresa, aprender a crearlas y capacitarse para ello, la temática o materia que más les interesa conocer es la administración, seguida de la contabilidad, gerencia, gestión de calidad, emprendimiento entre otras y la que menos les llama la atención es la tributaria.

2.2 MARCO LEGAL

Las normas, leyes y decretos que sustentan el trabajo de investigación y la propuesta que se desprende de él se encuentran en:

La Constitución Política de Colombia de 1991 en especial en sus artículos 67 y 68, que establecen la educación como un derecho y un servicio público y garantiza la autonomía universitaria.

El decreto 164 de agosto de 1957 estableció las funciones del SENA, entre ellas: proporcionar instrucción técnica al empleado, formación acelerada para los adultos y ayudarles a los empleadores y trabajadores a establecer un sistema nacional de aprendizaje.

El Decreto 624 de 1989 o Estatuto Tributario, regula todo lo referente a la aplicación de impuestos y frente a las sanciones.

Ley 30 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. Y en su Artículo Segundo declara la Educación Superior como un servicio público cultural, inherente a la finalidad social del Estado.

Los decretos 2649 y 2650 de diciembre 29 de 1993, el primero adopta los principios y normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, el segundo ofrece un panorama bastante claro de (fondo y forma) como deben reflejarse las transacciones u operaciones de un negocio y establece el Plan Único de Cuentas.

La ley 115 de 1994 o Ley general de educación, que señala las normas que regulan el servicio público de la Educación.

La ley 550 de 1999, que obliga a municipios y departamentos a establecer regímenes impositivos especiales con el fin de estimular la creación y fortalecer las mipymes, y la reducción de aportes parafiscales por la creación de ellas.

La ley 590 del 10 de julio del 2000, también llamada Ley Mipymes, que tiene por objeto, el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.

Ley 749 de 2002 con la cual se implanta en el sistema educativo la formación por ciclos propedéuticos.

La Ley 863 de diciembre 28 de 2003, en su artículo 19 establece la obligatoriedad de tramitar el RUT, a quienes desarrollen una actividad económica a través de un

establecimiento de comercio o sean responsables de renta y el Decreto 2788 de agosto 31 de 2004 que expide las normas que reglamentan la emisión del RUT.

La Ley 905 de 2004 establece los montos de capital y número de trabajadores para clasificar las Mipymes en Micro, Medianas o Pequeñas empresas.

La ley 1014/2006, que tiene por objeto promover el espíritu emprendedor en las instituciones educativas del País, especialmente en el Artículo 13 establece la enseñanza obligatoria, en todo nivel educativo, del fomento de la cultura del emprendimiento.

La Resolución 3205 de 2008 reglamenta las funciones de los consejos regionales mipymes, fija directrices de organización y funcionamiento.

Ley 1188 de 2008 donde se establece que todas las Instituciones de Educación Superior podrán ofrecer programas académicos por ciclos propedéuticos hasta el nivel profesional en todos los campos y áreas del conocimiento.

La Ley 1314 de 2009, que regula los principios y normas de contabilidad e información financiera en Colombia.

La Ley 1429 de 2010 sobre la formalización y generación de empleo, donde se establecen beneficios para quienes creen empresa y para quienes generen empleo a personas menores de 28 años.

La Ley 1450 de 2011(plan de desarrollo 2010-2014), especialmente en sus artículos 43 y 44 que definen el tamaño empresarial y la modernización e innovación de las mipymes.

Por último el decreto 489 de 2013, que reglamenta parcialmente la ley 1429 de 2010 regulando y reglamentando los incentivos para quienes creen empresa y contraten trabajadores menores de 28 años.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE, MÉTODO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Como la propuesta evidencia realidades sociales que requieren ser estudiadas en su contexto y se hacen necesarios datos tanto cuantitativos como cualitativos, la investigación que se utilizó fue descriptiva con enfoque cualitativo. De acuerdo con Mooney y Singer⁵⁸ “Una característica fundamental del enfoque cualitativo es su conceptualización de lo social como una realidad construida que se rige por leyes sociales, es decir, por una normatividad cultural cuyas propiedades son muy diferentes de las leyes naturales.”

Y según Pinilla Roa, Rondón Herrera y Sánchez Guerrero⁵⁹ “el enfoque cualitativo permite llegar al conocimiento desde adentro por medio del entendimiento de las intenciones y el uso de la empatía, su principal característica es su interés por captar la realidad social a través de cada persona que vive la realidad investigada en su propio contexto”.

En el módulo dos de la serie Aprender a Investigar, el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior ICFES⁶⁰ informa que es muy importante conocer que los tipos de investigación se combinan entre sí y que son tres:

⁵⁸ MOONEY, M & SINGER, B. Causality in the Social Sciences. Citado por BONILLA-CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. La investigación en Ciencias Sociales. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 1997. p. 69

⁵⁹ PINILLA ROA, Analida Elizabeth; RONDÓN HERRERA, Federico y SÁNCHEZ GUERRERO, Alejandro. Revista Escuela de Administración de Negocios. Escuela De Administración De Negocios EAN. v.42-43 fasc. 2001 p.43. ISSN: 0120-8160

⁶⁰TAMAYO Y TAMAYO, Op. Cit., p. 42

Histórico que relata lo que fue, el experimental que se refiere a lo que será y el descriptivo que expone lo que es.

De acuerdo con Meyer J.⁶¹, el método descriptivo, se ocupa de referir de modo ordenado las particularidades de una población, contexto o área de interés. Los investigadores recogen datos de forma cuidadosa, resumen la información, la analizan y obtienen unos resultados, que contribuyen al conocimiento del contexto y de la población. Igualmente establece que el método descriptivo no solo se limita a la recolección de los datos, sino que también identifica relaciones existentes entre más de una variable. Propone unos pasos o etapas cómo son: Exploración de las generalidades del Problema, escogencia del marco teórico, selección de técnicas de recolección de información, establecimiento de categorías de acuerdo con los propósitos de estudio que permitan establecer semejanzas, diferencias y relaciones entre ellas, verificación de la validez de los instrumentos, ejecución de observaciones imparciales y puntuales y finalmente la descripción, análisis, interpretación y descripción de resultados.

3.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se inició mediante la observación de la zona para constatar el problema, posteriormente se aplicaron instrumentos como encuestas y entrevistas, además se levantó un mapa empresarial (Figura 11); se analizaron e interpretaron los datos obtenidos hasta el momento. Con estos resultados arrancó la búsqueda de una posible solución.

La investigación se adelantó en cuatro fases como se describe a continuación:

Fase uno. Se diseñaron instrumentos de recolección de información dirigidos a

⁶¹ MEYER y VAN DALEN, Op. Cit.

egresados bachilleres para identificar las expectativas y necesidades educativas de éstos, relacionadas con la creación de empresas, posterior a una revisión minuciosa de antecedentes y de problemáticas del sector.

Fase dos. En esta fase, se procedió a hacer revisión teórica de componentes y contenidos para diseñar la propuesta modular.

Fase tres. Se realizó el diseño de un módulo y se planteó la estructura de otros dos, tendientes a aportar herramientas, conocimientos y habilidades para la creación de empresas.

Fase cuatro. A través de una plataforma virtual, se desarrollo el pilotaje del contenido del módulo Uno.

3.3 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Por tratarse de una investigación donde fue necesario incluir a la comunidad y a la población sujeto de estudio, la muestra estuvo compuesta por 72 jóvenes bachilleres y 12 empresarios del sector. Se utilizaron los instrumentos que se describen a continuación.

Encuesta. El objetivo de este instrumento fue medir el nivel de interés para capacitarse y crear empresa de los egresados bachilleres del sector, la posible aceptación de la propuesta y llevar a cabo la caracterización de los mismos.

Según Bisquerra⁶², las encuestas son cuestionarios que están compuestos por una serie de preguntas consideradas relevantes para la consecución de rasgos, características o variables que son objeto de estudio y se pueden usar en el

⁶² BISQUERRA ALCINA, Op. Cit., p. 63, 88, 98, 275.

diagnóstico, y en la medición. Para el desarrollo de estas encuestas se diligenció un formato. (Ver Anexo D)

Entrevistas. Aplicar este instrumento a líderes empresarios de la comunidad permitió el acercamiento a su contexto, fomentó un ambiente de confianza para que expusieran sus necesidades y propuestas, además de recolectar percepciones adicionales a las de las encuestas. Bonilla-Castro y Rodríguez Sehk⁶³ señalan que en el contexto de la investigación, la entrevista es un instrumento muy útil para indagar un problema y comprenderlo tal como es conceptualizado e interpretado por los sujetos estudiados. Se llevaron a cabo entrevistas abiertas y semi-estructuradas para ello se desarrolló una guía de entrevista. (Ver Anexo E).

Observación. Permitted evidenciar el comportamiento de la población sujeto de estudio con el fin de profundizar en la caracterización de la misma y conocer las circunstancias que conforman el contexto donde la población se encuentra. Corbetta⁶⁴ anota que la observación es la principal forma de recoger datos sobre los comportamientos no verbales. (Ver Anexo F)

3.4 CARACTERIZACIÓN DEL CONTEXTO Y LA POBLACIÓN

En los terrenos donde actualmente existe el barrio Arborizadora Alta, ubicado en la zona B de la localidad 19 Ciudad Bolívar⁶⁵, funcionaban anteriormente canteras,

⁶³ BONILLA-CASTRO, Elssy Y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 1997. p. 93. ISBN 958-04-8542-9

⁶⁴ CORBETTA, Piergiorgio. La producción de los datos: Técnicas cualitativas. En: Metodología y Técnicas de Investigación Social. Madrid: Mc. Graw Hill, 2003. p. 326. ISBN:978-84-481-5610-7

⁶⁵ BOGOTÁ. SECRETARIA DISTRITAL DE PLANEACIÓN, Diagnóstico de los aspectos físicos demográficos y socioeconómicos, 2009. Op. Cit.,

según documento de la Alcaldía de Bogotá, ***Conociendo la localidad de Ciudad Bolívar.***

En sus inicios en los años cincuenta fue habitada principalmente por campesinos provenientes de Boyacá, Tolima y Cundinamarca. Durante las siguientes dos décadas se convirtió en el refugio de población marginada del país y la ciudad, atraídos especialmente por el relativo bajo costo de vida y el comercio informal.

El barrio cuenta con un polideportivo de gran tamaño en el cual se ofrece recreación, deporte y se dictan cursos de capacitación en manualidades a los habitantes del sector. Los estratos socioeconómicos que comprenden el barrio según el DANE, son 1 y 2.

De conversaciones sostenidas con los empresarios de la zona, se puede resaltar que ellos consideran que hay poca presencia del Estado en algunos aspectos, entre ellos contemplan la inseguridad del barrio, la cual se ha venido incrementando con el crecimiento del mismo y cambiando las formas de hurto, por formas de extorsión como vacunas y atracos a mano armada, por lo que los vecinos se unieron, comprando alarmas, pagando vigilancia privada comunal y cuidándose mutuamente.

Establecen que no es muy fácil la capacitación ni para ellos ni para sus hijos a través del internet, ya que el costo de un computador no es accesible y el sostenimiento o pago de internet no es fácil.

Se pudo evidenciar a través de la observación que los jóvenes del sector son vulnerables ante bandas de delincuencia, ya que permanecen reunidos en las esquinas tomando cerveza o simplemente formando corrillos, lo que genera malestar y desconfianza en otros miembros de la comunidad.

Debido al excesivo tiempo libre, en muchas ocasiones generado por la falta de oportunidades, son más propensos al consumo de sustancias psicoactivas y a iniciar su vida como padres, aumentando el núcleo familiar sin que haya una desvinculación económica y de responsabilidad por parte de los jóvenes hacia sus padres, lo que hace que más personas dependan del mismo ingreso familiar.

Según las estadísticas de la secretaría Distrital de Planeación (Ver tabla 2) los jóvenes de la zona que están en edad de educación superior son de los 18 a los 24 años.

Tabla 1. Grado de escolaridad según rango de edad

Grado escolaridad	Rango de edad
Preescolar	5 a 6 años
Básica primaria	7 a 11 años
Básica secundaria y media vocacional	12 a 17 años
Educación superior	18 a 24 años

Fuente: Secretaría Distrital de Planeación. “Conociendo la localidad de Ciudad Bolívar: Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos”. 2009

En el barrio se cuenta con los siguientes colegios distritales Arborizadora Alta y Gimnasio Sabio Caldas e igualmente privados en convenio con la Universidad Panamericana como el San Pablo Apóstol y en convenio con la Uniminuto como el Erasmo de Rotterdam. Para el año 2011, los resultados en las calificaciones de estos colegios según las pruebas Saber 11 del Icfes, fueron las siguientes.

Tabla 2. Ubicación a nivel Bogotá y Nacional de los colegios de Arborizadora Alta.

Institución Educativa	Ubicación Nacional	Ubicación Bogotá
Erasmo de Rotterdam	5699	1282
Arborizadora Alta	6605	541
Gimnasio Sabio Caldas	3915	324
San Pablo Apóstol	531	178

Fuente: www.lcfes.gov.co

El número de estudiantes que han presentado las pruebas Saber 11 en los últimos cinco años se presentan a continuación:

Tabla 3. Número de estudiantes que presentaron pruebas Saber 11 - Arborizadora Alta.

Institución Educativa	2008	2009	2010	2011	2012
Arborizadora Alta	216	223	215	167	131
Gimnasio Sabio Caldas	68	65	63	66	64
Erasmus de Rotterdam	32	52	37	66	70
San Pablo Apóstol	38	43	41	43	37

Fuente: www.lcfes.gov.co

Los bachilleres egresados de los colegios Arborizadora Alta y el Gimnasio Sabio Caldas, se convierten en una muestra potencial para diseñar el módulo educativo.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PROPUESTA

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de resultados de los datos arrojados por los instrumentos de recolección de información, se concluye de la siguiente forma:

Primer objetivo específico de la investigación se refiere a conocer las expectativas y necesidades de la comunidad en lo relacionado con capacitación, el cual se cumplió a través de las preguntas tres y cuatro de la encuesta aplicada a egresados bachilleres de Arborizadora Alta y el respectivo análisis arrojó que el 69.44% de los encuestados, están interesados en crear empresa y capacitarse para ello; lo que demuestra el alto interés que existe hacia el tema. (Anexo D).

En cuanto al análisis de las preguntas uno y dos de la encuesta aplicada a jóvenes bachilleres de Arborizadora Alta (Anexo D); así como los puntos ocho, nueve y diez de la guía de entrevista realizada a empresarios del sector (Anexo E), muestra que las personas encuestadas tienen gran interés no solamente en capacitarse para constituir empresa, sino en crear su propio negocio. Adicionalmente los empresarios están dispuestos a generar la oportunidad a los jóvenes capacitados para que realicen prácticas de conocimientos.

El segundo objetivo específico se satisface mediante recopilación de información; considerando que los jóvenes desean crear empresa y capacitarse para ello, que únicamente el 22.22% eligió el emprendimiento como tema para su capacitación; que la argumentación de la problemática enfatiza en que se hace necesaria una propuesta curricular económica, flexible y presencial, se toma la determinación de consolidar información para el diseño de la propuesta modular que incluya el aspecto motivacional hacia el emprendimiento.

El cumplimiento del tercer objetivo específico se refleja en el Modulo Educativo (Anexo A) y la estructura de los módulos dos y tres (Anexo B), los cuales fueron orientados a generar conocimientos y habilidades en la creación de empresas, el cual incorpora la motivación como un elemento fundamental.

Finalmente el cuarto objetivo se cumple con el pilotaje del módulo “Ventajas de constituir empresa con los requisitos legales”. (Anexo C). Este se realizó a través de una plataforma virtual y los resultados se consolidan en el numeral 4.2.1 Pilotaje del Módulo Uno.

De acuerdo con lo anterior se infiere el logro de los objetivos específicos y consecuentemente al objetivo general.

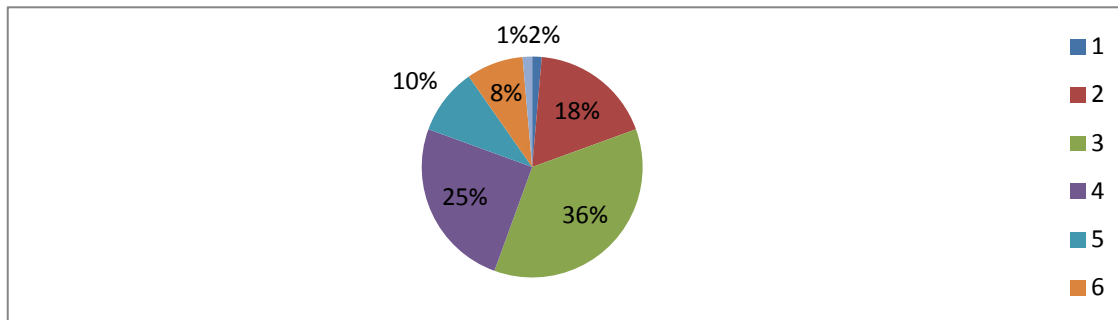
4.1.1 Encuestas. Se aplicaron encuestas a una muestra de 72 jóvenes bachilleres, cuyos resultados obtenidos evidencian que la mayoría de los jóvenes están entre los 18 y 19 años de edad con un 36.11% y un 25% respectivamente.

Tabla 4. Edad de jóvenes bachilleres encuestados

ITEM	Edad	%	Nº Encuestados
1	16	1,39%	1
2	17	18,06%	13
3	18	36,11%	26
4	19	25,00%	18
5	20	9,72%	7
6	21	8,33%	6
7	22	1,39%	1
Total			72

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 1. Edad de jóvenes bachilleres encuestados



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

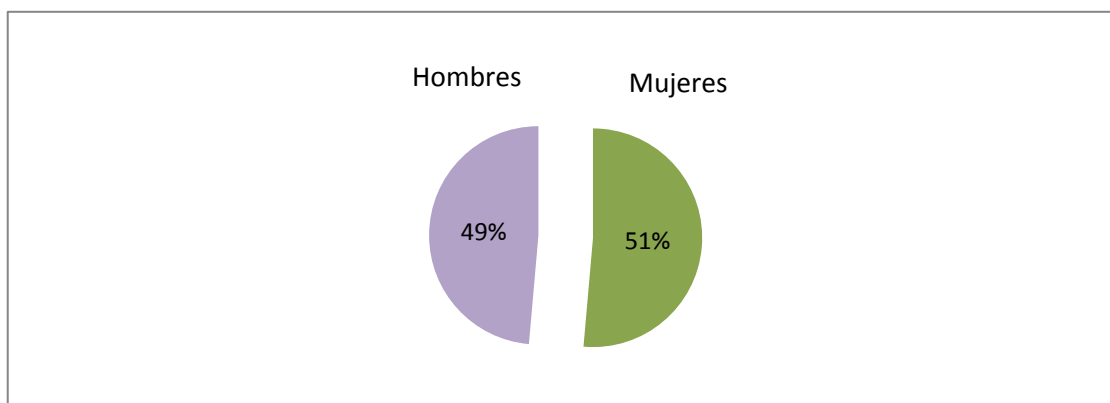
El 51.39% de los encuestados pertenecen al género femenino y el 46.6 % al masculino.

Tabla 5. Género de jóvenes bachilleres Arborizadora Alta

GENERO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Encuestados	37	35	72
PORCENTAJE	51,39%	48,61%	100,00%

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 2. Género de jóvenes bachilleres Arborizadora Alta



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

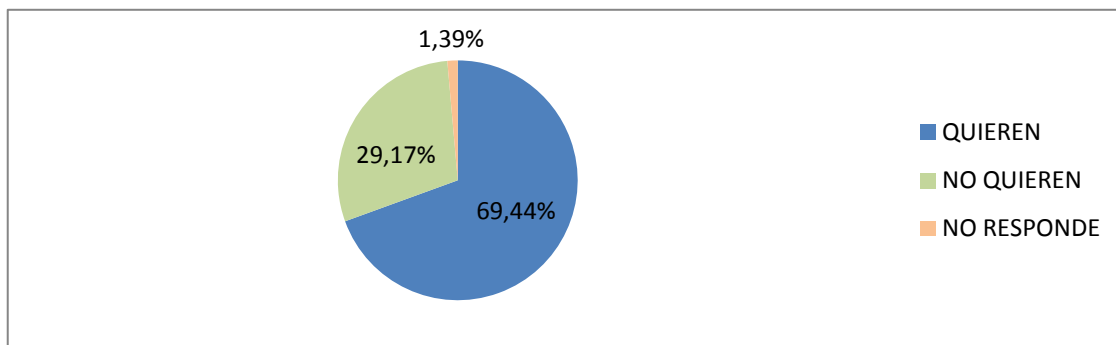
En cuanto al interés por crear empresa, se evidenció que el 69.44% quieren, el 29.17% no y el 1.39% no respondió la pregunta, lo que indica que si hay interés en crear empresa por parte de los jóvenes bachilleres.

Tabla 6. Interés en crear empresa

INTERES	CREAR EMPRESA			TOTAL
	QUIEREN	NO QUIEREN	NO RESPONDE	
NRO ENCUESTADOS	50	21	1	72
PORCENTAJE	69,44%	29,17%	1,39%	100,00%

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 3. Interés en crear empresa



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

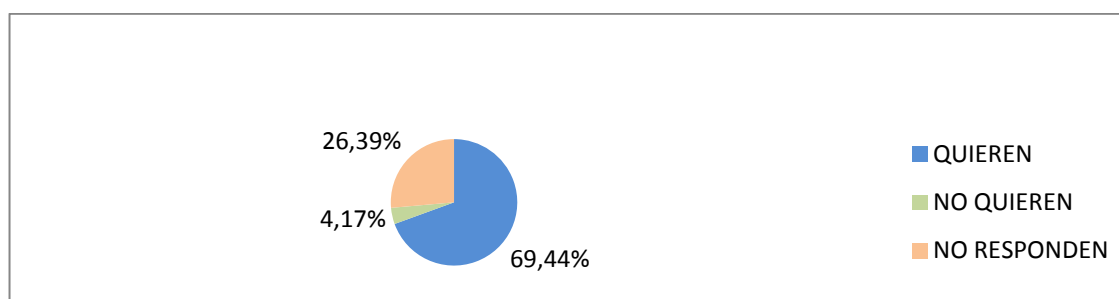
Con respecto a el interés por capacitarse para crear empresa con todos los requisitos legales, el análisis arroja la siguiente información: el 69.44% quieren capacitarse, el 4.7% no quieren y el 26.39% no responden, de manera que se puede concluir, que la misma cantidad de personas que quieren crear empresa, se quieren capacitar para ello y en cambio se puede inferir que los que no quieren crear empresa siendo el 29.17% no están seguros de si se quieren o no capacitar ya que solamente un 4.7% responde que no se quiere capacitar.

Tabla 7. Interés en capacitarse para crear empresa.

INTERES CAPACITARSE	QUIEREN	NO QUIEREN	NO RESP	TOTAL
NRO ENCUESTADOS	50	3	19	72
PORCENTAJE	69,44%	4,17%	26,39%	100,00%

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 4. Quieren capacitarse para crear empresa



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

En relación con el tipo de estudio superior que les gustaría realizar se establece que 51.39% de los jóvenes quieren ser profesionales, al 9.72% les interesa ser tecnólogos, al 5.56% les llama la atención ser técnicos y al 4.17% les agradaría un sistema de articulación a través de ciclos propedéuticos y el 29.17% no contestan, de lo anterior se concluye, que la mayoría quieren ser profesionales y que 29.17% que no contestan la pregunta son los mismos que no quieren crear empresa, por lo tanto no continuaron respondiendo la encuesta. (Como se les había solicitado.)

Para conocer el tipo de empresa que les gustaría crear, se utilizó una pregunta semi-estructurada, consiguiendo múltiples resultados, sin embargo se nota más interés en empresas de prestación de servicios, concesionarios, textiles, corte y confección, almacenes de ropa y cosméticos. Igualmente de esta pregunta vale la pena mencionar que algunos jóvenes, explicitan su interés en que a través de sus empresas quieren generar empleo a madres cabezas de familia, discapacitados con ganas de ser empresarios, personas con el don de

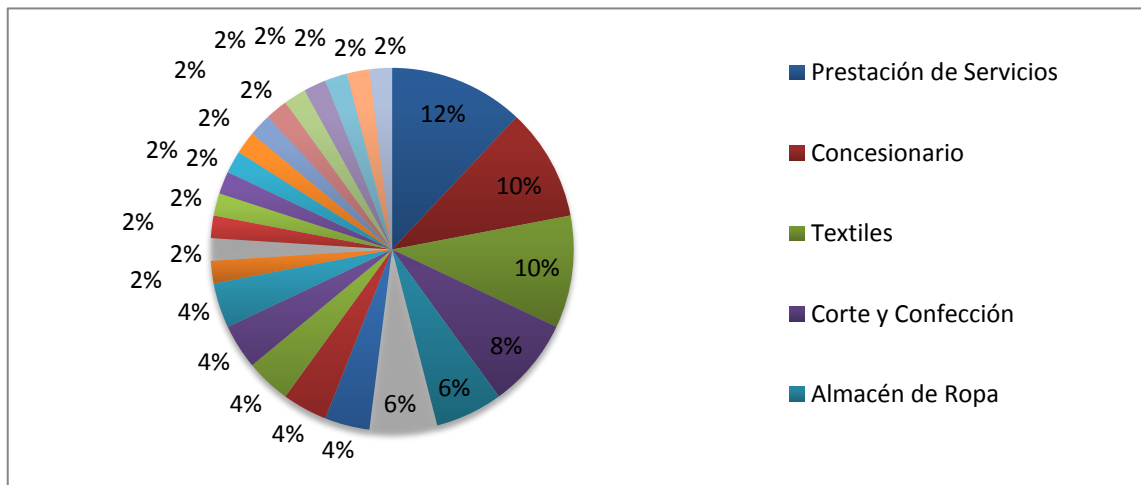
confeccionar ropa, a personas que necesiten mucha ayuda económica, a sus familias y a ellos.

Tabla 8. Tipo de Empresas que quieren crear

Tipo de Empresa	Encuestados	Tipo de Empresa	Encuestados
Prestación de Servicios	6	Computadores	1
Concesionario	5	De Muebles	1
Textiles	5	Discoteca-Bar	1
Corte y Confección	4	Diseño gráfico e informático	1
Almacén de Ropa	3	Hospital	1
Cosméticos	3	Jardín de Niños	1
Agencia de viajes	2	Jardineros	1
Alimentos	2	Medicina Integral	1
Eventos	2	Organización de cuentas	1
No especifica	2	Servicios Arquitectos	1
Veterinaria	2	Ropa Interior	1
Asesoría Contables y Financieras	1	Reparación de Electrodomésticos	1
Bioquímica	1		
TOTAL	38	TOTAL	12

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 5. Tipo de empresas que quieren crear



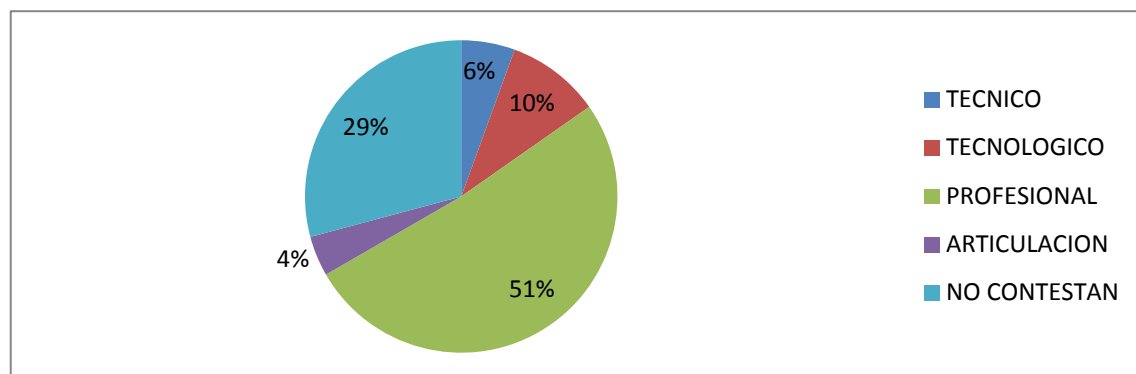
Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Tabla 9. Tipo de capacitación que prefieren

TIPO DE CAPACITACION	TECNICO	TECNOLOGICO	PROFESSIONAL	ARTICULACION	NO CONTESTAN	TOTAL
NRO ENCUESTADOS	4	7	37	3	21	72
PORCENTAJES	5,56%	9,72%	51,39%	4,17%	29,17%	100,00%

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 6. Tipo de capacitación que prefieren



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Sobre los temas o materias de interés, se analiza que la que más les interesa es administración con un 44.44% y la que menos les llama la atención es la tributaria con un 2.78%. Las demás materias, están en el siguiente orden de interés: contabilidad 33.33%, gerencia y gestión de calidad 27.78%, emprendimiento 22.22%, salud ocupacional 13.89%, análisis de balances 12.50%, sociología 9.72%, otras materias no relacionadas 11.11%. También hay un 33.33% de encuestados que no responden esta pregunta teniendo en cuenta que el 29.17% de ese 33.33% son quienes no quieren crear empresa, queda un 4.17%, de los que si quieren crear empresa y se quieren capacitar, que no escogieron ninguna de las materias de las propuestas, por lo que se puede deducir que es posible que no estén seguros de poder llevar a cabo la capacitación, porque en caso contrario, hubieran respondido en la casilla de otros. Se aclara, que el análisis de

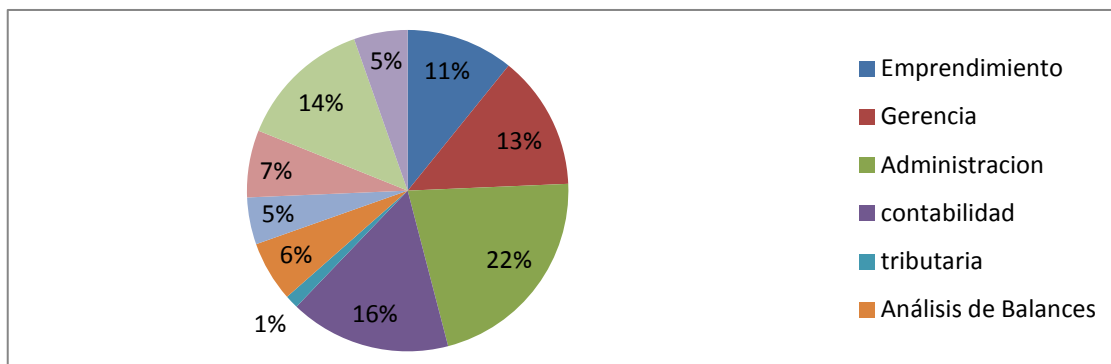
esta pregunta, no se hace sobre el 100%, debido a que los encuestados, marcaron múltiples opciones.

Tabla 10. Temas de interés

TEMAS DE INTERES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES	TEMAS DE INTERES	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Emprendimiento	16	22,22%	Sociología	7	9,72%
Gerencia	20	27,78%	Salud Ocupacional	10	13,89%
Administración	32	44,44%	Gestión de calidad	20	27,78%
Contabilidad	24	33,33%	Otro	8	11,11%
Tributaria	2	2,78%	No contesta	24	33,33%
Análisis de Balances	9	12,50%			

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 7. Temas de interés



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

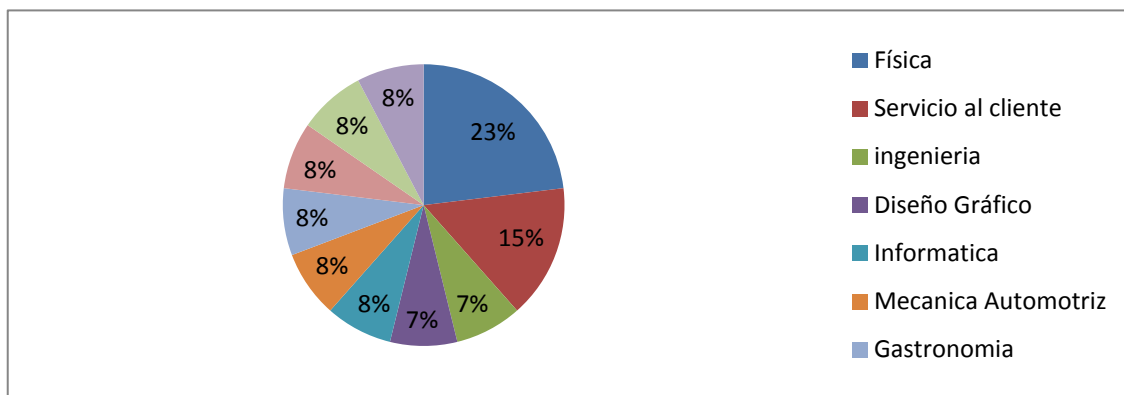
Del porcentaje del 11.11% correspondiente a otros temas de interés, está conformado por materias poco relacionadas con la creación de empresas, sin embargo, hay dos que son afines como son el caso de informática y servicio a clientes.

Tabla 11. Otros temas de Interés

Tema de Interés	%	Tema de Interés	%
Física	37,50%	Mecánica Automotriz	12,50%
Servicio al cliente	25,00%	Gastronomía	12,50%
Ingeniería	12,50%	Matemáticas,	12,50%
Diseño Gráfico	12,50%	Filosofía	12,50%
Informática	12,50%	No especifica	12,50%

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 8. Otros temas de Interés



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

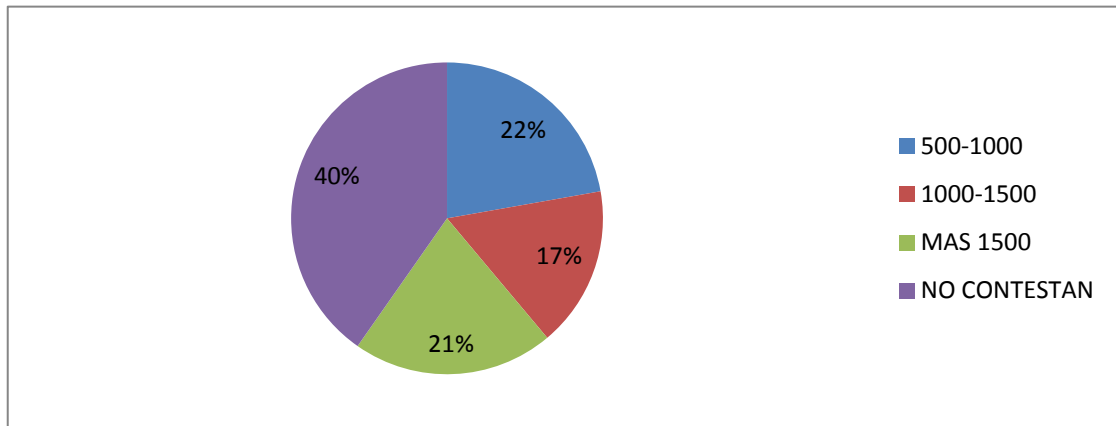
Según el análisis los jóvenes respondieron en cuanto al costo de la capacitación: el 22.22% el rango de \$500.000 a \$1.000.000, el 20.83% el de más de \$1.500.000, el 16.67% de \$1.000.000 a \$1.500.000 y el 40.28% no respondieron la pregunta, si a este porcentaje le restamos el 29.17% que no quieren crear empresa, queda un 11.11% de los que si la quieren crear y quieren capacitarse que no respondieron esta pregunta.

Tabla 12. Costo de Capacitación

COSTOS	500-1000	1000-1500	MAS 1500	NO CONTESTAN	TOTAL
Población	16	12	15	29	72
%	22,22%	16,67%	20,83%	40,28%	100,00%

Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

Figura 9. Costo de Capacitación



Fuente: Encuestas aplicadas por las autoras.

De lo anterior, se puede interpretar que posiblemente este 11.11% no pueden capacitarse por falta de recursos y que la mayoría de los jóvenes consideran que la capacitación debe costar entre \$500.000 y \$1.000.000.

No obstante se esperaba que el comportamiento de estas respuestas estuviera relacionado con las del tipo de capacitación que prefieren y no se relacionaron, de lo anterior, se puede intuir, que los jóvenes no tienen claro cuánto puede costar un semestre en una universidad privada, por un lado y por el otro que como se había establecido inicialmente el nivel económico de la población sujeto de estudio es bajo.

Con respecto al punto de observaciones, se refleja que algunos bachilleres tienen interés en estudiar medicina pero les preocupa el costo, otros quieren crear

empresa para ayudar a personas menos favorecidas como las madres cabeza de familia, minusválidos y con problemas económicos.

Observaciones de los Encuestados

“Quiero crear una empresa en la cual pueda Generar empleo a Madres Cabeza de Familia”.

“Simplemente quisiera poder seguir con mis estudios adelante y poder ser independiente”.

“Me gustaría una empresa en la cual pueda incluir muchas personas discapacitadas pero que sean emprendedoras”.

“No tengo muy claro en este momento que empresa quiero crear, pero si quiero crear empresa”.

“Yo quiero una empresa de diseño de ropa a la cual pueda ayudar a personas con este don”.

“Me gustaría una empresa con la cual pueda ayudar a personas que necesiten trabajar y tener ayudas económicas”.

“La carrera que quiero estudiar es bastante cara, mi presupuesto no me alcanza, pero aun así seguiré adelante sin darme por vencida (quiero ser medica)”.

“Yo reconozco que no me siento capacitado para formar una empresa, pero tengo ganas”.

“No me encuentro interesado en crear empresa, ya que me encuentro interesado en estudiar medicina”.

“Una Empresa que ayude a muchas personas y principalmente a mí y a mi familia”.

“Yo quiero crear una empresa que tenga relación con sonido, pero que sea de ayuda para mi familia”.

4.1.2 Entrevistas. Igualmente se aplicaron entrevistas a dos grupos de personas diferentes y con fines distintos. El primer grupo estuvo conformado por funcionarios de diferentes instituciones relacionadas con el tema de proceso de emprendimiento, con el fin de verificar la posible existencia de una solución o alternativa que permitiera ayudar a la solución del problema, además con el fin de profundizar en el conocimiento sobre el tema de emprendimiento.

El segundo grupo se formó con empresarios de la zona Arborizadora Alta, con el fin de conocer un poco más sobre el contexto, sobre las experiencias de los empresarios y también indagar acerca de la posibilidad de la vinculación de la población sujeto de estudio una vez capacitada, como alternativa de solución al problema.

Este grupo de entrevistas deja en claro que no existen parámetros establecidos fijos para la materia de emprendimiento, que no hay desplazamiento de entidades como la Cámara de Comercio o el SENA hacia Arborizadora Alta a dictar cursos de capacitación a nivel técnico, tecnológico o profesional. Que el SENA es la Institución designada por el Estado para impulsar la capacitación al respecto. Que en el momento de la entrevista no hay capacitación titulada por parte del SENA pero que por ser un tema de interés para el País y un mandato legal, se está trabajando para instaurarla. (Ver tabla 13)

Tabla 13. Resumen entrevistas hechas a funcionarios de instituciones

PERSONA Y /O ENTIDAD	SEDE MAS CERCANA A ARBORIZADORA ALTA	MATERIAL ESCRITO SOBRE EMPRENDIMIENTO	APOYO A EMPRENDEDORES
Cámara de Comercio	Kennedy	No	A través de la página web o en charlas informativas en asocio con la Alcaldía de Bogotá en el programa Bogotá Emprende
Juan Manuel Castañeda responsable del programa de emprendimiento en el SENA, La Directora del Proyecto Productivo del centro financiero del SENA de Chapinero.	Kennedy y Soacha	En el momento de la entrevista no existía formación titulada al respecto, pero ya se estaba trabajando en el logro de la misma en convenio con algunos Colegios Distritales y Privados	Han suscrito un convenio con la facultad de Ingeniería en el Instituto de Extensión e Investigación de Universidad Nacional, destinado a trabajar sobre el tema de emprendimiento. Presencia virtual, pero no sobre el tema específico de emprendimiento.
Profesora de cátedra empresarial del Colegio el Minuto de Dios, la profesora de la materia de emprendimiento del Colegio Cooperativo de Álamos y algunos profesores del Distrito		La ley 1014 del 2006, da lineamientos para que se oriente hacia el emprendimiento, pero cada colegio lo hace a su manera y algunos ni siquiera tienen en su currículo la materia o cátedra emprendimiento.	

Fuente: Entrevistas realizadas por las autoras.

Tabla 14. Resumen de entrevistas hechas a empresarios de Arborizadora Alta

NOMBRE	EDAD	ESTUDIOS	TIPO DE NEGOCIO	CARGO EN EL NEGOCIO	PIENSA AMPLIAR	DESEA CAPACITARSE	RECIBIRIA UN JÓVEN CAPACITADO PARA QUE LE COLABORE?
Jacqueline	42	10°	Mini mercado de abarrotes	Propietaria administradora	No	Si, a veces requiere conocimientos legales.	Si
Rosalba	43	9°	Cacharrería	Propietaria	No	Si, para por lo menos saber cuánto gana y cuanto gasta en el negocio.	Sí, pero hay que tener cuidado, pues hay mucha inseguridad.
Dolly	35	Bachiller	Almacén y fábrica de muebles	Administradora	Si	Si	Tendría que hablar con el hermano quien es el propietario.
Nicolás	26	9°	Fruver	Propietario	Si	Si	Si
Edwin	45	10°	Asadero	Propietario	Si	Si	Si
Roberto	57	2 Sem. U.	Ferretería	Propietario	Si	Si, ningún conocimiento sobra.	Si
Manuel	28	Bachiller	Supermercado	Propietario	Si	Si	Si

Fuente: Entrevistas realizadas por las autoras.

El segundo grupo de entrevistados fueron algunos de los empresarios del barrio Arborizadora Alta; para efectuar estas entrevistas se utilizó una guía. (Ver anexo E). Aunque la tabla 14-Resumen de entrevistas hechas a empresarios de Arborizadora Alta, muestra un resumen general de las entrevistas, a continuación se narran algunas anécdotas interesantes desde el punto de vista del emprendimiento y se listan algunos comentarios muy oportunos.

Nicolás de 26 años comenta que cuando era niño, su mamá lo mandaba a la plaza los domingos a comprar el mercado o remesa, pero que como a él no le gustaba ser el de los mandados, buscó la forma de ofrecerle el servicio de mandadero a sus vecinos de la cuadra y cobraba monedas por ello, que resultó tan de éxito su negocio, que tuvo que construir un carro de balineras para cargar los encargos.

Edwin de 45 años, cuenta que cuando arrancó con la empresa, tenía muchas ganas de hacer algo pero tenía poca plata. Una de las dificultades que tuvo cuando recién empezó el negocio, es que durante el primer año no hubo manejo contable del dinero, por lo que la plata de la empresa era la misma plata de la casa. Esto lo llevó prácticamente a la quiebra, ya que se estaba gastando el capital y no se estaba reponiendo, por lo que no había dinero ni para comprar materias primas. Aconseja, a todas las personas interesadas en crear empresa, que desde un comienzo hagan un manejo contable del dinero del negocio.

Roberto de 57 años, agrega que quienes quieran iniciar empresa, deben primero investigar el mercado y deben hacer sus estudios previos al negocio, que es importante que se capaciten para que no tengan frustraciones, porque los mercados están muy fluctuantes y si no se está bien informado, se puede quebrar. Que es importante que se asesoren en la parte laboral, en la de impuestos, en la jurídica, en la económica ya que fallas en estos aspectos son muy graves.

Manuel de 28 años, está enamorado de lo que hace, por eso lo hace con mucho entusiasmo, con dedicación, afirma que uno está para cumplir los sueños, que se debe ser optimista y lograr con mucha responsabilidad, amor y dedicación lo que se quiere.

Igualmente quiere ver su negocio muy grande en los próximos años. Agrega “Desde muy joven me ha tocado trabajar muy duro para ayudar a sostener a mi familia, no pude estudiar por problemas económicos, por eso quise ser independiente y me preocupe por independizarme, porque quiero estar bien económicamente y no quiero que mis hijos sufran tanto como yo”.

Otros comentarios

“Por acá solo viene Fenalco y Salud, las demás empresas del Estado no se ven”.

“No me gusta el crédito porque después es difícil pagarlo”.

“Se debe tener un horario fijo de atención al público”.

“Es importante saber entrarle al cliente, atenderlo y consentirlo muy bien”.

“Vendo más cuando puedo dedicarle tiempo al negocio, ser ama de casa y empresaria es difícil”.

“Me da temor legalizarme pues ahí mismo tengo que pagar impuestos”.

“Hay mucha inseguridad y junto con los vecinos hemos tenido que contratar vigilancia comunal y cuidarnos unos a otros”.

“Tener empresa es tener desafíos”.

“Uno debe ver los problemas como oportunidades”.

“Esta empresa me dio la base para crear otra afín”.

4.1.3 Entrevistas Abiertas. Estas entrevistas se realizaron a Empresarios de Arborizadora Alta, durante el proceso de observación y tuvieron como objetivo complementar las observaciones efectuadas, necesarias para la caracterización del contexto, no se desarrolló guía para ellas, sino que las preguntas fueron libres y se escucho lo que los empresarios querían decir.

A continuación se relatarán algunas de estas entrevistas y se tratará de utilizar los términos de los entrevistados.

Tatiana con 35 años de edad, propietaria de una fama, cursó hasta octavo, lleva 15 años como empresaria nos relató que la situación en Arborizadora Alta es un poco complicada, porque a pesar de que ellos tienen sus negocios, los jóvenes del sector, entre ellos hijos de los empresarios, que salen del bachillerato no tienen muchas posibilidades de ingresar a la universidad por falta de recursos económicos, y también porque debido a que no les ha ido bien en las pruebas del ICFES, no han tenido acceso a las universidades públicas. Que les queda mucho tiempo libre, el cual emplean para estar formando corrillos en la calle con los amigos a expensas de las bandas que hay en el sector. También expresó que por costumbre de ellos, los negocios pasan de generación en generación, que entonces también aprovechan para poner los muchachos a que les ayuden en los negocios.

Robinson, de 28 años de edad, quien terminó su secundaria y es propietario de una tienda hace 5 años, nos relató que los jóvenes bachilleres de Arborizadora pasan mucho tiempo en la calle por no tener mucho que hacer. Que cuando vienen a darles los cursos de taekwondo a ellos les gusta mucho, porque de esta manera los pelados tienen una ocupación y no están por ahí tomando cerveza o buscándose problemas, que después perjudican es más a sus padres que a ellos, ya que cuando las muchachas salen embarazadas pues son dos bocas más para mantener, bien sea para los padres de la chica o del chico, porque ni modos de echarlos a la calle. También comentó que en el negocio que él tiene le va muy bien porque los muchachos toman mucha cerveza y pues él vende por que ya son mayores de edad. Que no conoce los motivos por los cuales los muchachos no están en la universidad pero que supone que es porque sus padres no tienen como darles para los gastos.

Laura de 40 años de edad, propietaria de un Internet desde hace 5 años, comenta que ella terminó su bachillerato, que a pesar de que son varios los internet y las cabinas telefónicas que hay en el sector, su negocio es bueno, ya que debido a que casi ningún muchacho tiene computador en la casa por el costo de esto, es muy frecuente que vayan a su negocio bien a jugar o a hacer trabajos. También comenta que es muy preocupante ver el incremento de la inseguridad en el barrio por presencia de bandas y que lo más triste es que por allá no se ve la policía, que menos mal los vecinos se ayudan y entre todos se vigilan y se pagan vigilantes y tienen alarmas. Que muchos de ellos colocan en las tardes a trabajar a los muchachos para que no estén tanto tiempo en la calle y que le gustaría mucho si fuera posible que ellos recibieran capacitación.

Santiago de 19 años, empleado de sus padres atiende una miscelánea y papelería que funciona hace 6 años, este chico comenta que le “tocó” quedarse a trabajar ahí, porque embarazó a su novia y le correspondió ponerse a trabajar para responder por esta situación y cree que hasta ahí llegaron las posibilidades de estudiar, porque los recursos económicos de la familia no dan para tanto.

Claudia de 30 años, quien cursó hasta décimo es propietaria de una cacharrería que funciona hace 16 años, ella afirma que el ingreso a la universidad no es fácil debido a diferentes circunstancias, que los padres de los muchachos no tienen tanto dinero para pagar una universidad privada, que además no pasan fácilmente a las universidades públicas y que también les gusta mucho la rumba y se la pasan es charlando en las esquinas. También hizo referencia a que el nivel económico del sector no es muy alto, que las utilidades de los negocios son relativamente pocas y que uno de los lujos más grandes que tienen los habitantes del barrio, es comer pollito el día de quincena.

Las otras entrevistas dan cuenta de la misma realidad relatada por otras personas habitantes del sector y también empresarias.

4.1.4 Resumen información relevante de las entrevistas. Del análisis estadístico de los datos de las entrevistas se puede establecer que: el 60% fueron hombres y el 40% mujeres, que la mediana de las edades de los empresarios es de 35 años, que la mayoría de los empresarios (93%) no cuenta con estudios de educación superior, que el 87% quieren hacer crecer su negocio, que el 93% no han sido sancionados ni multados, el 80% de los empresarios no poseen conocimientos sobre la manera técnica y normativa de crear empresa, que el 100% quieren capacitarse y le darían oportunidad a jóvenes bachilleres de trabajar en sus empresas y que la mediana del tiempo que llevan funcionando los negocios es de 8 años. (Ver tabla 15 y Figura 12)

También es importante resaltar que varios de los empresarios hablaron de la inseguridad de la zona y del trabajo comunitario con los vecinos para colaborar, en el sentido de poner alarmas, pagar vigilancia comunal y ayudarse los unos con los otros. Igualmente varios comentan acerca de las razones por las que no pudieron terminar sus estudios de secundaria o acceder a la universidad y en su mayoría obedecieron a problemas económicos o de responsabilidades adquiridas a temprana edad, pero también es substancial entender lo importante que es para ellos el mantenimiento y crecimiento de sus empresas, como el sustento de sus familias.

Igualmente manifiestan su interés por aprender sobre normas y leyes acerca de la creación de empresas ya que temen a las sanciones como el cierre del establecimiento, por el no cumplimiento de requisitos y para conocer más acerca de si ganan o pierden en el desarrollo de su actividad comercial, Aclara que en muchas ocasiones, el no cumplimiento de los requisitos, se debe al desconocimiento.

Expresan miedo de legalizarse porque consideran que tendrán que pagar impuestos, lo que generaría menos ingresos para sus familias. Aprueban que personas jóvenes y capacitadas los orienten para mejorar sus negocios, ya que

eso supone el mejoramiento de sus ingresos y por consiguiente el respaldo para sus familiares, exteriorizan lo importante que es para ellos que sus negocios continúen siendo el patrimonio de sus familias ya que aunque ellos no estén, les gustaría que sus hijos o familiares los saquen adelante.

Algunos afirman que es poco viable la ampliación de sus negocios, ya que los locales son muy reducidos y no tienen hacia donde ampliarlos, opinan que si contemplan formas de empresa que no conocen se pueden quebrar y para ellos no fue fácil encumbrar los negocios hasta donde los tienen hoy día, sino que por el contrario les costó mucho esfuerzo y dedicación mantenerse en el mercado.

Igualmente que hay un gran número de jóvenes bachilleres sin muchas posibilidades de ingresar a la universidad por diversas causas; que estos jóvenes tienen mucho tiempo libre lo que les puede acarrear ser víctimas de bandas de delincuencia o correr el riesgo de caer en hábitos de consumo de sustancias psicoactivas o de ser padres a muy temprana edad. Que no tienen fácil acceso a computadores o a internet.

Todo lo anterior lleva a concluir que se hace necesaria una alternativa de capacitación económica y presencial en la zona, que les permita a estos jóvenes y a la comunidad mejorar su situación. Y además que las entrevistas en conjunto con las observaciones, fueron sustento para la caracterización del contexto y de la población.

Tabla 15. Resumen datos generales entrevistas

1. Genero

Entrevistados	Cantidad	porcentaje
Mujeres	6	40.00%
Hombres	9	60.00%

2. Edades

Entrevistados	Edades	Mediana
1	42	
2	43	
3	35	
4	26	
5	45	
6	57	
7	28	
8	35	35
9	25	
10	40	
11	19	
12	30	
13	22	
14	25	
15	50	

3. Nivel de Estudios

Nivel Estudios	Entrevistados	%
Octavo	2	13.33%
Noveno	2	13.33%
Decimo	3	20,00%
Bachiller	7	46.67%
2 Semestres	1	6.67%
Total	7	100,00%

Tabla 15. Resumen datos generales entrevistas (Continuación)

4. Planes de Hacer Crecer el Negocio

Planes de hacer crecer el negocio	No	Si
Entrevistados	2	13
Porcentaje	13,33%	86,67%

5. Tiempo de Tener Empresa

Entrevistados	Tiempo de tener empresa	Mediana
1	18	
2	25	
3	8	
4	5	
5	24	
6	28	
7	4	
8	15	8
9	5	
10	5	
11	6	
12	16	
13	8	
14	7	
15	5	

6. Sancionados o Multado

Sancionado o multado	Si	No
Entrevistados	1	14
Porcentaje	6,67%	93,33%

Tabla 15. Resumen datos generales entrevistas (Continuación)

7. Conocimiento sobre Aspectos técnicos y Normativos de Creación de Empresa

Conocimientos	Si	Pocos	No
Entrevistados	0	2	5
Porcentaje	0,00%	28,57%	71,43%

8. Se Capacitaría

Se capacitaría	Si	No
Entrevistados	15	0
Porcentaje	100,00%	0,00%

9. Le daría oportunidad a Jóvenes Capacitados

Daria Oportunidad	Si	No
Entrevistados	15	0
Porcentaje	100,00%	0,00%

10. Ve su negocio en 10 años

Como ve su Negocio	Igual	Grande	No contesta
Entrevistados	2	12	1
Porcentaje	13,33%	80,00%	6,67%

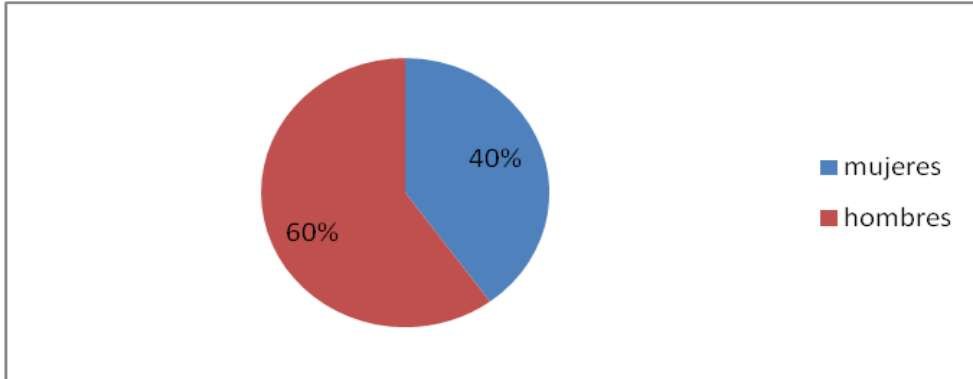
11. Negocios de personas entrevistadas

Ítem	Negocios	Entrevistados	Ítem	Negocios	Entrevistados
1	Mini mercado	1	7	Supermercado	1
2	Cacharrería	2	8	Fama	2
3	Muebles	1	9	tienda	1
4	Fruver	2	10	Internet	1
5	Asadero	1	11	Miscelánea	1
6	Ferretería	1	12	Almacén de Ropa	1
TOTAL		8			7

Fuente: Entrevistas realizadas por las investigadoras

Figura 10. Resumen datos generales entrevistas

1. Género



2. Nivel de Estudios

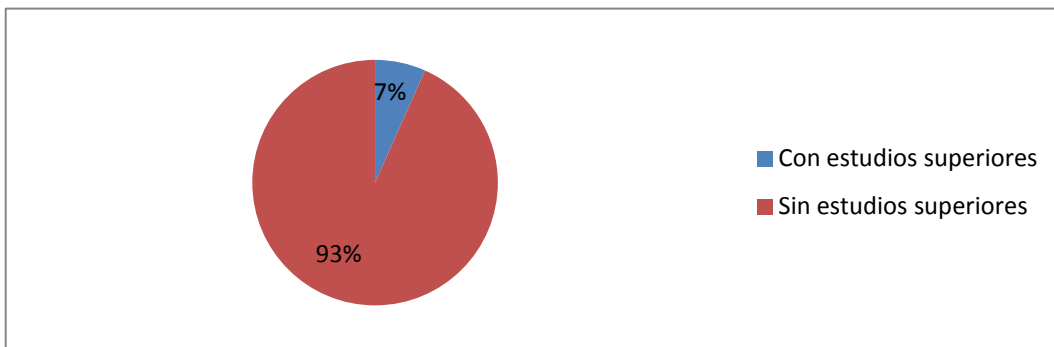
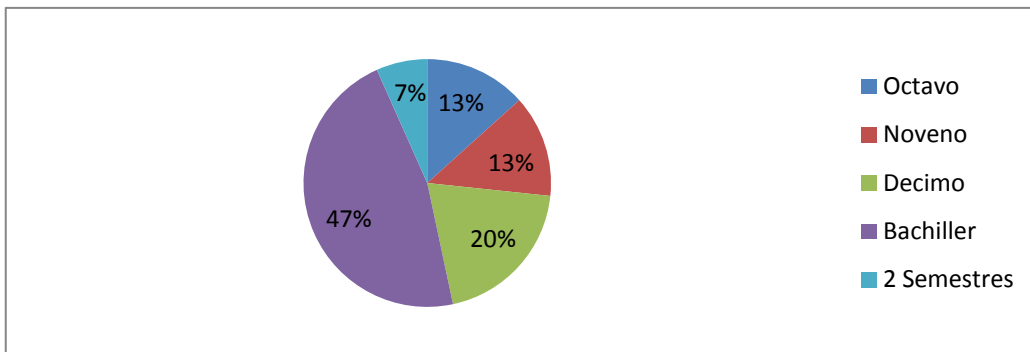
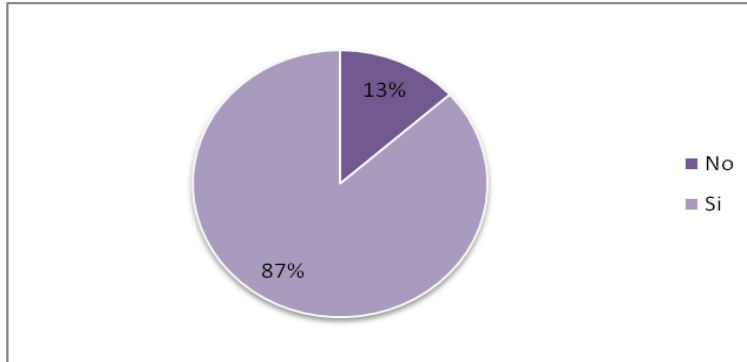
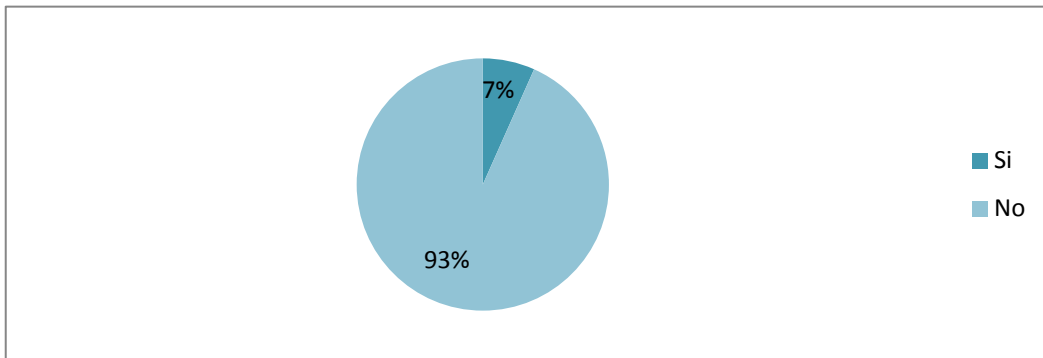


Figura 10. Resumen datos generales entrevistas. (Continuación)

3. Planes de hacer crecer la empresa



4. Sancionados o multados



5. Conocimiento sobre aspectos técnicos y normativos en creación de empresas

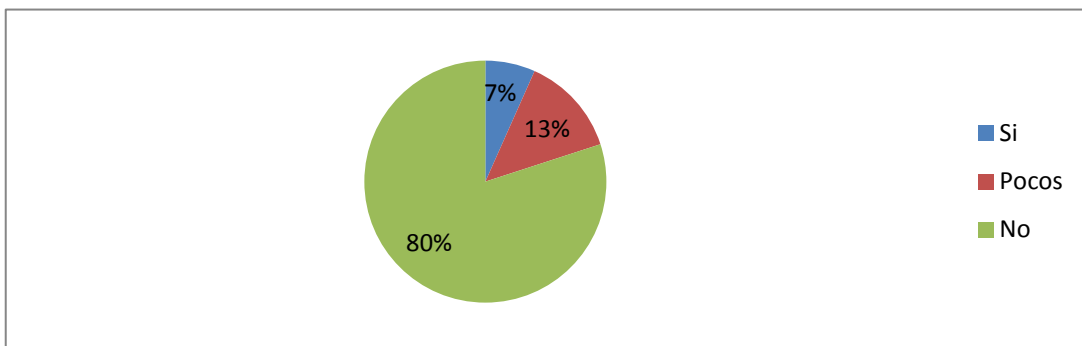
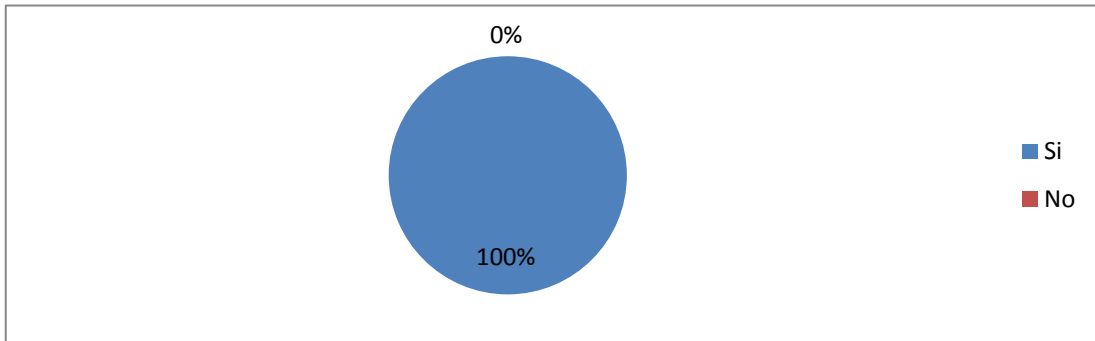
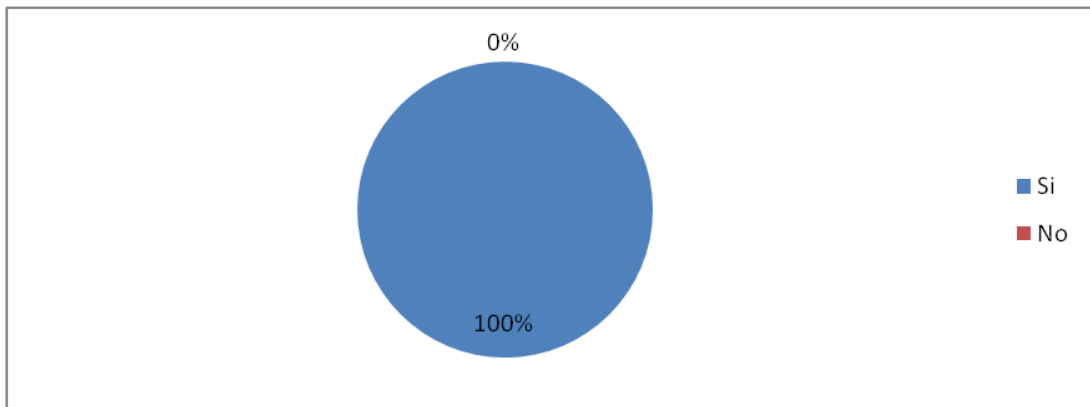


Figura 10. Resumen datos generales entrevistas. (Continuación)

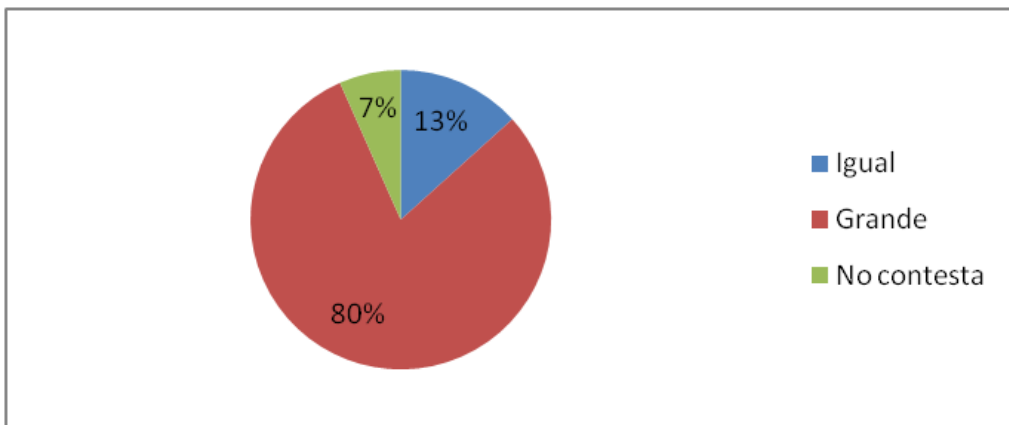
6. Se Capacitaría



7. Le daría oportunidad a jóvenes capacitados



8. Como ven su negocio en 10 años



4.1.5 Observación. Tuvo como fin caracterizar la población sujeto de estudio y el contexto (Ver anexo F). El instrumento de observación dirigido a empresarios tuvo en cuenta el género y tipo de empresa; en los Jóvenes Bachilleres, diversiones, comportamientos, otros; en las empresas, el tipo de empresa, nombre, RUT exhibido, ubicación; del sector, topografía, parques, colegios, universidades, comercio.

A empresarios y empresas. Con respecto a la observación de género de los empresarios observados, se evidenció claramente que son más los hombres que las mujeres, los que se dedican a manejar las empresas.

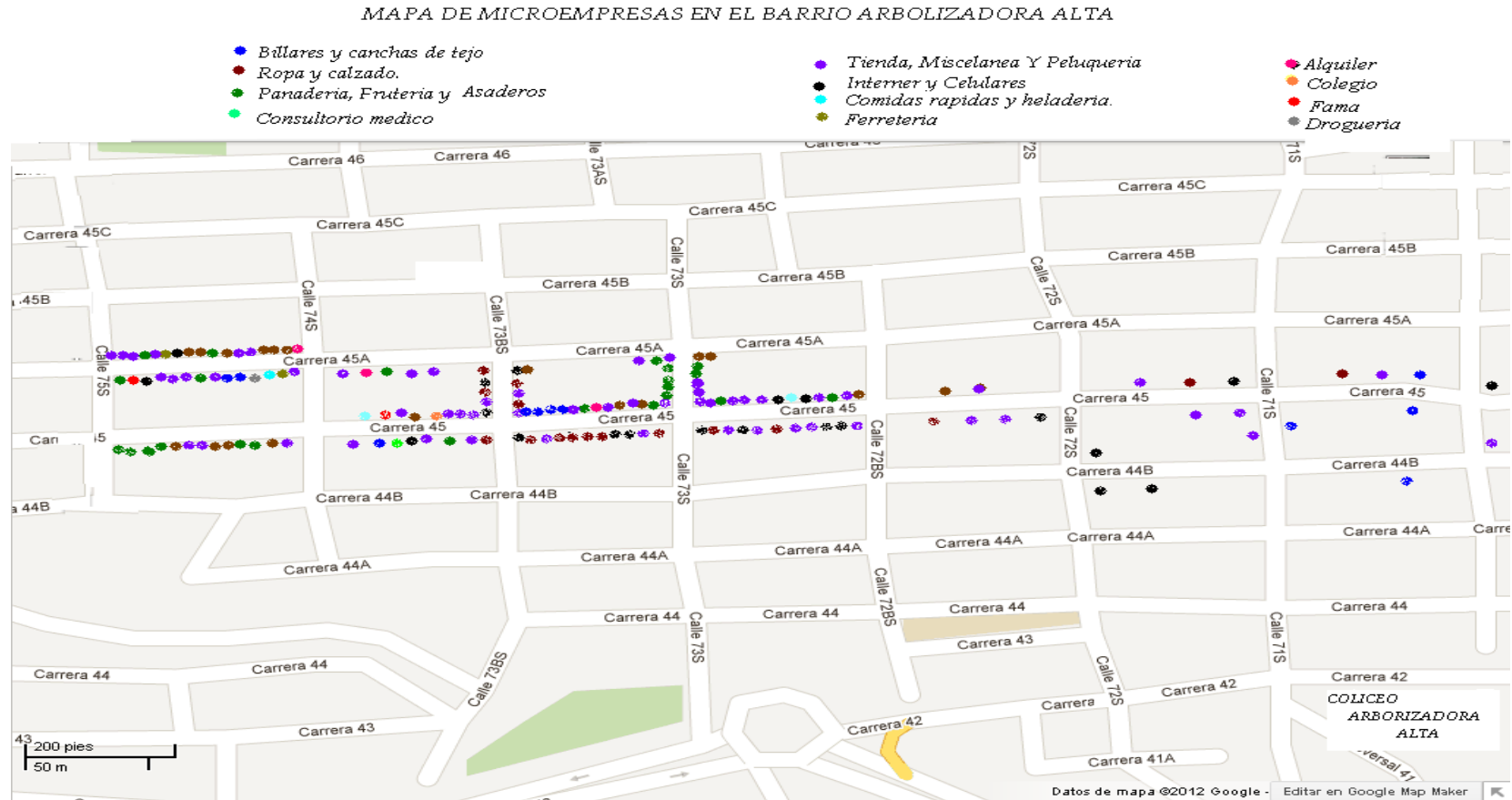
En cuanto al tipo de empresa se notó que hay mucha diversidad de empresas en la zona, sin embargo, lo que más hay son almacenes de ropa, de calzado, tiendas, bares, internet, peluquerías entre otros.

La mayoría de los locales se ubican en zonas planas y se encuentran en casas de familia, los restaurantes son pocos pero abundan los negocios de comidas rápidas, piqueteaderos y asaderos.

Dentro de las visitas que se hicieron a Arborizadora Alta por parte de las investigadoras, para confirmar la existencia del problema, se desarrolló un trabajo de campo en el cual se pudo establecer la existencia de más de 250 locales comerciales, los cuales se visitaron y observaron, comprobando que solo dos tenían el RUT exhibido al público, que los nombres de los locales comerciales no obedecen a nombres o razones sociales, sino a la actividad económica que desarrollan.

Con base en las observaciones de las microempresas se desarrolló un mapa empresarial con la ubicación de las empresas y se llevó a cabo una tabla con los 250 negocios observados (Figura 11- Tabla 17).

Figura 11. Mapa de Microempresas en el barrio Arborizadora Alta



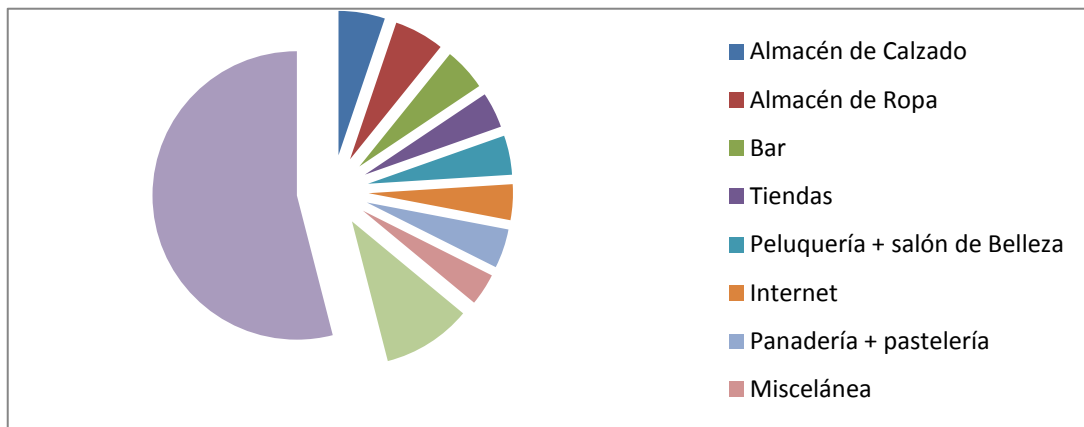
Fuente: Observación efectuada por las investigadoras en trabajo de campo

Tabla 16. Negocios más numerosos del barrio

Tipo de Negocio	Establecimientos	%
Almacén de Calzado	13	5.20
Almacén de ropa	14	5.60
Bar	12	4.80
Tienda	10	4.00
Peluquería y/o Salón de belleza	11	4.40
Internet	10	4.00
Panadería y/o Pastelería	11	4.40
Miscelánea	9	3.60
Comidas preparadas	25	10.00
Otros	135	54.00

Fuente: Observación trabajo de campo de las investigadoras

Figura 12. Negocios más numerosos del Barrio



Fuente: Observación trabajo de campo de las investigadoras

Tabla 17. Negocios de Arborizadora Alta

TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	Rut		TIPO DE NEGOCIO	Cantidad	Rut	
		Total	Excibido			Total	Excibido
1 Academia de Técnicos Electricistas	1	1		43 Fotografía + Papelería	2	138	
2 Almacén de Calzado	13	14		44 Frutería	5	143	
3 Almacén de Celulares	1	15		45 Fruver	6	149	
4 Almacén de Electrodomésticos	4	19		46 Heladería	3	152	
5 Almacén de Pinturas	3	22		47 Iglesia Cristiana	1	153	
6 Almacén de Ropa	14	36		48 Insumos para Belleza	1	154	
7 Alquiler de lavadoras	2	38		49 Insumos para panadería	1	155	
8 Asadero	6	44		50 Internet	10	165	
9 Restaurante	5	49		51 Interrapidicimo	1	166	
10 Asociación de Técnicos Electricistas	1	50		52 Junios Pizza	1	167	
11 Autoservicio	1	51		53 Lavaseco	2	169	
12 Bar	12	63		54 Liceo Infantil : Preescolar + Primaria	1	170	
13 Billar	2	65		55 Local de Frutas	1	171	
14 Cacharrería	5	70		56 Local Indígena	1	172	
15 Cafetería	1	71		57 Local Venta de cachuchas, sombreros y gorros	1	173	
16 Cancha de Tejo	2	73		58 mantenimiento de computadores	1	174	
17 Carpintería	1	74		59 Miscelánea	9	183	
18 Casa de Empeño	1	75		60 Modistería	3	186	
19 Centro Comercial - San Andresito	1	76		61 Muebles y Colchones	4	190	
20 Cigarrería	1	77		62 Óptica	1	191	
21 Colegio Erasmo de Rotterdam		77		63 Panadería + pastelería	11	202	
22 Colegio San Pablo Apóstol	2	79		64 Pañalera	5	207	
23 Colegio Distrital Arborizadora Alta		79		65 Papelería	4	211	
24 Colegio Distrital Gimnasio Sabio Caldas	2	81		66 Peluquería + salón de Belleza	11	222	
25 Comidas Rápidas	6	87		67 Piñatería	1	223	
26 Consultorio Odontológico	1	88		68 Piqueteadero	3	226	
27 Chatarrería	1	89		69 Puesto Ambulante de Verduras	1	227	
28 Deposito de Cemento	1	90		70 Puesto de Artesanías	1	228	
29 Deposito de Madera	1	91		71 Puesto de Butacas	1	229	
30 Depósito de papas	3	94		72 Puesto de Ensaladas	1	230	
31 Distripollos	4	98		73 Puesto de todo a \$200.00	1	231	
32 Droguería	6	104		74 Remontadora de Calzado	2	233	
33 Cabinas Telefónicas	2	106		75 Salsamentaría	4	237	
34 Dulcería	1	107		76 Servicio técnico de celulares	1	238	
35 Empresa de Parabólica	1	108		77 Servicio técnico de electrodomésticos	3	241	
36 Expendios de carne	7	115	Uno	78 Tapicería	2	243	
37 Supermercado	3	118		79 Almacén de Cacharro	2	245	
38 Ferretería	5	123	Uno	80 Almacén de cerámica (Baños, baldosas)	2	247	
39 Ferretería especializada gas Natural	1	124		81 Venta de Chance	1	248	
40 Tienda + Miscelánea	10	134		82 Venta de desechables	1	249	
41 Tienda Naturista	1	135		83 Vidriería	1	250	
42 Floristería + Vivero	1	136					

Fuente : Observación efectuada por las investigadora

Jóvenes Bachilleres. Con respecto a las distracciones y comportamientos, se observó y corroboró a través de entrevistas, que los jóvenes de Arborizadora Alta permanecen mucho tiempo en las esquinas charlando y formando corrillos con sus amigos, también que consumen bastante bebidas alcohólicas sentados en los andenes a las afueras de las tiendas. Además se evidenció, que el número de jóvenes embarazadas en el sector es alto.

Sector. Del sector se pudo establecer que en alguna época fue zona de canteras, ya que aún se conservan evidencias de ello, que cuenta con cuatro colegios de los cuales dos son públicos y dos son privados, que el sector es bastante inclinado, lo que hace que corra mucho aire y lo hace bastante frío, que tiene parques infantiles y un polideportivo grande.

En el sector no hay sede de ninguna universidad, las universidades más cercanas, son la Uniminuto y la Distrital Francisco José de Caldas ambas ubicadas en el sector de la Candelaria.

En el sector se encuentran ubicadas 250 empresas que funcionan en casas de familia. Las vías de acceso son buenas, sin embargo no es fácil tomar transporte urbano hacia varias partes de la ciudad. (Ver Tabla 22. Negocios de Arborizadora Alta, Figura 15. Mapa de Microempresas en el barrio Arborizadora Alta.

4.2 PROPUESTA

Debido al interés de los jóvenes de Arborizadora Alta de crear empresa y capacitarse para ello a un bajo costo, se hace necesario diseñar una estrategia educativa económica y que pueda ser desarrollada de forma presencial en la zona, por lo cual se optó por proponer módulos educativos sobre emprendimiento.

Para el diseño de los módulos educativos se tuvo en cuenta la teoría del sistema modular y los ciclos propedéuticos, que permitirá el tránsito de los jóvenes bachilleres de Arborizadora Alta a la Educación Superior.

Con estos módulos se busca brindar una oportunidad a jóvenes que terminaron sus estudios de secundaria y se encuentran desvinculados laboral y académicamente, con el objetivo de que puedan capacitarse, ayudar a su familia y comunidad, siendo competentes en la creación y/o formalización de empresas. Se propone que una vez capacitados, se vinculen a las empresas del sector y desarrollen sus prácticas.

La propuesta incluye la estructura de tres módulos educativos: el primer módulo se llama ***Ventajas de constituir empresa con los requisitos legales*** versa específicamente sobre creación de empresas: contempla normatividad, clasificación de sociedades, requisitos para crear empresa, oficinas que orientan al ciudadano, mecanismos de denuncia y reclamación entre otros, tuvo como guía el Código de Comercio, los requisitos y experiencias de la Cámara de Comercio, Bogotá Emprende y el SENA.

Su desarrollo contempla, Introducción, objetivos, metodología, evaluación y Bibliografía, consta de tres unidades las cuales son: Aprendiendo de la Historia de los Exitosos, Conociendo acerca de las Mipymes y ¿Por qué es necesario invertir en lo legal? Cada unidad consta de: temática de estudio, actividades a desarrollar, reflexión y autoevaluación. (Ver anexo A)

Los módulos dos y tres se denominan ***¿Cómo enfrentar la competencia?*** y ***Me arriesgo y gano***. La estructura propuesta de estos módulos se encuentra en el anexo B.

Esta propuesta tiene carácter social y que se convierte en un aporte positivo para la comunidad de Arborizadora Alta. Por otro lado se beneficiará el país al lograr que se creen formalmente nuevas empresas o se legalicen las que ya existen. Igualmente el Gobierno Nacional verá como se cumplen poco a poco sus objetivos de impulsar el desarrollo de Ciudad Bolívar mediante la creación de Mipymes.

4.2.1 Pilotaje del módulo Uno. El pilotaje del módulo “Ventajas de constituir empresa con los requisitos legales” se realizó a través de una plataforma virtual con un grupo de 12 personas interesadas en el tema, cuya opinión se recogió mediante un cuestionario de encuesta. (Anexo C).

La muestra estuvo compuesta de la siguiente manera: El 58%, hombres y el 42% mujeres, con un promedio de edad de 21 años, de niveles de estudio: 50% bachilleres, un 16.67% estudiantes universitarios y un 33.33% profesionales. (Ver tabla. 21 y Figura 18 Estadísticas de Pilotaje).

El pilotaje arrojó como resultado, que los contenidos del módulo, fueron considerados suficientemente claros por el 97.22% de la muestra y los temas en un 100% importantes; las actividades en su cantidad se consideraron 100% suficientes y en un 89.89% son agradables. Sin embargo el 11.11% de quienes desarrollaron el pilotaje, consideran que algunas actividades contaron con cierto grado de dificultad debido a la plataforma y a la falta de un tutor presencial que pudiera aclararles las inquietudes, en el momento de desarrollarlas y se deben mejorar.

Como conclusión de lo anterior, se puede deducir que los contenidos del módulo educativo son claros e importantes, que sus actividades son suficientes y agradables y que a excepción de unos ajustes que deben hacerse, se encuentra listo para ser aplicado.

Tabla 18. Estadísticas del Pilotaje**1. Genero**

Mujeres	Hombres	total
5	7	12

2. Promedio Edad encuestados

Entrevistados	Edades	%
1	19	
2	23	
3	19	
4	23	
5	23	
6	21	
7	20	21,4
8	25	
9	19	
10	21	
11	23	
12	21	

3. Nivel de Estudios

Entrevistados	Nivel de Estudio	Cantidad	Porcentaje
1	Bachiller	6	50,00%
2	Estudiante Universitario	2	16,67%
3	Profesional	4	33,33%

Tabla 18. Estadísticas del Pilotaje. (Continuación)**4. Claridad de Contenidos**

Contenidos	Nivel de Claridad		
	Suficiente	Mediano	Poco
Tema 1	12	0	0
Tema 2	12	0	0
Tema 3	11	1	0
Totales	35	1	0
Encuestados	97,22%	2,78%	0,00%

5. Importancia de los contenidos

Contenidos	Nivel de Importancia		
	Suficiente	Mediano	Poco
Tema 1	12	0	0
Tema 2	12	0	0
Tema 3	12	0	0
Totales	36	0	0
Encuestados	100,00%	0,00%	0,00%

6. Cantidad de las Actividades

Actividades	Cantidad Actividades		
	Exageradas	suficientes	Pocas
Tema 1	0	12	0
Tema 2	0	12	0
Tema 3	0	12	0
Totales	0	36	0
Encuestados	0,00%	100,00%	0,00%

Tabla 18. Estadísticas del Pilotaje (Continuación)

7. Nivel de Agrado de las Actividades

	Nivel de Agrado		
	Agradables	Podrían Mejorar	Poco Agradables
Tema 1	10	2	0
Tema 2	10	2	0
Tema 3	12	0	0
Totales	32	4	0
Encuestados	88,89%	11,11%	0,00%

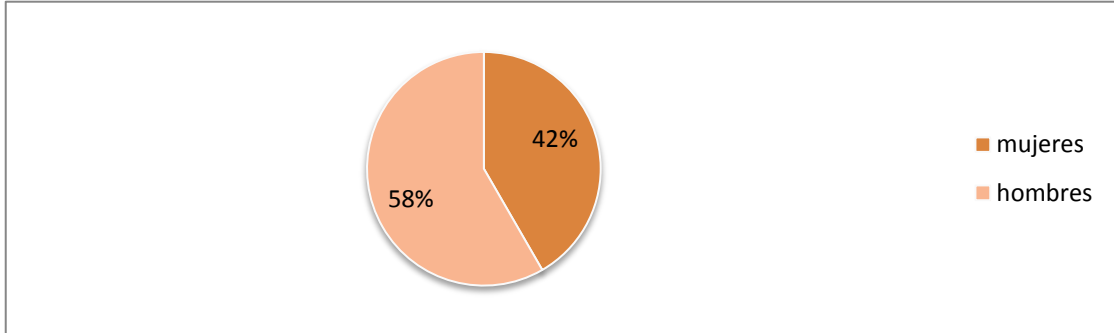
8. Observaciones Generales

Ítem	Observaciones y Recomendaciones
1	No alcanzo el tiempo para desarrollarlo totalmente
2	El manejo de la plataforma no es muy sencillo
3	Las actividades de sopa de letras y crucigramas pueden mejorar
4	Es difícil ser autodidacta, sería mejor presencial y tener tutor Permanente.
5	Se debe aclarar que los términos que no se contemple en los tema deben ser consultados en forma independiente
6	Presentar más casos y que sean más del sector
7	Trasladar el tema de por qué crear empresa al inicio del módulo
8	Usar como material de apoyo la campaña de Cámara de Comercio sobre el tema de legalícese "Ser Escuchados"
9	El marco normativo deberían buscarlo los estudiantes y no estar como anexo

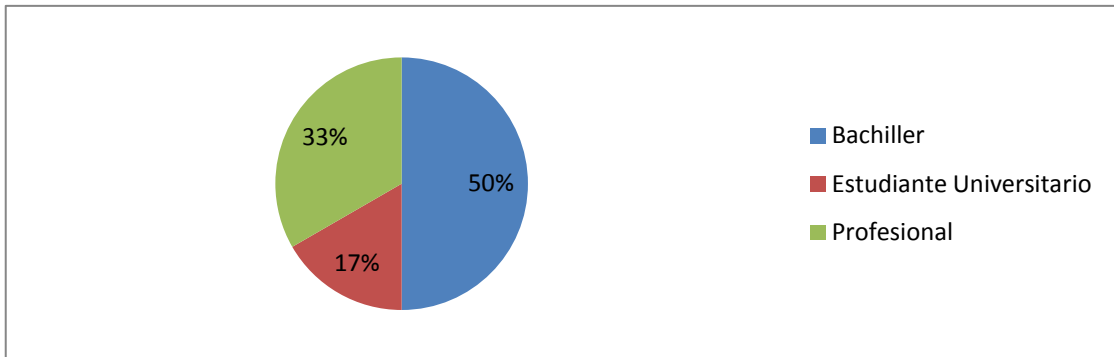
Fuente: Encuesta de Pilotaje realizada por las investigadoras

Figura 13. Estadísticas del Pilotaje

1. Genero



2. Nivel de Estudios



3. Claridad de Contenidos

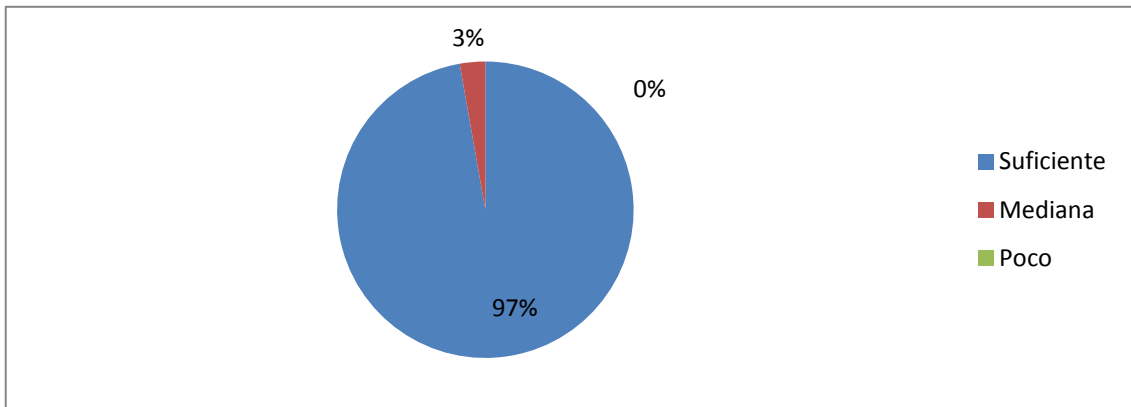
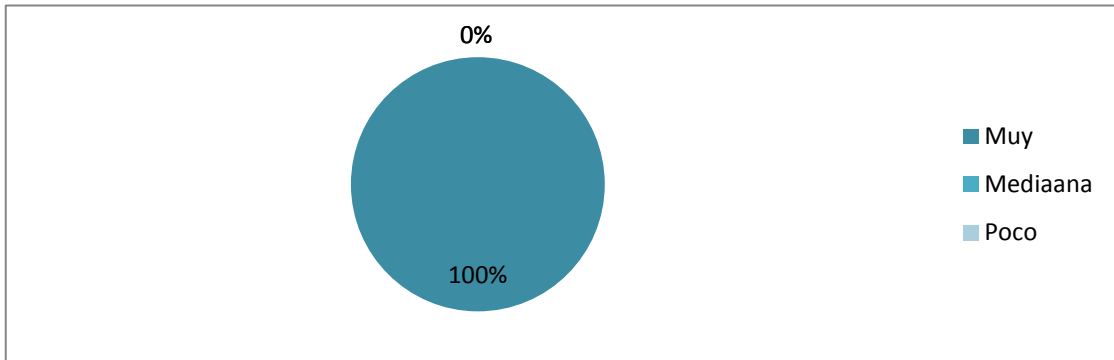
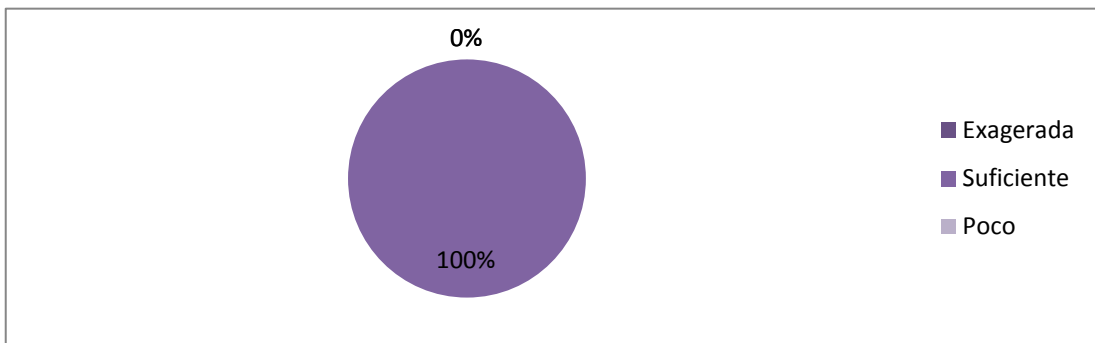


Figura 13. Estadísticas del Pilotaje. (Continuación)

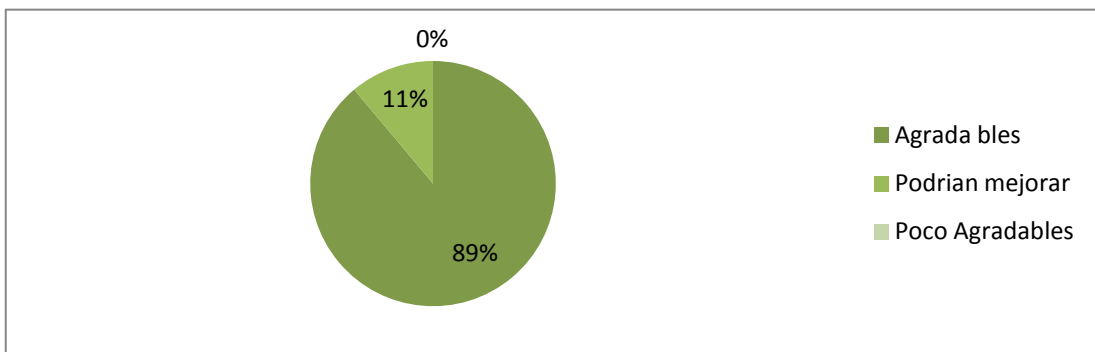
4. Importancia de los temas



5. Cantidad de las Actividades



6. Nivel de Agrado de las Actividades



Fuente: Encuesta de Pilotaje realizada por las investigadoras

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

De acuerdo con las encuestas, observaciones y entrevistas, se pudo demostrar que el 51.39% de los jóvenes bachilleres en Arborizadora Alta, están interesados en ser profesionales, el 9.72% quieren ser tecnólogos, el 5.56% desean ser técnicos, el 4.17% les llama la atención un sistema de articulación por ciclos propedéuticos y el 29.16% no contestan.

Igualmente se pudo establecer que un 69.44% está interesado en capacitarse para crear empresa con requisitos legales, pero no poseen las condiciones necesarias para ingresar a una universidad o a un programa virtual del SENA.

Se optó por proponer un módulo educativo sobre emprendimiento empresarial ya que es la etapa inicial en el proceso de crear empresa y teniendo en cuenta que este tema no es el máximo interés de los jóvenes (9.30%), se hizo indispensable incluir la motivación como elemento fundamental del módulo educativo.

Este trabajo de investigación se convierte en un aporte para la comunidad de Arborizadora Alta y para todos los microempresarios e interesados en crear empresa en el país. Pues mientras para el país es muy importante que nazcan nuevas empresas, generando polos de desarrollo en la zona, también es cierto que algunas de ellas fracasan (Véanse entrevistas a microempresarios) por falta de conocimientos legales y contables. Es así como desde las facultades de Derecho y Contaduría entre otras, se abre una oportunidad de aportar a la orientación de las personas que quieren formar su propio negocio.

5.2 RECOMENDACIONES

Se hace necesario llevar a cabo el pilotaje en el barrio Arborizadora Alta de la localidad 19 Ciudad Bolívar, teniendo en cuenta que el módulo fue creado para este barrio y que es importante conocer si cumple con las expectativas y necesidades de sus habitantes.

Sería significativo, que instituciones educativas del Sector acogieran este módulo y lo aplicaran. Que si la aplicación del módulo funciona se diseñen los dos que quedaron estructurados e igualmente se desarrollen otros módulos como Administración, Gerencia, Mercadeo y Contabilidad, los cuales son complementarios al de emprendimiento.

La población objeto de investigación tiene necesidades de capacitación muy relevantes, pero la adquisición de un equipo de cómputo no es una prioridad para estas familias, por la falta de recursos económicos, por lo tanto, es conveniente buscar apoyo en organizaciones gubernamentales, descentralizadas, instituciones educativas y sector privado, para lograr recursos tecnológicos, como salas de informática, que les permita a los habitantes del sector desarrollar módulos educativos que le aporten al desarrollo económico y social del sector.

BIBLIOGRAFÍA Y SITOGRAFIA

ABERASTUTY, Arminda; ABERASTURY DE PICHÓN, Arminda; KNOBEL, Mauricio. La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico. Universidad de Texas. Texas: Editorial Paidós. 1971. p. 35 y 36.

ARRANZ LÓPEZ, Sergio. 24 ejercicios que te ayudan a emprender. Segovia: Imprenta Rosa, 2012. Disponible en:

<http://www.enprocesocoop.com/wp-content/uploads/2011/09/24-ejercicios-4.pdf>

AYALA MORALES, Erika. Análisis teórico-pedagógico Juan Jacobo Rosseau. En: Revista jurídica de la biblioteca virtual de la UNAM. P. 117-138 Disponible en <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/facdermx/cont/258/art/art6.pdf>

AZNAR, Gerardo. ¿Qué es el sistema modular? Sitio web Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), 18 de enero 2011. Disponible en:

<http://teixnematli.uam.mx/strio/index.php?action=kb&article=460>

BARROSO MORENO, Mario. Ciencia Básica Experimental para estudiantes de Ingeniería Química. Sitio web del Laboratorio de Ciencia Básica, para Estudiantes de Ingeniería Química, Segundo Curso, 2012. Disponible en: <http://ciencia-basica-experimental.net/2o-curso/ensenanza1.htm>

BLOG MOTIVAR Y EMPRENDER. Motivación para emprendedores. 2013. Disponible en <http://motivaryemprender.galeon.com/index.html>

BONILLA-CASTRO, Elssy Y RODRÍGUEZ SEHK, Penélope. Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 1997. p. 69, 93. ISBN 958-90-57-72-1

BISQUERRA ALCINA, Rafael. Tipos de investigación en Educación. En: Métodos de Investigación Educativa, Arta Mallorca: Ceac.1988. p. 63, 275.

BOGOTÁ. ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. Disponible en www.bogota.gov.co

BOGOTÁ. ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ. Informe de resultados Talleres EnREDdate en procesos de comunicación participativa, 2005. p.5. Disponible en: www.culturarecreacionydeporte.gov.co/comunicacion_comunitaria/proceso%20de%202005/3a.Talleres%20DRPsistematizacion05.doc

BOGOTÁ. ALCALDÍA LOCAL CIUDAD BOLIVAR. Informe de veeduría 2006. Proyecto 5474-Apoyo para estudios en educación superior, acceso tecnológico, participación y concertación para el mejoramiento de la educación, 2006. Disponible en www.bogota.gov.co/portel/libreria.doc

BOGOTÁ. CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ Y ALCALDÍA CIUDAD BOLIVAR. Censo Ciudad Bolívar, 2007.

BOGOTÁ. CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Información para Empresarios. Emprendedor. Disponible en: www.ccb.org.co

BOGOTÁ. SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DISTRITAL. Red Académica. Bogotá D.C, 2013. Disponible en <http://www.redacademica.edu.co/index.php/preescolar-y-basica/web-de-colegios>

BOGOTÁ. SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN. Estratificación socio económica Urbana Localidad No. 19-Ciudad Bolívar, 2009. Disponible en <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/Informaci%F3nTomaDecisiones/Estratificaci%F3n%20Socioecon%F3mica/Mapas/LOCA19.pdf>

BOGOTÁ. SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN. Conociendo la localidad de Ciudad Bolívar. Diagnóstico de los aspectos físicos demográficos y socioeconómicos 2009. Disponible en:
[www.sdp.gov.co/portal/page/portalSDP/ciudadania/publicaciones%20sdp/publicaciones SDP/19ciudad_bolivar.pdf](http://www.sdp.gov.co/portal/page/portalSDP/ciudadania/publicaciones%20sdp/publicaciones%20SDP/19ciudad_bolivar.pdf)

BOGOTÁ. UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS. Ofertas Educativas hacia Ciudad Bolívar. Disponible en: <http://www.udistrital.edu.co>

BOGOTÁ. UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS. *Mapa callejero, carreras tecnológicas Universidad Distrital.*
http://portel.bogota.gov.co/mad/info_sitio.php?id_sitio=61838

BOGOTÁ. UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS. *Oferta académica Uniminuto Sur.*
<http://www.uniminuto.edu/estudiaenbogotasur>

CABRERA DOKU, Kary Y GONZÁLEZ F., Luis Eduardo. Currículo Universitario basado en competencias, Barranquilla, (Col.): Ediciones Uninorte, 2006. p. 445. ISBN: 978-958-8252-38-4

CASTILLO SÁNCHEZ, Mauricio. Guía para la formulación de proyectos de investigación. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio, 2004. ISBN: 958-20-0766-4

CEJAS YANES, Enrique. Características de un módulo, 2001. Disponible en:
pedagogía-profesional.idoneos.com/index.php/Características_de_un_módulo

CEJAS YANES, Enrique. Fundamentos del diseño curricular por competencias laborales, 2006. Disponible en: pedagogía-profesional.idoneos.com

CHILE. PYME 21, AGENTE OPERADOR DE CORFOCCS, DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS CCS. Guía para la creación de empresas en Chile. {Versión en línea y versión PDF}. Santiago de Chile: Cámara de Comercio de Santiago, Editorial CCS. 2006

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014. (26, enero, 2006) De fomento a la cultura del emprendimiento. Diario Oficial. Bogotá D.C., 2006. no. 46164

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Formación por ciclos propedéuticos, 20 de Julio de 2009. Disponible en:

<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196476.html>

Consejo Distrital Especial de Bogotá, (1983). Acuerdo 11. Recuperado de

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=906>

COLOMBIA. SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE. Emprendimiento SENA, 2013. Disponible en:

http://emprendimiento.sena.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=2

COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. Las mipymes en Colombia, evolución, desarrollo y fomento (1999 – 2003). Bogotá D.C., Colombia.

Disponible en: sirem.supersociedades.gov.co/SIREM/files/estudios/LasmipymesenColombia.pdf

COLOMBIA. T.V. EDUCATIVA, COLOMBIA APRENDE. Historia de la Televisión en Colombia. Disponible en

<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/TVeducativa/1600/article-88623.html>

COLOMER, Julio. (dir.) Motivación para emprendedores. Valencia, España: Centro Emprende, 2001. Disponible en:

http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/motivacion_para_emprendedores.pdf

CONTRERAS ANDRADE, Andrea Paz. El consumo en jóvenes Chilenos: Una mirada desde la psicología. Memoria para optar al título de psicólogo. Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile, 2007.

CORBETTA, Piergiorgio. La producción de los datos: Técnicas cualitativas. En: Metodología y Técnicas de Investigación Social. Madrid: Mc. Graw Hill, 2003. p. 326. ISBN: 978-84-481-5610-7

DEFINICIONES. Disponibles en: <http://definicion.de/modelo-educativo/>

DÍAZ, Javier. 10 fuentes de motivación para emprendedores. 6, noviembre, 2012. Disponible en:

<http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/11/fuentes-de-motivacion-para-emprendedores.html>

DUQUE L., Jorge. Proyecto de vida. Bogotá D.C.: Panamericana, 2000. p.71

EQUIPO DE REDACCIÓN Gerencie.com. Concepto y definición de emprendimiento, 2010. [Recuperado el marzo 27 de 2013] Disponible en:

<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

FERNÁNDEZ, Alejandra. Universidad y currículo en Venezuela: Hacia el Tercer Milenio. Caracas: CEPFHE, 2004. p. 185. ISBN:980-002166-3

GARCIA BRICEÑO, Bernardino y PEDROZA FLORES, René. Flexibilidad académica y curricular en las Instituciones de educación superior. Morelos (Mx.): Miguel Ángel Porrúa, 2005. p. 10. ISBN: 970-701-598-5

GARCIA MORENO, Miguel. Jóvenes que no ingresan a la universidad, 2012. Disponible

https://docs.google.com/presentation/d/10_Ug4xDqrjdO8RK9u36AHdaJIN-yX6WklotArBOFO-M/edit?pli=1#slide=id.gcc27762_0_7

GIL, Rafaél Lucio. El fracaso del ingreso a la universidad un problema nacional, 13 de Enero de 2011. En: Instituto de Educación Xavier Gorostiaga, S.J. IDEUCA. Disponible en www.elnuevodiario.com.ni/opinion/92343

GIL LLAMBÍAS, Francisco Javier. Entrevista. Red de Universidades Propedéutico UNESCO, 2012. Disponible en <http://www.propedeutico.cl/inserto.jpg>

GÓMEZ SOLÓRZANO, María Candelaria. Descripción Panorámica del Sector Educativo no Formal. Universidad Autónoma de Chiapas. Facultad de Humanidades Campus VI. Recuperado el 5 de mayo de 2011, de www.slideshare.net/deyani/diapositivas-de-la-educacin-fuera-de-la-escuela

GÓMEZ, Liyis; MARTÍNEZ, Joselín y ARZUZA B. María. Política pública y creación de empresas en Colombia. En: Pensamiento y Gestión. Número 21. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte. 2006. Disponible en: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf

GRUPO 65722. APRENDICES ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO. Historia del Sena. Medio Siglo en dinámica de cambio. SENA, Centro de Gestión

Administrativa. Recuperado el 12 de Julio de 2011 de Pagina web 65722 espacio.blog.com 1-sena-historia-valorescorporativos

GUERRA ALVAREZ, Margarita y PAYAN PORRAS, Teresita C. La investigación en el sistema modular: una estrategia de enseñanza/aprendizaje. 2013 Disponible en: www.uned.es/congreso-inter-educacion-intercultural/Grupo_discusion_3/38.%20T.pdf

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Trabajos escritos: presentación y referencias bibliográficas. Bogotá: Contacto Gráfico Ltda. 2009.

LAFRANCESCO M., Giovanni. Articulación del sistema: puentes y movilidad. En: ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO. Evaluación de Políticas Nacionales de Educación. La Educación Superior en Colombia. Bogotá: OCDE, Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial, 2012. ISBN: 978-92-64-18070-3

LÓPEZ GARCÍA-CANO, Juana María. El diseño modular como marco en la formación permanente del profesorado. Modelo de actuación propuesto. En: Revista Interuniversitaria de formación del profesorado, No. 2, 1988. ISSN 0213-8646. Disponible en dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=117552

MANSILLA, María Eugenia. Etapas del Desarrollo Humano. En: Revista de Investigación en Psicología, Vol.3 No.2, 2000. p.111. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v03_n2/pdf/a08v3n2.pdf

MARTINEZ-SALANOVA SÁNCHE, Enrique. La importancia de Comenius en la pedagogía. Blog Revista Digital de Educación Aquaria. Disponible en: http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_comenius.htm

MAYORGA R., Martha Lilia. Equidad en el acceso a la Universidad Nacional de Colombia. Programas de Admisión Especial. Universidad Nacional de Colombia, 2002. Disponible en:

http://www.bdigital.unal.edu.co/3667/10/10_Equidad_en_el_acceso_a_la_Universidad_Nacional_de_Colombia_programas_de_admisi%C3%B3n_especial_03_2A.PDF

MEYER, William J.. y VAN DALEN, Deobold B. Manual de técnica de la Investigación Educativa. 3° Ed. Buenos Aires: Editorial Paidós.1978

MIRANDA CH., Alex. Currículo Modular. Bitácora Profesional. Blog Personal. 12 de noviembre de 2009. Disponible en:

http://ingepia.blogspot.com/2009/11/curriculo-modular_1262.html

PÉREZ MEJÍAS, Paulina. Programas de acceso a la educación superior en Estados Unidos, 2009.

Disponible en issuu.com/fundación.equitas/docs/outrach_programs_paulina_perez

PINILLA ROA, Analida Elizabeth; RONDÓN HERRERA, Federico y SÁNCHEZ GUERRERO, Alejandro. Revista Escuela de Administración de Negocios. Escuela De Administración De Negocios EAN. v.42-43 fasc. 2001 p.43. ISSN: 0120-8160

QUEVEDO CAMACHO, Rafael Isidro. Memorias de la sexta Reunión del foro regional Andino para el diálogo y la integración de la educación agropecuaria rural. Bogotá: Produmedios, 2006

RAAD, Ana María. Ingreso de jóvenes Chilenos a la Universidad. Red de Universidades Propedéutico UNESCO, 2012. Disponible en

<http://www.propedeutico.cl.inserto.jpg>

REAL ACADEMA ESPAÑOLA. Diccionario de referencia de la lengua Española.
Disponible en: www.rae.es

RESTREPO QUINTERO, Mario. (Coord). Mentalidad Emprendedora un proyecto de vida para aprender a emprender. Bogotá D. C.: SENA y Publicaciones Dinero S.A., 2007. p. 3.

SÁENZ DEL CASTILLO, Andrés Ángel. Teoría Crítica y Educación. Recuperado el 27 de marzo de 2013, de www.educritica.idoneos.com

SANTAMARÍA, Sandra, et al. Historia de Educación y la pedagogía. Recuperado el 2 de abril de 2013, de www.monografías.com/trabajos11/hispeda/hispeda.shtml

SMITH, Peter. Prólogo. En: Como iniciar mi propio negocio. UNESCO, 2007. p. 4
Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/45503851/Guia-Emprendimiento-UNESCO>

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. La investigación. En: ICFES. Serie Aprender a Investigar-Modulo 2. 3ª Edición. Santafé de Bogotá: Arfo Editores LTDA., 1999. p. 44. ISBN: 958-9279-13-9. Disponible en <http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/Documentos/mod2investigacion.pdf>

VALDEZ, Alan. ¿Cuál es el significado del método descriptivo en investigación?
En: Blog de Educación y ciencia. Fundación Universitaria del área Andina.2012.
Disponible en: http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646/

VALENZUELA, Jeannette. Unesco y Universidad preparan proyecto de emprendimiento para América Latina. [24, Enero, 2012]. Disponible en:

<http://www.udec.cl/panoramaweb2/2012/01/unesco-y-universidad-preparan-proyecto-de-emprendimiento-para-america-latina/>

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene. (Coord.). *Características y componentes de la investigación cualitativa*. En Estrategias de Investigación cualitativa. Barcelona: Gedisa, 2006. p. 23-30.

VIERA, Aixa; PÉREZ, Ariane y PAREDES, María. La Pedagogía Crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios. En: Pensamiento & Gestión, 24. Universidad del Norte. ISSN 1657-6276 2008. Disponible en http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/24/3_La%20pedagogia%20critica.pdf

WOOLFOLK, Anita. Psicología Educativa: Motivación. 9 ed. México: Editorial Pearson, 2006. p.69

ANEXO A

MÓDULO 1 VENTAJAS DE CONSTITUIR EMPRESA CON LOS REQUISITOS LEGALES

**MOTIVACION ORIENTADA HACIA
EL EMPRENDIMIENTO Y EL
CONOCIMIENTO DE MIPYMES**

**VENTAJAS DE CONSTITUIR EMPRESA CON LOS REQUISITOS LEGALES
MODULO UNO**

Autoras

Isabel Quintero Ducuara

Margarita Montalvo Varón

PRUEBA PILOTO

**ENERO 2013
BOGOTA- COLOMBIA**

CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	110
1. UNIDAD UNO APRENDIENDO DE LA HISTORIA DE LOS EXITOSOS	112
1.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL TEMA	112
1.2 CASO ARTURO CALLE	112
1.2.1 Actividad 1 Reflexión Caso Arturo Calle	112
1.2.2 Actividad 2 Desarrollo Sopa de Letras	112
1.3 CASO ANDRÉS CARNES DE RES	114
1.3.1 Actividad 1 Crucigrama	114
1.3.2 Actividad 2 Plan de Negocios	116
1.4 REFLEXIÓN	116
1.5 AUTOEVALUACIÓN	116
2. UNIDAD DOS CONOCIENDO ACERCA DE NORMAS DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)	117
2.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL TEMA	119
2.2 PASOS Y TRÁMITES PARA CONSTITUIR EMPRESA	119
2.2.1 Actividad 1 Consulta pasos para crear empresa	119
2.2.2 Actividad 2 Lectura guía y trámites para crear empresa	119
2.2.3 Actividad 3 Exposición características de sociedades	119
2.3 REFLEXIÓN	119
2.4 AUTOEVALUACIÓN	120
3. UNIDAD TRES ¿POR QUÉ ES NECESARIO INVERTIR EN LO LEGAL?	121
3.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS	121

	Página
3.2 VENTAJAS DE CONSTITUIRSE LEGALMENTE Y MECANISMOS DE DENUNCIA Y/O RECLAMACIÓN	121
3.2.1 Beneficios de constituirse legalmente	121
3.2.2 Oficinas y programas que orientan al ciudadano	122
3.2.3 Mecanismos de denuncia y reclamación	124
3.2.4 Evaluación	125
3.3 VALOR DEL PROYECTO	125
3.3.1 Actividad 1 Costeo del proyecto	126
3.4 REFLEXIÓN	126
3.5 AUTOEVALUACIÓN	126
CIBERGRAFIA DISPONIBLE PARA CONSULTA PERMANENTE	129
BIBLIOGRAFIA Y SITOGRAFIA	130
ANEXOS	134

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Valor total del proyecto	127

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Sopa de letras Caso Arturo Calle	113
Figura 2. Crucigrama Caso Andrés Carne de Res	115

LISTA DE ANEXOS

	Página
Anexo A. Caso Arturo Calle	134
Anexo B. Caso Andrés carne de res	139
Anexo C. Ventajas de constituirse legalmente y mecanismos de Denuncia y/o reclamación. (Evaluación en forma de test)	144
Anexo D. Algunas razones para crear empresa	146
Anexo E. Diez consejos para crear empresa en Colombia	148
Anexo F. ¿Cuánto cuesta crear una empresa?	151

INTRODUCCIÓN

En muchos casos, no se ve la necesidad o la importancia de crear las empresas con todos los requisitos de ley, no obstante en Colombia se ha venido poco a poco incentivando con algunos beneficios la creación de empresas que cumplan con normas, por lo que se han establecido algunas normas especiales para empresas pequeñas mejor conocidas como micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

En entrevistas realizadas a microempresarios, se encontró que, en muchos casos esto se debe al desconocimiento de las normas o de los beneficios de esta creación.

En este módulo se darán a conocer algunas de las ventajas o beneficios que se pueden obtener si se opta por legalizar empresas ya constituidas o constituir nuevas empresas con todos los requisitos de ley.



El objetivo general del módulo es: dar a conocer las ventajas que tiene funcionar de manera legal; es decir cumpliendo con los requisitos que exige el gobierno.

Así mismo los **objetivos específicos** que se pretende lograr con su desarrollo y aplicación son: a) Dar a conocer experiencias de grandes empresas, que iniciaron con bajos recursos. b) Facilitar al estudiante el conocimiento de normas que conciernen a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). c) Encaminar al estudiante a conocer los derechos y deberes que posee una empresa debidamente constituida al igual que mecanismos para reclamar, denunciar y exigir la reinversión de los impuestos.

Cada unidad se desarrollará mediante la construcción de conocimientos a partir de la información previa de los estudiantes, utilizando para ello, diferente material didáctico, talleres prácticos, estudios de casos, manejo de tecnología, incentivando autogestión, apropiación, participación, y creatividad entre otros.

La evaluación se llevará a cabo, durante el desarrollo del módulo, hará énfasis tanto en los conocimientos adquiridos como en la aplicación de éstos, en las diferentes actividades desarrolladas y la participación del estudiante, igualmente, formará parte de esta la autoevaluación del estudiante.

La autoevaluación: Los estudiantes, cuando se les requiera para la autoevaluación, deben analizar y tener en cuenta si su comportamiento o actitud frente al estudio del módulo ha seguido los siguientes criterios (RIES)⁶⁶,

Responsabilidad

Interés

Esfuerzo

Superación

⁶⁶ Ellery Abdulhamid Borrego Cotes

1. UNIDAD UNO

APRENDIENDO DE LA HISTORIA DE EXITOSOS

A partir de experiencias conocidas de empresarios que lograron un crecimiento importante y que aún están vigentes en el mercado, se pretende motivar al estudiante a desarrollar ideas innovadoras encaminadas a analizar que no siempre se necesita grandes capitales para iniciar un negocio, pero sí la convicción, disciplina y el aprendizaje a partir de la experiencia.

1.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL TEMA

¿Conoce casos en donde uno o más empresarios hayan iniciado con un capital mínimo y hoy se evidencie su crecimiento? Explíquelos.

1.2 CASO ARTURO CALLE

1.2.1 Actividad 1. Reflexión Caso Arturo Calle. Con base en la lectura del caso Arturo Calle (Anexo A), conforme grupos y escriban una reflexión sobre cómo esta experiencia le puede aportar a su vida cotidiana.

1.2.2 Actividad 2. Desarrollo sopa de letras. Encuentre las 26 palabras que se encuentran en la siguiente sopa de letras que están asociadas a los consejos del empresario Arturo Calle.

Figura 1. Sopa de letras Caso Arturo Calle

J D N W Z R G S K L S L Ñ J Y Ñ Y U R S	ARRIENDO
W D O A D M J L M A O R N L Q J T E Q O	AYUDA
T Q L T I M O K O Y T E Q L H V C A O R	BUENACAUSA
M J S D S C B S V U U S Q H W O S W R T	CENTROS
D J Z K V E N Q V D B E T F N U D P X N	COMERCIALES
S K T V R A N E K A I R W O A J T T E E	CONOCER
B F A X C I T O I N R V C C C L O T X C	DEBER
D O E S I C O D H C T A A A T L N P V O	DELEGAR
E Ñ E R D Ñ E W C C A N Ñ F B E C F N M	DESCANSO
B D Y Ñ I L J F D B E P J U R L P D O E	DESPRENDIDO
E V W X E A Q X Z U C Y N A P D R B I R	DONPACIENCIA
R W L G M Ñ S G B D A W P O L Y O F C C	FERIAS
G S A O D I D N E R P S E D D P V S C I	HONESTO
F R R A V O N E R O N X A C E E E I A A	INNOVAR
E T U N J Q J I S A M C Z R I R E N F L	LUGARES
L A I C O S E R R E P H D D A I D N S E	MENTE
J F P E C N U T N B Q U N G W E O O I S	PERDURAR
E M L L D C W T V E R K U F J Z R V T H	PROVEEDORES
W R V O E X E A N A T L U O O J E A A R	RECURSO
Ñ T T R F Ñ K A R A J A I V Y K S R S W	RENOVAR
	RESERVA
	SATISFACCION
	SOCIAL
	TRANSPARENTE
	TRIBUTOS
	VIAJAR

kokolikoko.com

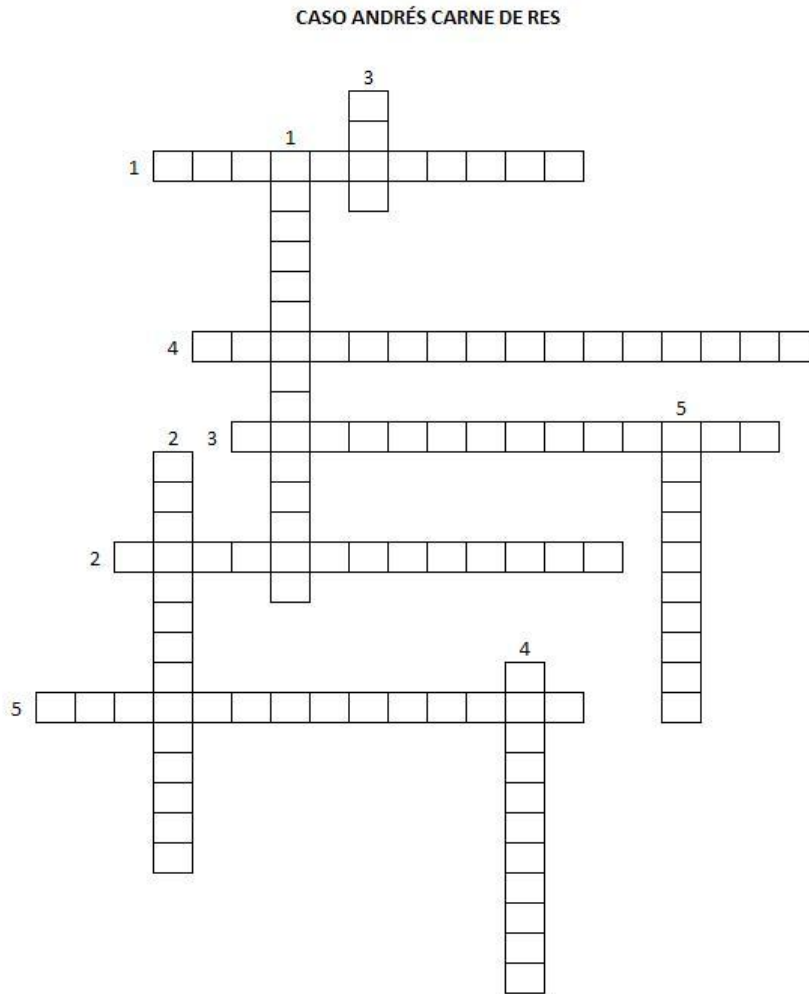
1.3 CASO ANDRÉS CARNE DE RES

En el siguiente Link, se encuentra una reseña sobre el crecimiento del restaurante Andrés Carne de Res:

<http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-15/negocios-14/andres-carne-de-res-la-joyita-de-bogota.htm>. (Anexo 2).

1.3.1 Actividad 1. Crucigrama. Diligencie el siguiente crucigrama relacionado con el caso Andrés Carne de Res.

Figura 2. Crucigrama Caso Andrés Carne de Res



HORIZONTALES

- 1 UNO DE LOS ATRIBUTOS DEL DUEÑO DEL RESTAURANTE
- 2 NOMBRE DE LA ESPOSA DE ANDRES CARNE DE RES
- 3 QUIEN GANO PREMIO NOBEL CUANDO ANDRES INAGURO SU RESTAURANTE
- 4 CON QUE SLOGAN SE RECONOCE EL RESTAURANTE DE ANDRES CARNE DE RES
- 5 DE QUE ESTA HECHO EL QUIJOTE

VERTICALES

- 1 NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL RESTAURANTE ANDRES CARNE DE RES
- 2 UNO DE LOS MOMENTOS CRUCIALES PARA ANDRES JARAMILLO
- 3 DONDE SE ENCUENTRA UBICADO EL RESTAURANTE
- 4 CUANTOS AÑOS TENIA ANDRES CUANDO ARRANCO CON SU MEGA PROYECTO
- 5 PRINCIPAL ATRIBUTO QUE HACE FAMOSO EL RESTAURANTE

1.3.2 Actividad 2. Plan de Negocio. Con base en las lecturas anteriores construya un plan de negocio que contenga las siguientes características:

Suponga que va a constituir su propio negocio.

Actividad económica que va a desarrollar, es decir a qué se va a dedicar.

Capital inicial requerido y fuente de financiación (recursos propios, créditos, socios, entre otros).

Misión

Visión

Actividades complementarias que diversifiquen su negocio.

1.4 REFLEXIÓN

A nivel nacional se encuentran casos como los expuestos anteriormente, sin embargo se pueden encontrar ejemplos que trascienden internacionalmente y otros que se originan en nuestros propios barrios. Sería interesante indagar sobre experiencias más cercanas al vecindario.

1.5 AUTOEVALUACIÓN

2. UNIDAD DOS

CONOCIENDO ACERCA DE NORMAS DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

El marco normativo en Colombia tiene unos lineamientos generales de constitución de empresas, sin embargo para cada sector de la economía aplican normas especiales. Por lo que en esta unidad se abarcarán algunas disposiciones legales inherentes a las mipymes.

La Constitución Política de Colombia, en especial en su artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como base para el desarrollo del país. Así mismo considera que “el Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial”.

Los decretos 2649 y 2650 de diciembre 29 de 1993, en el primero, se adoptan los principios y normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, ofrece un panorama bastante claro de fondo y forma como deben reflejarse las transacciones u operaciones de un negocio y en el segundo, se establece el Plan Único de Cuentas para los sectores comercial, industrial y de servicios.

La ley 590 del 10 de julio del 2000, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Esta norma se constituye en el eje central de las mipymes.

La Ley 863 de diciembre 28 de 2003, en su artículo 19 establece la obligatoriedad de tramitar el Registro Único Tributario (RUT), a quienes desarrollen una actividad económica a través de un establecimiento de comercio o sean responsables de renta. El Decreto 2788 de agosto 31 de 2004 expide las normas que reglamentan

la emisión del RUT. Posteriormente se han expedido algunas reformas que implican la actualización del RUT.

La Ley 905 de 2004, establece los topes tanto en capital como en número de trabajadores para clasificar las Mipymes en Micro, Medianas o Pequeñas empresas.

En materia de constitución de empresas, la Cámara de Comercio ha evolucionado tecnológicamente, ya que a través de su página web brinda asesoría referente a los distintos tipos societarios. Adicionalmente envía información a las entidades del Estado como DIAN y Secretaría de Hacienda de Bogotá, para facilitar los trámites de obtención de RUT, y demás documentos que se requieren.

El marco normativo referente a la clasificación de sociedades, está contenido en el Código de Comercio en los artículos del 98 al 514.

El Estatuto Tributario (Decreto 624/89 este decreto tiene muchas reglamentaciones y modificaciones anualmente), contiene el régimen sancionatorio dentro de sus artículos 637 al 671-3. Y de forma especialmente en el artículo 657 establece el cierre del establecimiento por no realizar la inscripción en el RUT o realizarla extemporáneamente.

Y la ley 1429 del 29 de diciembre de 2010, por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo y se establecen algunos incentivos para la formalización de las pequeñas empresas aumentando beneficios y disminuyendo costos.

2.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL TEMA

¿Conoce acerca de los programas de formación en emprendimiento que ofrecen gratuitamente la Cámara de Comercio de Bogotá, las alcaldías y el Sena?

2.2 PASOS Y TRÁMITES PARA CONSTITUIR EMPRESA

2.2.1 Actividad 1. Consulta pasos para crear empresa. Consulte en la página web de la Cámara de Comercio de Bogotá www.ccb.org.co y explique en un mapa conceptual los pasos para constituir una empresa como persona jurídica.

2.2.2 Actividad 2. Lectura guía y trámites para crear empresa. Con base en la lectura del documento “Guía de trámites legales para la constitución y funcionamiento de empresas en Medellín” que se encuentra en:

http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=169&PortalId=0&TabId=515

elabore un escrito entre 3 y 5 páginas donde se indique los aspectos más importantes de los capítulos 1 y 2.

2.2.3 Actividad 3. Exposición característica de sociedades. Desarrollar a través de grupos de exposición, las principales características de los siguientes tipos de sociedades: Sociedad en comandita, Sociedad de responsabilidad limitada, Sociedad anónima, Sociedad por acciones simplificada y Empresa unipersonal.

2.3 REFLEXIÓN

Como se mencionaba al inicio de esta unidad, el marco legal referente a empresas es bastante amplio, es así como se encuentran normas para constitución, funcionamiento, contabilidad y manejo financiero, impuestos, entre otros. Sin

embargo es importante hacer énfasis en que el sistema sancionatorio que en nuestro país es rígido, por tanto es fundamental conocer las sanciones en que se puede incurrir por desconocimiento. Teniendo presente el principio del derecho que dice “El desconocimiento de la norma, no exime de su cumplimiento”.

2.4 AUTOEVALUACIÓN

3. UNIDAD TRES

¿POR QUÉ ES NECESARIO INVERTIR EN LO LEGAL?

En esta unidad, se dará a conocer algunas anécdotas o historias de empresarios y empresas que dan cuenta de algunas de las ventajas de constituirse legalmente y/o formalizar nuestras empresas.

3.1 PREGUNTAS ORIENTADORAS

¿Conoce o ha indagado sobre los beneficios que tienen las empresas legalmente constituidas?

¿Alguna vez se ha preocupado por saber sobre los mecanismos de reclamación o denuncia que existen en Colombia?

3.2 VENTAJAS DE CONSTITUIRSE LEGALMENTE Y MECANISMOS DE DENUNCIA Y/O RECLAMACIÓN

3.2.1 Beneficios de constituirse legalmente. A continuación se enumeran algunos beneficios que se obtienen cuando una empresa se encuentra debidamente constituida y/o se dejan de percibir si no lo está, entre ellos hay sociales, comerciales y tributarios:

- Compromiso con el país, región, ciudad, construyendo comunidad.
- Acreditación como empresario cumplidor de sus deberes legales.
- Ejercer la actividad económica con tranquilidad, contando con protección legal y social del estado en caso de dificultades financieras, así como apoyo y acompañamiento empresarial.

- Facilita el acceso al crédito con diferentes entidades financieras, recibe beneficios como mercancías en consignación y créditos de los proveedores y es puerta para la celebración de contratos con el sector público y privado.
- Es garantía de entrada a la base de datos empresarial, más grande del país, integrada por las cámaras de comercio de las principales ciudades brindando oportunidades comerciales para el negocio entre ellas: acceso a participación en ruedas de negocios, ferias y misiones comerciales a nivel nacional e internacional, accediendo a nuevos mercados.
- Exoneración en el pago de los aportes parafiscales durante los dos primeros años de operación y progresividad durante los tres siguientes. De igual manera con el impuesto de renta. (Aplica para las Mipymes).
- Vincularse a programas especializados para su sector, participando en convocatorias de fortalecimiento productivo, asesoría especializada y eventos organizados por la CCB, lo que le permitirá implementar buenas prácticas empresariales como: aumentar y/o mejorar el proceso productivo, bajar costos, elevar la seguridad del trabajo, reducir impacto ambiental, garantizando la sostenibilidad y permanencia en el mercado.
- Las Mipymes no requieren de registro sanitario, si no de un permiso sanitario, que tiene vigencia de tres años.

3.2.2 Oficinas y programas que orientan al ciudadano. En Colombia se cuenta con algunas oficinas y/o programas especiales que orientan y/o ayudan a los ciudadanos para reclamar sus derechos, denunciar abusos, exigir la reinversión de impuestos, y/o a participar activamente. Adicionalmente todas las superintendencias cuentan con una sección u oficina encargada de recibir y tramitar, las quejas o denuncias que presenten los usuarios; igualmente cada una de las empresas debe contar con una oficina de atención al ciudadano o cliente, para solucionar en primera instancia las quejas, desacuerdos y sugerencias de sus clientes.

Mencionemos un poco de ello: La Confederación Colombiana de Consumidores, es una entidad sin ánimo de lucro, que tiene por finalidad agrupar los consumidores para defender sus intereses, luchar contra el incremento del costo de vida y fomentar la productividad en general, igualmente propende por que las relaciones entre proveedores y consumidores sea armónica, basada en el respeto mutuo para que permita el crecimiento del mercado, beneficie las actividades y el desarrollo de la comunidad.

- La Corporación Acción Ciudadana de Colombia. Dentro de su objeto social contempla promover y consolidar la democracia a través del desarrollo de procesos de diseño y rediseño institucional que garanticen la efectiva participación e incidencia de los ciudadanos en las decisiones, gestión y control de entidades del Estado; así como en el fortalecimiento de las habilidades y competencias ciudadanas para el respeto de los derechos humanos. Igualmente, dentro de algunos de los programas que desarrolla tiene la política de fortalecer la participación de la ciudadanía en el control de la gestión e inversión de los recursos públicos.
- De acuerdo con el tipo de reclamo que se quiera efectuar, se puede recurrir a las diferentes Superintendencias, esto puede ser a través de su página Web o directamente en la Superintendencia: en lo relacionado con productos o servicios, está la Superintendencia de Industria y Comercio, si se trata de servicios públicos encontramos la Superintendencia de servicios públicos, en cuanto a lo financiero está la Superintendencia Financiera, entre otras.
- A nivel del buen uso de los dineros públicos (impuestos), o quejas y reclamos relacionados con empresas del estado, están la Procuraduría, y la Contraloría, al igual que la oficina de Atención al Ciudadano o de quejas y reclamos que debe existir en cada una de las entidades públicas.

3.2.3 Mecanismos de denuncia y reclamación. Dentro de los mecanismos de denuncia y/o reclamación, contamos con:

- El derecho de petición, contemplado en el artículo 23 de la Constitución Nacional y que se transcribe textualmente *“Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales”*. Igualmente algunas de las peticiones que se pueden establecer a través del derecho de petición son: Quejas, reclamos, manifestaciones, peticiones de información, copias de documentos, consultas. En la Página web de Gerencie.com, puede encontrar más información al respecto, así como los plazos establecidos para la resolución de la petición.
- Acción de Tutela: Igualmente la constitución Nacional, en su artículo 86 establece que toda persona, en todo momento y lugar, puede reclamar ante los jueces la protección inmediata de sus derechos constitucionales fundamentales, cuando estos resulten vulnerados o amenazados. Más información de esta acción se encuentra en la constitución Nacional y en diferentes páginas Web.
- Acción de Cumplimiento: Del mismo modo en el artículo 87 de la constitución Nacional que en su literal dice *“Toda persona podrá acudir ante la autoridad judicial para hacer efectivo el cumplimiento de una ley o un acto administrativo. En caso de prosperar la acción, la sentencia ordenará a la autoridad renuente el cumplimiento del deber omitido.”* Concluyendo, se puede determinar que la acción de cumplimiento es un proceso judicial de carácter constitucional que tiene como finalidad proteger el derecho de las personas a que las autoridades competentes cumplan lo dispuesto por las leyes o lo dispuesto por algún acto administrativo.

Es importante saber que en los consultorios jurídicos de diferentes universidades o en oficinas como la Defensoría del Pueblo y en las Cámaras de Comercio entre otras, se puede encontrar apoyo gratuito de orientación y elaboración de estos mecanismos de denuncia, reclamación e información.

3.2.4 Evaluación. Como Anexo C, encuentra una evaluación en forma de test, la cual deberá desarrollar.

3.3 VALOR PROYECTO

Cuando se piensa en constituir un negocio bien sea para independizarse, obtener ingresos adicionales o dejar el legado a la familia, es necesario tener en cuenta aspectos como la actividad económica, el tipo de sociedad, las ganancias, la ubicación geográfica, el diseño del local, el precio del producto o servicio, los proveedores, entre otros. Para alcanzar el objetivo se requiere de organización, disciplina, dedicación, servicio al cliente y pensar en cuánto cuesta desarrollar el negocio.

De la misma manera y con el fin de lograr metas en materia de desarrollo económico, en toda empresa, se requiere una inversión y para ello se debe elaborar un proyecto teniendo en cuenta hasta los más mínimos detalles; en las páginas web de la Cámara de Comercio, Bogotá Aprende y Crear Empresa, se encuentran lineamientos de cómo se pueden elaborar estos proyectos.

Para tener una idea clara de con cuánto dinero debe contar el emprendedor al momento de iniciar su empresa, éste debe elaborar un proyecto donde tenga en cuenta todos los pormenores relativos a la creación y puesta en marcha del negocio, junto con los costos (lo más cercanos posible a la realidad). Una vez se ha tomado la decisión de formar una empresa, es necesario tramitar el registro en la Cámara de Comercio. Este depende del tipo de empresa que se va a constituir,

gestión que tiene un costo de acuerdo con el monto de activos de la empresa. Posteriormente se formaliza el RUT en la DIAN y se radica el formulario en la Secretaría de Hacienda Municipal o Distrital, las dos últimas entidades no generan cobro alguno.

3.3.1 Actividad 1. Costeo del proyecto. En los anexos E y F se dan a conocer algunos aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de conformar empresa. Con base en ellos calcule el valor total del proyecto para constituir una empresa, para lo cual puede tener en cuenta el plan de negocios elaborado en el punto 1.3.2 de la unidad uno y para desarrollar el ejercicio, utilice la tabla que se encuentra en la siguiente página.

3.4 REFLEXIÓN

Durante el transcurso de esta unidad, se han evidenciado algunas ventajas de por qué es necesario o importante constituir empresas de conformidad con los requisitos legales y se plasmaron mecanismos para reclamar y denunciar. De la misma manera la reflexión de la unidad dos, se oriento acerca del sistema sancionatorio establecido en el estatuto tributario, por lo tanto ahora se les hace una invitación a profundizar acerca de las ventajas de constituir empresa, de los mecanismos y sitios donde se puede reclamar, también a indagar sobre las razones por las cuales es importante generar empresa, en el anexo número D se mencionan algunas.

3.5 AUTOEVALUACIÓN

Tabla 1. Valor total del proyecto

Proceso	Actividad	Valor Inversión
Proyecto	Estudio de mercado	\$
	Elaboración de muestras del producto	\$
	Otras Actividades	\$
	Actividad 1	\$
	Actividad 2	\$
Constitución Sociedad	Gastos Notariales	\$
	Cámara de Comercio	\$
	Inspección Bomberos	\$
	Transportes	\$
	Asesorías	\$
	Fotocopias y varios	\$
	Otros	\$
Inversión Inicial	Compra local	\$
	Diseño avisos	\$
	Muebles, vitrinas, estanterías	\$
	Computador	\$
	Publicidad	\$
	Otros Gastos	\$
	Gastos A	\$
	Gastos B	\$
Costos y/o gastos Fijos Mensuales	Arrendamiento	\$
	Sueldo empleados	\$
	Servicios Públicos	\$
	Renovación inventarios	\$
	Imprevistos	\$
	Otros Gastos	\$
	Gastos C	\$
Proceso 4	Actividad 1	\$
Proceso 5	Actividad 1	\$
TOTAL VALOR DEL PROYECTO		\$

*a los ítems que no tienen especificación definida, puede asignarles nombre.

CIBERGRAFIA DISPONIBLE DE CONSULTA PERMANENTE

Actualicese.com. Información contable y tributaria. Colombia.
<http://www.actualicese.com>

Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá, D.C.: Colombia.
www.camara.ccb.org.co

Confederación Colombiana de Consumidores. Colombia.
www.ccconsumidores.org.co

Corporación Acción Ciudadana de Colombia. Colombia. www.ac-colombia.org

Contraloría General de la República. Colombia. www.contraloria.gov.co

Contraloría de Cundinamarca. Bogotá, D.C.: Colombia.
www.contraloriadecundinamarca.gov.co

Creación de empresas. Bogotá, D.C.: Colombia. www.crearempresa.com.co

Gerencie.com. Información contable y tributaria. Bogotá, D.C.: Colombia.
www.gerencie.com

Ministerio de Educación Nacional. Programa Bogotá Aprende. Bogotá, D.C.:
Colombia. www.colombiaaprende.edu.co

Ministerio de Hacienda. Dirección de Impuestos y Aduana Nacionales
(DIAN). Colombia. www.dian.gov.co

Ministerio de Industria y Turismo. Portal Empresarial. Bogotá, D.C.: Colombia
www.mipymes.gov.co

Procuraduría General de la Nación. Colombia. www.procuraduria.gov.co

Red de Cámaras de Comercio (Confecámaras). Cooperación y Competitividad.
Bogotá, D.C.: Colombia. www.confecamaras.org.co

Secretaría de Desarrollo Económico y Cámara de Comercio. Programa Bogotá
Emprende. Alcaldía de Bogotá. Bogotá, D.C.: Colombia.
www.bogotaemprende.com

Superintendencia Financiera. Colombia. www.superfinanciera.gov.co/

Superintendencia de Industria y Comercio. Colombia.
www.sic.gov.co/es/proteccion-al-consumidor

Superintendencia de Servicios Públicos. Colombia. www.superservicios.gov.co

BIBLIOGRAFÍA Y SITOGRAFÍA

Alcaldía de Medellín. (2010). *Guía de trámites legales para la constitución y funcionamiento de empresas en Medellín*. Recuperado el 14 de enero de 2013 de: http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=169&PortalId=0&TabId=515

Arévalo, J. (2011). *Historia Arturo Calle*. Recuperado 14 de enero de 2013 de: <http://historiadearturocalle.blogspot.com/>

Circulo Empresarios UNE. (2011). *Beneficios tributarios para favorecer las pymes*. Recuperado el 14 de enero de 2013 de: <http://www.circuloempresariosune.com/index.php/foro/4-tributos-e-impuestos/19-re-beneficios-tributarios-para-favorecer-las-pymes.html>

Colombia. Constitución política de Colombia de 1991.

Colombia. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial No. 45.628, 2 de agosto de 2004*, Ley 905 de 2004.

Colombia. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. *Diario Oficial No. 47.937, 29 de diciembre de 2010*, Ley 1429 de 2010.

Colombia. Por el cual se reglamentan parcialmente los artículos 5°, 7°, 48 y 50 de la Ley 1429 de 2010. *Diario Oficial No. 47.997, 28 de febrero de 2011*, Decreto 545 de 2011

Colombia. Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014. *Diario Oficial No. 48.102, 16 de junio de 2011, Ley 1450 de 2011*

Colombia. Por el cual se reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia. *Diario Oficial No. 41.156, Diciembre 29 de 1993, Decreto 2649 de 1993.*

Colombia. Por el cual se modifica el plan único de cuentas para los comerciantes. *Diario Oficial No. 41.156, Diciembre 29 de 1993, Decreto 2650 de 29 de diciembre de 1993.*

Colombia. Por la cual se establecen normas tributarias, aduaneras, fiscales y de control para estimular el crecimiento económico y el saneamiento de las finanzas públicas. *Diario Oficial No. 45.415, 29 de diciembre de 2003, Ley 863 de 2003.*

Colombia. Por el cual se expide el Código de Comercio. *Diario Oficial No. 33.339, 16 de junio de 1971, Decreto 410 de 1971.*

Colombia. Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. *Diario Oficial No. 38.756, 30 de marzo de 1989, Decreto 624 1989.*

Confederación Colombiana de Consumidores. Colombia.
www.ccconsumidores.org.co

Contraloría de Cundinamarca. Bogotá, D.C.: Colombia.
www.contraloriadecundinamarca.gov.co

Contraloría General de la República. Colombia. www.contraloria.gov.co/

Corporación Acción Ciudadana de Colombia. Colombia. www.ac-colombia.org
Equipo la Barra. Andrés Carne de Res " La Joyita de Bogotá". Edición 15.
Recuperado de:
<http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-15/negocios-14/andres-carne-de-res-la-joyita-de-bogota.htm>

Equipo ya lo sabes. (2008). El caso Arturo Calle y sus consejos como empresario.
Recuperado de: <http://www.yalosabes.com/el-caso-arturo-calle-y-sus-consejos-como-empresario.html>

Karoline. (2008). Tu propio negocio, razones para crear tu pequeña empresa.
Recuperado el 2 de febrero de 2013 de:
<http://www.bloghispanodenegocios.com/tu-propio-negocio-razones-para-crear-tu-pequea-empresa/>

Kokolico.com. (2013) Creador sopas de letras gratuito. Consultado el 13 de enero de 2013 en: <http://sopadeletras.kokolikoko.com/>

Ministerio de Hacienda. Dirección de Impuestos y Aduana Nacionales (DIAN). Colombia. www.dian.gov.co/

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2006). Incentivos para Crear una Microempresa. Recuperado el 14 de enero de 2013 de:
<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=21827>

Odisea Web. (1998) ¿Cuánto cuesta crear una empresa? Recuperado el 14 de enero del 2013 de:
<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/cuestaempresa.htm>

Pinzón, G. J, F. (2011). En el país existen instituciones académicas que brindan espacios atractivos para apoyar el emprendimiento. Conozca diez consejos para formar su propio negocio. Clasificados el Tiempo. Recuperado el 14 de enero del 2013 de:

http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/10-consejos-para-crear-empresa-en-colombia-----/7512970

Procuraduría General de la Nación. Colombia. www.procuraduria.gov.co/

Revista Summa. (2013). Costo de crear empresa en Colombia se ha reducido 50% en 2011. Recuperado el 14 de enero de 2013 de:

<http://mobile.revistasumma.com/economia/12029-costo-de-crear-empresa-en-colombia-se-ha-reducido-50-en-2011.html>

Superintendencia de Industria y Comercio. Colombia.

www.sic.gov.co/es/proteccion-al-consumidor

Superintendencia de Servicios Públicos. Colombia. www.superservicios.gov.co

Superintendencia Financiera. Colombia. www.superfinanciera.gov.co/

ANEXO A

CASO ARTURO CALLE



Julián Arévalo, en su publicación del 8 de febrero del 2011, en el blog <http://historiadearturocalle.blogspot.com/> hace referencia a que la historia del empresario Arturo Calle comienza en 1.965, en un local de San Victorino en Bogotá. Menciona que la empresa de Arturo Calle inició con apenas unos pocos trajes formales y poco a poco fue adquiriendo fuerza en el campo de la moda. Arturo Calle siguió creciendo con la ayuda de sus empleados y el diseño de sus vestidos, en los cuales usaba telas finas y diseños únicos, lo que poco a poco caracterizó su marca.

Posteriormente pasó de ser un almacén de ropa formal, a un modelo de empresa única en el medio de la industria de la moda y en el medio empresarial del país. Comercializan al menor, prendas de vestir para hombre en aproximadamente 60 puntos de venta en diferentes ciudades de Colombia.

En la actualidad, las actividades de diseño y comercialización son ejecutadas directamente en la empresa; mientras que la de confección se tiene subcontratada con dos plantas de producción una en Bogotá "Francisco Rocha" y otra en Dosquebradas (Risaralda) "Austin Reed".

Posee dos centros de distribución a nivel regional en Cali y Medellín y dos centros de distribución nacional en Bogotá y Dosquebradas; la flota de transporte es propia, y se encarga de distribuir permanentemente el producto a los diferentes puntos de venta del país.

Arturo Calle se ha convertido en un símbolo de progreso en el país y también se preocupa por el talento humano y las expectativas que tengan sus empleados. Tiene personal encargado de toda el área de desempeño y óptimo desarrollo. Ahora, Arturo Calle es una de las empresas más importantes a nivel nacional gracias a sus diseños y calidad para confeccionar ropa de hombre; cuenta con personal capacitado profesionalmente para satisfacer las necesidades de sus clientes y contribuye con el desarrollo del país.

De la misma manera, el 15 de diciembre de 2008 en el siguiente link <http://www.yalosabes.com/el-caso-arturo-calle-y-sus-consejos-como-empresario.html>, se encuentran escritos 29 consejos que hace el señor Arturo Calle como empresario los cuales plasmaremos de manera textual y a continuación se presenta una sopa de letras con algunas de las palabras claves de estos consejos, encuéntrénlas y enciérrenlas.

1. El don más importante para poder ser un empresario exitoso es el don de la paciencia. Hay que crecer lentamente, sin afán.
2. Uno tiene que pensar y actuar en función de una empresa que perdure, que trascienda más allá de la vida de uno.

3. Los ricos verdaderamente no existen; lo que existen son excelentes administradores de recursos. En realidad esos recursos son del país porque cuando uno se muere no se puede llevar nada.
4. Para innovar hay que viajar constantemente, no sólo la cabeza de la empresa, sino diversas personas de diferentes funciones. Hay que ir a ferias especializadas, visitar los proveedores de materias primas, conocer de primera mano los mercados y ver cómo funcionan los centros comerciales en otros lugares.
5. Hay que renovarse a diario; es una dicha reinvertir permanentemente en renovación. Tal renovación en los locales tiene que ser total cada 2 ó 3 años.
6. Nuestra fórmula financiera es: un porcentaje de utilidad fijo igual para todos los productos, unos volúmenes altos (pero no vendiéndole lo mismo a todo el mundo, sino ofreciendo cosas nuevas con mucha frecuencia), cero endeudamiento y no pago de arriendo: los locales son propios, se van comprando a medida que las finanzas de la compañía lo permitan.
7. Es clave tener una reserva para soportar los gastos sin tener que recurrir al crédito. En nuestro caso podemos aguantar más de un año sin vender un solo peso.
8. Les recomiendo a los demás empresarios que fomenten en sus hijos el estudio de carreras afines con el desarrollo de la empresa, que les inculquen algún interés.
9. Hay que dejar el afán por acumular riquezas. Obviamente es bueno conseguir plata pero no para gastársela en lujos personales, sino para ponerla a trabajar en el negocio.
10. Un buen empresario no se preocupa por el dinero; lo que realmente le debe preocupar es hacer las cosas bien, por lo cual la plata llegará.
11. El consejo más importante que he recibido en la vida me lo dio mi madre: ser siempre transparente y honesto.
12. Uno no debe descuidar lo que está haciendo por distraerse con lo que están haciendo otros.

13. Por el bien de la empresa, si logran convencerme con argumentos sólidos, no tengo ningún inconveniente en echar reversa en mis decisiones.
14. Le sugiero a todos los empresarios cuidar muy bien su condición física (yo hago al menos una hora diaria de ejercicio, y cuando no puedo mi capacidad se merma al 50%). Hay que convertir el ejercicio en una rutina diaria.
15. Comienzo cada día en la oficina dándoles los 'buenos días' a los colaboradores, deseándoles paz y amor, agradeciéndoles sus aportes, diciéndoles que me siento orgulloso de su trabajo y deseándoles que disfruten la jornada, que laboren con agrado.
16. En mi oficina las puertas siempre están abiertas. Siempre estoy a las órdenes de cualquier persona que necesite mi ayuda, en cualquier área.
17. Ser un empresario honesto en Colombia es muy difícil porque hay demasiados impuestos, con tarifas muy altas. En mi caso pago 43 tipos de tributos distintos.
18. En los equipos de innovación es clave tener gente diversa, de diferentes edades, opiniones, ideas, etc.
19. Es cierto que hay que delegar, pero no quiere decir que uno se desentienda de lo que delegó, eso no se puede ignorar.
20. Es necesario a veces meterse en los detalles, pero no hay que exagerar siendo 'cositero'.
21. Todos, absolutamente todos los trabajos son dignos.
22. Hay que tener un Protocolo Familiar para evitar problemas con la sucesión.
23. Aconsejo invertir las utilidades en el mismo negocio, no diversificar en proyectos que no se conocen bien.
24. La responsabilidad social no debe ser un simple acto de generosidad, es el cumplimiento de un deber. Estamos obligados a darle la mano al que lo necesita.
25. El dinero es hermoso siempre y cuando se use para buenas causas. La mayor riqueza es el don del desprendimiento. No se debe hacer bien para 'pantallear'. Mi empresa ayuda a más de 200 fundaciones con sumas fijas periódicas. Eso es mejor que darles una sola vez porque lo que necesitan es continuidad en su flujo de ingresos.

26. No me gusta la expresión 'obra de caridad' porque uno debe compartir con el prójimo necesitado para sentir la satisfacción del deber cumplido.
27. Ni en la casa, ni en los fines de semana, hablo de negocios o de plata.
28. No sólo hay que conservar bien el cuerpo, hay que mantener la mente joven.
29. El país no es Bogotá, son todos los colombianos.

ANEXO B

CASO ANDRÉS CARNE DE RES



El inicio de "Andrés carne de res" no estuvo exento de tropiezos. La falta de capital, el desconocimiento de las normas y hasta los momentos difíciles del país marcaron momentos cruciales en el funcionamiento de este sitio que hoy por hoy se define como "la joyita de Bogotá"

Se podría decir que si Andrés Jaramillo es el corazón del restaurante, el latido de este es la creatividad. Al engranaje clásico de comedor, cocina y parqueadero, "Andrés Carne de Res" le ha incluido un taller en el que se crean y producen todas las piezas del sitio; "creatividad, ese es el argumento más importante del restaurante, vivo todo el día preocupado en ese sentido. Lamento mucho cuando la faceta como administrador me deja poco tiempo para pensar, para ir a otros sitios y conocer otras cosas, sólo así se despierta la creatividad." afirma Jaramillo.

Un impresionante Quijote de dos metros compuesto de lata y alambres es el encargado de dar la bienvenida a un mundo creado en el año 1.982 por Andrés Jaramillo junto a otros socios amigos, como él los llama. ¿Qué es lo que hace de Andrés Carne de Res un sitio tan especial? Sin duda alguna los detalles presentes

en cada rincón junto a las historias, cuentos, mitos y anécdotas que recorren las conversaciones cuando se trae a colación el nombre del restaurante.

La primera experiencia de Jaramillo como administrador de un negocio de comidas ocurrió en el año 1.974 en una cafetería ubicada en la avenida Chile frente al edificio donde hoy día está ubicado la Escuela de Administración de Negocios (EAN). En ese entonces funcionaba un colegio de niñas donde se les enseñaba labores domésticas a las alumnas, incluso una de las hermanas de Jaramillo, Patricia, cursó por las aulas de esta institución "algunos papás metían a sus hijas en esta escuela que era de formación para el hogar, les enseñaban a ser mamás y a los diecisiete años se casaban, mi hermana fue uno de estos personajes. Yo tenía una cafetería con una señora con la que me agarraba todo el día, en el fondo me metí porque había niñas muy hermosas, entonces quería verlas."

El mega proyecto

Cuando Jaramillo llegó los veinticinco años se encaminaría en uno de los proyectos más grandes de su vida no sólo con incidencia para él, sino para todas las personas que alguna vez han pasado a través de las puertas de "Andrés Carne de Res". Difícilmente Jaramillo se puede catalogar en algún estereotipo, para tratar de entenderlo es necesario desmenuzar el establecimiento "creo que me parezco al restaurante hasta físicamente, yo soy un tipo ordenado, que me baño todos los días, que me echo shampoo, pero aparentemente podría ser caótico. Ahí está la gracia; más que serlo en mi personalidad hay toques obsesivos y compulsivos."

Los problemas, normales en todo gran negocio, muchas veces han alimentado las "rabietas" de Jaramillo hasta el punto de hacerlo considerar la idea de cerrar las puertas de "Andrés Carne de Res" definitivamente, lo que, en sus propias palabras

habría no sólo creado opinión sino también influido en su creatividad "he tenido instantes de mucha piedra hasta decir yo cierro esta vaina. Lamento que no hubiese sucedido; creo que hubiera sido un acto de tipo artístico muy interesante que quizás hubiera fortalecido mi creatividad."

Jaramillo nunca se ha declarado como cocinero ni como chef, en su momento se batió tras la parrilla pero hoy día sólo se atreve a experimentar en la cocina de su casa junto a su familia, donde los platos extravagantes están a la orden del día "he intentado hacerle cosas a los niños en la casa y nos morimos de la risa de lo mal que quedan; pero inclusive si una comida queda mal pero está hecha con todo ese placer significa que alimenta igual." Tal vez una de las cosas que más disfruta en el restaurante es la oportunidad de atender personalmente a sus clientes "me gozo la mamadera de gallo atendiendo a la gente, hago reír siendo mi comportamiento un poco antisocial; no tengo problema de atender a alguien como una persona humilde, sencilla y desconocida."

Adicionalmente en la edición Especial de Revista semana el 25 de agosto del año 2012 se hace una entrevista al señor Andrés Jaramillo, la que se plasma textualmente y la que se puede ver en el siguiente link

<http://www.semana.com/edicion-30-anos/articulo/andres-jaramillo/263379-3>

Andrés Jaramillo.

Testimonio. Andrés Carne de Res se convirtió en un restaurante emblemático y en una de las mayores empresas de gastronomía y rumba del país. En 1984 SEMANA pronosticó su futuro.



Andrés Jaramillo y su esposa Stella Ramírez en la sede de Chía.

Andrés Jaramillo aún recuerda ese domingo de 1984, cuando el entonces director de SEMANA, Felipe López, visitó su restaurante Andrés Carne de Res, ubicado en Chía. El lugar llevaba dos años de inaugurado y empezaba a ser conocido por la originalidad de su propuesta.

“Yo reconocí a Felipe y, en medio de mi timidez, le mandé a Stella, mi señora, para atenderlo. Y él, con el humor que lo caracteriza, le dijo: ‘si no me da mesa hablo mal de ustedes’. Y en nuestra ingenuidad hicimos malabares para conseguirle una”.

Al principio, cuando Andrés atraía personalmente los carros con un trapo rojo, asistían unas 30 o 40 personas al lugar. En ese entonces era lo que Andrés denomina “un ranchito con techo de zinc”, con una estrella, una luna y un sol anclados al techo, imágenes que más tarde se convertirían en sus íconos.

Después de la visita del director al restaurante, SEMANA publicó un artículo titulado ‘Solladez y carne asada’, uno de los primeros que salió en los medios

sobre el sitio. Desde entonces, el negocio se disparó. “Empezó a ser más visitado y fue algo que nunca paró”, agrega Andrés Jaramillo. “A partir de ahí se armó todo este universo que hoy sigue creciendo. Hoy, de jueves a domingo, pasan unas 6.000 personas por allí, hay 1.600 empleados de planta y más de 200 externos”. Hubo momentos en los que, incluso, se vieron obligados a cerrar las puertas y a empujar a la gente para evitar que entrara. La situación fue tan difícil en una ocasión que Andrés tuvo que decirle a la clientela por megáfono que no iba a cobrar, porque ese día el desastre había sido tan grande que era mejor que se fueran sin pagar y regresaran otro día para ver si las cosas salían mejor.

A los comensales, al parecer, les gustó esa transparencia y regresaron. “Si las cosas salen mal y uno da la cara, la gente va a perdonar y va a volver. Yo por eso siempre he jugado en favor de la espontaneidad y no tanto del plan de trabajo. De hecho, tumbaba el restaurante los domingos a las 12 de la noche y el viernes lo rehacía, cambiaba todo para ir mejorándolo”.

El artículo de SEMANA tuvo muy buen efecto porque, según Andrés, mostraba al restaurante como la iniciativa de una trabajadora pareja de jóvenes estudiantes. Pero en ese momento no le gustó. “Me puse muy bravo porque me mostró como un ‘sollado’ y yo era solamente un mechudo. Y nos pintaron como que nos estábamos volviendo millonarios y no era cierto. Ni siquiera di las gracias, más bien expresé mi molestia. Finalmente alguien me explicó que ese era el lenguaje que usaba la revista y ahí entendí todo”.

Hoy, Andrés Jaramillo no tiene la menor duda de que 1982 fue un año especial. Según él, los astros seguramente estaban alineados ese año, porque nacieron empresas exitosas como SEMANA y su restaurante, con una mezcla entre lo humanístico, lo romántico y la realidad, con una estética particular muy ligada a la colombianidad. “Para la muestra, ese año García Márquez ganó el premio Nobel”, remata.

ANEXO C
(Evaluación en forma de test)

**VENTAJAS DE CONSTITUIRSE LEGALMENTE Y MECANISMOS DE
DENUNCIA Y/O RECLAMACIÓN**

Encierre la respuesta correcta, no debe tachar y solo debe escoger una respuesta.

1. De acuerdo con la unidad tres, una de las ventajas tributarias que obtiene un empresario cuando se constituye legalmente es:

- a. No paga impuesto de industria y comercio
- b. No paga impuesto de avisos y tableros
- c. No paga impuesto de Sayco y Acimpro
- d. Los dos primeros años no está obligado a pagar impuesto de renta.

2. Una de las ventajas de tipo comercial es:

- a. Estar en la base de datos más grande del país
- b. Compromiso con el país y comunidad
- c. Aumento de ventas
- d. Ejercer su actividad con tranquilidad

3. Dentro de las ventajas de tipo social tenemos:

- a. Facilidad de acceso a créditos y mercancía en consignación
- b. Participación en ruedas de negocios y ferias comerciales
- c. Compromiso con el país, la región y la comunidad
- d. Exoneración de aportes parafiscales

4. Algunas de las entidades que pueden recepcionar, tramitar u orientar al ciudadano con sus quejas, reclamos y denuncias, a nivel del buen uso de los dineros públicos son:

- a. La alcaldía y la cámara de comercio
- b. La contraloría y la procuraduría
- c. Las superintendencias y los almacenes
- d. Los consultorios jurídicos y las notarias

5. Dentro de los mecanismos que tienen los ciudadanos para quejarse, reclamar, consultar, o exigir derechos se conocen:

- a. El derecho de petición, la Acción de tutela y la Queja
- b. La Acción de tutela, el Reclamo y el derecho de petición
- c. El derecho de Petición, La acción de tutela, y la acción de cumplimiento
- d. La Queja, El Reclamo y la Tutela

ANEXO D

ALGUNAS RAZONES PARA CREAR EMPRESA

- La alta competencia, el desempleo y las pocas oportunidades laborales hacen que en la actualidad los jóvenes recién egresados se inclinen hacia **la posibilidad de formar compañía**. (Pinzón García Juan Felipe, el empleo.com).
- La creación de empresa en Colombia ha ido en crecimiento durante los últimos años, debido a que cada vez las **instituciones apoyan más a el emprendimiento nacional y minimizan los trámites**, brindando "programas, tanto públicos como privados, que apoyan con recursos financieros y no financieros a los emprendedores para que saquen adelante sus ideas de negocios", (Eduardo Rivera asesor del Grupo de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo Emprender, del Sena.)
- En lo que respecta a ubicación, aunque en cualquier ciudad del país existen condiciones para la creación de empresa, "**Bogotá se muestra como una excelente plaza** en la medida que es el eje de todas las actividades a nivel nacional y su tamaño, condiciones, infraestructura y disponibilidad de recursos ha permitido que la capital se vuelva un trampolín para hacer cobertura de cualquier tipo de actividad productiva", (Emigdio Martínez, propietario de la firma EMC Consultores y docente de diplomados de Gestión Gerencial).
- Ser su propio jefe, independencia financiera, libertad creativa, tomar sus propias decisiones, constante motivación personal, tener más tiempo con la familia. (Blog Hispano de Negocios.
Disponible en: <http://www.bloghispanodenegocios.com/tu-propio-negocio-razones-para-crear-tu-pequea-empresa/>)

- No serás despedido, no tendrás que pedir aumento de sueldo, invertir o reducir presupuesto de acuerdo a la necesidad, trabajas cuando quieres, en estos momentos es barato iniciar, talentos para explotar, consumidores y empresas comprando, beneficios y capitales para pequeñas empresas, ser un empresario libre y serás tu mismo quien regule los niveles de estrés. (Ronick David, 10 razones para formar tu propia empresa.

Disponible en: <http://dinero.univision.com/pequena-empresa/article/2011-01-10/10-razones-para-formar-tu>)

- Puedes desarrollar un negocio que vaya relacionado con tus sueños, aptitudes y deseos, lo cual potenciará al máximo tus capacidades e ingresos, No tendrás horarios. Lo cual no significa que trabajarás menos, de hecho puede que trabajes más, pero las recompensas emocionales y económicas serán evidentes, Un negocio propio es el mejor sistema de desarrollo personal y profesional que existe pues es allí donde deberás aprender a controlar tus emociones y poner en práctica tus capacidades de comunicación y liderazgo. (Trabajos y negocios.com, disponible en Blog sobre trabajo y oportunidades de negocios).

ANEXO E

DIEZ CONSEJOS PARA CREAR EMPRESA EN COLOMBIA

De acuerdo con un artículo de Juan Felipe Pinzón García, contenido en la página del empleo.com:

http://www.empleo.com/colombia/consejos_profesionales/10-consejos-para-crear-empresa-en-colombia-----/7512970.

En el país existen instituciones académicas que brindan espacios atractivos para apoyar el emprendimiento y se plasman diez consejos que deben tenerse en cuenta a la hora de realizar el proyecto para formar un negocio propio.

A continuación se describen dichos consejos:

- 1. Decidir el foco de inversión.** Lo primero que debe hacerse es pensar en que se quiere invertir, analizando cinco razones por las cuales usted presentaría esa idea a un inversionista. Acto seguido debe pensar en que desventajas tiene esta inversión.
- 2. Investigar.** Es decisivo conocer el comportamiento que pueda tener el consumidor o usuario y responder las siguientes interrogantes:
 - ¿Quiénes son?
 - ¿Que hacen?
 - ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tenemos de la competencia?
 - ¿Quiénes podrían ser nuestros comercializadores?
- 3. Planificar.** Es importante plasmar estas ideas y los resultados de la investigación por escrito.

- 4. Calcular los riesgos.** Hacer un cálculo de lo que se va a invertir (efectivo, muebles y equipos, locales, entre otros) y en cuanto tiempo se pretende recuperar esta inversión. Proyectar ingresos y gastos y tener en cuenta alternativas que permitan realizar otro tipos de acciones en caso que las cosas no resulten como se espera (Plan B).

- 5. Trabajar con base al mercado.** Presentar ofertas de productos o servicios, variados, innovadores y atractivos para el mercado.

- 6. Establecer objetivos.** Fíjese en donde quiere estar en determinado tiempo y luego trate de imaginar y completar los pasos faltantes que lo llevarán a ese punto. Asimismo se debe pensar en el tiempo que debe pasar para empezar a hacer una estrategia de crecimiento corporativo y empresarial.

- 7. Formalizar la empresa.** Se debe desarrollar muy bien el plan publicitario y promocional, darle el nombre a la empresa, fijar la forma en la que se va a llegar a los clientes, definir la localización buscando conjugar la ubicación y la red de distribución, para garantizar una cobertura de mercado.

- 8. Comunicar lo que la compañía ofrece.** Es importante precisar muy bien cuál es el portafolio de servicios y productos con los que se va a salir al mercado, mirando ser competitivos y fijando los precios de manera clara para tener la posibilidad de impactar el mercado.

- 9. Administrar la empresa desde el primer día de operación.** Es de suma importancia que desde el comienzo, se lleven cuentas claras de la empresa: con actitud, compromiso, planeación y esfuerzo.

- 10. Conformar un equipo de trabajo.** Tener un buen equipo de trabajo es muy importante, este debe ser sinérgico y multidisciplinario, que aporte cada vez

más a la diferenciación y a la innovación, además de tratar de ser parte de una red de contactos que puedan ayudar al emprendedor a sacar adelante su idea.

ANEXO F

¿CUÁNTO CUESTA CREAR UNA EMPRESA?

Una vez el emprendedor ha analizado muy bien su idea de negocio y llevado a cabo estudios preliminares que le permiten pensar que es viable el proyecto, se encuentra con una duda ¿cuánto cuesta crear esta empresa? Adicionalmente, hay varios interrogantes más, como: ¿Cuánto dinero tengo para impulsar el proyecto?, ¿Tengo suficientes ahorros? o, ¿cómo puedo conseguir el resto?, ¿Cuánto puedo llegar a perder como máximo?

Lo más conveniente para resolver estas inquietudes es, simular un Plan de Empresa, que permita poner marcha el proyecto, con varias modalidades si es posible, y tratar de calcular con el máximo acierto el costo económico que puede representar.

Etapas en la creación de la empresa

Imagine, por tanto, que el emprendedor decide llevar adelante el proyecto sin tener problemas de dinero. ¿Qué pasos daría para poner en marcha la empresa? Es probable que la idea necesite validarse, por tanto debe hacerse una investigación de mercado que permita conocer que tanta aceptabilidad tiene el producto o servicio. Tal vez, hacerse a alguna licencia o registrar una marca. Desde luego, dar forma jurídica al proyecto. ¿Y alquilar un local?, ¿y contratar a alguien?, etc.

En la creación de la empresa podemos distinguir una serie de etapas más o menos definidas, cada una de las cuales implican un determinado costo o inversión. Analicemos, pues, cada una de estas etapas desde el punto de vista de su costo.

Actividades previas

En los proyectos, relacionados con la invención de un producto, suele ser necesario realizar muestras y degustaciones o demostraciones, para estudiar la factibilidad del mismo. Además, esto puede resultar útil para atraer inversionistas externos. En estos casos, este desarrollo previo tiene un costo que todavía no puede imputarse a la empresa y deberá ser, por tanto, asumido por el emprendedor.

Otra actividad previa habitual consiste en realizar un estudio de mercado con mayor o menor rigor. El cual puede ser elaborado por el propio equipo emprendedor o contratado, en el debe tenerse en cuenta: viajes, encuestas, transporte, análisis de datos, elaboración de informes, entre otros.

Conviene identificar y valorar lo más detalladamente posible estos costos, para identificar si es posible desarrollar el negocio con recursos propios o se hace necesario conseguir socios o financiación.

Constitución de la empresa

Una vez se tiene claro cuál es el producto o servicio que se va a desarrollar y habiendo determinado su viabilidad se debe constituir la empresa, bien sea como persona natural o jurídica (Sociedad). Estos trámites (notariales, registro mercantil, INVIMA, patentes, registro de marcas, Bomberos) tienen un costo financiero, acorde con el tamaño del proyecto. Es indispensable tenerlos en cuenta en la previsión de la primera etapa del negocio.

En este caso conviene dedicar tiempo a detallar pasos y trámites a realizar calculando costos asociados, ya que tiene repercusión en el desarrollo a largo plazo del proyecto.

Inversión inicial

La inversión inicial de todo proyecto conlleva costos como: mobiliario mínimo (equipo de producción, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de computo...), Adquisición del inventario inicial (materias primas, insumos o mercancía para la venta) y si se adquiere a título de compra edificios y/o locales. Es posible que el local requiera la acometida de los servicios públicos (energía, agua, teléfono, internet, entre otros), Igualmente se debe tener en cuenta el lanzamiento publicitario para atraer los primeros clientes y dar a conocer la empresa, costo considerado como parte de la puesta en marcha.

Costos y/o Gastos Fijos Mensuales

Es importante, recordar que iniciando las empresas tienen más costos que ingresos, por lo que en el dinero disponible para la puesta en marcha del negocio se deben tener recursos suficientes para cubrir los costos fijos mientras la empresa empieza a dar utilidades.

Dentro de estos costos podemos contemplar el arriendo del local en caso de no ser propio, servicios públicos, salarios de los empleados, renovación de inventarios, imprevistos, entre otro. Es importante aclarar que al emprendedor o emprendedores se les debe asignar una remuneración acorde con su labor dentro de la empresa.

ANEXO B. ESTRUCTURAS MÓDULOS DOS Y TRES

MODULO DOS. ¿CÓMO ENFRENTAR LA COMPETENCIA?

Objetivo general. Brindar conocimientos y estrategias para que el empresario identifique, analice y pueda enfrentar la competencia.

Objetivos específicos. 1. Proporcionar herramientas que permitan al estudiante identificar los aspectos y características relevantes de un negocio.

2. Comparar las ventajas y desventajas del negocio propio frente a otros similares.

3. Aprovechar los beneficios que ofrecen las diferentes formas de asociación (minimizar costos, acceso a créditos, descuentos por volumen)

Justificación. En estos momentos, en que la globalización está de moda, que vemos como se ha venido transformando enormemente el sistema productivo, donde poco a poco se ha venido acercando el Tratado de Libre Comercio el cual sabemos que va afectar fuertemente al sector de las mipymes, se hace necesario conocer la competencia para poder apoyarse y enfrentarla, ya que es claro que las empresas deben ser muy ágiles y estar alertas de lo que pueda ocurrir, para obtener mayores ventajas.

Unidades propuestas

Unidad 1: Conociendo la competencia:

Unidad 2: Uniendo esfuerzos y recursos para un mismo fin.

Unidad 3: Ventajas y desventajas del TLC:

MODULO TRES. ME ARRIESGO Y GANO

Objetivo General. Ayudar al estudiante a identificar los objetivos que cumplen las inversiones.

Objetivos específicos. 1. Identificar si los estudiantes, buscan preservar el capital, obtener un crecimiento del capital o simplemente generar una renta.
2. Dar a conocer tips que puedan ayudar a mejorar sus ingresos y a minimizar sus gastos.

Justificación. Dentro de las experiencias de los empresarios a nivel nacional y por supuesto del sector Arborizadora Alta, se ha establecido que gran parte del fracaso de los microempresarios ha sido el que no se proyectan a maximizar su capital, sino que se limitan a subsistir, es por esto que es importante orientar a los empresarios y darles herramientas que vayan en el sentido de maximizar su capital para que puedan no solo subsistir sino crecer en el entorno empresarial .

Unidades propuestas.

Unidad 1: ¿Cómo maximizar mi plante?

Unidad 2: Jugando a la bolsa

Unidad 3: ¿Cómo veo mi negocio en 10 años?

Responsables: Isabel Quintero Ducuara y Margarita Montalvo Varón, Estudiantes Universidad Libre, para optar a título de especialistas en Docencia Universitaria.

Anexo C

(Pilotaje)

VENTAJAS DE CONSTITUIR EMPRESA CON LOS REQUISITOS LEGALES Módulo UNO

A continuación se presenta un cuestionario que contiene 9 preguntas de selección múltiple y tres de opinión, para conocer la claridad e importancia de los contenidos del módulo Uno y las recomendaciones y sugerencias de cambio para mejorarlo.

Agradecemos contestar el presente cuestionario, de la manera más clara y responsable posible, seleccionando solamente una respuesta en las de selección múltiple y contestando de acuerdo a su apreciación las de opinión.

1. Los contenidos del tema uno "Aprendiendo de la Historia de los Exitosos" fueron:

- Suficientemente claros
- Medianamente claros
- No muy claros

2. ¿Los contenidos propuestos fueron importantes?

- Suficientemente importantes
- Medianamente importantes
- Poco importante

3. Sugiera los cambios que considere necesarios en el tema "Aprendiendo de la Historia de los Exitosos" ¿Que le cambiaria?, ¿Que le agregaría?, ¿Que le quitaría?

4. Responda como le pareció la claridad y contenidos del tema "Conociendo acerca de las Mipymes"

- Suficientemente claros
- Medianamente claros
- No muy Claros

5. El tema Conociendo acerca de las normas de Mipymes ¿Que tan importante es para usted?

- My importante
- Medianamente importante
- Poco importante

6. Escriba aquí que recomendaciones o sugerencias tiene para mejorar este tema.

7. Los contenidos del tema tres, ¿Por qué es necesario Invertir en lo legal? le parecieron

- Suficientemente claros
- Medianamente claros
- No muy claros

8. Los contenidos del tema tres, ¿Por qué es necesario Invertir en lo legal? le parecieron:

- Importantes
- Medianamente importantes
- Nada Importantes

9. Que cambios, sugerencias o recomendaciones tiene para mejorar el tema ¿Por qué es necesario Invertir en lo legal?

10. ¿Cómo le parecieron las diferentes actividades y formas de Evaluación de los Temas?

- Exagerados
- Suficientes
- Muy Pocas

11. Fue agradable desarrollar las actividades y evaluaciones de los diferentes temas?

- Muy agradables
- Poco agradables
- Desagradables

12. Descríbanos que le modificaría a las actividades y forma de evaluar

Muchas gracias por su tiempo y dedicación.

Responsables: Isabel Quintero Ducuara y Margarita Montalvo Varón, Estudiantes Universidad Libre, para optar a título de especialistas en Docencia Universitaria.

Anexo D
(Formato)

**ENCUESTA DIRIGIDA A JOVENES BACHILLERES DE ARBORIZADORA
ALTA**

Con el objetivo de medir el interés e identificar expectativas de los jóvenes sobre capacitación en creación y generación de empresas con todos los requisitos legales.

Género 1. Hombre 2. Mujer 3. Edad

1.- ¿Esta usted interesado en generar o crear empresa?

Sí No

¿Que tipo de Empresa?: _____

Si la respuesta es sí, pase a la siguiente pregunta, en caso contrario entregue la encuesta.

2.- ¿Estaría interesado en capacitarse para aprender a crear empresa con todos los requisitos técnicos y legales?

Sí No

Si la respuesta es sí, pase a la pregunta siguiente, en caso contrario entregue la encuesta.

3.- Elija una de las siguientes opciones de acuerdo con su interés:

CÓDIGO	TITULO	TIEMPO	MARQUE CON UNA EQUIS (X)
1	Técnico	2 años	<input type="checkbox"/>
2	Tecnólogo	3 años	<input type="checkbox"/>
3	Profesional	5 años	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cuál o cuáles de las siguientes áreas considera que debería contener o abordar el plan de estudio?

1. Emprendimiento	<input type="checkbox"/>	2. Gerencia	<input type="checkbox"/>	3. Administración	<input type="checkbox"/>
4. Contabilidad	<input type="checkbox"/>	5. Tributaria	<input type="checkbox"/>	6. Análisis de balances	<input type="checkbox"/>
7. Sociología	<input type="checkbox"/>	8. Salud Ocupacional	<input type="checkbox"/>	9. Gestión de Calidad	<input type="checkbox"/>
10. Otra	<input type="checkbox"/>				

¿Cuál(es)?

5. ¿Cuánto considera que puede costar esta capacitación?

1. De \$500.000 a \$1.000.000
2. De \$1.000.001 a \$1.500.000
3. Más de \$1.500.000

6. Observaciones.

Gracias por su tiempo y dedicación.

Encuestador: _____

Fecha: _____

Responsables de la encuesta Isabel Quintero Ducuara y Margarita Montalvo Varón, Estudiantes de la Universidad Libre, para optar a título de especialistas en Docencia Universitaria.

Anexo E

(Guía)

ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRESARIOS DE ARBORIZADORA ALTA

Con el objetivo de tener acercamiento, conocimiento y caracterización del contexto; analizar la posibilidad de práctica para los jóvenes bachilleres, complementar información de las encuestas y establecer los posibles temas de los módulos.

Responsables de la entrevista Isabel Quintero Ducuara y Margarita Montalvo Varón, Estudiantes de la Universidad Libre, para optar a título de especialistas en Docencia Universitaria.

1. ¿Qué edad Tiene?
2. ¿Cuál es su nivel de estudios?
3. ¿Cuánto hace que es empresario?
4. ¿Tiene planes de hacer crecer su negocio?
5. ¿Qué experiencias significativas como empresario quiere compartirnos?
6. ¿Qué dificultades ha tenido en el desarrollo de sus planes o metas?
7. ¿Alguna vez a sido sancionado o multado?
8. ¿Tiene conocimiento de Aspectos técnicos y normativos de las empresas?
9. ¿Le gustaría recibir capacitación al respecto?
10. ¿Le daría oportunidad de prácticas o contrataría personas jóvenes capacitadas?
11. ¿Cómo ve o piensa su negocio en 10 años?
12. ¿Quiere compartirnos o agregar algo más?

Dar los agradecimientos.

Anexo F

(Formato)

OBSERVACION DIRIGIDA A EMPRESARIOS, JOVENES BACHILLERES, EMPRESAS Y SECTOR DE ARBORIZADORA ALTA

Con el objetivo de Caracterizar la población y el contexto

En entrevistas a empresarios

1. Genero	
2. Tipo de Empresa	

Jóvenes Bachilleres

3. Genero	
4. Distracciones	
5. Comportamientos	
6. Otros	

Empresas

7. Tipo de Empresa	
8. Nombre	
9. Rut Exhibido	
10. Ubicación	

Sector

11. Parques	
12. Colegios	
13. Universidades	
14. Comercio	

Responsables de la observación Isabel Quintero Ducuara y Margarita Montalvo Varón, Estudiantes de la Universidad Libre, para optar a título de especialistas en Docencia Universitaria.

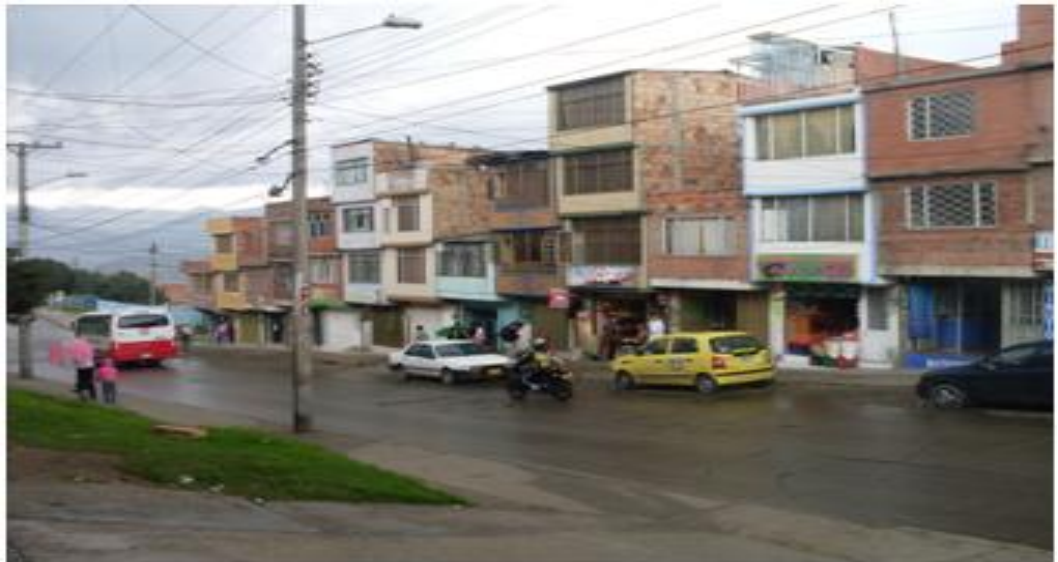
Anexo G
(Registro Fotográfico)

ARBORIZADORA ALTA

Coliseo



Una Calle Comercial



Parque



Panorámica



Subiendo a Arborizadora Alta



Jóvenes del sector



Tomada por Jonathan González

Colegio Arborizadora Alta



Colegio Gimnasio Sabio Caldas



Fuente: Gimnasio moderno. Edu.co

Algunos participantes del pilotaje



Pantallazo de la Plataforma Virtual donde se piloteo el Modulo

A screenshot of a web browser displaying the virtual platform for 'Emprendimiento Empresarial Colombia'. The page features a navigation menu on the left with options like 'Página Principal', 'Área personal', and 'Curso actual'. The main content area includes a search bar, a registration button, and a section titled 'Aprendiendo de la historia de los exitosos' with various links and text. The right sidebar contains sections for 'Buscar en los foros', 'Últimas noticias', 'Eventos próximos', and 'Actividad reciente'. The browser's address bar shows the URL 'emprender.239.miaulas.com/course/view.php?id=2'.