

**DISEÑO DEL MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA FUNDACIÓN
PICCOLINO BOGOTÀ**

**ANGIE LORENA PULIDO MOLANO
ANDRES FELIPE VILLANUEVA FIGUEROA**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ALTERNATIVA PRÁCTICA SOCIAL
BOGOTÁ
2018**

**DISEÑO DEL MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA FUNDACIÓN
PICCOLINO BOGOTÀ**

**ANGIE LORENA PULIDO MOLANO
ANDRES FELIPE VILLANUEVA FIGUEROA**

**Trabajo de Grado para optar al título de
Ingeniero Industrial**

**Director
Germán Rodríguez
Master administración de empresas**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ALTERNATIVA PRÁCTICA SOCIAL
BOGOTÁ
2018**



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, 26, Noviembre, 2018

Dedicamos este trabajo de grado principalmente a Dios por habernos permitido llegar a este momento tan especial e importante en nuestro camino de proyección profesional y personal. A nuestras familias quienes siempre estuvieron presentes para apoyarnos en el proceso, para obtener este gran logro y todos aquellos amigos que con sus actos hicieron posible que ahora seamos unos grandes profesionales y unas grandes personas.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. GENERALIDADES	15
1.1 ANTECEDENTES	15
1.1.1 Proyecto Hilando sueños en la Fundación Piccolino	15
1.1.2 Registro en la cámara de comercio y capacitaciones gratuitas	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2.1 Descripción del problema	16
1.2.2 Formulación del problema	17
1.3 OBJETIVOS	17
1.3.1 Objetivo general	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 JUSTIFICACIÓN	18
1.5 DELIMITACIÓN	18
1.5.1 Espacio	18
1.5.2 Tiempo	19
1.5.3 Contenido	19
1.5.4 Alcance.	19
1.6 MARCO REFERENCIAL	20
1.6.1 Marco Teórico	20
1.6.1.1 Modelos de emprendimiento	20
1.6.2 Marco Conceptual	25
1.6.2.1 Emprendimiento	25
1.6.2.2 Cultura de emprendimiento	26
1.6.2.3 Cultura de emprendimiento	26
1.6.2.4 Actitudes emprendedoras	26
1.6.2.5 Emprendimiento social	26
1.6.2.6 Empresario	27
1.6.2.7 Liderazgo	27
1.6.2.8. Estrategia	27
1.6.2.9. Plan de negocio	28
1.6.2.10 Armar un equipo de trabajo	28
1.6.2.11 Diseña tu producto o servicio.	28
1.6.2.12 Identificar el impacto de tu producto	28
1.6.2.13 Definir quiénes son los clientes y quiénes son los usuarios	28
1.6.2.14 Promoción de emprendimiento	29
1.7 METODOLOGÍA	29
1.7.1 Tipo de estudio	29
1.7.2 Fuentes de Información	29
1.7.2.1 Fuentes primarias	29
1.7.2.2 Fuentes secundarias	29

1.8 DISEÑO METODOLÓGICO	30
1.8.1 Primera Etapa	30
1.8.2 Segunda Etapa	30
1.8.3 Tercera Etapa	30
1.8.3 Cuarta Etapa	30
2. DESARROLLO	32
2.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	32
2.1.1 Categorías	33
2.1.1.1 Motivación	33
2.1.1.2 Aprendizaje	33
2.1.1.3 Expectativas	34
2.1.1.4 Barreras	35
2.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	35
2.2.1 Factores que inciden en el desarrollo de la propuesta.	36
2.2.1.1 Perfil de los estudiantes	36
2.2.2.2 Perfil de los Profesores	36
2.2.2.3 Temas relacionados con emprendimiento	37
2.2.2.4 Metodología a aplicar durante la ejecución de los temas con los estudiantes	38
3. PROPUESTA DEL MODELO	40
3.1 RECURSOS E INFRAESTRUCTURA	40
3.2 PROGRAMA	41
3.2.1 Unidad 1: Generación de ideas de negocio	41
3.2.2 Unidad 2: Diseño del producto	42
3.2.3 Unidad 3: Recursos básicos	42
3.2.4 Unidad 4: Fuentes de financiación	42
3.2.5 Unidad 5: Creación de empresa	42
3.3 METODOLOGÍA	42
3.4 VALORACIÓN	44
3.5 RETOS FUTUROS	45
4. CONCLUSIONES	47
5. RECOMENDACIONES	49
BIBLIOGRAFIA	50
ANEXOS	54

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo	16
Figura 2. Categorización de preguntas 10	32
Figura 3. Modelo FENDRIX	40
Figura 4. Driagrama de Flujo	46
Figura 5. Categorización de preguntas 1.	54
Figura 6. Categorización de preguntas 2	55
Figura 7. Categorización de preguntas 3	55
Figura 8. Categorización de preguntas 4	56
Figura 9. Categorización de preguntas 5	56
Figura 10. Categorización de preguntas 6	57
Figura 11. Categorización de preguntas 7	57
Figura 12. Categorización de preguntas 8	58
Figura 13. Categorización de preguntas 9	58
Figura 14. Categorización de preguntas 10	59
Figura 15. Categorización de preguntas 11	60
Figura 16. Categorización de preguntas 12	61
Figura 17. Curso Unidad 1	62
Figura 18. Curso Unidad 2	62
Figura 19. Curso Unidad 3	63
Figura 20. Curso Unidad 4	63
Figura 21. Curso Unidad 5	63
Figura 22. Matriz DOFA	67
Figura 23. Categorización pregunta 1	80
Figura 24. Categorización pregunta 2	81
Figura 25. Categorización pregunta 3	82
Figura 26. Categorización pregunta 4	83
Figura 27. Categorización pregunta 5	84
Figura 28. Categorización pregunta 6	85
Figura 29. Categorización pregunta 7	86
Figura 30. Categorización pregunta 8	87
Figura 31. Categorización pregunta 9	88
Figura 32. Categorización pregunta 10	89
Figura 33. Categorización pregunta 11	90
Figura 34. Categorización pregunta 12	91

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta	54
Anexo B. Diseño de los Temas	62
Anexo C. Estadísticos SPSS	79

GLOSARIO

CANVAS: es un modelo de negocio por medio del cual, se busca describir los componentes que crean y otorgan valor dentro del proceso de negocio analizando las fortalezas y debilidades de la empresa, en pro de ofrecer un producto o servicio que aporte un valor agregado al cliente final.

COMPETENCIAS: conjunto de habilidades, capacidades, aptitudes y destrezas que posee una persona; para desarrollar una actividad en específico, las cuales le permiten interactuar en ámbitos de su vida personal, social y laboral. Es el saber actuar en situaciones concretas distintas aplicando conocimientos de forma creativa y flexible.

DESIGN THINKING: método usado por diseñadores de productos, marca o empresa, para crear ideas innovadoras que satisfagan y solucionen las necesidades reales del usuario.

INNOVACIÓN DISRUPTIVA: concepto nuevo, que se refiere al producto o servicio que se obtiene sin ser buscado y se convierte en una potencia.

LIDERAZGO: es el conjunto de conocimientos y habilidades que posee un individuo, que le permite influir sobre otras personas, logrando de esta forma alcanzar de manera eficiente el cumplimiento de metas y objetivos propuestos por una organización.

PROYECTO SOCIAL: acción o conjunto de ideas relacionadas y encaminadas a un objetivo, que conlleva a ayudar a una comunidad en específico formada por individuos que interactúan entre sí.

SCAMPER: técnica creativa que se emplea con el objetivo de ir más allá respecto a las ideas relacionadas con un producto o servicio, proporcionándonos alternativas por medio de las cuales podemos brindar soluciones relacionadas con el mismo. Las siglas representan: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar

RESUMEN

Este proyecto pretende mostrar una propuesta de un modelo de emprendimiento, tomando en cuenta diversos factores que interactúan en todo el proceso de enseñanza, esto por medio de la ejecución de clases presenciales para los estudiantes de último grado de la fundación Piccolino, que permitan identificar los aspectos más relevantes a tener en cuenta dentro del modelo.

El trabajo presentado tiene como actor principal la Fundación Piccolino, compuesta por tres sedes en Bogotá (La Salle, Lisboa y San Francisco). Se hicieron visitas los días domingos a la sede de la Salle, en donde se observaron e identificaron las aptitudes, actitudes y conocimientos acerca del área de emprendimiento que se poseen actualmente, la metodología de estudio ideal y en general el proceso de aprendizaje que maneja la población de la fundación.

El modelo se desarrolla principalmente a causa de que la fundación no cuenta con una práctica estable en el desarrollo de actividades relacionadas con emprendimiento con sus estudiantes, nosotros como estudiantes de ingeniería industrial contamos con conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera que permiten aportar positivamente en el desarrollo de este tipo de alternativas, permitiéndonos formar parte en conjunto con la fundación para que se desarrollen propuestas orientadas al emprendimiento de sus estudiantes dándoles una visión que permita mejorar su calidad de vida y de todos los que les rodea.

Con la finalidad de identificar las variables más relevantes se desarrolla un análisis a través de los resultados arrojados de encuestas permitiéndonos identificar los temas de conocimiento que más de adecua a los estudiantes de la fundación, así como también aspectos relevantes en cuanto a la metodología de enseñanza, principales causas por las cuales es relevante adquirir este conocimiento para los estudiantes. Durante la ejecución de las encuestas se tuvieron en cuenta las opiniones de docentes permitiéndonos identificar otros aspectos relevantes como lo son el tiempo de duración del modelo, herramientas y demás.

Se espera que en un futuro se realice la aplicación y mejora del modelo teniendo en cuenta que el adecuado desarrollo de este permite contribuir no solo a la fundación y sus estudiantes, sino también representa un aporte con la sociedad permitiéndoles incentivar la creación de empresas o proyectos nuevos, aportando a el crecimiento de la sociedad por medio de la generación de nuevos empleos influyendo en el crecimiento de la economía, de igual manera teniendo en cuenta un aspecto de compromiso con el medio ambiente.

ABSTRAC

This project tries to show an offer of a model of Entrepreneurship, taking diverse factors that interact in all the process of education, this by means of the execution of classes they attend that they allow to identify the most relevant aspects to bear in mind inside the model.

The presented work has as principal actor the Foundation Piccolino, composed by three headquarters in Bogota (La Salle, Lisboa and San Francisco). Visits were done on Sundays to the headquarters La Salle, where we observed and identified the aptitudes, attitudes and knowledge bring over of the area of Entrepreneurship that are possessed nowadays, the methodology of ideal study and in general the learning process that the population of the foundation handles.

The model develops principally because of that the foundation does not possess a stable practice in the development of activities related with Entrepreneurship his students, we as students of industrial engineering rely on knowledge acquired in the course of the career that they allow to reach positively in the development of this type of alternatives permitting to form a part as a whole with the foundation in order that there develop offers orientated to the Entrepreneurship of his students giving them a vision that allows to improve his quality of life and of all those that it surrounds.

With the purpose of identifying the most relevant variables an analysis develops across the brave results of surveys permitting to identify the topics of knowledge that more of adapts the students of the foundation, as well as also relevant aspects as for the methodology of education, principal reasons for which it is relevant to acquire this knowledge for the students. During the execution of the surveys the teachers' opinions were born in mind permitting to identify other relevant aspects as they it are the time of duration of the model, tools and others.

It hopes that in a future there is realized the application and improvement of the model bearing in mind that the suitable development of this one allows to contribute not only to the foundation and his students, but also it represents a contribution with the company allowing them to stimulate the entrepreneurship or new projects, reaching to the growth of the company by means of the generation of new employments influencing the growth of the economy, of equal way bearing an aspect of commitment in mind with the environment.

Palabras Claves: Emprendimiento, Tipos de empresa, Costo de un producto, Diseño del producto, Tipos de clientes, Conciencia Ambiental, Conciencia Social. Temas de Emprendimiento, Metodología de enseñanza.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se refiere al planteamiento de un modelo de emprendimiento, en el cual podemos encontrar las variables y parámetros que componen la actividad de enseñanza de emprendimiento, como lo son las herramientas, capacidades del orientador, temas a desarrollar y metodología utilizada, teniendo en cuenta que la población a la que va dirigida este modelo inicialmente corresponde a estudiantes en su mayoría ya adultos mayores de edad con dificultades de tiempo y de aprendizaje.

Para analizar de manera detallada los componentes deseados es necesario conocer los puntos de vista de los estudiantes, docentes y externos que puedan aportar material de apoyo para el desarrollo del modelo. Igualmente se considera importante participar de manera presencial en el desarrollo del curso, con el fin de adquirir mayores herramientas e identificar puntos críticos que no se pueden apreciar a simple vista.

El presente proyecto, se realizó con el interés de conocer los aspectos que influyen en la falta de un programa o actividades que incentiven un espíritu emprendedor en los estudiantes de la Fundación Piccolinno y de cómo la implementación de las mismas influye en la vida de los estudiantes y de todos aquellos que los rodean. Los estudiantes de la fundación son personas que viven agitados por el día a día, trabajando y realizando un esfuerzo por su beneficio propio y de su familia, centrados únicamente en el cumplimiento de sus responsabilidades. Por este motivo se encierran en sus vidas y se olvidan de ayudar al prójimo de una u otra forma, sin darse cuenta de lo que pasa alrededor de ellos y de las oportunidades que les brinda la vida.

Por otra parte, como estudiantes nos interesa poder dejar unas bases para que los próximos practicantes puedan ejecutar el modelo propuesto y determinar parámetros de decisión que permita establecer una mejora del mismo continuamente. Así mismo nos interesamos en dejar un aporte a la fundación y sus estudiantes poniendo de nuestra parte para que puedan mejorar su calidad de vida y retribuir lo aprendido ayudando a aquellos que los rodean.

Teniendo en cuenta que el tipo de estudio es descriptivo identificamos inicialmente los aspectos relevantes que debe de componer el modelo de emprendimiento para posteriormente establecer cuestionarios o encuestas que dependiendo de la persona que lo diligencie estudiante de la fundación, docente, o externo, a partir de sus conocimientos y experiencia, permitan establecer datos relevantes que sirvan de análisis para cada uno de los componentes del modelo.

La muestra manejada es de tipo probabilístico brindándole a todos los participantes la misma oportunidad de seleccionar una respuesta y de igual manera se maneja una muestra del tipo no probabilístico permitiéndole al usuario

del cuestionario detallar observaciones individuales y propias de cada una de las partes del cuestionario.

A partir del modelo se desea diseñar un modelo de emprendimiento que permita incentivar la creación de microempresas dentro de los estudiantes de la Fundación Piccolino, a través del desarrollo de un diagnóstico enfocado en los temas y aspectos adecuados para los estudiantes, posteriormente se analizará las variables más representativas que nos permitan construir cada uno de los parámetros a desarrollar dentro del modelo y finalmente diseñar el modelo por medio del cual se puedan generar herramientas y pautas para la enseñanza de los temas centrados en emprendimiento inicialmente en la Fundación Piccolino.

El modelo de emprendimiento cuenta con las variables o parámetros identificados, a través de la investigación realizada con los estudiantes que se encuentran próximos a culminar sus estudios en la fundación Piccolino y de los análisis realizados. Dicho modelo está compuesto por 4 etapas, que son recursos e infraestructura, programa, metodología y valoración.

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

Se entiende como antecedentes la búsqueda de diversas organizaciones o entidades que incursionaron en el ámbito del emprendimiento, con el propósito de incentivar la creación de empresas sostenibles a sus estudiantes o interesados.

1.1.1 Proyecto Hilando sueños en la Fundación Piccolino. En el año 2017 se creó el proyecto de emprendimiento nombrado como hilando sueños. “En donde se pretendía dar a los estudiantes de bachillerato herramientas en el área de emprendimiento que les sirva como base para formular e implantar ideas de negocio que les permita de alguna forma crecer tanto personal como económicamente”¹. Para la correcta ejecución del proyecto de emprendimiento se dividió el programa en 3 etapas, la primera etapa centrada en la persona centrándose en sus aptitudes y actitudes, así como en todos los factores que rodean a la persona que está tomando el programa de emprendimiento. La segunda etapa del proyecto corresponde al ámbito de planear en donde se centra en temas relacionados a como es el negocio del estudiante, la recolección de información, a recursos que se tienen y asociados de negocio que beneficien el proyecto. Y finalmente la última etapa relacionada con todos los ámbitos legales, de costos y de requerimientos de otra índole que están relacionados con la idea de negocio del estudiante.

1.1.2 Registro en la cámara de comercio y capacitaciones gratuitas. Actualmente La fundación Piccolino se encuentra registrada en La cámara de comercio de Bogotá, entidad que está comprometida con todos los empresarios de Bogotá que tengan el deseo de emprender sus propios negocios. Es importante resaltar que la Cámara de Comercio “aporta a la sociedad colombiana de distintas maneras, una de ellas es mediante un curso centrado en el emprendimiento y todos los aspectos relacionados con la creación de empresa”². También permite que tanto los estudiantes de la fundación Piccolino, o cualquier habitante de Bogotá ingrese al modelo empleado que es un sistema 100% virtual permitiéndole a los participantes la organización y total autonomía de su tiempo, pudiendo ingresar al aula virtual las 24 horas del día. Los temas que se imparten en este curso encontramos 5 módulos centrados en la segmentación del mercado, la relación con los clientes, la propuesta de valor, los canales de comunicación, distribución y ventas y la estructura adecuada de costos.

¹ FUNDACIÓN PICCOLINO. Quienes somos [en línea]. Bogotá: La Fundación [citado 16 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://fundacionpiccolino.org/>>

² CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Diseñar su modelo de negocios [en línea]. Bogotá: La Cámara [citado 16 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Cursos-virtuales-gratuitos/Disenar-su-modelo-de-negocios>>

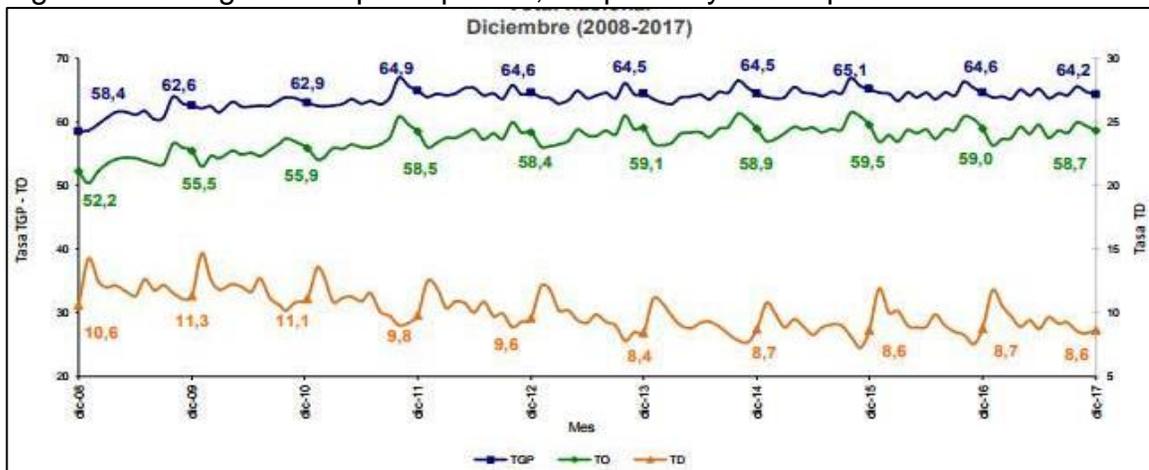
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción del problema. El slogan de la fundación nos invita a lo siguiente, “donde quiera que haya alguien que quiera aprender y alguien que quiera enseñar, allí habrá una escuela Piccolino.”. Se basa en una enseñanza de educación informal a una comunidad de personas de bajos recursos económicos, con problemas de aprendizaje, personas que nunca han asistido a un aula de clases y desean hacerlo por voluntad propia. La fundación cuenta con tres espacios en Bogotá, los cuales son prestados, sin ningún tipo de costo. Estos son Suba Lisboa, San Francisco y La Salle.

Teniendo en cuenta lo anterior nace el deseo de brindarles una alternativa a los estudiantes de bachillerato, que se encuentran próximos a culminar sus estudios. Algunos de ellos no cuentan con un proyecto de vida laboral, académico o profesional. A partir de esto, se busca ofrecerles medios que se reflejen en acciones que fortalezcan e incentiven la creación de ideas de negocios a los estudiantes de últimos grados. Por medio de una formación que incentiven el pensamiento emprendedor, a través de una planificación metodológica y estructurada, generando ideas fomentando el emprendimiento generando futuros negocios.

Al respecto, se pueden observar datos verídicos de Bogotá del año 2008 al 2017. Muestra una tasa de desempleo que cerró el 2017 al alza y se ubicó en 9,4%, la tasa de ocupación en todo el 2017 fue de 58,4% y la tasa global de participación en 64,4%. Un gran porcentaje de población en Bogotá no cuentan con un trabajo, lo cual desencadena una serie de variables para las personas (véase la Figura 1).

Figura 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo



Fuente. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. Indicadores de mercado laboral Diciembre 2017 [en línea]. Bogotá: DANE [citado 15 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP_empleo_dic_17.pdf>

La problemática actual de la fundación Piccolino y sus estudiantes consiste en que los estudiantes y egresados no presentan una situación económica estable, que les permita proyectarse a un futuro con una mejor calidad de vida, de igual forma no cuentan con los conocimientos y habilidades adecuados para desenvolverse de manera asertiva frente a los retos laborales y profesionales actuales, hoy en día es complejo encontrar un trabajo con el cual puedan vivir establemente, puesto que no cuentan con una preparación adecuada. Esta situación los lleva a circunstancias como el mal uso de su tiempo libre y de los recursos con los que cuentan.

Actualmente dentro de la fundación no se cuenta con actividades orientadas a inculcar el espíritu emprendedor en sus estudiantes, con el fin de garantizar que sus estudiantes tengan claro su propósito y metas luego de culminar sus estudios. Es indispensable un proyecto que les permita a sus estudiantes, un mayor aprovechamiento de sus aptitudes y actitudes enfocadas en la creación de una idea de negocio permitiéndoles un crecimiento personal y profesional.

1.2.2 Formulación del problema. ¿Cómo estructurar una guía para un modelo de emprendimiento, con el fin de incentivar a la creación de microempresas, dirigido a los estudiantes de la Fundación Piccolino en la sede de La Salle?.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general. Diseñar un modelo de emprendimiento con el fin de que se incentive la creación de microempresas dentro de los estudiantes de educación media de la fundación Piccolino en la sede de la Salle.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar un diagnóstico acerca de emprendimiento, enfocado en la temática y aspectos adecuados para los estudiantes de educación media.
- Analizar las variables encontradas, para la construcción de parámetros que retroalimenten el desarrollo del modelo de emprendimiento, para los estudiantes de educación media de la fundación Piccolino.
- Diseñar un modelo, que genere herramientas y pautas necesarias para la enseñanza de emprendimiento y pueda ser aplicado a los estudiantes de educación media de la fundación Piccolino.
- Realizar una socialización del diseño del modelo final, por medio de un entregable que funcione como apoyo para los estudiantes de la fundación.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo propone crear un modelo de emprendimiento que le permita inicialmente a la Fundación Piccolino establecer actividades que se centren en la enseñanza de emprendimiento, buscando incentivar la generación de ideas innovadoras de negocio, para los estudiantes de la fundación, impulsándolos a adquirir un nuevo pensamiento por medio del cual les sea posible construir y alcanzar sus metas y objetivos de emprender permitiéndoles crecer personalmente aportando a su vida y la vida de aquellos que les rodean.

El objetivo de la Fundación Piccolino más allá de enseñar materias básicas de colegio y ofrecer la posibilidad de culminar los estudios del colegio, busca formar personas integras con un gran sentido de pertenencia social que piensen en el bienestar propio y de todos aquellos que les rodea. El proyecto busca indagar acerca de los aspectos y componentes que incentiven y ayuden a comprender las etapas que componen el pensamiento emprendedor en pro de cumplir con el objetivo de la fundación.

El adecuado uso del modelo y su mejora continua les permite a los estudiantes establecer alternativas de ideas de negocio permitiéndoles establecer un rumbo que le puedan dar a su vida, aprovechando sus habilidades y conocimientos, abriéndose paso a alternativas o actividades que les guste o en las que sean fuertes, permitiéndoles vivir de ello. Adicionalmente adquiriendo la oportunidad de aportar al crecimiento de la sociedad y del estado a través de acciones como lo es la generación de nuevos empleos, crecimiento de la economía y una percepción del cuidado del medio ambiente.

Finalmente, lo que se busca es aportar de alguna u otra forma a la fundación y todos los involucrados en ella con el fin de mejorar cada día y aportar nuestro granito de arena para ayudar a aquellos que realmente lo necesitan y desean salir adelante. En el caso de Piccolino es una labor muy gratificante, ya que se espera que el futuro de estas personas involucradas en la fundación tenga la formación necesaria y logren el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Stan Lee: *"Un gran poder conlleva una gran responsabilidad"*

1.5 DELIMITACIÓN

1.5.1 Espacio. La Fundación Piccolino cuenta con 3 sedes en Bogotá, ubicadas en la Universidad de la Salle Carrera 5 No. 59^a – 44, sede Lisboa en la Iglesia Beato Juan Bautista Scalabrini, y sede San Francisco ubicada en la Casa de la Cultura de Ciudad Bolívar. Cada una de estas sedes cuenta con aulas de clase, computador con conexión a internet y papelería necesaria para la ejecución de cada una de las clases.

Estas sedes son espacios que le prestan a la fundación, para realizar sus actividades académicas, a partir de convenios sociales que realizan con Universidades, colegios e iglesias. En la sede de Lisboa y San Francisco se dicta primaria y en la sede de La Salle se dicta bachillerato. Estas clases son dictadas los días domingos, ya que este día se encuentra disponible el espacio para que los integrantes de la fundación realicen sus funciones.

1.5.2 Tiempo. Las actividades de la fundación Piccolino se realizan solamente los días domingos, semestralmente. Las clases son dictadas en 3 ciclos, cada ciclo comprende de 6 domingos y en cada ciclo se realiza un cierre de notas. Finalmente se obtiene un total de 19 domingos semestralmente, cada clase tiene una intensidad horaria duración de hora y media.

La entrega del anteproyecto se realizó el 21 de Agosto del 2018. Para la culminación del proyecto final, se realizaron visitas durante un semestre, es decir 19 domingos, cada clase con una duración de hora y media, para finalmente realizar la entregar del proyecto de grado terminado el 24 de octubre del 2018.

1.5.3 Contenido

- Estructuración del diseño del modelo de emprendimiento, que contenga lo necesario para la formación de personas emprendedoras.
- A causa del tiempo para la elaboración del trabajo, se alcanzó a construir el modelo de emprendimiento, quedando pendiente para trabajos futuros la implementación y mejora de este modelo en los.
- Construcción de las etapas del modelo, a través de variables y parámetros específicos que logren el objetivo de emprender.

1.5.4 Alcance. El presente proyecto se desarrollará por medio de una serie de visitas los días domingos a la Fundación Piccolino sede La Salle en donde se dictarán clases presenciales a los alumnos de la fundación, estas visitas se realizarán durante el ciclo 2018-3 de la universidad Católica. En cada una de las visitas se buscará observar las distintas variables o aspectos que pueden influenciar en la elaboración del modelo de emprendimiento que se entregará al final.

Con el fin de adquirir información más completa se recurrirá a realizar un análisis y diagnóstico por medio de encuestas orientadas al tema de emprendimiento, posteriormente se tendrá en cuenta los resultados de las mismas para identificar los aspectos más relevantes y finalmente usarlos como base para la construcción de los aspectos que componen los criterios que compondrán el modelo de emprendimiento el cual se presentará como resultado final.

El alcance del proyecto es diseñar a manera de propuesta, un modelo de emprendimiento que contenga las bases suficientes para que, en un futuro estudiantes de la Universidad Católica de Colombia, asistan a la fundación y acompañen en este proceso de enseñanza en emprendimiento a los estudiantes de la fundación que se interesen en este proyecto. El modelo estará enfocado en fortalecer las habilidades y competencias de los estudiantes, incentivando su espíritu emprendedor. Se desarrollará un curso a manera de sugerencia para la formación, que incluya la temática más relevante que permita construir un ciclo académico del estudiante de la fundación.

1.6 MARCO REFERENCIAL

1.6.1 Marco Teórico

1.6.1.1 Modelos de emprendimiento. Algunos modelos de emprendimiento, asociados al tema a tratar en el presente trabajo son los siguientes:

➤ **Modelo VARELA.** La formación de un empresario es “un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que contribuyen, con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida”³.

Esta investigación, cuyo objetivo principal es plantear un modelo de formación empresarial teniendo en cuenta el ciclo de carrera empresarial ha tomado en cuenta diversos elementos de la teoría general de Entrepreneurship y las experiencias que el CDEE (Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial) ha tenido en sus veintiún años de actividad en el área, con diversos públicos.

Como resultado de este análisis, la investigación propone un modelo de formación empresarial fundamentado en dos tipos de competencias: las competencias de conocimiento (CC) relacionadas con los conocimientos requeridos para el desarrollo de la empresa, y las competencias personales entendidas como las habilidades, comportamientos, actitudes y valores necesarios para convertirse en un empresario exitoso a lo largo del tiempo. Adicionalmente el modelo contiene seis etapas en el proceso: la de formación en espíritu empresarial la de formación en generación y evaluación de ideas de negocio, la de evaluación de oportunidad de negocio, la de elaboración del plan de negocio, la del proceso de arranque y la de crecimiento y desarrollo, cada una de ellas apoyadas en un proceso educativo y con recursos especialmente asignados, y todas interrelacionadas⁴.

³ VARELA, Rodrigo y BEDOYA, Olga Lucía. Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *En: Estudios gerenciales*. Julio – Septiembre, 2006. vol. 22, no. 100, p. 22

⁴ *Ibíd.*, p. 25

✓Elementos conceptuales. Revisando las principales teorías el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi, encuentra procedente que el desarrollo del modelo tenga en cuenta los siguientes conceptos teóricos:

- ✓El proceso de transformación
- ✓El concepto de espíritu empresarial
- ✓El concepto de cultura empresarial
- ✓El concepto del líder empresarial.
- ✓El proceso empresarial
- ✓Los componentes de todo negocio
- ✓Las etapas del proceso empresarial⁵

➤**Modelo de emprendimiento EIA.** La EIA en el año 1999, crea el Centro de Innovación y Emprendimiento - CIE con el objetivo de ofrecer a los estudiantes un acompañamiento en el desarrollo de ideas empresariales y creación de nuevas empresas. Bajo este acompañamiento se materializaron dos empresas de gran trascendencia en el ámbito nacional: Afuera Link (Ing. Administrativa) y V-Factory (Industrial y Administrativa).

Al cabo de un año, el CIE fue transformado en una unidad adscrita a Extensión de la EIA, desde donde se continuó el propósito de “fomentar en la comunidad EIA la creación, desarrollo y mantenimiento de una cultura emprendedora, alineada a las necesidades del país en la generación de empleo y la mejora de los niveles de competitividad y productividad”. En el 2009, la unidad se ubica en la Dirección de Investigación y Proyectos, con el fin articularlo más directamente a las actividades de I+D y desarrollo de proyectos hacia la innovación. La EIA promueve en sus estudiantes y egresados el desarrollo de competencias como trabajo en equipo, creatividad, toma oportuna de decisiones, y comunicación, indispensables en el espíritu emprendedor⁶.

Se trata de una plataforma para el fomento y la generación de nuevas empresas con alto potencial de crecimiento e innovación en el campo de la ingeniería.

La EIA determina la necesidad de diseñar y poner en funcionamiento un modelo de emprendimiento. En ese sentido define un marco de actuación en el cual el modelo debería desarrollarse para que fuese funcional y sostenible en el tiempo; dichos elementos son: sostenibilidad y crecimiento; relación con el entorno; armonización interna del emprendimiento; visibilidad y posicionamiento. El primer componente, sostenibilidad y crecimiento, tiene como propósito aumentar la capacidad de servicio hacia la comunidad EIA y desarrollar mecanismos que generen ingresos

⁵ ZAHRA, Shaker A. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension [en línea]. Miami: Entrepreneurship Theory and Practice [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/104225879301700401?journalCode=etpb>>

⁶ ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA. Modelo de emprendimiento [en línea]. Medellín: La Escuela [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.eia.edu.co/documentos/laEIA/documentos_institucionales/modelo_de_emprendimiento_eia.pdf>

que permitan sostener económicamente la operación. El segundo componente es, la relación con el entorno, que busca ampliar las redes de valor que tiene la EIA y en especial aquellas que trabajan por el emprendimiento.

El tercer componente es la armonización interna del emprendimiento; que pretende generar un ambiente interno de cooperación y de orden entre los actores, el desarrollo de proyectos y programas que respondan a las necesidades particulares de emprendedores, y la definición de directrices que incentiven y contribuyan a la cultura del emprendimiento en la EIA. El cuarto componente es visibilidad y posicionamiento; que consiste en el conjunto de actividades de divulgación y generación de reconocimiento en la comunidad EIA y la sociedad en general. Teniendo en cuenta los elementos anteriores, se diseñó un modelo de gestión del emprendimiento en la EIA conceptualizado como una plataforma holística que da respuesta a las necesidades particulares de cada segmento de emprendedores, es decir, estudiantes de pregrado y posgrado y egresados⁷.

➤ **Modelo educativo por medio de la tecnología.** El nuevo modelo educativo de Arduino Verkstad Cofundador de Arduino, David Cuartielles hace tiempo que decidió centrar su interés en la pedagogía antes que en la evolución de la empresa. Su deseo es motivar a una generación de adolescentes a ver la tecnología como aliada para resolver sus propios problemas haciendo.

Cómo le llegó la inquietud: La culpa de que sea profe es de mis padres. Me surgió dar la oportunidad de dar clases desde muy joven y ya no paré. Al llegar a la Universidad me preguntaron qué quería ser y dije que profesor. Me invitaron a que probase, a comparar lo que cobra un ingeniero y, a los dos años, volví a la Academia.

El problema: En el mundo que vivimos todo es digital y la tecnología avanza constantemente. El problema que tenemos es que en educación no podemos avanzar a la misma velocidad y los profesores no encuentran el tiempo que les hace falta para formarse y traer esto a las aulas. Ese es el problema que intentamos resolver. La tecnología avanza muy rápido y lo que no va tan deprisa son las personas disponibles para cubrir ese mercado laboral y, sobre todo, una gran carencia de mujeres.

La solución: Desde Arduino, que es una plataforma de hardware, software y documentación libre que se emplea a explicar cómo funciona la tecnología digital hemos visto que es posible ayudar a la gente a formarse desde edades muy tempranas...Lo que necesitamos es ayudar a los profesores a cambiar una forma un poco más tradicional de dar clase a una en la que se convierten en los mentores de los alumnos que hace una investigación para crear sus propios proyectos⁸.

⁷ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA. Modelo de emprendimiento [en línea]. Medellín: La Escuela [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.eia.edu.co/documentos/laEIA/documentos_institucionales/modelo_de_emprendimiento_eia.pdf>

⁸ DELGADO, Ana. 4 emprendedores sociales que debes conocer [en línea]. Madrid: Emprendedores [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/ashoka-espana-emprendedores-sociales>>

Por ello, a través de su entidad, Verkstad, ha insertado en la educación formal una metodología para acercar la tecnología tanto a profesores como a jóvenes. Clases de Tecnología Creativas (CTC) es un itinerario académico de 9 meses con un kit basado en el Arduino. Con él los alumnos desarrollan trabajos de gaming, robótica o electromecánica.

➤ **Modelo educativo para evitar la deserción estudiantil.** El derecho a la excelencia educativa de cada niño desde Trilema Carmen Pellicer creó la Fundación Trilema bajo los principios de aglutinar sabiduría, compromiso y pasión que es como se traducen, respectivamente, las palabras logos, ethos y pathos que constituyen el nombre de Trilema.

Cómo le llegó a la inquietud: Yo creo que nací profe. Ya de niña jugaba con mis hermanas a dar clase. El recuerdo primero es mi madre, en la mesa camilla, dándonos clase a nosotras. Esto ha marcado mi vocación.

El problema: Nuestro sistema educativo adolece de muchos problemas, tasas de fracaso escolar superiores a 1/3 de la población estudiantil, tasas de abandono superiores al 20% pero, sobre todo, una mediocridad aceptable que se ha generalizado como modelo.

La solución: Esto nos lleva a nuestro proyecto que bautizamos con la metáfora del cubo rubik, hay que mover 6 elementos de forma simultánea para poder cambiar una escuela: el currículum (qué enseñamos), la metodología (cómo) y la evaluación (cómo acompañamos a los niños en la mejora de su aprendizaje). Esto supone cambiar la organización de la escuela, hacerla flexible y autónoma y personalizar todo el sistema educativo para adaptarlo a las necesidades de cada niño. Esto requiere, además, y es el más importante, el cambio de liderazgo como fuerza compartida que transforma la vida de todo el centro mediante equipos fuertes que compartan la visión⁹.

➤ **Emprendedores sociales y empresariales.** A lo largo del tiempo emprendedores sociales y empresariales han realizado una gran labor en el mundo, a continuación, se ilustran 5 de ellos:

✓ **De vendedor de frutas, a empresario en ropa para hombre.** Inicio en el barrio Manrique de Medellín, allí nació Arturo Calle el 13 de agosto de 1938. Con tan solo diez años de edad este paisa ya se había convertido en un experto vendedor de frutas, hortalizas y flores en la plaza de mercado en el barrio Robledo en Medellín.

Su juventud fue la consolidación de su audacia y sagacidad, a medida que crecía,

⁹ DELGADO, Ana. 4 emprendedores sociales que debes conocer [en línea]. Madrid: Emprendedores [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/ashoka-espana-emprendedores-sociales>>

aumentaba su interés por involucrarse en diversos sectores de la economía. Fue así como logró vincularse como mecánico industrial a Hilanderías Pepalfa, una fábrica dedicada a la confección de medias, que podría definirse como su primer contacto con la industria textil.

En este mismo escenario, nació su sueño de ser independiente, un ideal que lo motivó a ahorrar casi la totalidad de su sueldo durante dos años y medio. Pero fue en Bogotá, en donde encontró su verdadera vocación, la cual lo marcaría para toda la vida. Luego de trabajar de domingo a domingo en un almacén de camisas en el sector comercial de San Victorino, Arturo Calle adquiere en 1966 el suyo propio denominado “Danté” y ubicado en el mismo sector en la calle 13 con carrera 14.

Este primer almacén de 8 m² le costó 17.000 pesos de la época, dinero que recaudó gracias al capital ahorrado y a un préstamo de \$4.000 pesos, que según recuerda, es la única deuda que ha adquirido en su vida.

Fue así como el empresario vio la necesidad de surtir sus propios almacenes. Por ello, decidió fabricar directamente sus productos forjando una alianza con empresas de manufactura y confección que evolucionaron y que en la actualidad son CO&TEX, FRAC y Baena Mora. Esta sinergia le ha permitido a ARTURO CALLE garantizar a sus clientes la mejor relación calidad precio; característica que sumada a un buen servicio, ha sido determinante para el éxito comercial de la firma.

De hecho, su pasión por brindar al cliente una atención excepcional, lo llevó a implementar desde los inicios del negocio, el servicio de sastrería, que sigue siendo uno de los valores agregados de la marca de cara a sus consumidores.

Bajo el nombre de ARTURO CALLE, la compañía abrió por primera vez sus puertas en un Centro Comercial -Unicentro Bogotá, lo que consolidó su imagen en el mercado capitalino y lo proyectó hacia otras ciudades del país. Fue entonces, cuando a finales de la década de los 90 ARTURO CALLE llega a las ciudades de Cali y Medellín con una fuerte estrategia de posicionamiento que implicaba la apertura de varios almacenes en cada una de las ciudades, el mismo día y a la misma hora¹⁰.

✓ **La moda en un entorno ecológico.** La otra manera de trabajar en moda de Latitude Desde lalitude están revolucionando el sector de la moda con un sistema abierto y escalable respetuoso con los derechos humanos y el medio ambiente.

Cómo le llegó la inquietud: Como responsable de una importante marca de moda, María Almazán viajaba a numerosos países para supervisar la producción. La vivencia la tuvo en dos bloques. Uno en el terreno, cuando vas con un cargo de superioridad a los mejores hoteles y en las mejores condiciones y después llegas a la fábrica, sin luz, aire, y muchas deficiencias más. Luego, además de lo social,

¹⁰ WOMARKET. Reseña histórica Arturo calle [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://womarket.blogspot.es/tags/arturo-calle/2>>

estuvo lo medioambiental porque en muchos de esos sitios no había depuradoras y veías el río del pueblo con el mismo color que el vaquero de moda de la temporada, la misma agua que luego bebía la gente. Pensaba que si no veía eso era que se me estaba opacando la mirada, hasta que decidí que por ahí no quería ir y que el mundo de la moda debía cambiar.

El problema: La industria de la moda provoca serios problemas medioambientales y sociales a nivel global. De hecho, es la segunda más contaminante de todo el planeta. El problema que nos encontramos es que hemos ido a un sistema productivo que se ha desmadrado y hay que reconducirlo.

La solución: Las marcas quieren trabajar de otra manera, pero tienen que entender cómo hacerlo en sus procesos. Se trata también de que no se conviertan en iniciativas aisladas, sino conjuntas para transformar tanto la industria como la mentalidad de los consumidores. Por eso nosotros en Latitude lo que hemos hecho ha sido crear una red de talleres sostenibles que pone el foco en las personas y en el medio ambiente para trabajar con las marcas¹¹.

Para ello está diseñando una plataforma para que el modelo sea totalmente abierto y replicable. Además, trabaja muy de cerca con las grandes marcas para ayudarlas a adaptar sus procesos de compra, asesorándolas y conectándolas con talleres que hayan demostrado su sostenibilidad social y medioambiental.

✓ **Crecimiento de la Fundación Hogares.** “Ha logrado vincular a las empresas y programas sociales que ha diseñado dentro de la fundación y que tiene como finalidad construir comunidades participativas, responsables y autogestoras que sean capaces de resolver sus problemas y mejorar el lugar en el que viven a través de la participación y organización social”¹².

1.6.2 Marco Conceptual

1.6.2.1 Emprendimiento. De acuerdo con lo establecido por el Congreso de Colombia, “el emprendimiento es 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”¹³

¹¹ DELGADO, Ana. 4 emprendedores sociales que debes conocer [en línea]. Madrid: Emprendedores [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/ashoka-espana-emprendedores-sociales>>

¹² ENTREPRENEUR ESPAÑOL. 5 nuevos emprendedores sociales que debes conocer [en línea]. Madrid: La Empresa [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet:<URL: <https://www.entrepreneur.com/article/273181>>

¹³ MÉNDEZ, Rafael. Emprendimiento e innovación [en línea]. Bogotá: Ministerio de Educación [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet:<URL: <https://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-247719.html>>

1.6.2.2 Cultura de emprendimiento. “La cultura se conoce como el Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización”¹⁴

1.6.2.3 Cultura de emprendimiento. Hace referencia a la manera colectiva de pensar y actuar, “mediante la cual se trabajan los procesos nocionales y elementales que consolidan las actitudes y conocimientos básicos para la empresariedad, proyectando una oportunidad para que el estudiante materialice sus actitudes emprendedoras y desarrolle proyectos orientados a la creación de empresa con perspectiva de desarrollo sostenible, productividad económica, cultural, científica, tecnológica, deportiva o artística, entre otras”¹⁵.

Por medio de la cultura de emprendimiento se logra formar estudiantes íntegros con actitud de superación, liderazgo, una perspectiva de desarrollo personal y profesional, principios éticos y capaces de asumir riesgos que permiten mejorar sus proyectos de vida.

1.6.2.4 Actitudes emprendedoras. Una actitud emprendedora se conoce como “la disposición personal a actuar de forma proactiva frente a cualquier situación de la vida”, estas actitudes contribuyen al desarrollo de habilidades y competencias que permiten la transformación e innovación de ideas de negocio, asumiendo riesgos con voluntad de superación y persistencia en afrontar nuevos proyectos.

1.6.2.5 Emprendimiento social. Representa el desarrollo de proyectos y propuestas que pretenden dar solución a la problemática de un grupo social, contribuyendo al emprendimiento mediante la innovación con modelos que aporten valor social, cultural, ambiental y económico.

El emprendimiento puede entenderse como el pensamiento o actuación orientado a desarrollar una idea o proyecto, a no desistir de él, a integrar a otras personas para construirlo y guiarlos para alcanzar las metas, objetivos y planes que surjan.

El significado de emprendedor suele confundirse con el de empresario, a continuación, se presenta la definición para tener claridad en este concepto; emprendedor “es un individuo que es capaz de acometer un proyecto.

Rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a

¹⁴ CARMONA, Douglas; SUAREZ, Fernando; VENGOECHEA, Jorge; LLANOS, Carlos y NIEBLES, William. Construyendo una cultura emprendedora desde el modelamiento estratégico. Barranquilla: Universidad Metropolitana de Barranquilla, 2017. p. 16

¹⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACION. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 2 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf>

pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita¹⁶.

El emprendedor es la persona que ejecuta el pensamiento y la acción para llegar a su objetivo final, que es la ejecución de una idea de negocio. No teme tomar riesgos, ni enfrentarse a las adversidades, siempre es persistente y sigue luchando por alcanzar sus metas e ideales.

1.6.2.6 Empresario. El término empresario es más textual, está relacionado directamente a la “empresa”. “El empresario es la persona que es propietario de un negocio (total o parcialmente), lo tiene en marcha, lo gerencia directamente o por medio de otra persona que no es necesariamente accionista. Es la persona que, de manera individual o colectiva, plantea los objetivos y define las decisiones estratégicas que ayudarán a alcanzar los resultados y metas”¹⁷.

Propuestas. Administra, planifica, organiza, dirige, coordina y dirige las empresas. Usualmente es la persona que ostenta la representación legal de las sociedades mercantiles, propietarias de las empresas que gerencia o dirige.

1.6.2.7 Liderazgo. Es importante que una persona posea este don y se define como, Un líder empresarial es aquella persona que siempre da confianza y credibilidad a la hora de diseñar y ejecutar nuevas ideas de negocio. Y para que este empresario llegue a inspirar estos dos valores (confianza y credibilidad) deberá trabajar en 4 aspectos como lo son integridad, intenciones, capacidades laborales y resultados.

Se puede interpretar el liderazgo no como una habilidad sino como una cualidad que caracteriza a una persona de las demás, gracias a esto sobresale entre los demás, es ejemplo de guía para que lo sigan y ayuda a cumplir los objetivos que se proponen.

1.6.2.8. Estrategia. Según Cynertia Consulting, la estrategia se define de la siguiente manera: “La estrategia, por su papel vital, es uno de los campos más prolíficos y estudiados de la gestión de empresas. Su complejidad e incertidumbre es fruto de la síntesis que realiza de los elementos de la empresa y del entorno”. Despierta un gran interés porque marca el argumento del drama.

¹⁶ UNIVERSIDAD DEL TACHIRA. Concepto de emprendedor [en línea]. Caracas: La Universidad [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm>

¹⁷ LEÓN, Reimara. Liderazgo y Gerencia del Nuevo Milenio [en línea]. Bogotá: Revista Digital [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://issuu.com/reimaraleon/docs/revista_digital_de__reimara__lidera_244364749029c4>

1.6.2.9. Plan de negocio. El plan de negocio es la carta de navegación para un empresario.

El plan de negocios es un estudio detallado y minucioso del negocio donde se establecen las acciones que se realizarán a corto, mediano y largo plazo, junto con las estrategias que serán implementadas. El resultado principal de este estudio es la creación de un documento escrito donde se especifiquen los aspectos de factibilidad de la empresa, así como sus objetivos. Un plan de negocio contiene cuatro etapas principales, la primera factibilidad económica, etapa donde se exploran y realizan todos aquellos cálculos económicos que permiten visualizar el escenario en el que se mueve el proyecto¹⁸.

Los pasos por seguir para el desarrollo de una idea de negocio son los siguientes:

Identificar un problema. El primer paso dado es seleccionar y enfocarse en un problema.

Identificar a la competencia. Se debe preguntar si la solución presenta ventajas competitivas frente a la competencia actual y si posee características que lo hagan atractivo para el mercado potencial y una diferenciación de la competencia.

Definir claramente lo que se va hacer. “Al tener un rumbo, un mercado y saber la idea de negocio que se va desarrollar se debe plantear las siguientes preguntas, ¿Qué voy a hacer? o ¿Cómo voy a solucionar el problema generando una propuesta de valor atractiva?”

1.6.2.10 Armar un equipo de trabajo. Se debe encontrar a las personas competentes para convertir las ideas en una realidad.

1.6.2.11 Diseña tu producto o servicio. El siguiente paso es materializar la idea de negocio, se debe crear un prototipo del producto o modelo del servicio a prestar.

1.6.2.12 Identificar el impacto de tu producto. Determinar cada uno de los beneficios para el cliente. Se debe dejar totalmente claro el por qué los clientes estarán dispuestos a pagar por el producto y no por el de tus competidores.

1.6.2.13 Definir quiénes son los clientes y quiénes son los usuarios. Se deben crear estrategias para capturar a los usuarios y lograr que los clientes compren el producto o servicio desarrollado. En algunos casos el cliente y el usuario es la misma persona.

¹⁸ SERVICIO NACIONAL DE APREDIZAJE SENA. Plan de negocio [en línea]. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/4-PlandeNegocio.pdf>

1.6.2.14 Promoción de emprendimiento. Es necesario hablar del proyecto en todas partes y participar en diferentes eventos y convocatorias. El objetivo es que el mundo entero conozca el producto o servicio.

De lo anterior es necesario dejar claro que la Idea de Negocio es un pequeño resumen de lo que quiere que sea su empresa. En comparación con el Plan de Negocio, la Idea apenas es una mirada de lo que será el Plan completo; en el tema de creación de ideas y planes de negocios existe un sinnúmero de metodologías, pero se debe tener en cuenta que la metodología propone abordar la Idea y por ello es de vital precisión relacionar lo siguiente.

1.7 METODOLOGÍA

1.7.1 Tipo de estudio. Se maneja un tipo de estudio descriptivo debido a que se busca establecer las características relevantes que componen el modelo de emprendimiento, a partir de un diagnóstico y análisis obtenido por medio de cuestionarios tomando como muestra a los estudiantes de la fundación, personas externas y docentes, brindando la oportunidad de implementar y establecer mejoras a futuro del modelo.

De igual forma se tiene un tipo de estudio exploratorio en donde por medio de la observación de las actividades de la fundación y de la puesta en marcha de clases orientadas al emprendimiento se pueden deducir datos que no se encuentran escritos o que posean otras personas y que pueden ser representativos para la elaboración del modelo

las actividades anteriores permitirán fortalecer y mejorar las ideas de negocio de los estudiantes. Esto a través de un modelo compuesto por los datos adquiridos.

1.7.2 Fuentes de Información

1.7.2.1 Fuentes primarias. Las fuentes primarias son:

➤ Visitas a la fundación que se realizarán durante el semestre para un mejor detalle y documentación acerca de los aspectos más representativos dentro del trabajo.

➤ Análisis de los datos obtenidos por medio de los cuestionarios desarrollados por parte nuestra y ejecutados por un grupo de estudiantes de la fundación, personal externo, y docentes.

1.7.2.2 Fuentes secundarias. Las fuentes secundarias son:

➤ En biblioteca se encuentra gran variedad de archivos de trabajos de emprendimiento, desarrollados en la línea de proyecto social.

➤En la página web de la fundación se puede encontrar datos relevantes, como lo son la historia, entre otra información como misión, visión y objetivos.

➤El presente trabajo se desarrollará mediante documentos guías de proyectos sociales de distintos practicantes de la Universidad Católica de Colombia.

1.8 DISEÑO METODOLÓGICO

Para el desarrollo del proyecto de emprendimiento el cual se desarrollará en la Fundación Picolinno y del cual se tendrá como resultado final un modelo de emprendimiento, que pueda ser aplicado a los estudiantes de la fundación y también a quienes deseen aplicarlo con el fin de orientarse e incrementar su conocimiento en este tema.

El proyecto se divide en una serie de etapas compuestas de actividades en las cuales se pretende avanzar paso a paso a nuestro objetivo final que es el modelo.

1.8.1 Primera Etapa. Dirigiremos clases presenciales los días Domingos a los estudiantes de la fundación sobre los temas relacionados con emprendimiento. Con la experiencia adquirida durante las clases podremos identificar cuáles son las fortalezas y debilidades del método de enseñanza inicial que se está implementando.

1.8.2 Segunda Etapa. Se realiza un diagnóstico por medio de un formulario diligenciado por estudiantes de la fundación, personas externas y docentes que nos permita identificar datos relevantes que puedan formar parte del modelo que se entregará.

1.8.3 Tercera Etapa. Una vez identificadas las fortalezas, debilidades y datos relevantes de los pasos anteriores se podrán establecer parámetros o medidas a tener en cuenta para que el modelo tenga éxito durante su desarrollo.

1.8.3 Cuarta Etapa. Con la información adquirida con anterioridad se diseñará un modelo de emprendimiento para que este se pueda aplicar a los estudiantes de la fundación o a quien desee conocerlo.

Durante el desarrollo de cada una de las clases logramos identificar varios aspectos influyentes en el desarrollo de la actividad de aprendizaje, los aspectos relevantes identificados son los siguientes.

➤El perfil de los estudiantes que asisten a las clases de emprendimiento por parte de la fundación.

➤El perfil de los profesores que imparten conocimiento a los estudiantes de la fundación.

- Los temas que se impartirán durante las clases de emprendimiento
- La metodología de enseñanza que se empleara de manera adecuada hacia los estudiantes de la fundación.
- Las herramientas finales que puedan tener los estudiantes que les garantice visualizar los resultados de su esfuerzo.

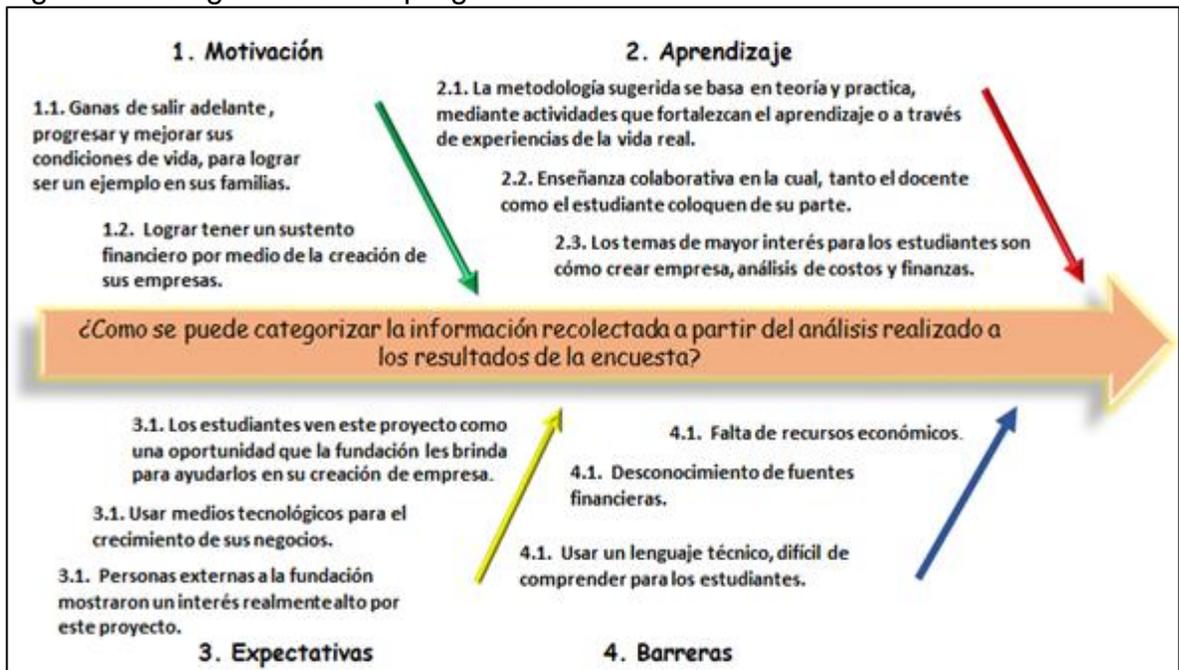
2. DESARROLLO

2.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

El desarrollo del diagnóstico se realizó a través de una encuesta (véase el Anexo A) dirigida a estudiantes de la fundación Piccolino, voluntarios de la fundación Piccolino, residentes externos (particulares), docentes externos y directores de fundaciones; con el fin de identificar distintos puntos de vista en cuanto a temas relacionados con emprendimiento y la metodología de aprendizaje que se pueda aplicar. Con una muestra de 30 personas, esta información fue tomada para ser analizada y encontrar parámetros que puedan influenciar en el desarrollo del modelo de emprendimiento.

Para el análisis de la información encontrada dentro de la encuesta, se realizó un diagrama Ishikawa o también llamado diagrama de causa-efecto o espina de pescado debido a su forma. Ya que, por medio de este podemos organizar la información, visualizarla de manera gráfica y encontrar las causas de una necesidad o problema. En la encuesta se realizaron 14 preguntas en las cuales se abarcan distintos temas acerca de emprendimiento, con el fin de encontrar información relevante para la construcción del modelo, se realizó un diagrama Ishikawa, para encontrar una categorización adecuada y plasmar de manera organizada la información. Las preguntas fueron clasificadas en 4 categorías tal como se muestra en el diagrama (véase la Figura 2).

Figura 2. Categorización de preguntas 10



Fuente. El Autor

De igual manera haciendo uso del software estadístico spss, se identificaron los aspectos más relevantes para organizar la información obtenida por medio de las encuestas. Se realizaron histogramas para lograr observar de manera gráfica los puntos críticos a tener encuesta para la elaboración de cada uno de los componentes y etapas del modelo propuesto (véase el Anexo C).

2.1.1 Categorías

2.1.1.1 Motivación. Un tema importante encontrado fue el de motivación, ya que estas personas que pertenecen a la fundación son personas vulnerables que se han encontrado en situaciones críticas en cuanto a problemas familiares, económicos o de violencia. La razón que más los motiva a ser emprendedores, es el hecho de poder ayudar a su comunidad o a su familia, el hecho de progresar y mejorar sus condiciones de vida (véase la Figura 33).

Cabe resaltar que esta población, fácilmente se desanima al no observar resultados rápidamente e incurren en abandonar sus clases, ya sea por falta de motivación o por falta de tiempo. Para ellos es de vital importancia recordarles el motivo de estar en la fundación y la importancia de enriquecer sus conocimientos con el tema de crear empresa, con el fin de que continúen con su proceso, ya que no solo les puede servir académicamente sino también en su economía personal y empresarial, para formarse como personas emprendedoras y lograr crear su propia empresa (véase la Figura 5, 6, 7, 8).

2.1.1.2 Aprendizaje. El método de enseñanza que más recomiendan las personas para incentivar el aprendizaje en adultos es teoría y actividades didácticas, (véase la Figura 26) voluntarios de la fundación sugieren este orden, ya que es variado y motiva a los estudiantes a continuar con el curso, mediante la teoría aprenden conceptos y en la dinámica los llevan a la práctica. El aprendizaje también debe ser colaborativo, es decir que tanto el guía como el estudiante pongan de su parte para la formación como empresarios.

Los temas de más interés son el cómo crear empresa, análisis de costos y finanzas (véase la Figura 25); ya que las personas se inclinan por conocer y entender cada uno de los pasos para lograr construir una empresa, sus requisitos, pautas para llevarlo a cabo y hacerlo rentable. Otras ideas sugeridas para un curso de emprendimiento son contexto jurídico, innovación y gestión del cambio; ya que es indispensable tener una documentación al día, cumpliendo con todos los requisitos legales y por otro lado estar a la vanguardia día a día en cuanto a tendencias y tecnología.

A partir de la información obtenida por parte de voluntarios de la fundación Piccolino, que han dictado clase hace un largo tiempo y tienen la suficiente experiencia y conocimiento sobre el tema, opinan que las dinámicas de aprendizaje basado en experiencias generan motivación y aprendizaje en adultos,

ya que, por emplear una enseñanza con casos de la vida real, esto de alguna u otra forma los identifica. Por otro lado, podemos evidenciar que algunas personas sugieren implementar conferencias persuasivas de empresarios a fin de motivar a los estudiantes. Es importante resaltar que mantener al estudiante interesado en el tema, es fundamental para el ciclo de aprendizaje y evitar la deserción de los mismo.

Por este motivo las personas encuestadas sugieren desarrollar presentaciones sin tanta teoría y llevarlo más hacia la práctica, ya que de esta forma la clase sería más clara, entretenida y se evidenciaría más su aprendizaje. Los estudiantes de la fundación Piccolino están de acuerdo con el hecho de hacer las clases más dinámicas, ellos opinan que es recomendable desarrollar actividades lúdicas o lecturas durante la clase, con el fin de citar autores que abarquen el tema de emprendimiento y rescatar información enriquecedora, como temas contables que ayuden a su economía personal y empresarial.

La evaluación en el proceso de aprendizaje es muy importante para llevar un control y saber las falencias de los estudiantes, medir su grado de conocimiento (véase la Figura 32) y de esta manera realizar cambios o reforzar aquellos temas que estén interfiriendo (véase la Figura 28). También sugieren que se tenga en cuenta la autoevaluación y la coevaluación para medir resultados, ya que es un método actualmente usado en la fundación Piccolino y que hasta el momento ha funcionado de manera positiva.

La población a la cual va dirigido el presente proyecto, opinan que el tiempo ideal para recibir capacitación de emprendimiento es de 12 semanas, (véase la Figura 23) para estas personas el tiempo no es obstáculo y están dispuestas a usarlo en su formación para crear empresa, incrementando su conocimiento (véase la Figura 24) con cada una de las herramientas otorgadas en el curso (véase la Figura 9, 10, 11).

2.1.1.3 Expectativas. Las expectativas que ellos tienen respecto a este proyecto son bastante altas, ya que se logró observar que los estudiantes de la fundación Piccolino encuestados, no ven el proyecto de emprendimiento como una materia de requisito para graduarse de su bachillerato, si no como un conocimiento y una oportunidad que la fundación les brinda para ayudarlos en su creación de empresa.

La tecnología puede ser usada, durante un curso de emprendimiento, como medio de búsqueda e investigación de información, para crear páginas web de su negocio y de esta manera incrementar las ventas, como herramienta contable para administrar sus negocios. Es importante resaltar que la población a la cual estará dirigido el curso no ha contado con tecnología durante su aprendizaje.

Se logró evidenciar que no solamente personas de fundaciones están interesadas en un curso de emprendimiento, sino que también personas externas, están interesadas en un proyecto de este ámbito, con el fin de tener su propio negocio y ser independientes en algún momento.

Lo anterior debido a que muchos de ellos actualmente ya cuentan con un negocio informal como puestos de trabajo ambulante o desde sus casas desempeñan alguna labor, para generar un ingreso económico pequeño, usando sus conocimientos empíricos y habilidades. Una de sus metas es lograr incrementar sus conocimientos en la parte contable y administrativa para que sus actuales o nuevos negocios sean rentables (véase la Figura 12,13, 14).

2.1.1.4 Barreras. Según la población encuestada, el mayor obstáculo para emprender un negocio es la falta de recursos económicos, ya que sin estos muy difícilmente lograrán invertir en unas instalaciones, insumos y equipos para construir sus negocios. Esto se debe a que desconocen el tema de fuentes financieras que apoyan a las personas emprendedoras (véase la Figura 29). Motivo por el cual sienten que otro factor relevante, causante de detener su proceso de emprender es la falta de acompañamiento (véase la Figura 34).

Algunos de los docentes de Universidad encuestados sugieren investigar acerca de Banca Multilateral y Confiar, ya que según ellos también son entes que fomentan el emprendimiento. Otro aspecto vital es la comunicación, ya que el uso de un lenguaje técnico, no es apropiado debido a que dificulta el entendimiento y genera confusión, por lo contrario, emplear un lenguaje gestual, espontaneo y cordial es el indicado para realizar un curso de emprendimiento.

Mediante los resultados obtenidos por la encuesta, se logró identificar los aspectos críticos por medio de los cuales se construyen los componentes que conforman el modelo de emprendimiento presentado en el presente trabajo, como lo es en la etapa de metodología en donde la mayoría de orientadores recomiendan implementar una enseñanza colaborativa, experiencias de casos de la vida real que les permitan a los estudiantes sentirse identificados con sus proyectos futuros, de igual forma se observa por parte de los estudiantes y miembros de la fundación que uno de los principales intereses se centra en la posibilidad de apoyar a su comunidad (véase la Figura 15, 16).

2.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Durante el desarrollo de cada una de las clases logramos identificar varios aspectos influyentes en el desarrollo de la actividad de aprendizaje, de igual forma por medio del análisis de las encuestas y estadísticos realizados por medio del software spss, el cual nos permitió identificar información de mayor relevancia que se puede aplicar al modelo propuesto (véase el Anexo C). Los aspectos relevantes identificados son los siguientes.

- El perfil de los estudiantes que asisten a las clases de emprendimiento por parte de la fundación.
- El perfil de los profesores que imparten conocimiento a los estudiantes de la fundación.
- Los temas que se impartirán durante las clases de emprendimiento
- La metodología de enseñanza que se empleara de manera adecuada hacia los estudiantes de la fundación.
- Las herramientas finales que puedan tener los estudiantes que les garantice visualizar los resultados de su esfuerzo

2.2.1 Factores que inciden en el desarrollo de la propuesta.

2.2.1.1 Perfil de los estudiantes. El estudiante de la Fundación Piccolino usualmente corresponde a personas entre los 18 y los 50 años, que pasan por dificultades económicas y que no pueden acceder a institutos educativos regulares, algunos viven en sectores periféricos de la ciudad es decir que invierten una cantidad de tiempo considerable para dirigirse a las instalaciones de la fundación, han aprendido gran parte de sus conocimientos de forma empírica por lo que no poseen un método de aprendizaje exacto, tenemos personas con dificultades de aprendizaje razón por la cual en algún momento de sus vidas dejaron todo lo relacionado con los estudios, jóvenes que se han visto afectados por temas críticos de la sociedad como lo es la violencia, la adicción a las drogas y que encuentran dentro de la fundación un lugar donde se sienten aceptados y parte de una comunidad, viven su día a día trabajando y luchando por su familia.

Pero todos con un gran deseo que es sacar sus estudios en este caso su bachillerato adelante, y poder ayudar a su comunidad o su familia y de esta forma mejorar su forma y calidad de vida de manera indirecta, la formación relacionada con emprendimiento los incentiva a formarse tanto personal como profesionalmente, todo esto orientado en un objetivo general que es la creación de una empresa propia

2.2.2.2 Perfil de los Profesores. Los profesores o encargados de educar a todos los estudiantes de la fundación Piccolino en su gran parte están distribuidos en 4 grupos, en su mayoría son voluntarios, le siguen los practicantes de universidades y de colegios y finalmente están los mismos estudiantes.

Los practicantes por parte de los colegios los cuales están realizando una labor social como requisito del colegio al que pertenecen su labor consiste principalmente en ayudan a dar clases en la fundación normalmente de matemáticas y sistemas.

Posteriormente tenemos a los practicantes de las universidades en donde hacemos parte nosotros los estudiantes de la universidad católica. Sin embargo, dependiendo de la carrera, los estudiantes aportan en temas administrativos, operativos, legales, contables y demás temas relacionados con su carrera y tienen la oportunidad, no solo de aplicar modelos relacionados con su carrera en la fundación sino de transferir su conocimiento los estudiantes de la fundación a través de clases dictadas. En el caso de nosotros los ingenieros industriales tenemos la oportunidad de aportar en temas relacionados con emprendimiento, que es de lo que trata este proyecto.

Gran parte de los maestros de la fundación se componen de en su mayoría por voluntarios es decir personas que sencillamente les nace el deseo de enseñar y ayudar a las personas que vienen a la fundación, jóvenes y adultos que enseñan de lo que saben, algunos cuentan con un título profesional.

Finalmente tenemos a los mismos estudiantes de la fundación los cuales dependiendo de sus conocimientos o habilidades pueden aportar a los cursos que se imparten transmitiendo su conocimiento a otros estudiantes.

2.2.2.3 Temas relacionados con emprendimiento. Emprendimiento es un tema complejo en cuando a abundancia de temas, actividades, autores y demás. En el presente trabajo por Factores relacionados principalmente con tiempo únicamente alcanzaremos a observar algunos temas y modelos que ya han realizado otros autores con anterioridad.

Teniendo en cuenta que la mayoría de estudiantes son adultos mayores, jóvenes o personas con dificultades de aprendizaje es necesario tomar en cuenta la posibilidad de que se aburran y deserten de la formación en emprendimiento para lo cual nos enfocamos también en temas de interés común como lo es todo lo relacionado con el crecimiento personal lo que a su vez permitirá soportar o afrontar de una manera más adecuada todo lo relacionado con la sustentabilidad de una empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior los temas están enfocados en el crecimiento a nivel de conocimientos de negocios y crecimiento personal por lo que los temas se dividen en estos dos focos, teniendo presente que una empresa no solo es aquella organización donde se comercializa con un producto o servicio. Una organización también puede verse como el correcto manejo y administración de la vida misma, motivo por el cual se combinan estas 2 temáticas.

Los temas centrales que se consideran de más relevancia en la formación en emprendimiento son los relacionados con el cómo crear una empresa, análisis de costos y finanzas, contexto jurídico, innovación y gestión del cambio y todo lo relacionado con la parte contable y administrativa. Los temas completos

presentados se encuentran en el anexo “temas propuestos para el desarrollo de la enseñanza en emprendimiento”.

2.2.2.4 Metodología a aplicar durante la ejecución de los temas con los estudiantes. En la metodología se encuentra el verdadero reto del programa de emprendimiento para la fundación, teniendo en cuenta el perfil de los estudiantes es importante entender que se deben de generar diversos ambientes y situaciones de aprendizaje e inclusión para con los estudiantes de la fundación con el fin de incentivar en el estudiante el deseo de aprendizaje, de crecimiento personal y crecimiento profesional. se tienen los siguientes desafíos a la hora de impartir este curso.

- Mantener al estudiante interesado en el tema que se esté dictando en la clase
- Fomentar el hábito de la lectura en temas relacionados con su proyecto.
- Generar un ambiente en el cual el estudiante se sienta protagonista de los temas que se están desarrollando, generar actividades por medio de las cuales el estudiante pueda aprender los temas enseñados en clase y por medio de las cuales logre aplicar a su proyecto de emprendimiento.
- Generar un ambiente agradable en el aula de clase de tal forma que los estudiantes se sientan cómodos
- Mantener una actitud adecuada que genere e inspire confianza por parte de los estudiantes hacia el maestro.

Con base a la experiencia obtenida durante el tiempo en el que se están dictando las clases dentro de la fundación, recomendamos establecer un cronograma de todos los 18 domingos que dura el ciclo académico en la fundación es decir un aproximado de 4 semanas si juntamos en su totalidad los domingos.

Tener en cuenta que el ciclo de la fundación es mayor al ciclo de la universidad por lo que se le recomienda al practicante universitario continuar con las clases una vez terminado el ciclo universitario, esto debido que si se detienen las clases apenas finalice el ciclo universitario, los estudiantes de la fundación interpretarían esta acción como una especie de abandono por parte de los profesores del programa de emprendimiento, lo que los desmotivaría a continuar a futuro con los mismos.

Los estudiantes de la fundación son personas que no se les facilita la realización de tareas o estudiar por fuera de los espacios que ofrece la fundación los domingos, es algo complicado el hecho de que estos aprendan y retengan los temas que se les está dictando durante cada una de las clases motivo por el cual se propone un Cronograma en el cual se dicta una clase de “teoría o tema” y a la

clase siguiente realizar una “actividad complementaria” que permita fortalecer los conocimientos impartidos durante la clase anterior, esto le permitirá al profesor tener un consecutivo de los temas que se están tratando, identificar los puntos a mejorar o de cambio permitiendo un mejor enfoque dentro del objetivo del modelo y al estudiante de la fundación le permitirá al final del curso darse cuenta de su propio avance y mantenerse interesado observando el avance que se esté presentando en el transcurso de las clases, se recomienda si es posible que estas actividades sean pasadas a limpio en un medio digital de tal forma que estas van teniendo un mayor impacto en el estudiante en cuanto a su visión de empresa.

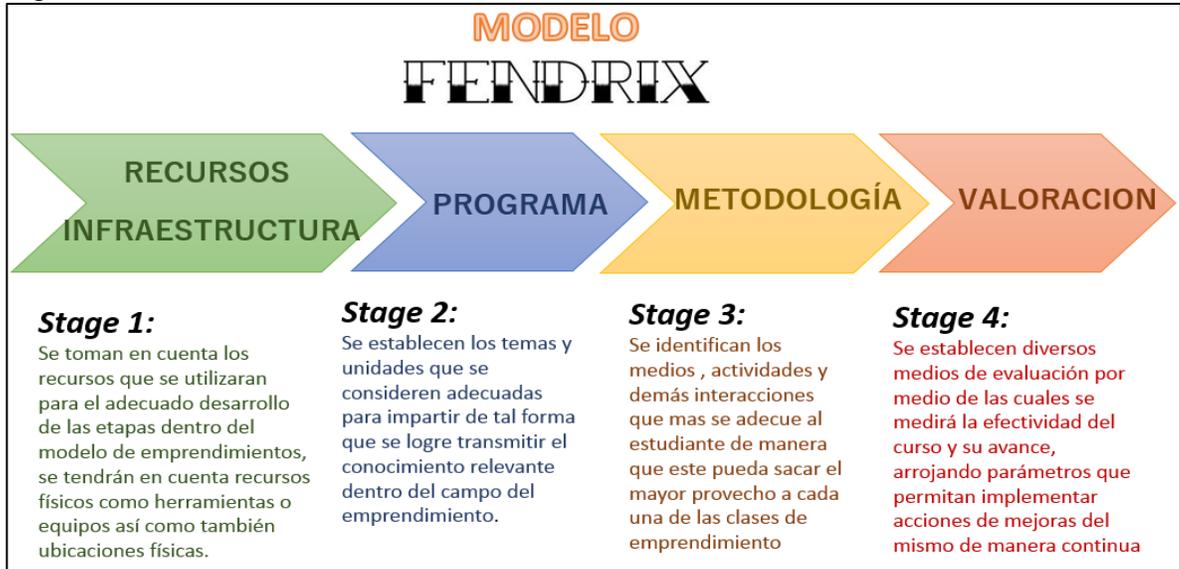
Se sugiere implementar nuevas dinámicas como lo son conferencias persuasivas de empresarios mostrándoles casos de la vida real permitiéndoles sentirse identificados de una u otra manera con el interlocutor esto a fin generar una mayor motivación de los estudiantes, e impulsar un ambiente colaborativo en donde tanto el guía como el estudiante coloquen de su parte en el proceso de enseñanza, de igual forma es importante tener una prueba del proceso de aprendizaje que permita evaluar el nivel de comprensión de los estudiantes, controlar sus falencias y medir su grado de conocimiento por lo que se recomienda realizar una evaluación de los temas por cada ciclo.

Los estudiantes de la fundación en una reunión nos recomiendan a nosotros como tutores que manejemos menos texto, que las clases sean de forma más despaciosa, que cambiemos el tema DOFA porque no fue entendible, realizar clases más entendibles y menos técnicas, realizar lecturas en clases y explicar sobre los temas a través de las mismas.

3. PROPUESTA DEL MODELO

El diseño del modelo de emprendimiento, construido tomando en cuenta herramientas como lo son recursos infraestructura, programa, metodología, necesarias para establecer la enseñanza en pro de fomentar el pensamiento emprendedor en los estudiantes. El modelo está dividido en 4 etapas de la siguiente forma (véase la Figura 3).

Figura 3. Modelo FENDRIX



Fuente. El Autor

3.1 RECURSOS E INFRAESTRUCTURA

Para el adecuado desarrollo de todas las actividades y temas que se impartirán durante el tiempo de enseñanza sobre emprendimiento, es necesario contar con un área adecuada en la cual se puedan desarrollar todas las actividades con los estudiantes, un lugar en el que el tutor o profesor pueda impartir sus clases con total tranquilidad, donde los estudiantes se sientan cómodos, tranquilos, que se les facilite una mejor comprensión y un mayor aprendizaje de los temas que se les esté enseñando, se puede considerar el alquiler de salas de cómputo, laboratorios o equipos a través de convenios con entidades o instituciones.

Por otro lado, recomendamos dividir los espacios de enseñanza. Es decir, algunas clases se podrán hacer en espacios abiertos por medio del diálogo y otras clases se realizarán en espacios cerrados dependiendo de si requerimos el uso de algunas herramientas en específico o si la situación lo amerita.

De igual manera, si no se cuenta con un espacio físico, es posible hacer uso del internet, realizando una clase online en la cual, tanto el profesor como el

estudiante pueda interactuar y resolver todas sus dudas. Las herramientas necesarias serían computador, Tablet o Smartphone con una conexión a internet.

Las herramientas que se emplean durante el desarrollo del curso más allá de los espacios físicos, se deben de tener en cuenta los implementos necesarios para el desarrollo de las actividades es decir todo lo relacionado con papelería, lápices, hojas y demás. Que permitan el correcto desarrollo de las mismas. Dependiendo del método que se use para enseñar las clases se requerirán de otras herramientas como lo son marcadores, un tablero, libros ya demás, y en el caso de requerir presentaciones se pueden contar con herramientas tecnológicas como lo son computadores, video beam, entre otros.

Teniendo en cuenta los aspectos previos y posteriores al desarrollo de ser necesario contemplan todo lo relacionado con inscripciones y los recursos necesarios para llevarlas a cabo, así como su difusión y promoción y futura entrega de certificados.

3.2 PROGRAMA

Los temas que se impartirán en el curso de emprendimiento para los estudiantes en gran parte, dependen del grado de aprendizaje que estos presenten en el transcurso del curso, por lo que su orden de enseñanza estará a consideración del profesor que este dictando los temas. Para los temas, se recomienda tener en cuenta principalmente aquellos relacionados con educación Financiera, proyección social, Ambiental, habilidades empresariales y liderazgo, así como temas relacionados con aspectos legales que intervienen con su idea de negocio.

Es primordial abarcar temas de interés de los participantes, de esta forma los participantes se sentirán motivados. Se recomienda una estructura de temas dividida por unidades, por medio de la cual los futuros formadores se pueden basar para poder desarrollar sus clases y actividades, de igual forma es recomendable realizar una agenda con las actividades del curso acorde a los temas aprovechando la cantidad de participantes. En los anexos del presente proyecto se podrá encontrar un plan de temas propuesto.

El programa propuesto está compuesto de 5 unidades con temáticas que abarcan los aspectos mencionados anteriormente (véase el Anexo B).

3.2.1 Unidad 1: Generación de ideas de negocio. Busca generar en el estudiante conocimientos y herramientas que le permitan enfrentar múltiples situaciones en las cuales pueda aplicar sus conocimientos para buscar y evaluar futuras alternativas o soluciones de algún aspecto en específico (véase la Figura 17).

3.2.2 Unidad 2: Diseño del producto. La unidad compone herramientas que soporten los aspectos relacionados con el diseño del producto en donde se espera desarrollar habilidades para responder a las necesidades de los clientes, (véase la Figura 22) identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, reconociendo diversos factores relacionados con el producto como lo son aspectos físicos, cognitivos, culturales y sociales. Aplicando recursos y herramientas tecnológicas, desarrollar habilidades para establecer criterios de evaluación que explique los fenómenos que interactúan dentro de su idea de negocio (véase la Figura 18).

3.2.3 Unidad 3: Recursos básicos. Establecer herramientas que permitan el adecuado conocimiento y seguimiento del proyecto de emprendimiento que le permitan al estudiante gestionar una adecuada toma de decisiones con base a un estado actual del negocio, de igual forma se espera incentivar en el estudiante la cultura del cambio en cuanto a manejar cambios en pro de la mejora de sus procesos o procedimientos durante la prestación de su servicio o producto (véase la Figura 19).

3.2.4 Unidad 4: Fuentes de financiación. Desarrollar en el estudiante conocimientos sobre las diferentes formas y finalidades del dinero, reconociendo sus diversos usos y su importancia en el desarrollo de la empresa y de los objetivos personales de la personal, establecer conocimientos y capacidades para controlar la renta y los gastos, manejando los recursos en el corto y largo plazo con el objetivo de mejorar el bienestar financiero (véase la Figura 20).

3.2.5 Unidad 5: Creación de empresa. Establecer parámetros que le permita al estudiante conocer y gestionar los riesgos asociados a los eventos relacionados con el ámbito empresarial. Conocimiento de los derechos y responsabilidades que se tiene con el consumidor final y con todos los actores relacionados con el Core de negocio. Incentivar al estudiante a ser proactivos en la elaboración de su propia empresa gestionando su propio éxito a través de metas y objetivos a corto y mediano plazo (véase la Figura 21).

3.3 METODOLOGÍA

El método de la enseñanza es donde realmente está el verdadero reto con cualquier tipo de estudiante, ya que, a partir de allí, es donde se construye la base para lograr la obtención de conocimientos, aptitudes y actitudes, las cuales, les permitan crear sus microempresas. Dentro del método de la enseñanza tenemos que ver diversos aspectos como lo son evitar que los estudiantes se desanimen en el transcurso del curso manteniéndolos activos e interesados en los temas que se desarrollaran, evitando la deserción de los mismos (véase la Figura 30). El estudiante de emprendimiento es una persona que tiene el deseo de emprender

para mejorar su calidad de vida y la de los que lo rodean motivo por el cual le gusta sentirse protagonista de su proceso de aprendizaje.

Los métodos usados en el proceso de formación, se realiza a través de dinámicas de liderazgo, que permitan a los estudiantes tomar decisiones de manera adecuada, por medio del análisis de variables relacionadas con sus proyectos. El estudio de casos de emprendedores, permite identificar componentes claves para incentivar al estudiante en su proceso de emprendedor (véase la Figura 31).

Los estudiantes que deseen participar dentro del proceso de formación del programa de emprendimiento poseen el deseo de salir adelante, aportar a su vida y a los que le rodean. Teniendo en cuenta que el camino hacia el emprendimiento es un camino de paciencia y de sacrificios, con una recompensa al final del camino. Adquiriendo consigo también algunas responsabilidades con la sociedad, con el medio ambiente y consigo mismo.

Los profesores o formadores cumplen un papel muy importante, ya que son personas que influyen de gran manera en el proceso de formación de los estudiantes. En el presente modelo de emprendimiento, básicamente se espera tener a una persona con el deseo de enseñar y de ayudar a los estudiantes a crecer como personas e intelectualmente siendo artífices de su aprendizaje. En caso tal de no contar con recursos suficientes para la contratación de una persona especializada, se recomienda realizar convenios con universidades, empresas o entes, que brinden apoyo para orientar a estudiantes en este proceso de aprendizaje; por ejemplo, voluntarios, practicantes de empresas o universidades, personal a cargo del recurso humano, entre otros.

Es importante ofrecer clases dinámicas en las que se desarrollen diversos tipos de actividades no monótonas como lo son actividades lúdicas, lecturas que contribuyan en su formación ya sea en la parte financiera o como crear negocios, conferencias o experiencias de vida reales, permitiéndoles sentirse identificados con los mismos. Por otro lado, es importante el desarrollo de capacitaciones que permitan formar a los estudiantes como grandes empresarios, no olvidar la importancia de motivarlos en cada clase y recordarles el objetivo con el que iniciaron.

A partir del método mencionado, se pretende fomentar el desarrollo de competencias, capacidades, incentivando a la creación de proyectos de emprendimiento. Generando siempre un ambiente de respeto y colaboración, en donde tanto los estudiantes como los tutores o formadores, contribuyan en el proceso de aprendizaje fomentando la creatividad en todas y cada una de las clases que se imparten (véase el Anexo A).

El modelo está diseñado para un periodo inicial de 4 semanas, tiempo que está dividido de la siguiente forma una clase de teoría (tema) y la siguiente clase de

actividad o taller que permita reforzar el conocimiento de la clase anterior y un quiz al finalizar cada ciclo que permita identificar el avance de los estudiantes. En cuanto al tiempo de cada una de las clases se recomienda que sean de 2 horas tiempo en el cual se considera pertinente para lograr abarcar un tema en un día. Tener en cuenta todos los temas relacionados con la difusión y la promoción, así como los demás aspectos logísticos como lo son la producción de certificados y los tiempos de inscripción los cuales no están dentro de los 4 semas de formación y que pueden significar una semana más.

3.4 VALORACIÓN

La valoración es importante para lograr identificar todos los aspectos débiles o por mejorar de nuestro modelo o del avance de los estudiantes en cuanto al mismo. tomando en cuenta los aspectos de valoración para con los estudiantes estos se pueden manejar mediante las evaluaciones que se realizarán en cada ciclo. Algunas competencias que evaluar son:

- Manejo de la tecnología: se tendrá en cuenta la implementación de herramientas tecnológicas durante el desarrollo del proyecto, ya que siempre se debe estar a la vanguardia en estos temas.
- Experimentación: a través de charlas o conferencias, que permitan al estudiante sentirse identificado y con más disposición al logro. En estas charlas se buscará identificar las fortalezas y debilidades del estudiante con respecto a los temas desarrollados.
- Participación: creada a través de la autonomía de cada estudiante, permitiendo un espacio de exploración, cultivando un aprendizaje propio para elaborar ideas de negocio.
- Adaptabilidad: en cuanto a situaciones o actividades de destreza y participación.

Las medidas de valoración en cuanto al modelo se pueden dividir de dos formas una por parte de los estudiantes en donde recibiremos la retroalimentación por parte de los mismos respecto a los puntos que debemos mejorar o cambiar en pro de una enseñanza más adecuada para ellos y otra medida de valoración que podemos presentar nosotros como formadores en cuanto a controles y estándares que podemos aplicar a nuestro modelo que nos permita controlarlo y mejorarlo en la medida de lo posible.

Con el fin de establecer una metodología en la cual los estudiantes se sientan con total libertad para expresar sus ideas y sentimientos, se proponen métodos de evaluación alternativos como lo son el desarrollo de actividades que permitan al estudiante expresarse por ejemplo por medio de debates actividades lúdicas que

permitan pasar un rato agradable con la finalidad de que el estudiante se sienta parte del mismo proceso.

Por otro lado, es importante tener medios de control que nos permitan identificar los puntos críticos dentro del modelo y su ejecución. Algunos aspectos a resaltar son por ejemplo la asistencia de los estudiantes a cada una de las sesiones, esto nos permite identificar el nivel de interés que tienen los estudiantes con la asignatura o si los temas son los adecuados para los mismos.

Se debe tener en cuenta dentro de la evaluación, el avance en cuanto a la comprensión de los temas desarrollados por parte de los estudiantes, esto nos permite identificar la velocidad de aprendizaje de los mismos y de esta forma desarrollar una mejor planificación para las futuras sesiones.

Se sugiere implementar un mecanismo de control de permita evaluar la participación individual de cada uno de los estudiantes, permitiéndonos identificar quienes requieren una mayor atención por parte de los orientadores.

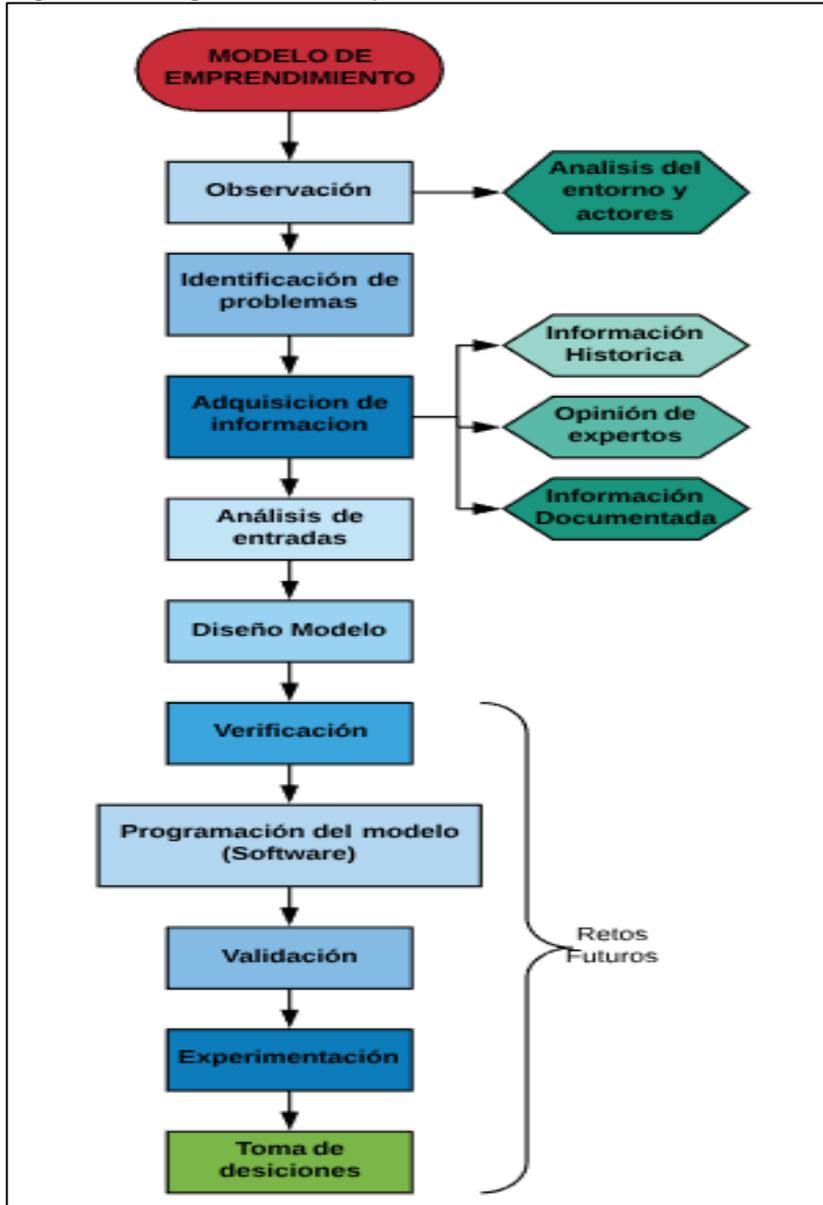
A través del modelo propuesto se obtuvieron los parámetros fundamentales por medio de los cuales, se logre implementar un adecuado programa de enseñanza acerca de los temas relacionados con emprendimiento, el cual puede ser aplicado no solo por la fundación Piccolino, si no por todos aquellos (fundaciones, instituciones, entidades, entre otros) que deseen inculcar el espíritu emprendedor. El modelo nos permite, identificar no solo temas relacionados en su totalidad con emprendimiento, si no también, aspectos enfocados en crecimiento de la persona en pro de su desarrollo dentro de la sociedad.

3.5 RETOS FUTUROS

El modelo presentado esta en su primera versión por lo que aun queda campo para realizar mejorías. Los futuros practicantes les queda la labor de optimizar el modelo de manera continua. realizando un repaso de cada una de las etapas descritas en la ilustración correspondiente al diagrama de flujo (véase la Figura 4) de tal forma que se realice un diseño actualizado, sin embargo para este nuevo diseño es necesario realizar una verificación del Modelo Conceptual presente, de tal forma que se adecue a los parámetros que se desean presentar.

Se recomienda desarrollar una programación del mismo modelo aplicando un software que permitan dar un resultado mas exacto y mejor punto de comparación, posteriormente realizar una validación lo cual es el resultado de estadísticas obtenidas del comportamiento del sistema propio (modelo computacional Vs Sistema Real), El sistema real hace referencia a la ejecución que se le este dando al modelo actualmente, y finalmente realizar modificaciones de las variables del modelo, experimentando con resultados nuevos que evidencien un desempeño significativo del modelo para futuras tomas de decisiones del mismo.

Figura 4. Diagrama de Flujo



Fuente. El Autor

4. CONCLUSIONES

- El diagnóstico de la información reunida por medio de los cuestionarios, investigaciones y la experiencia dictando clases en la fundación nos permitieron adquirir datos que sirvieron como base para la elaboración del modelo, se descubrió que los aspectos más críticos eran los relacionados con los temas que les dictan a los estudiantes puesto que dependiendo de la complejidad de los temas se tendrá éxito en la comprensión de los mismos, de igual forma se establece que se debe contar con una metodología adecuada de enseñanza en pro de mantener en alto el interés de los estudiantes por el curso.
- Dentro del análisis de las actividades desarrolladas, compuestas por el desarrollo de los cuestionarios, investigaciones y experiencias vividas se logra identificar que para una adecuada ejecución del modelo se debe tener en cuenta el uso de herramientas (equipos tecnológicos, papelería etc.) por medio de las cuales el orientador logre presentar o dictar cada una de las temáticas propuestas, de igual forma dentro del análisis se determina qué tipo de metodología más favorable es la colaborativa en donde tanto estudiantes como orientadores participan dentro del proceso de formación.
- Una vez realizados todos los análisis pertinentes, se llega a la conclusión de que el modelo debe estar compuesto por 4 etapas (Stages) definidas como Recursos e infraestructura, programa, metodología y valoración, logrando establecer los componentes y los medios necesarios, para un adecuado sistema de enseñanza en emprendimiento, permitiéndole a la fundación ofrecer a sus estudiantes la posibilidad de cultivar aptitudes y actitudes que le permitan un adecuado crecimiento personal y a su vez que logre influenciar de manera positiva a la sociedad.
- Para contribuir de manera positiva a la fundación donde se realizó el presente proyecto, se hizo una entrega del producto final, para uso de todos los miembros de la fundación Piccolino. Lo anterior, para que los estudiantes tengan fácil acceso al modelo de emprendimiento diseñado en el presente trabajo y finalmente logren aplicarlo.
- Por medio de un intercambio de ideas con los docentes de la fundación y del análisis obtenido de las encuestas realizadas, se concluyó que los temas más relevantes de emprendimiento son el desarrollo de habilidades en finanzas personales, conocimiento en aspectos relacionados con la creación de empresa, superación personal, componentes relacionados con el manejo de clientes, asociados de negocio.
- Por medio del presente modelo el estudiante tiene la oportunidad de crecer como personas íntegras que por medio de sus acciones contribuyan a la sociedad,

potenciando sus fortalezas para lograr impactar de manera positiva a sus ideas de negocio, beneficiando a todos aquellos que les rodean.

➤El presente modelo está dispuesto a ser ejecutado por aquel que desee incurrir en el ámbito del emprendimiento sin embargo es un modelo que está verificado es decir que toma todos los parámetros identificados de tal manera que pueda darse una primer representación, esto le abre la posibilidad a futuros estudiantes de poder experimentar con el modelo permitiéndoles variar sus componentes y de esta forma buscar una mejora, la cual pueden evidenciar validando el modelo con herramientas computacionales más complejas.

5. RECOMENDACIONES

- Continuar con las prácticas sociales en la Fundación Piccolino, no solamente por cumplir un requisito de grado, si no por el hecho de poder contribuir de manera positiva a las personas vulnerables que pertenecen a ella. Se sugiere continuar con el tema de emprendimiento, debido a que las personas se encuentran realmente interesadas, ya que es algo que les brinda conocimiento, crecimiento personal y al mismo tiempo, les ayuda a tener una sostenibilidad económica a ellos y sus familias.
- Se recomienda implementar continuamente el modelo con nuevos estudiantes que puedan validar cada uno de sus componentes y variar de igual forma su estructura de tal forma que se pueda tener cambios significativos en pro de una mejora del modelo permitiéndole aportar en mayor medida a la fundación, sus estudiantes y todo aquel que desee utilizarlo de base.
- Se sugiere a la fundación Piccolino revisar el producto entregado, en el cual se encuentra el modelo de emprendimiento diseñado en el presente trabajo y aplicarlo a los estudiantes interesados en crear microempresas. El modelo puede ser dirigido por estudiantes de la Universidad Católica de Colombia o por voluntarios de la fundación Piccolino.
- Implementar conferencias con empresarios que compartan su experiencia de emprendiendo con sus negocios, dirigidas a los estudiantes de la fundación Piccolino. Por otro lado, sería beneficioso realizar visitas a empresas, con el fin de incentivar al estudiante.
- Una vez construidas las microempresas, se sugiere que por medio de la página web de la Fundación Piccolino, se brinde un espacio para promocionar los negocios creados por sus integrantes.
- En este tipo de proyectos se busca responsabilidad y compromiso para continuar hasta el final, debido a que es importante inculcarles estos valores a la comunidad con la que se está tratando.
- Se recomienda continuar indagando e investigando en diversas fuentes que permitan aportar mayor información en cada uno de los aspectos que componen el modelo como lo son en otros temas que puedan aportar al conocimiento de los estudiantes o diversas metodologías más efectivas que puedan ser aplicadas.

BIBLIOGRAFIA

ÁMBITO JURÍDICO. Esto es tercerización laboral, según Mintrabajo [en línea]. Bogotá: Ministerio de Trabajo [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.ambitojuridico.com/noticias/laboral/administracion-publica/esto-es-tercerizacion-laboral-segun-mintrabajo>>

AULA FACIL. 2.2 Niveles de conciencia social de las empresas. [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.aulafacil.com/cursos/responsabilidad-social/etica-organizacional/2-2-niveles-de-conciencia-social-de-las-empresas-l9620>>

AULA PLANETA. 25 herramientas TIC para aplicar el aprendizaje colaborativo en el aula y fuera de ella [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.aulaplaneta.com/2015/07/14/recursos-tic/25-herramientas-tic-para-aplicar-el-aprendizaje-colaborativo-en-el-aula-y-fuera-de-ella-infografia/>>

BOTERO, Manuel Antonio. La estructura de costos de un negocio [en línea]. Bogotá: Gerencia.com [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.gerencie.com/la-estructura-de-costos-de-un-negocio.html>>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Diseñar su modelo de negocios [en línea]. Bogotá: La Cámara [citado 16 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Cursos-virtuales-gratuitos/Disenar-su-modelo-de-negocios>>

CARMONA, Dougglas; SUAREZ, Fernando; VENGOECHEA, Jorge; LLANOS, Carlos y NIEBLES, William. Construyendo una cultura emprendedora desde el modelamiento estratégico. Barranquilla: Universidad Metropolitana de Barranquilla, 2017. 256 p.

CERDA, Mayra S. Small businesses and entrepreneurship: a microfinance project in santa clara county [en línea]. San José: San José State University [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.sjsu.edu/anthropology/docs/projectfolder/Cerda-Mayra-project.pdf>>

COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACION. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 2 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-287822_archivo_pdf.pdf>

CONOCIMIENTOS WEB.NET. ¿Qué es un diagrama de árbol? [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.conocimientosweb.net/portal/article2551.html>>

DEFINICIÓN ABC. Definición de lluvia de ideas [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.definicionabc.com/comunicación/lluvia-de-ideas.php>>

DELGADO, Ana. 4 emprendedores sociales que debes conocer [en línea]. Madrid: Emprendedores [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/ashoka-espana-emprendedores-sociales>>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. Indicadores de mercado laboral Diciembre 2017 [en línea]. Bogotá: DANE [citado 15 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP_empleo_dic_17.pdf>

EMPRENDEPYME. Estructura de costes [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.emprendepyme.net/estructura-de-costes.html>>

ENTREPRENEUR ESPAÑOL. 5 nuevos emprendedores sociales que debes conocer [en línea]. Madrid: La Empresa [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet:<URL: <https://www.entrepreneur.com/article/273181>>

ENTREPRENEURIAL SPIRIT IN COLLEGE. Entrepreneurial Project Enterprising Projects in the Classroom [en línea]. Québec: Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://entrepreneuriat.inforoutefpt.org/documents/ang_nc-4328_projet.pdf>

ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA. Modelo de emprendimiento [en línea]. Medellín: La Escuela [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.eia.edu.co/documentos/laEIA/documentos_institucionales/mo delo_de_emprendimiento_eia.pdf>

EUROPEAN MINDS. Entrepreneurial Activity Report 2015 [en línea]. Great Northern: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://europeanminds.eu/wp-content/uploads/2016/03/erasmus-activity-report-2015.pdf>>

FONROUGE, Cecile y BREDILLET, Christophe. Entrepreneurship and project management relationships [en línea]. Québec: International Journal of Managing Projects in Business [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://www.researchgate.net/publication/324546128_Entrepreneurship_and_project_management_relationships>

FUNDACIÓN PICCOLINO. Quienes somos [en línea]. Bogotá: La Fundación [citado 16 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://fundacionpiccolino.org/>>

GEDVILAS, Andrius. Entrepreneurial Project Management. Developing and Testing the Concept [en línea]. Göteborg: Chalmers University Of Technology [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/164426.pdf>>

GESTIÓN DE OPERACIONES. Qué es el diagrama de Ishikawa o Diagrama de Causa Efecto [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/>>

INNOVATION FACTORY INSTITUTE. Palabras al azar: generando ideas innovadoras y diferentes [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.innovationfactoryinstitute.com/blog/palabras-al-azar/>>

JOURNAL OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR. Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.redalyc.org/html/205/20521435001/>>

LA MENTE ES MARAVILLOSA. La técnica de los seis sombreros para pensar [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-tecnica-de-los-seis-sombreros/>>

LEÓN, Reimara. Liderazgo y Gerencia del Nuevo Milenio [en línea]. Bogotá: Revista Digital [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://issuu.com/reimaraleon/docs/revista_digital_de__reimara__lidera_244364749029c4>

MARGHERITIS, MARÍA Laura y SANTANGELO, María Andrea. Las técnicas de creatividad. Un enfoque sobre su utilidad [en línea]. Bogotá: M Portillo [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://mportillo.files.wordpress.com/2008/08/tecnicas_creatividad.doc>

MARKETING Y FINANZAS. ¿qué es una propuesta de valor? Efecto [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.marketingyfinanzas.net/2015/09/que-propuesta-de-valor/>>

MÉNDEZ, Rafael. Emprendimiento e innovación [en línea]. Bogotá: Ministerio de Educación [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-247719.html>>

MKTTOTAL. Psicología del color dentro del marketing Efecto [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/psicologia-del-color-dentro-del-marketing/>>

NATIVOS. La imagen personal para los negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://nativos.com/la-imagen-personal-los-negocios/>>

NEOATTACK. ¿Qué es la Imagen Corporativa y para qué sirve? [en línea]. La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://neoattack.com/que-es-la-imagen-corporativa/>>

SARRI, Katerina. Student Entrepreneurship in Greece: A Survey of Intentions and Activities [en línea]. Thessaloniki: University of Macedonia, Greece [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2013/Greek_Report_2013_GUESS.pdf>

SERVICIO NACIONAL DE APREDIZAJE SENA. Plan de negocio [en línea]. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/4-PlandeNegocio.pdf>

SPRINGERLINK. Entrepreneurship Policy: Theory and Practice [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11365-005-4778-3>>

UNIVERSIDAD DEL TACHIRA. Concepto de emprendedor [en línea]. Caracas: La Universidad [citado 20 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm>

VARELA, Rodrigo y BEDOYA, Olga Lucía. Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. En: Estudios gerenciales. Julio – Septiembre, 2006. vol. 22, no. 100.

WOMARKET. Reseña histórica Arturo calle [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://womarket.blogspot.es/tags/arturo-calle/2>>

ZAHRA, Shaker A. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension [en línea]. Miami: Entrepreneurship Theory and Practice [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/104225879301700401?journalCode=etpb>>

ANEXOS

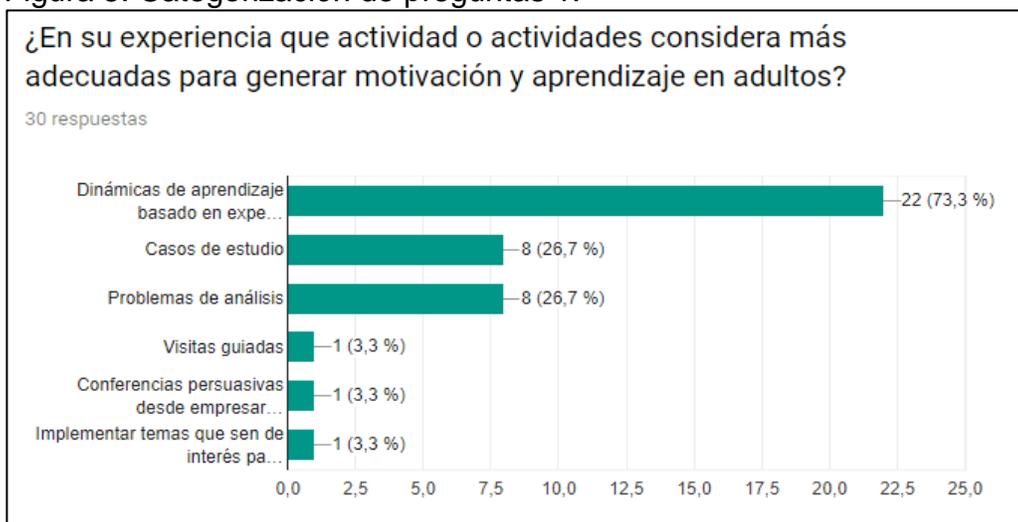
Anexo A. Encuesta

Se realizó una encuesta a estudiantes y voluntarios de la fundación residentes externos, docentes externos y directores de fundaciones Piccolino; con el fin de identificar distintos puntos de vista en cuanto al tema de emprendimiento y su forma de aprendizaje. Con una muestra de 30 personas, esta información fue tomada para ser analizada y encontrar parámetros que puedan influenciar en el desarrollo del modelo de emprendimiento para los estudiantes de la fundación Piccolino. A continuación, se pueden observar los resultados obtenidos:

1. Categorización de las preguntas

➤ Motivación

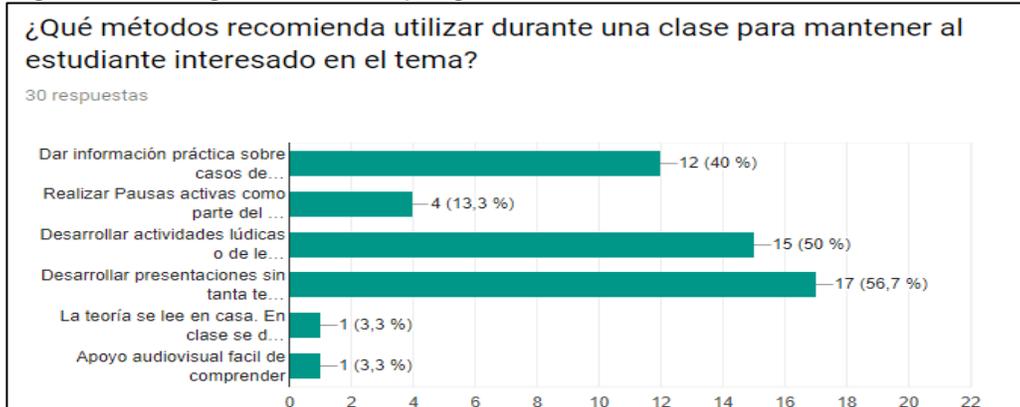
Figura 5. Categorización de preguntas 1.



Fuente. El Autor

A partir de la gráfica podemos identificar que un 73,3% de la población encuestada, los cuales son voluntarios de la fundación Piccolino que han dictado clase hace un largo tiempo y tienen la suficiente experiencia y conocimiento sobre el tema, opinan que las dinámicas de aprendizaje basado en experiencias generan motivación y aprendizaje en adultos, ya que son casos de la vida real y esto de alguna u otra forma los identifica. Por otro lado, podemos evidenciar que algunas personas sugieren implementar conferencias persuasivas de empresarios a fin de motivar a los estudiantes.

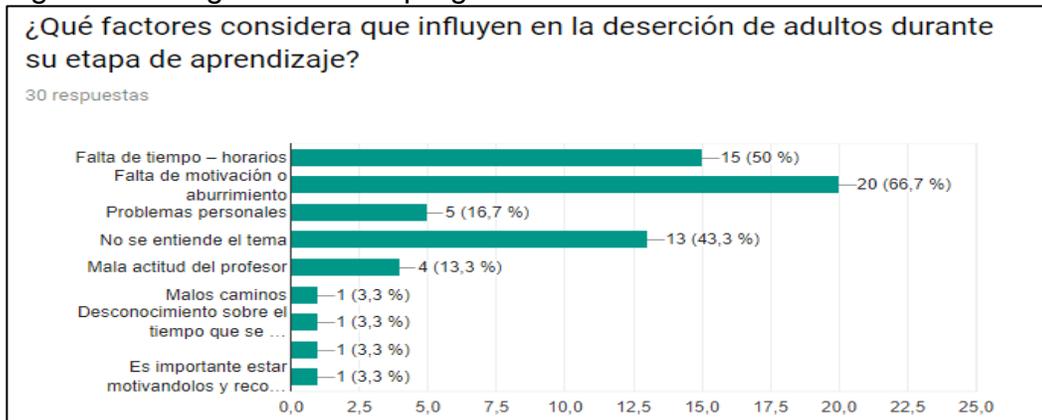
Figura 6. Categorización de preguntas 2



Fuente. El Autor

Para mantener al estudiante interesado en el tema un 56,7% de las personas encuestadas sugiere desarrollar presentaciones sin tanta teoría y más casos prácticos, ya que de esta forma la clase sería más dinámica y se evidenciaría más el aprendizaje de los adultos y un 50% de las personas opinan que es recomendable desarrollar actividades lúdicas o lecturas durante la clase, con el fin de citar autores que abarquen el tema de emprendimiento y rescatar información enriquecedora.

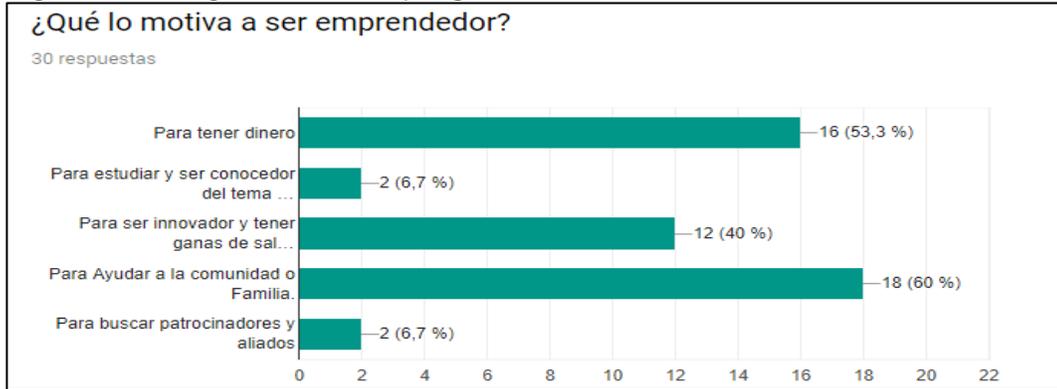
Figura 7. Categorización de preguntas 3



Fuente. El Autor

A partir de la gráfica, podemos concluir que un 66,7% de las personas opinan que la falta de motivación o aburrimiento es el mayor motivo para la deserción de adultos en su etapa de aprendizaje, por otro lado también consideran un 50% de las personas que la falta de tiempo – horarios es una causa para que se retiren de su curso de emprendimiento. Sugieren que es fundamental que constantemente estemos motivándolos para continuar con su proceso, recordarles su propósito en la fundación y mostrarles con experiencias reales la vital importancia que tiene el formarse con personas emprendedoras y lograr crear su propia empresa.

Figura 8. Categorización de preguntas 4

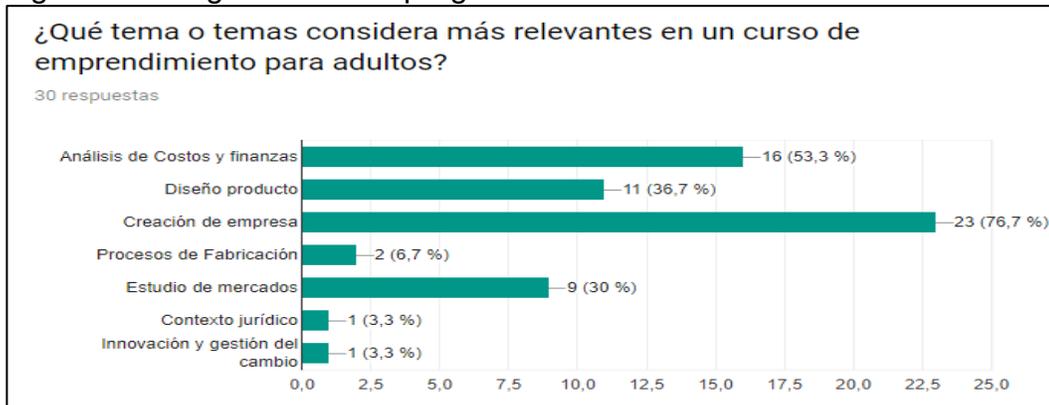


Fuente. El Autor

Las personas en un 60% opinan que lo que más les motiva a ser emprendedores es poder ayudar a su comunidad o a su familia, ya que son personas vulnerables que viven en situaciones económicas o con problemas familiares complejos, estas personas no lo ven tanto por el ámbito económico sino por el hecho de progresar, como se puede observar que gran parte de los docentes de Universidad encuestados si se inclinan por razones monetarias.

➤ Aprendizaje

Figura 9. Categorización de preguntas 5



Fuente. El Autor

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 76,7% de las personas encuestadas opinan que un tema importante a tratar en un curso de emprendimiento, es como crear empresa y un 53,3% opinan que otro tema importante es análisis de costos y finanzas. A partir de lo anterior, podemos analizar que los integrantes de la fundación Piccolino, se interesan por aprender las pautas y conocimientos necesarios para emprender un negocio y hacerlo rentable. Otras ideas de temas relevantes para un curso de emprendimiento dadas por docentes universitarios son contexto jurídico, innovación y gestión del cambio.

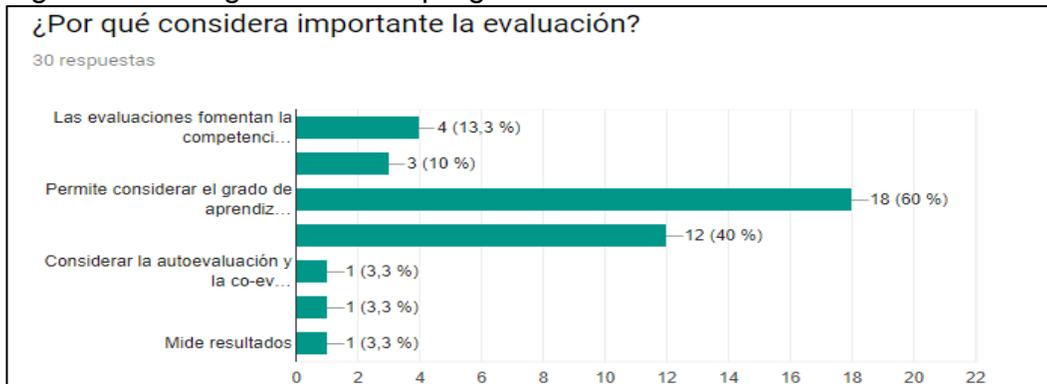
Figura 10. Categorización de preguntas 6



Fuente. El Autor

Podemos observar que el método de enseñanza que más recomiendan las personas para incentivar el aprendizaje en adultos es teoría y actividades didácticas en un 80%; voluntarios de la fundación sugieren este orden ya que es variado y motiva a los estudiantes a continuar con el curso, mediante la teoría aprenden conceptos y en la dinámica los llevan a la práctica. Podemos observar también que el 60% de las personas sugieren que el aprendizaje sea colaborativo, es decir que tanto el guía como el estudiante pongan de su parte para la formación como empresarios. Por otro lado, recomiendan explicar con casos de la vida cotidiana y experiencias.

Figura 11. Categorización de preguntas 7

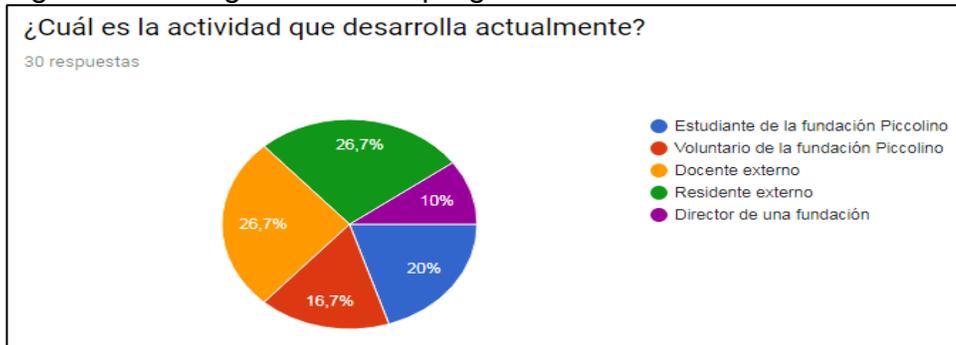


Fuente. El Autor

A partir de los resultados, podemos concluir que un 60% de las personas opinan que las evaluaciones son importantes porque permiten considerar el grado de aprendizaje, mediante tiempos determinados a manera de control. También sugieren que se tenga en cuenta la autoevaluación y la coevaluación para medir resultados, ya que es un método actualmente usado en la fundación Piccolino y que hasta el momento ha funcionado.

➤Expectativas

Figura 12. Categorización de preguntas 8



Fuente. El Autor

La presente encuesta se realizó a estudiantes y voluntarios de la fundación Piccolino, residentes externos, docentes externos y directores de fundaciones. Una de las mayores poblaciones encuestadas fueron docentes externos con un 26,7% de participación, los cuales dieron su punto de vista acerca de un curso de emprendimiento y aportaron buenas ideas, tales como fuentes de financiación o temas relevantes en el curso, los cuales pueden ser aplicados en el modelo de emprendimiento a diseñar.

Por otro lado, mediante el gráfico se puede concluir que con una participación del 26,7%, residentes externos los cuales fueron estudiantes universitarios, profesionales y personas independientes. A partir de esos resultados podemos identificar que no solamente personas de fundaciones están interesadas en un curso de emprendimiento y que a pesar de tener trabajo estas personas quisieran tener su propio negocio y ser independientes en algún momento.

Figura 13. Categorización de preguntas 9

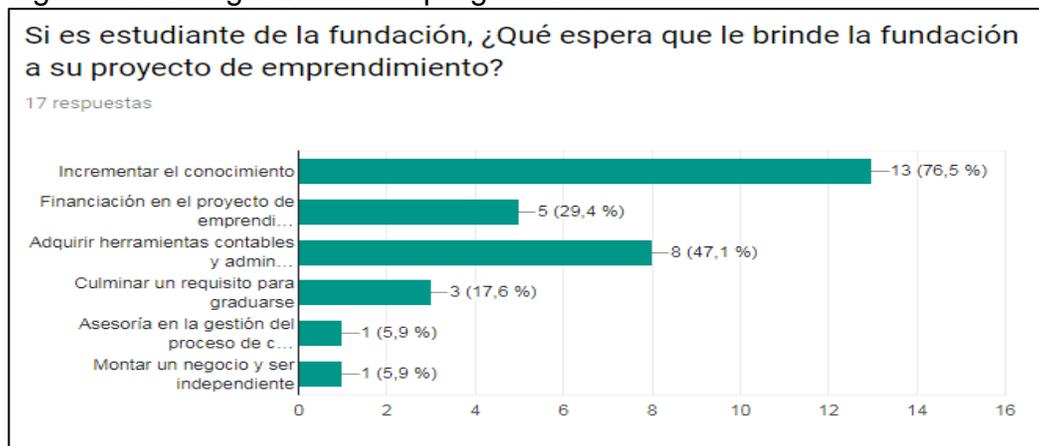


Fuente. El Autor

De acuerdo al resultado obtenido en esta respuesta, estudiantes de la fundación Piccolino y residentes externos encuestados en un 46,7% opinan que están dispuestos a recibir capacitación de emprendimiento durante 12 semanas, lo cual es el máximo tiempo dentro de las opciones dadas, podemos concluir que para ese porcentaje de la población, el tiempo no es obstáculo y están dispuestas a usarlo en su formación para crear empresa, incrementando su conocimiento con cada una de las herramientas otorgadas en el curso.

Por otro lado, podemos observar que un 40% de la población encuestada, los cuales son docentes de universidades, están dispuestos a recibir capacitación solamente durante 4 semanas, ya que los temas del curso no lo suficientemente extensos y complejos para ellos.

Figura 14. Categorización de preguntas 10



Fuente. El Autor

Esta pregunta fue realizada únicamente a los estudiantes de la fundación Piccolino, mediante la gráfica podemos observar que un 76,5% de los estudiantes encuestados, opinan que el proyecto de emprendimiento les brinde incrementar su conocimiento y un 47,1% opinan que les gustaría adquirir conocimiento en herramientas contables y administrativas para sus ideas de negocio.

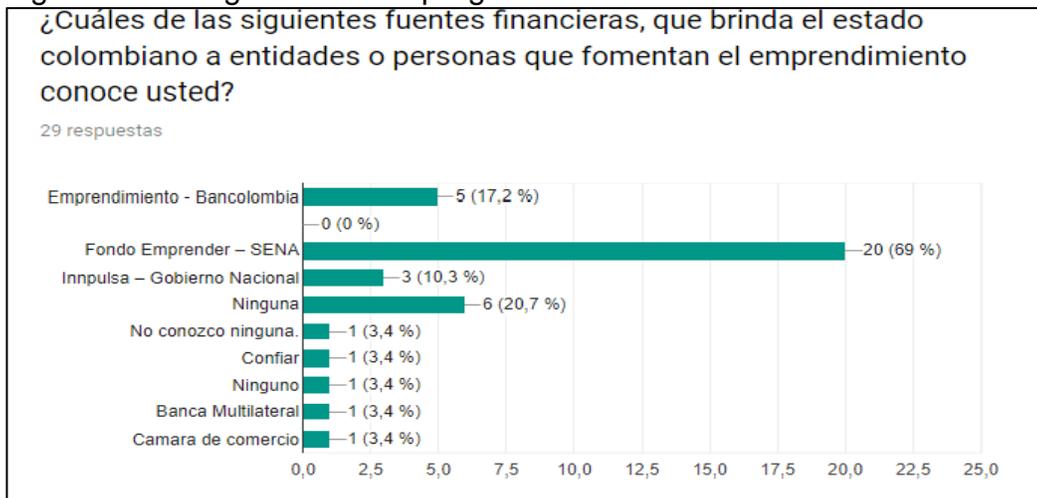
De acuerdo a lo anterior, podemos concluir que los estudiantes buscan con este modelo de emprendimiento poder aprender acerca de temas contables y temas básicos para incrementar la rentabilidad de sus negocios actuales o aquellos negocios que quisieran tener en un futuro. Por otro lado, podemos observar que los estudiantes de la fundación Piccolino encuestados, no ven el proyecto de emprendimiento como una materia de requisito para graduarse de su bachillerato, si no como un conocimiento y una oportunidad que la fundación Piccolino les brinda para ayudarlos en su creación de empresa.

➤ Barreras

¿Considera que el uso de herramientas de tecnologías, genera mayor valor en la enseñanza de adultos, para temas relacionados con emprendimiento? ¿De ser afirmativo que herramientas tecnológicas recomienda utilizar para la enseñanza en adultos y por qué?

Para esta pregunta abierta las personas encuestadas en conclusión opinan que si es fundamental el uso de la tecnología durante un curso de emprendimiento, ya que pueden usar el internet para búsqueda e investigación de información, para crear páginas web de su negocio y de esta manera incrementar las ventas, como herramienta contable para administrar sus negocios, sugieren por otro lado un modelo de negocio integral llamado Lean Start Up, para pronosticar y realizar flujos de caja. Es importante resaltar que la población a la cual estará dirigido el curso, no ha contado con tecnología durante su aprendizaje.

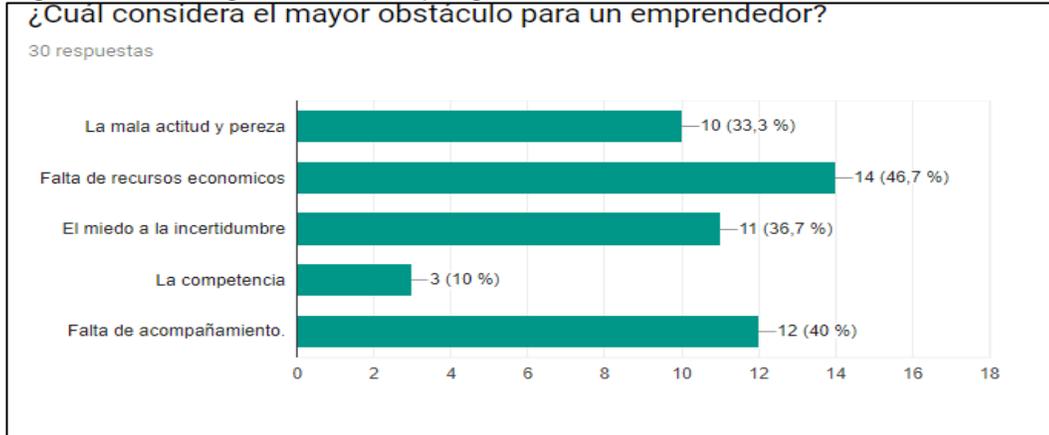
Figura 15. Categorización de preguntas 11



Fuente. El Autor

Se logra observar que un 69% de las personas conocen la fuente financiera Fondo Emprender del Sena, como intermediario de apoyo en su proceso de creación de empresa; por otro lado, las personas encuestadas sugieren investigar acerca de Banca Multilateral y Confiar, ya que según ellos también son entes que fomentan el emprendimiento.

Figura 16. Categorización de preguntas 12



Fuente. El Autor

Podemos observar mediante la gráfica que el mayor obstáculo, según el 46,7% de la población encuesta opinan que es la falta de recursos económicos y un 40% de las personas dicen que se debe a la falta de acompañamiento; motivo por el cual a la población indagada les interesa un curso de emprendimiento a lograr dicho objetivo.

Anexo B. Diseño de los Temas

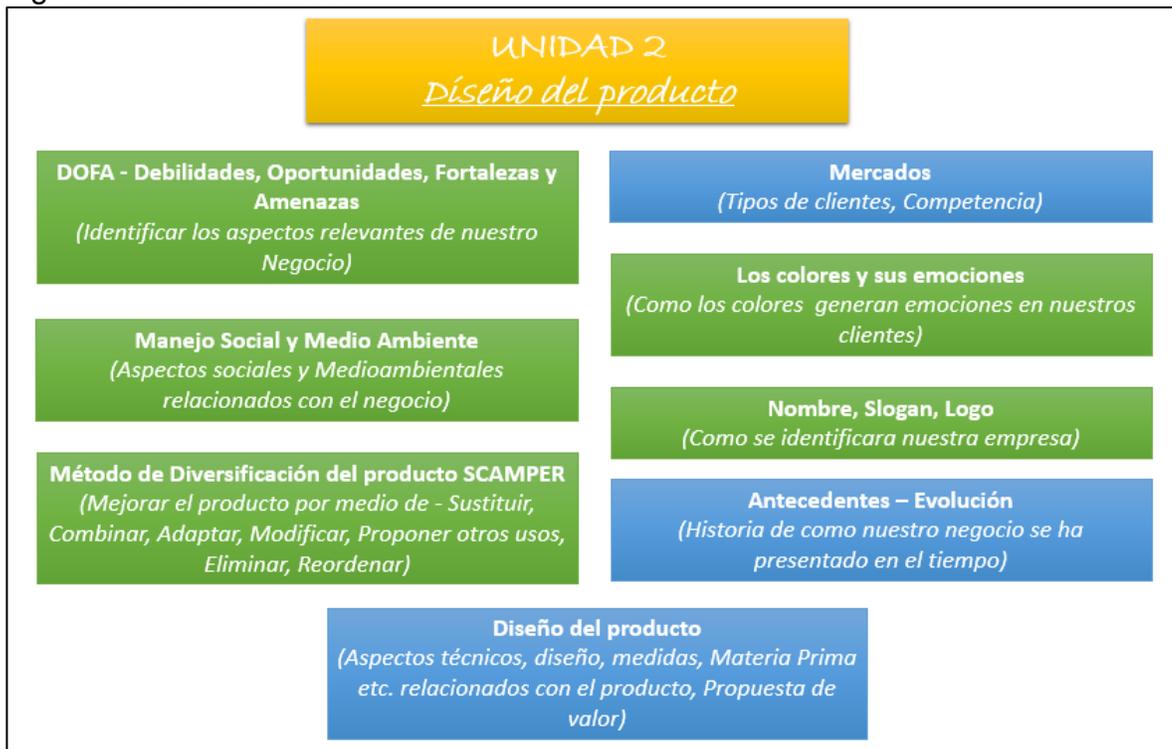
Los Temas Identificados que pueden aplicar a nuestro modelo de emprendimiento son los siguientes:

Figura 17. Curso Unidad 1



Fuente. El Autor

Figura 18. Curso Unidad 2



Fuente. El Autor

Figura 19. Curso Unidad 3



Fuente. El Autor

Figura 20. Curso Unidad 4



Fuente. El Autor

Figura 21. Curso Unidad 5



Fuente. El Autor

Unidad 1: Generación de ideas de negocio

Descripción:

Los estudiantes deben escoger una idea de negocio de acuerdo con sus gustos, habilidades, cualidades o intereses, para ello, existen técnicas las cuales pueden usar para lograr encontrar la idea adecuada. Se eligieron 4 técnicas, las cuales se aplican a los estudiantes mediante talleres y prácticas. Algunas técnicas que aplican son las siguientes:

Técnica lluvia de ideas:

“El proceso conocido como lluvia de ideas (*brainstorming*) es un proceso didáctico y práctico mediante el cual se intenta generar creatividad mental respecto de un tema. Tal como lo dice su nombre, la lluvia de ideas supone el pensar rápida y de manera espontánea en ideas, conceptos o palabras que se puedan relacionar con un tema definido y que, entonces, puedan servir a diferentes fines”¹⁹

Palabra al azar:

“Consiste en la asociación deliberada de una palabra aleatoria a otra palabra, problema u objetivo para la generación de ideas innovadoras y diferentes”²⁰.

Esta práctica resulta muy útil para complementar las sesiones de Brainstorming. Pues cuando parece que ya no surgen más ideas y parece que el proceso se estanca, se elige una palabra al azar y se establece un nuevo camino por el que generar nuevas ideas relacionadas. Podemos dividirla en 4 sencillos pasos:

- Determina el problema u objetivo: escribe tu problema/objetivo y plantea una serie de preguntas que te gustaría resolver.
- Selecciona una palabra al azar: la selección de palabras al azar puede hacerse a través de diversos métodos.
- Análisis de la palabra seleccionada: piensa en la palabra. ¿Qué recuerdos te sugiere? Haz una lista de ideas con palabras, imágenes o cualquier tipo de asociaciones que te vengan a la mente.

¹⁹ DEFINICIÓN ABC. Definición de lluvia de ideas [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/lluvia-de-ideas.php>>

²⁰ INNOVATION FACTORY INSTITUTE. Palabras al azar: generando ideas innovadoras y diferentes [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.innovationfactoryinstitute.com/blog/palabras-al-azar/>>

➤ Fuerza la conexión: para acabar, regresa a tu problema/objetivo e intenta asociar la lista de ideas generada por la palabra seleccionada al azar con las preguntas que te planteaste inicialmente. Quizás una de las asociaciones te haga pensar en algo completamente diferente que te ayude a resolver tu problema.

Técnica uso de analogías:

Existen diversas técnicas que utilizan las analogías, “mediante las cuales se trata de aplicar a un objeto, concepto o situación que queremos modificar, la lógica o características de otro objeto (concepto o situación) diferente. Se vale de analogías y metáforas de modo sistemático para cambiar el marco de referencia en el cual se persigue la solución de un problema”²¹.

Se busca volver conocido lo extraño, y volver extraño lo conocido. Esto se logra mediante cuatro mecanismos analógicos, los cuales son:

- ✓ Analogías directas.
- ✓ Analogías personales.
- ✓ Analogías simbólicas.
- ✓ Analogías fantásticas.

➤ Técnica los 6 sombreros para pensar:

Lo que estamos llevando a cabo con esta técnica es un “entrenamiento” en toda regla para que aprender a pensar mejor. Algo tan simple como ponerse un sombrero en la cabeza constituye en muchos casos un acto deliberado. El pensamiento también debería seguir esta regla, “ser deliberado y muy cuidado”. Pensar bien, para vivir mejor, es una regla a seguir y, por ello, nada mejor que hacer uso de “varios sombreros” para conseguir un estilo de pensamiento variado, ágil y creativo²².

Sombrero blanco: Este sombrero nos enseñará a ver las cosas desde un punto de vista objetivo, neutro y vacío de sesgos. El estilo de pensamiento que aplicaremos se basará en el análisis de los datos, en el contraste de la información proporcionada sin emitir juicios de valor.

Sombrero negro: representa lo lógico-negativo y nos enseña a comprender por qué ciertas cosas pueden salir mal, no funcionar o no acontecer de la forma que nosotros pensamos.

²¹ MARGHERITIS, MARÍA Laura y SANTANGELO, María Andrea. Las técnicas de creatividad. Un enfoque sobre su utilidad [en línea]. Bogotá: M Portillo [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://mportillo.files.wordpress.com/2008/08/tecnicas_creatividad.doc>

²² LA MENTE ES MARAVILLOSA. La técnica de los seis sombreros para pensar [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-tecnica-de-los-seis-sombreros/>>

Sombrero verde: exige originalidad, creatividad, cruzar fronteras, hacer posible lo imposible. Es en este sombrero donde se contiene el pensamiento lateral, ese que nos invita a ser provocativos y no tan conservadores, a usar el movimiento novedoso antes que el juicio restrictivo.

El sombrero rojo: es pasional, es emotivo y siente la vida desde el corazón y el universo emocional.

Mientras que el sombrero blanco nos permitía hacer uso de la lógica más neutra, cuidada y objetiva, el rojo nos lanzará al vacío para abrazarnos a ese mundo habitado por las subjetividades más palpitantes a la vez que libres.

Sombrero amarillo: Mientras el sombrero negro nos ofrecía ese enfoque lógico-negativo tan útil para ser más realistas en nuestro día a día, el sombrero amarillo nos enseña a aplicar un enfoque de pensamiento lógico-positivo. Podremos ver posibilidades donde otros ven puertas cerradas.

Sombrero azul: lo abarca todo, siempre está presente y domina cada rincón. A su vez, transmite tranquilidad, equilibrio y también autocontrol. Así, dentro de la técnica de los 6 sombreros para pensar, este es el que tiene el control sobre todo el proceso y de ahí que en esta dinámica se use dos veces: al principio y al final.

Métodos para solucionar problemas:

➤ **Diagrama de árbol:** Un diagrama de árbol es “una herramienta que se utiliza para determinar todos los posibles resultados de un experimento aleatorio. En el cálculo de la probabilidad se requiere conocer el número de elementos que forman parte del espacio muestral, estos se pueden determinar con la construcción del diagrama de árbol”²³

➤ **Espina de pescado:** El Diagrama de Ishikawa o Diagrama de Causa Efecto (conocido también como Diagrama de Espina de Pescado dada su estructura) “consiste en una representación gráfica que permite visualizar las causas que explican un determinado problema, lo cual la convierte en una herramienta de la Gestión de la Calidad ampliamente utilizada dado que orienta la toma de decisiones al abordar las bases que determinan un desempeño deficiente”²⁴.

²³ CONOCIMIENTOS WEB.NET. ¿Qué es un diagrama de árbol? [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.conocimientosweb.net/portal/article2551.html>>

²⁴ GESTIÓN DE OPERACIONES. Qué es el diagrama de Ishikawa o Diagrama de Causa Efecto [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/>>

Unidad 2: Diseño del producto

Ventajas y desventajas (DOFA)

Figura 22. Matriz DOFA



Fuente. El Autor

Llamada también como “ventajas y desventajas” para facilitar la comprensión de la misma, mediante esta herramienta podremos observar cuales son las cosas tanto buenas como malas de una idea de negocio, teniendo en cuenta aspectos internos y externos y de esta manera concluir cuales son los posibles puntos débiles que pueden afectar un negocio y cuales son aquellos aspectos que deben permanecer para fortalecer o dar oportunidad a la empresa.

La **matriz DOFA** o **FODA** es una técnica de planificación empresarial aplicada dentro del ámbito organizacional. En esta técnica se analizan las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de las organizaciones en el camino hacia el logro de metas. Es una herramienta que permite identificar aspectos importantes de las empresas y su entorno, ayuda a conocer el estado actual de una empresa, a tomar decisiones y a crear estrategias dirigidas al cumplimiento de logros.

El **análisis DOFA** es una técnica desarrollada en la década de 1960 en la Universidad de Stanford, Estados Unidos, para analizar escenarios y usar este análisis como base para la gestión y planificación estratégica de una empresa. La herramienta se hizo muy popular y, por su simplicidad, puede aplicarse a **cualquier tipo de situación**, desde la creación de un blog hasta la administración de una multinacional.

En el análisis DOFA, los **puntos fuertes y débiles** dependen de la posición actual de la empresa y se relacionan, casi siempre, con factores internos. El análisis de estos factores es particularmente importante para que la empresa capitalice lo que tiene de positivo y reduzca, a través de la aplicación de un plan de mejoría, sus puntos débiles.

Ya las **oportunidades y amenazas** son anticipaciones del futuro y se refieren a factores externos. Su análisis permite identificar aspectos que pueden amenazar la implementación de determinadas estrategias y otros que pueden ser oportunidades para alcanzar los objetivos de la organización.

Método SCAMPER

Mediantes este modelo, de manera creativa los estudiantes que no sepan que negocio emprender, pueden emplear este método, el cual les ayudara a tener nuevas ideas; por otro lado, este método o modelo permite dar solución a problemas, resolver retos y evidenciar resultados de las empresas.

Es una técnica creativa grupal cuyo nombre es una sigla formada por las palabras como: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otros usos, Eliminar o minimizar y Reordenar o Invertir.

Se basa en el poder de la pregunta como elemento de fomento del pensamiento divergente y de la capacidad creativa. Propone siete tipos de preguntas para formularse al enfrentarnos ante un problema para encontrar posibles soluciones de forma creativa:

- ✓ Sustituir elementos, cosas, procedimientos, lugares, personas, ideas, emociones...
- ✓ Combinar temas, conceptos, ideas, emociones...
- ✓ Adaptar ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, personas...
- ✓ Modificar, transformar, añadir algo a una idea, producto, servicio...
- ✓ Dar otros usos diferentes a las cosas...
- ✓ Eliminar o reducir al mínimo conceptos, atributos, partes, elementos...
- ✓ Reordenar o invertir posiciones, elementos, cambiar roles asignados, reorganizar procesos, acciones...

Propuesta de Valor

La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se incline por una u otra empresa y lo que busca es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente de manera innovadora.

¿Qué debe contener una buena Propuesta de Valor?

La propuesta de valor debe responder a qué se va a ofrecer y, para quién. Aquí algunas preguntas para que tengas en cuenta cuando diseñas la propuesta de valor de tu negocio.

¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?

¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?

¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?

¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

¿Qué espera el cliente, para superarle las expectativas?

Propuesta de Valor Canvas

Una propuesta de valor debe crear un diferencial (generación de Valor) para un segmento de mercado gracias a una mezcla específica de elementos adecuados a las necesidades de dicho segmento. Estos valores pueden ser:

✓²⁵Cuantitativos: Precio, Calidad, Reducción de costos, velocidad del servicio, entre otros.

✓Cualitativos: Novedad, Diseño, Experiencia, Marca, Estatus, Desempeño, Personalización, Comodidad, Utilidad, Experiencia del cliente y demás pertinentes²⁵.

Diseño del producto, logo, slogan y nombre

En esta fase, tanto el logo, slogan, nombre y diseño del producto cumplen el papel principal del negocio, deben ser llamativos, fáciles de recordar, sencillos y se debe jugar con los colores y sus significados.

²⁵ MARKETING Y FINANZAS. ¿qué es una propuesta de valor? Efecto [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.marketingyfinanzas.net/2015/09/que-propuesta-de-valor/>>

Significado de los colores:

Los colores comunican, son ellos los que nos ayudarán a complementar el mensaje y los significados que se quieren transmitir a los consumidores sobre un producto, definiendo o replanteando estrategias de posicionamiento de marca para que la toma de decisión sea más rápida y efectiva en función de las características de esta. Los sentimientos más evocados por los especialistas dentro del marketing son:

- ✓La calma.
- ✓El deseo.
- ✓El poder.
- ✓La alegría.
- ✓La fuerza.
- ✓La pasión.
- ✓La elegancia

Para tener una idea de que emociones son evocadas con determinados colores es posible apoyarse en la teoría de la Psicología del color, ya que “cada uno tiene una significación ya instaurada desde tiempo atrás; a lo largo de la historia el ser humano ha ido aprendiendo y asociándolos según sus experiencias, y dichos paradigmas siguen vigentes hoy en día. También es cierto que si bien existen paradigmas universales, la percepción de cada persona varía según sus experiencias personales”²⁶

Conciencia ambiental, tecnológica, cultural y social.

Conciencia ambiental: En cualquier tipo de negocio debe tenerse presente cuidar y proteger el medio ambiente, ya sea reciclando o reutilizando aquellos productos o elementos que sean considerados como basura; en muchos casos es posible que su vida útil aun no allá finalizado y pueda usarse para otra funcionalidad. De esta manera no solo estaremos ayudando al planeta, sino que también se estarán deduciendo gastos en la empresa.

Conciencia tecnológica: Día a día la tecnología ha avanzado constantemente, lo cual ha ido reemplazando al hombre de una u otra forma. A través del internet o de distintos programas es posible que un negocio pueda tener éxito como es el caso de Uber, domicilios.com y Rappi A través de páginas web se puede crear una publicidad y aumentar las ventas del servicio o producto para el cual se creó la empresa.

²⁶ MKTTOTAL. Psicología del color dentro del marketing Efecto [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/psicologia-del-color-dentro-del-marketing/>>

Conciencia cultural: En todo negocio es indispensable analizar a los clientes de distintos sectores, ya que se pueden encontrar variedad de culturas en temas de creencias, moral, leyes, costumbres, expresiones, significados, hábitos y habilidades

Conciencia social: Las empresas han adoptado diferentes niveles de conciencia social, que se refleja en sus diferentes objetivos y acciones, que muestran las variadas filosofías implícitas en sus culturas corporativas. Podemos distinguir cuatro niveles básicos:

✓El capitalismo puro, en el cuál el objetivo principal y prácticamente único es el beneficio empresarial.

✓Los directivos y los empleados comparten objetivos y son tenidos en cuenta. La responsabilidad social de las empresas, se enfrentan cada vez a una mayor diversidad cultural y ética. La reciprocidad, la pluralidad y la tolerancia, son elementos para conformar las nuevas responsabilidades de las compañías.

✓Un tercer nivel, es aquel en el cual la cultura de la corporación hace que se compartan objetivos empresariales con una comunidad en su conjunto. Las actuaciones de estas empresas reflejan cómo son tenidas en cuenta las repercusiones de las actuaciones de la empresa en toda una comunidad, incluyendo la preocupación de la organización sobre dicha comunidad.

✓La empresa comparte un destino común con la humanidad, las repercusiones de las actuaciones de la empresa sobre la humanidad, el planeta, el medio ambiente, que son tenidas en cuenta. La cultura empresarial, refleja la preocupación por el entorno en su sentido más amplio, la empresa se considera como ciudadana del mundo responsable.²⁷

Unidad 3: Recursos básicos

Alianzas estratégicas.

Una verdadera alianza estratégica, más allá de una simple referenciación cruzada, busca generar valor en el largo plazo y ayudar a construir una comunidad de clientes potenciales aún mayor.

Para que pueda llamarse alianza estratégica debe ser justamente eso, una alianza (beneficio mutuo) y debe ser estratégica (que tenga sentido y encaje en la estrategia del negocio), de lo contrario terminará como muchos otros esfuerzos inconclusos de generar sinergia, pero sin mucho resultado.

²⁷ AULA FACIL. 2.2 Niveles de conciencia social de las empresas. [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.aulafacil.com/cursos/responsabilidad-social/etica-organizacional/2-2-niveles-de-conciencia-social-de-las-empresas-19620>>

Sin embargo, crear una alianza efectiva implica más que un estrechón de manos y buenas intenciones. Requiere claros puntos de convergencia que tengan sentido para las partes.

Así como hemos dicho que no todos son clientes potenciales, cuando hablamos de alianzas, no todas las empresas son aliados estratégicos ideales.

Tercerización laboral.

Son aquellos procesos que un beneficiario desarrolla para obtener bienes o servicios de un proveedor, siempre y cuando cumplan con las normas laborales vigentes.

Frente al incumplimiento que el proveedor pueda tener frente a sus trabajadores operará la solidaridad respecto del beneficiario, siempre y cuando no sean actividades extrañas a las actividades normales del negocio.

Finalmente, las direcciones territoriales del ministerio serán las encargadas de indagar en las instituciones públicas o empresas privadas si hay irregularidades de personal vinculado en cuanto a la contratación y actividades desarrolladas en las compañías, y posterior a esto emitir las sanciones correspondientes, contempladas en el artículo 63 de la Ley 1429 del 2010.²⁸

Herramientas tecnológicas para el aprendizaje:

Durante el proceso de trabajo los integrantes de un grupo deben comunicarse entre sí y con el profesor, compartir documentos y editarlos en tiempo real o establecer tareas y asignarlas a cada miembro del grupo. Los siguientes recursos ofrecen la posibilidad de realizar muchos de estos pasos en cualquier momento y lugar a través de Internet y con la ayuda de las nuevas tecnologías.

Entornos de trabajo:

✓ **Office365.** El entorno colaborativo de Microsoft proporciona un espacio para la creación de *minisites*, grupos de trabajo, almacenaje en la nube, chat o edición *online* de documentos, entre otras herramientas útiles para trabajar de forma colaborativa.

✓ **Zoho.** Grupo de aplicaciones web que permiten crear, compartir y almacenar archivos en línea. También incluye chat, videoconferencias, mail, calendario y herramientas de ofimática en línea.

²⁸ ÁMBITO JURÍDICO. Esto es tercerización laboral, según Mintrabajo [en línea]. Bogotá: Ministerio de Trabajo [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.ambitojuridico.com/noticias/laboral/administracion-publica/esto-es-tercerizacion-laboral-segun-mintrabajo>>

✓ **Google Apps for Education.** Entorno colaborativo enfocado especialmente al ámbito de la educación, en el que se incluyen diversas herramientas de Google que permiten trabajar en línea: Gmail, Google Drive, Google Calendar, Docs o Sites.

✓ **Edmodo.** Plataforma educativa que permite compartir documentos e información y comunicarse en un entorno privado, a modo de red social.²⁹

Estructura de costos

La “estructura de costos” es una expresión muy común en los medios empresariales y gremiales, especialmente cuando se trata de discutir con el gobierno asuntos como los de la afectación de movimientos en impuestos, costos de gasolina, salario mínimo y en general, cualquier costo de un insumo de un sector empresarial.

✓ De producción, que incluyen los procesos de adquisición de materias primas, insumos, conocimiento y similares

✓ De comercialización

✓ De apoyo

✓ Financieros

✓ Dentro de cada una de ellas, de acuerdo a su relación con el volumen de producción hay: Costos variables Y Costos Fijos³⁰

Además, si quieres llevar a cabo un **análisis de costes de una empresa** deberás tener en cuenta los costes de producción, que son los que contemplan la adquisición de materias primas, insumos, o técnicas; los costes de comercialización, son aquellos que posibilitan el proceso de venta a los clientes; los costes de apoyo y los costes financieros, que suponen los retribuciones precisas para mantener los activos necesarios que faciliten el correcto funcionamiento de la empresa.

La mayoría de expertos apuesta por recurrir al modelo de negocio Canvas, puesto que es muy útil para **definir la estructura de costes**. Esto se debe a que este paradigma lleva a identificar cuáles serán las actividades claves de tu empresa, o sus recursos y canales de mayor importancia y estas consideraciones te

²⁹ AULA PLANETA. 25 herramientas TIC para aplicar el aprendizaje colaborativo en el aula y fuera de ella [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.aulaplaneta.com/2015/07/14/recursos-tic/25-herramientas-tic-para-aplicar-el-aprendizaje-colaborativo-en-el-aula-y-fuera-de-ella-infografia/>>

³⁰ BOTERO, Manuel Antonio. La estructura de costos de un negocio [en línea]. Bogotá: Gerencia.com [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.gerencia.com/la-estructura-de-costos-de-un-negocio.html>>

permitirán responder de una forma más certera sobre dónde residen tus mayores costes.

Asimismo, los expertos recomiendan antes de crear una empresa, identificar, en primer lugar, los recursos con los costes más altos, además de las actividades principales que supongan los mayores costes.

Dependiendo del modelo de negocio los costes varían sustancialmente, no es lo mismo una empresa que ofrezca *know how* que una que fabrique alta tecnología. Todos estos tipos de costes y las características concretas de un determinado sector y producto o servicio ofertado son los que determinarán la estructura de costes de una empresa.

Si tienes una empresa que está empezando a funcionar es muy recomendable que cuentes con una **estructura de costes flexible**, que se vaya adaptando a las realidades cambiantes del mercado. En este punto, es preciso remarcar que hay que apostar más por los costes variables que por los fijos, para que estos últimos no puedan ir en contra de la viabilidad de la empresa en el medio y largo plazo.

En resumen, implantar una **estructura de costes efectiva** en la empresa es necesario para poder realizar los ajustes necesarios para conseguir un mayor margen de beneficio y potenciar el crecimiento.³¹

Unidad 4: Fuentes de financiación

Imagen personal

La imagen personal no se refiere exclusivamente a la forma en cómo nos vestimos, es un **conjunto de elementos** que si incluye la apariencia física (vestuario apropiado e higiene) pero también se refiere a la actitud, nuestro lenguaje corporal, comportamiento, la manera en como hablamos, el nivel de cortesía y educación es un conjunto integral de cómo nos perciben las personas a nuestro alrededor.

Como emprendedor no debes tomar a la ligera tu imagen personal es algo sumamente importante en los negocios e influye directamente en la relación que tengas con tus clientes, empleados, colaboradores o accionistas, debes utilizarla como una herramienta a tu favor para proyectar tu personalidad y lo más importante, tu capacidad como persona de negocios.³²

³¹ EMPRENDEPYME. Estructura de costes [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.emprendepyme.net/estructura-de-costes.html>>

³² NATIVOS. La imagen personal para los negocios [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://nativos.com/la-imagen-personal-los-negocios/>>

Imagen corporativa

La imagen corporativa o la imagen de marca, es el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tienen los públicos sobre una empresa o marca. Es decir, es la forma en que ese público interpreta el conjunto de señales procedentes de los productos, servicios y comunicaciones, emitidas por la marca.

Esas percepciones y **asociaciones** que se hacen de la marca **en base a sus atributos, beneficios y actitudes**, van a servir para generar un vínculo favorable o no, hacia ella, ya sea de actitud o de comportamiento.

En definitiva, **la imagen corporativa es el significado que tiene la empresa para el público**, y a diferencia de la identidad corporativa, es un factor externo y más difícilmente controlable.

De hecho, **la imagen** que se crea en la mente del público no siempre se genera por los mensajes emitidos por la empresa, sino que **es habitual que** lo que piensan tanto los consumidores, como los no consumidores de una marca, **provenga de multitud de fuentes**, como las opiniones de otros o lo que se dice en los medios.³³

Entidades para la financiación:

Financiamiento Banca Capital: El proyecto Banca Capital pone a disposición de los bogotanos y bogotanas, un conjunto de productos de financiamiento y servicios empresariales, que tienen como objetivo impulsar nuevos proyectos de negocio y fortalecer los ya existentes, a partir de la identificación de las necesidades de los distintos segmentos empresariales de la ciudad de Bogotá. Banca Capital ofrece a las empresas soluciones de financiamiento para crear y desarrollar sus actividades productivas. Para ello, ha introducido diferentes líneas de crédito dirigidas a las familias, micro, pequeñas y medianas empresas de la Capital, a través de distintos modelos de operación que permiten ofrecer productos variados, adecuados a las necesidades de los usuarios, y con condiciones financieras más favorables. Así mismo, complementa los productos de financiamiento con servicios empresariales, de tal forma que las empresas puedan recibir asesoría y acompañamiento en áreas básicas, con resultados positivos en su gestión, competitividad y por ende, permanencia en el mercado.

Bancamía: las difíciles condiciones generadas por el desequilibrio de las estructuras económicas y la inequidad social, traen consigo la imposibilidad de acceso a soluciones financieras que permitan a millones de personas, especialmente a las mujeres, superar condiciones de pobreza y lograr mejorar su

³³ NEOATTACK. ¿Qué es la Imagen Corporativa y para qué sirve? [en línea]. La Empresa [citado 20 octubre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://neoattack.com/que-es-la-imagen-corporativa/>>

nivel de vida. Esta situación con evidencias y agravantes particulares en los países del tercer mundo fue la que inspiró en 1975 a la Organización de las Naciones Unidas para acoger la Declaración de las Mujeres Africanas de Ghana, suscrita en el State House de ese país, en la cual Esther Ocloo lideró la propuesta de hacer realidad el acceso al crédito para las mujeres de escasos recursos en el mundo. Ese año fue el preparatorio de la “Década de la Mujer” establecida por la ONU desde 1976 a 1985.

En 1977 se estableció un comité formal de quince mujeres africanas, asiáticas europeas y norteamericanas, para crear el Women’s World Banking con la misión específica de generar mecanismos que permitieran a las mujeres de escasos recursos económicos, el acceso al crédito y con ello a la actividad productiva y financiera. Se creó en 1979 el Sticing to promote Women’s World Banking – SWWB, en Holanda y el Friends of WWB en los Estados Unidos. 1980 fue un año de gran importancia para el Women’s World Banking- WWB, cuando con la asistencia de representantes de 27 países, se realizó en Amsterdam el primer seminario de Mujeres Líderes en Banca y Finanzas, promovido por el SWWB centrándose en el crédito y en los servicios colaterales.

Bogotá Emprende Cámara de Comercio: formalización empresarial que permite conocer los beneficios que le otorga la formalidad empresarial y evitar posibles riesgos en el futuro son los propósitos que hemos establecido en esta etapa para su negocio. De esta forma, a través del Modelo de Servicios Empresariales usted podrá recibir asesoría personalizada en temas legales y de trámites, requisitos para constituir y formalizar su empresa, conocer las implicaciones y beneficios de constituirse como persona natural o persona jurídica e identificar las etapas claves de su proceso. Persona natural comerciante es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal. Asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Datos a tener en cuenta:

Programa de inclusión en los mercados: la CCB se une al Comité Interinstitucional del “Programa de Inclusión en los Mercados” donde participa como aliado estratégico para la formalización y fortalecimiento de los empresarios. El programa, liderado por Propias, tiene como objetivo el mejoramiento de la capacidad empresarial y competitiva de la población víctima mediante procesos de inclusión efectiva en el mercado, sustentado en la suma de capacidades, la mejora de productos y el fortalecimiento de las capacidades comerciales de sus empresas. Dentro de este proyecto se espera beneficiar aproximadamente a 140 unidades productivas a nivel nacional.

Mercado móvil en Soacha y Cundinamarca. La Secretaría de Desarrollo Económico del municipio de Soacha, dentro del Programa de Recuperación del Espacio Público, estructuró el proyecto de Mercados Móviles con el fin de reubicar

y organizar a los vendedores ambulantes. Para este efecto, la Cámara de Comercio de Bogotá cuenta con la "ruta de formalización empresarial" con el ánimo de apoyar el proceso que aporte en la sostenibilidad de los comerciantes.

Bogotá Emprende Cámara de Comercio: formalización empresarial que permite conocer los beneficios que le otorga la formalidad empresarial y evitar posibles riesgos en el futuro son los propósitos que hemos establecido en esta etapa para su negocio. De esta forma, a través del Modelo de Servicios Empresariales usted podrá recibir asesoría personalizada en temas legales y de trámites, requisitos para constituir y formalizar su empresa, conocer las implicaciones y beneficios de constituirse como persona natural o persona jurídica e identificar las etapas claves de su proceso. Persona natural comerciante es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal. Asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Unidad 5: Creación de empresa

Tipos de empresa:

El tejido empresarial que mueve la economía está formado por multitud de empresas, compañías y organizaciones de diferentes características que poco tienen que ver unas con otras. Cada una de las empresas realiza una actividad diferente, poseen plantillas totalmente distintas y se estructuran según sus necesidades.

Sin embargo, es necesario conocer cuáles son los diferentes tipos de empresas y sociedades que existen para saber diferenciarlas y poder saber cómo tenemos que actuar a la hora de gestionar cualquier de ellas.

Las empresas pueden dividirse de diferentes formas según los parámetros que elijan para hacerlo. Dependiendo de la forma jurídica, el tamaño que posean y de dónde provenga el capital aportado, podemos denominar a las empresas de una forma u otra.

La forma jurídica determina el número de socios, capital, y tipo de responsabilidad de cada una de las personas dueñas de la empresa. Aquí puedes encontrar todas las formas jurídicas que existen por ley para los diferentes tipos de empresas y sociedades.

Ejemplos de empresarios exitosos

Mediante la investigación realizada se pudo encontrar que uno de los mecanismos primordiales para motivar e incentivar el emprendimiento es compartirles historias de la vida real, personas que persistieron y jamás se dieron por vencidos, contarles acerca de sus fracasos y sus éxitos; con el fin de demostrarle a las

personas que las cosas se pueden lograr y que un altibajo no es motivo para renunciar. Implementar conferencias con empresarios que compartan sus historias con los estudiantes aportaría en una gran dimensión en su formación.

Anexo C. Estadísticos SPSS

Categorización de preguntas 10

Pregunta	Opciones de respuesta	Simbología para identificarla opción de respuesta
¿Cuánto tiempo está dispuesto a destinar para recibir capacitación de emprendimiento?	4 semanas	1
	8 semanas	2
	10 semanas	3
	12 semanas	4
Si es estudiante de la fundación, ¿Qué espera que le brinde la fundación a su proyecto de emprendimiento?	Incrementar el conocimiento	1
	Financiación en el proyecto de emprendimiento	2
	Adquirir herramientas contables y administrativas	3
	Culminar un requisito para graduarse	4
¿Qué tema o temas considera más relevantes en un curso de emprendimiento para adultos?	Análisis de Costos y finanzas	1
	Diseño producto	2
	Creación de empresa	3
	Procesos de Fabricación	4
¿En su experiencia que actividad o actividades considera más adecuadas para generar motivación y aprendizaje en adultos?	Dinámicas de aprendizaje basado en experiencias.	1
	Casos de estudio	2
	Problemas de análisis	3
	Otro	4
¿Qué métodos recomienda utilizar durante una clase para mantener al estudiante interesado en el tema?	Dar información práctica sobre casos de estudio	1
	Realizar Pausas activas como parte del proceso de aprendizaje	2
	Desarrollar actividades lúdicas o de lecturas durante la clase	3
	Desarrollar presentaciones sin tanta teoría y más casos prácticos	4
¿Qué factores considera que influyen en la deserción de adultos durante su etapa de aprendizaje?	Falta de tiempo – horarios	1
	Falta de motivación o aburrimiento	2
	No se entiende el tema	3
	Mala actitud del profesor	4
¿Cuáles de las siguientes fuentes financieras, que brinda el estado colombiano a entidades o personas que fomentan el emprendimiento conoce usted?	Emprendimiento - Bancolombia	1
	Emprendimiento Latinoamérica - Incube	2
	Fondo Emprender – SENA	3
	Innpulsa – Gobierno Nacional	4
¿Qué método de enseñanza recomienda emplear para incentivar el aprendizaje en adultos?	Clase Magistral (Solo Tablero)	1
	Teoría y Lecturas	2
	Teoría y Actividades didácticas	3
	Colaborativo	4
¿Qué método de enseñanza considera el más apropiado para aprender emprendimiento?	Técnicas didácticas	1
	Estudio de casos	2
	Trabajos aplicados	3
	Lecturas y teoría	4
¿Por qué considera importante la evaluación?	Las evaluaciones fomentan la competencia entre estudiantes	1
	Las evaluaciones pueden animar a estudiantes que no aprenden al mismo ritmo	2
	Permite considerar el grado de aprendizaje.	3
	Es una herramienta para el mejoramiento del aprendizaje	4
¿Qué lo motiva a ser emprendedor?	Para tener dinero	1
	Para estudiar y ser conocedor del tema que me gusta	2
	Para ser innovador y tener ganas de salir adelante.	3
	Para Ayudar a la comunidad o Familia.	4
¿Cuál considera el mayor obstáculo para un emprendedor?	La mala actitud y pereza	1
	Falta de recursos económicos	2
	El miedo a la incertidumbre	3
	Falta de acompañamiento.	4

Estadísticos de la encuesta

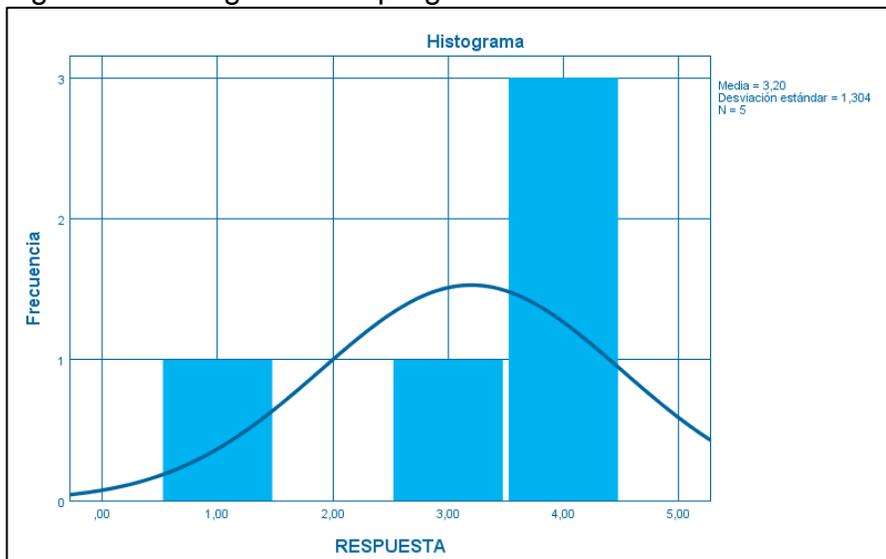
- 1) ¿Cuánto tiempo está dispuesto a destinar para recibir capacitación de emprendimiento?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,2000
Error estándar de la media		,58310
Mediana		4,0000
Moda		4,00
Desv. Desviación		1,30384
Varianza		1,700
Asimetría		-1,714
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		2,664
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		3,00
Mínimo		1,00
Máximo		4,00
Suma		16,00

Figura 23. Categorización pregunta 1



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 4, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es de 12 semanas.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

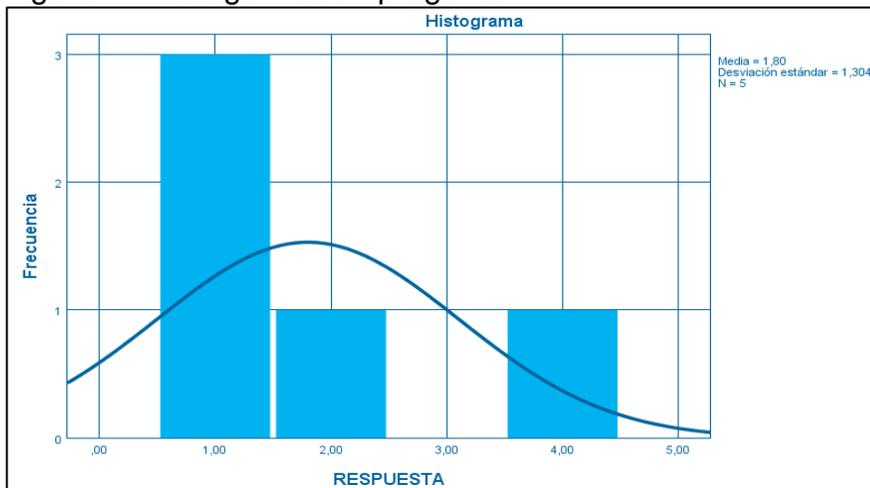
2) Si es estudiante de la fundación, ¿Qué espera que le brinde la fundación a su proyecto de emprendimiento?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		1,8000
Error estándar de la media		,58310
Mediana		1,0000
Moda		1,00
Desv. Desviación		1,30384
Varianza		1,700
Asimetría		1,714
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		2,664
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		3,00
Mínimo		1,00
Máximo		4,00
Suma		9,00

Figura 24. Categorización pregunta 2



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 1, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es incrementar el conocimiento. Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

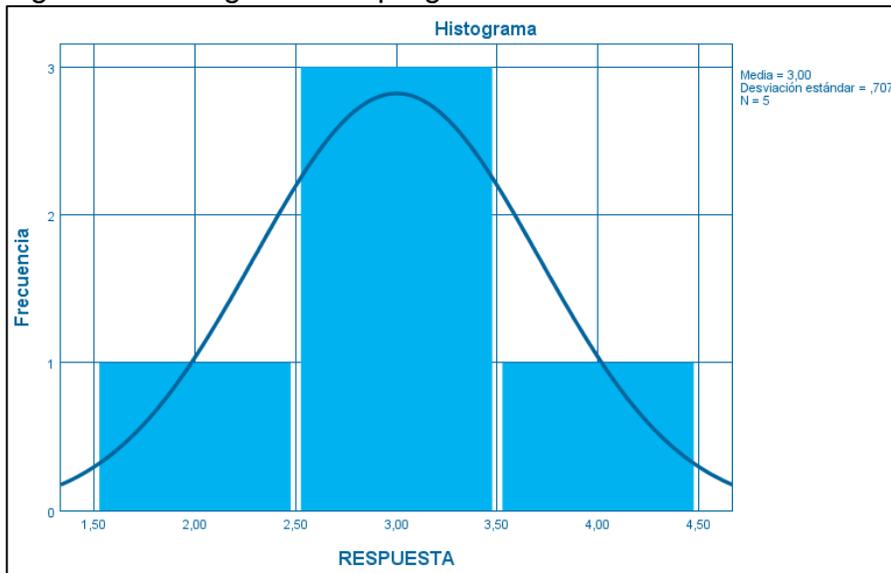
3) ¿Qué tema o temas considera más relevantes en un curso de emprendimiento para adultos?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,0000
Error estándar de la media		,31623
Mediana		3,0000
Moda		3,00
Desv. Desviación		,70711
Varianza		,500
Asimetría		,000
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		2,000
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		2,00
Mínimo		2,00
Máximo		4,00
Suma		15,00

Figura 25. Categorización pregunta 3



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 3, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es creación de empresa. Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

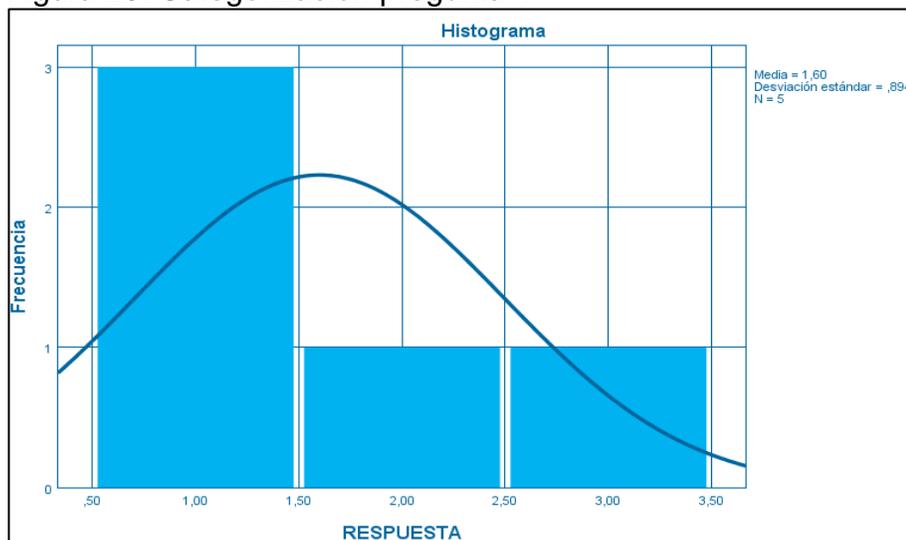
4) ¿En su experiencia que actividad o actividades considera más adecuadas para generar motivación y aprendizaje en adultos?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		1,6000
Error estándar de la media		,40000
Mediana		1,0000
Moda		1,00
Desv. Desviación		,89443
Varianza		,800
Asimetría		1,258
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		,312
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		2,00
Mínimo		1,00
Máximo		3,00
Suma		8,00

Figura 26. Categorización pregunta 4



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 1, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es dinámicas de aprendizaje basado en experiencias.

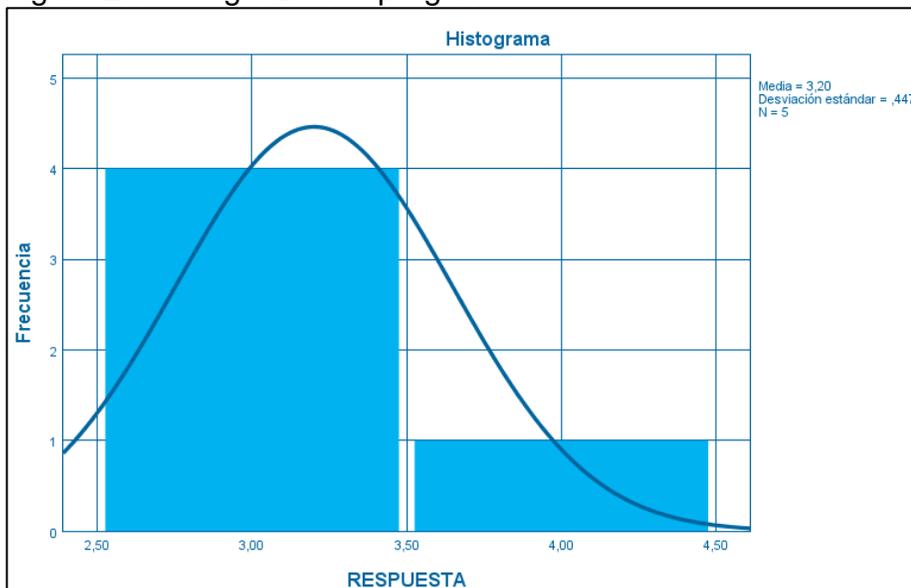
Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

5) ¿Qué métodos recomienda utilizar durante una clase para mantener al estudiante interesado en el tema?

Estadísticos

RESPUESTA		
N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,2000
Error estándar de la media		,20000
Mediana		3,0000
Moda		3,00
Desv. Desviación		,44721
Varianza		,200
Asimetría		2,236
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		5,000
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		1,00
Mínimo		3,00
Máximo		4,00
Suma		16,00

Figura 27. Categorización pregunta 5



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 3, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es desarrollar actividades lúdicas o de lecturas durante la clase.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

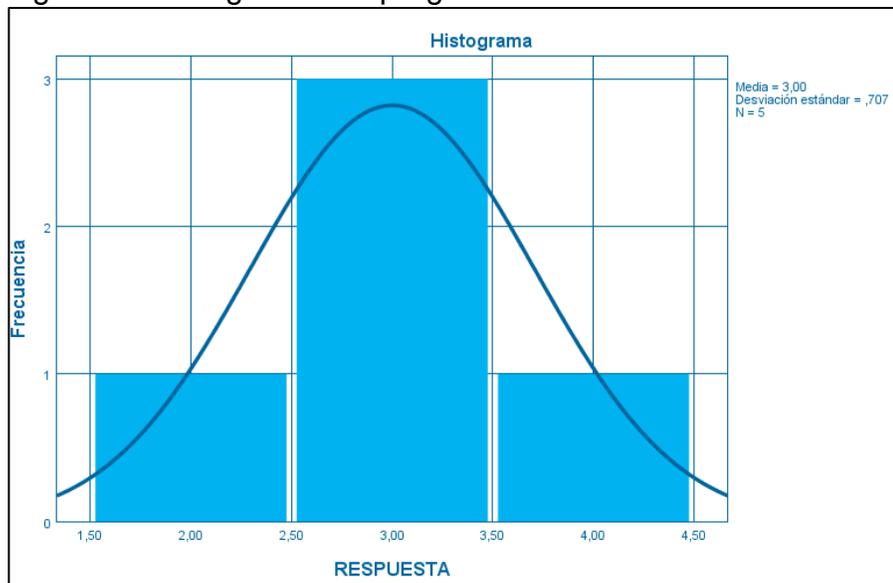
6) ¿Qué factores considera que influyen en la deserción de adultos durante su etapa de aprendizaje?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,0000
Error estándar de la media		,31623
Mediana		3,0000
Moda		3,00
Desv. Desviación		,70711
Varianza		,500
Asimetría		,000
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		2,000
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		2,00
Mínimo		2,00
Máximo		4,00
Suma		15,00

Figura 28. Categorización pregunta 6



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 3, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligenció la encuesta, la opción más seleccionada es no entender el tema.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

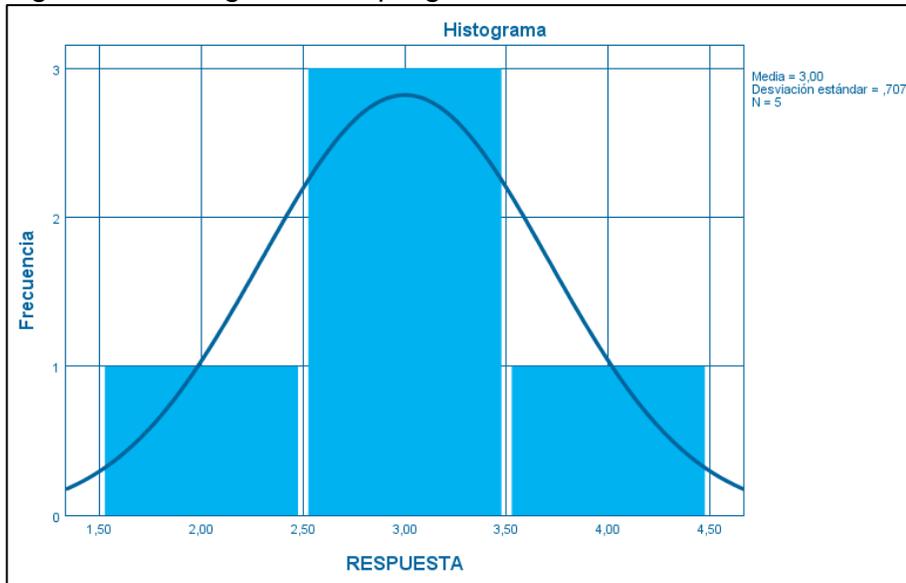
7) ¿Cuáles de las siguientes fuentes financieras, que brinda el estado colombiano a entidades o personas que fomentan el emprendimiento conoce usted?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,0000
Error estándar de la media		,31623
Mediana		3,0000
Moda		3,00
Desv. Desviación		,70711
Varianza		,500
Asimetría		,000
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		2,000
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		2,00
Mínimo		2,00
Máximo		4,00
Suma		15,00

Figura 29. Categorización pregunta 7



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 3, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligenció la encuesta, la opción más seleccionada es Fondo emprender Sena.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

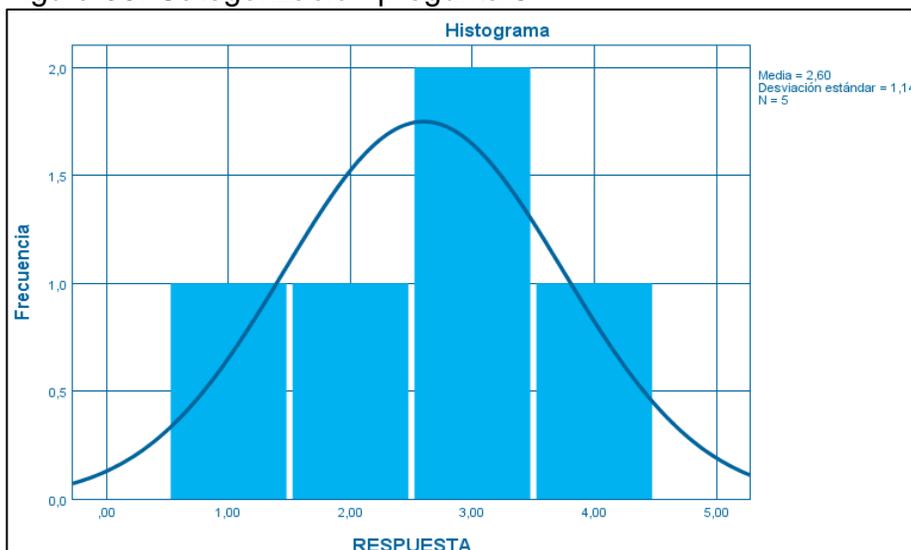
8) ¿Qué método de enseñanza recomienda emplear para incentivar el aprendizaje en adultos?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		2,6000
Error estándar de la media		,50990
Mediana		3,0000
Moda		3,00
Desv. Desviación		1,14018
Varianza		1,300
Asimetría		-,405
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		-,178
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		3,00
Mínimo		1,00
Máximo		4,00
Suma		13,00

Figura 30. Categorización pregunta 8



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 3, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es teoría y actividades didácticas.

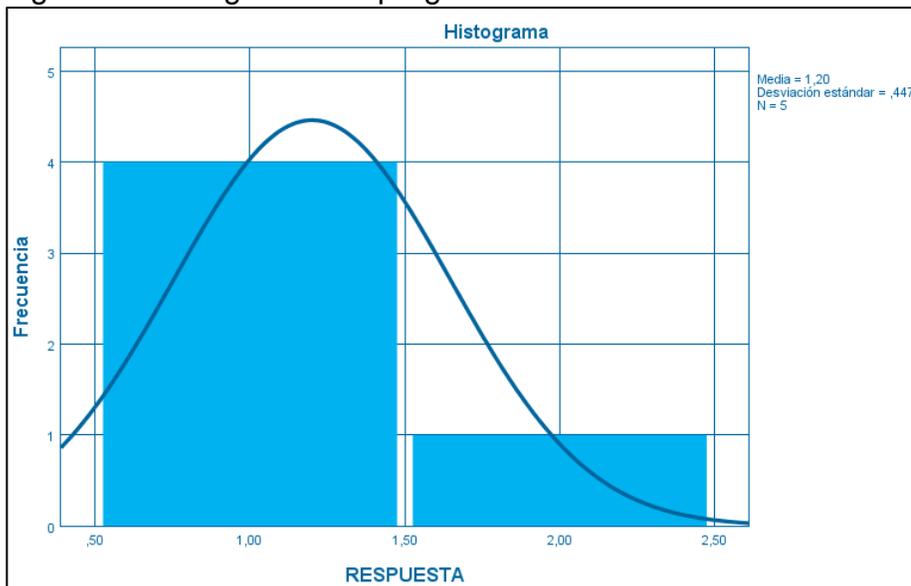
Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

9) ¿Qué método de enseñanza considera el más apropiado para aprender emprendimiento?

Estadísticos

RESPUESTA		
N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		1,2000
Error estándar de la media		,20000
Mediana		1,0000
Moda		1,00
Desv. Desviación		,44721
Varianza		,200
Asimetría		2,236
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		5,000
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		1,00
Mínimo		1,00
Máximo		2,00
Suma		6,00

Figura 31. Categorización pregunta 9



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 1, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es técnicas didácticas.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

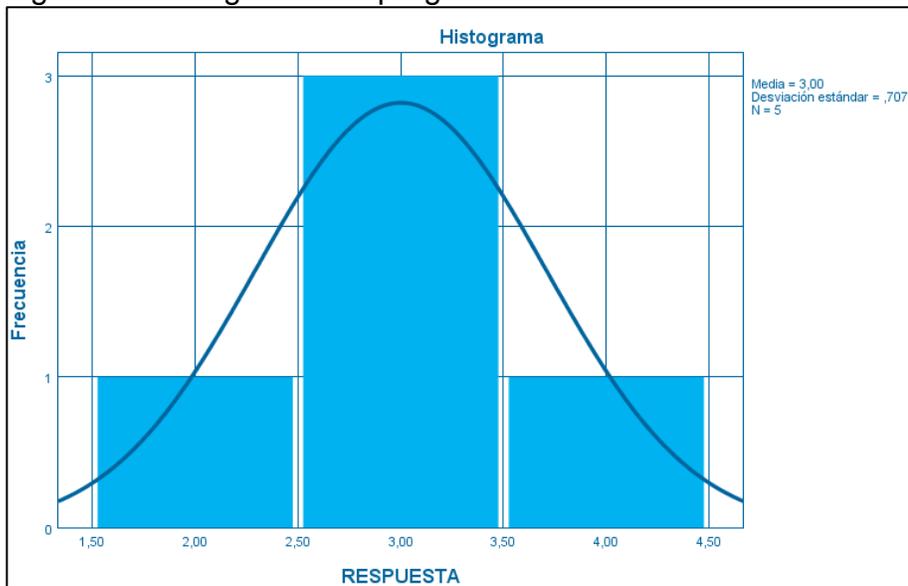
10) ¿Por qué considera importante la evaluación?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,0000
Error estándar de la media		,31623
Mediana		3,0000
Moda		3,00
Desv. Desviación		,70711
Varianza		,500
Asimetría		,000
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		2,000
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		2,00
Mínimo		2,00
Máximo		4,00
Suma		15,00

Figura 32. Categorización pregunta 10



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 3, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es permite considerar el grado de aprendizaje.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

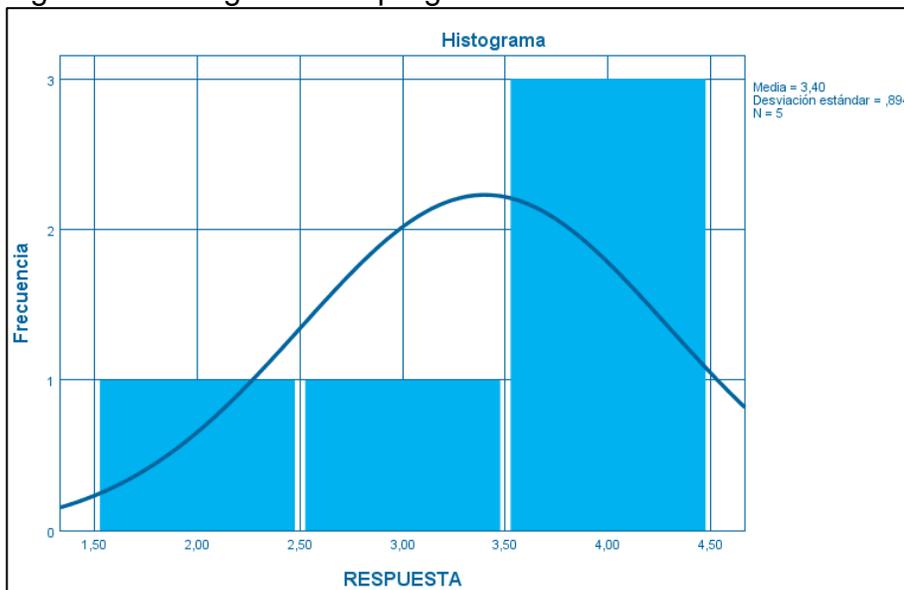
11) ¿Qué lo motiva a ser emprendedor?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,4000
Error estándar de la media		,40000
Mediana		4,0000
Moda		4,00
Desv. Desviación		,89443
Varianza		,800
Asimetría		-1,258
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		,312
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		2,00
Mínimo		2,00
Máximo		4,00
Suma		17,00

Figura 33. Categorización pregunta 11



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 4, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es par ayudar a la comunidad o familia.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.

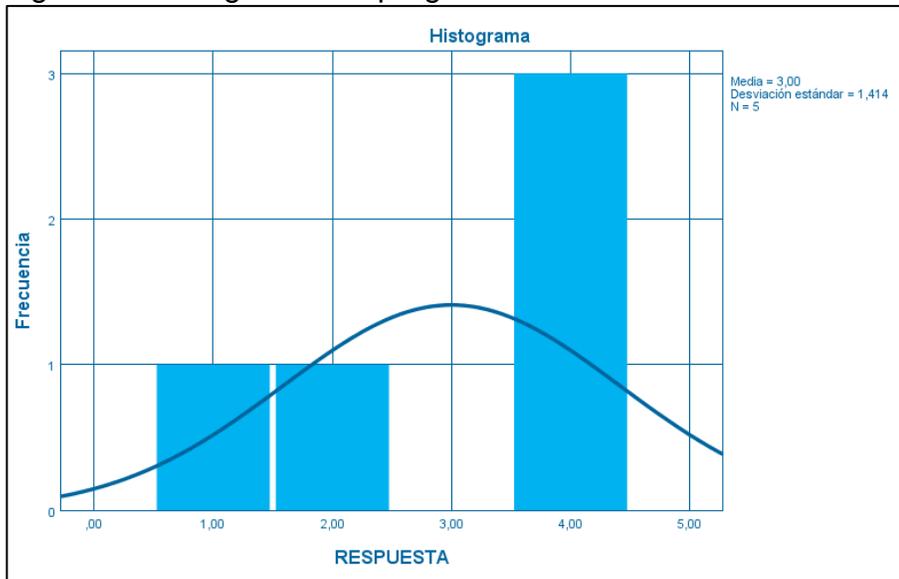
12) ¿Cuál considera el mayor obstáculo para un emprendedor?

Estadísticos

RESPUESTA

N	Válido	5
	Perdidos	0
Media		3,0000
Error estándar de la media		,63246
Mediana		4,0000
Moda		4,00
Desv. Desviación		1,41421
Varianza		2,000
Asimetría		-,884
Error estándar de asimetría		,913
Curtosis		-1,750
Error estándar de curtosis		2,000
Rango		3,00
Mínimo		1,00
Máximo		4,00
Suma		15,00

Figura 34. Categorización pregunta 12



Fuente. El Autor

Análisis: Se identifica por medio de los estadísticos encontrados que la moda es de un valor de 4, lo cual nos da a entender que para toda la población que diligencio la encuesta, la opción más seleccionada es falta de acompañamiento.

Se observa que la curtosis tiene un valor de 2,664, lo cual es menor que la media dándonos como resultado que la mayoría de los datos se encuentran a la derecha de la media.