

**PROPUESTA DE UN PORTAFOLIO DE APRENDIZAJE PARA LA FORMACIÓN Y
ACOMPañAMIENTO DE ESTUDIANTES EN INNOVACIÓN, DISEÑO Y
EMPREDIMIENTO COMO FUENTE PRINCIPAL DE DESARROLLO PARA LA
CREACIÓN DE EMPRESA Y PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD EN EL
MERCADO LOCAL.**

ERIKA ANDREA CORREDOR CASTELLANOS

**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA
FACULTAD DE CIECIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PEREIRA-RISARALDA**

2018

**PROPUESTA DE UN PORTAFOLIO DE APRENDIZAJE PARA LA FORMACIÓN Y
ACOMPañAMIENTO DE ESTUDIANTES EN INNOVACIÓN, DISEÑO Y
EMPREDIMIENTO COMO FUENTE PRINCIPAL DE DESARROLLO PARA LA
CREACIÓN DE EMPRESA Y PARA ALCANZAR LA COMPETITIVIDAD EN EL
MERCADO LOCAL.**

ERIKA ANDREA CORREDOR CASTELLANOS

**ANTEPROYECTO PRESENTADO COMO OPCIÓN DE GRADO PARA OPTAR EL
TITULO DE ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA
FACULTAD DE CIECIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PEREIRA-RISARALDA**

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO.....	5
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
DISEÑO METODOLÓGICO	13
FICHATÈCNICA.....	15
LIMITANTES / LIMITACIONES.....	17
1 CAPÍTULO 1. PROPUESTA DE RESIGNIFICACIÓN PARA IMPLEMENTAR EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO EN UN COLEGIO PÚBLICO DE PEREIRA; CASO PILOTO INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDADELA CUBA.....	18
1.1 CONTEXTO ORGANIZACIONAL.....	18
1.1.1 HORIZONTE ORGANIZACIONAL.....	18
1.1.1.1 HISTORIA.....	18
1.1.1.2 MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS.....	29
1.1.1.3 MALLA CURRICULAR	30
1.2 ESTADO ACTUAL: ÁREA EMPRENDIMIENTO.....	31
1.3 TRABAJO DE CAMPO.....	32
1.3.1 TABULACIÓN Y ANÁLISIS ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES.....	32
1.3.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS ENTREVISTA ESTRUCTURADA APLICADA A DOCENTES Y EXPERTOS.....	58
1.4 DOFA ÁREA DE EMPRENDIMIENTO I.E. CIUDADELA CUBA.....	66
2 CAPÍTULO 2. COMPETENCIAS REQUERIDAS POR UN EMPRENDEDOR QUE SE ARTICULEN A LA FORMACIÓN Y POSIBILITEN LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y/O INGRESO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR.	68
2.1 REFERENTES:.....	68
2.1.1 EL EMPRENDIMIENTO COMO ÁREA OBLIGATORIA SEGÚN LA LEY 1014.....	68

2.1.2	GUÍA 39 DEL MEN	73
2.1.3	EL SENA Y EL FONDO EMPRENDER COMO APOYO AL EMPRENDIMIENTO.	77
2.1.4	REFERENTES DE ARTICULACIÓN: LEY 749 DE 2002.....	80
2.1.5	REFERENTES TEÓRICOS.....	81
2.2	ESTADO DEL ARTE RESPECTO A EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS DE EMPRENDIMIENTO.....	83
3	CAPÍTULO 3. MODELO GUÍA O DISEÑO QUE PERMITA MOTIVAR EL EMPRENDIMIENTO COMO PROYECTO DE VIDA PERMANENTE DE LOS(A) ESTUDIANTES.....	90
3.1	PROPUESTA DE GUÍA PARA EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO, CASO PILO I.E. CIUDADELA CUBA 90	
3.2	PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS Y DISEÑO CURRICULAR PARA IMPLEMENTAR EL PLAN DE ESTUDIOS DEL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO.	93
3.3	PROPUESTA DE CONTENIDO DE LA GUÍA	95
3.4	PROPUESTA DE DISEÑO Y TALLERES DE LA GUÍA.....	164
3.5	PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS DE LA GUÍA.	195
4	CONCLUSIONES.....	197
5	RECOMENDACIONES.....	199
6	ANEXOS.....	199
7	LISTA DE REFERENCIAS.....	217

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de investigación titulado propuesta de un portafolio de aprendizaje para la formación y acompañamiento de estudiantes en innovación, diseño y emprendimiento como fuente principal de desarrollo para la creación de empresa y para alcanzar la competitividad en el mercado local, pretende crear un portafolio o plan de estudio en el que determine en los estudiantes del colegio CIUDADELA CUBA (caso piloto) aprendan y apliquen los conocimientos básicos del emprendimiento para la cual es creado este proyecto que va dirigido a una población exigente y cambiante por las nuevas tecnologías.

Esta propuesta de investigación tiene como propósito crear una ruta aplicable y viable en el fomento de la cultura de emprendimiento llevando hacia a los estudiantes a encontrar y a desarrollar un perfil personal, profesional y empresarial de si mismo frente al mercado. desarrollando sus habilidades, llevando a los extremos sus capacidades y a pensar en grande sobre sus diseños, aplicando sus ideas innovadoras, llevando a cabo así la creación y aplicación de una buena idea de negocio, todo esto con el acompañamiento directo de los tutores ya capacitados e instruidos para la buena formación.

Para ello se presenta una propuesta de creación de portafolio de aprendizaje para la formación y acompañamiento de estudiantes en innovación, diseño y emprendimiento, la cual pretende que el estudiante además de fortalecer una idea de emprendimiento, este en la capacidad de efectuar y llevar a una realidad esta idea de negocio, la cual será competente en el mercado exigente, aplicando así todo el conocimiento adquirido y las competencias del mismo, pueda articularse y acompañarse desde la Universidad Libre de Pereira

La educación requiere de propiciar y potenciar en los estudiantes competencias que conlleven al desarrollo de la creatividad, la innovación y el diseño de productos, servicios y empresas que

contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas. En este sentido la responsabilidad social de la Educación (como derecho fundamental) está directamente ligada a la formación desde sus primeros años como seres creativos e innovadores.

Por lo anteriormente mencionado se requiere de identificar las competencias requeridas para generar una cultura de emprendimiento:

La cultura es entendida como un 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. (Ley 1014 de 2006, art. 1°).

Por último con el presente trabajo se creara una propuesta modelo de un portafolio de aprendizaje para la formación y acompañamiento de estudiantes en innovación, diseño y emprendimiento, donde se descubrirá cada perfil profesional utilizando herramientas tales como el portafolio de aprendizaje propuesto en este proyecto y apoyado en la ley 1014 de 2006, como también la guía 39 del MEN, entre otros, con el fin de encontrar cada perfil profesional y comenzar una orientación personalizada de tal manera que el estudiante no sienta temor a emprender sino más bien una oportunidad de crear su propio negocio y en lo que realmente es idóneo o le apasiona, de allí viene la importancia de conocer el perfil profesional de cada estudiante.

Para esto se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Resaltar logros obtenidos durante el proceso
- Desarrollar competencias y habilidades según cada perfil

En el bachiller recibimos la orientación de temas relacionados al emprendimiento y en ocasiones se realizan de manera práctica, pero no existe la manera de identificar en que área específica estoy en la capacidad de emprender, notando una ausencia en acompañamiento personalizado.

Teniendo en cuenta que cada persona tiene características únicas es importante resaltar la importancia de identificar los patrones que permiten agrupar los estudiantes según características comunes.

El cual incluye capacitación de maestros del área de emprendimiento, aplicación de herramientas virtuales, literarios y modelos prácticos para la enseñanza.

Como también espacios de tiempo entre las demás asignaturas, instalaciones educativas las cuales se apeguen a la formación de nuevos emprendedores, brindando apoyo para estos jóvenes y creando proyectos de vida para su futuro.

La aplicación de este proyecto se realizara en un colegio piloto, el cual capacitara a sus docentes para desarrollar este proyecto de manera efectiva.

La idea de formar y asesorar en emprendimiento que se funda en la formación y capacitación de los estudiantes, surge como iniciativa de solucionar la falta de apoyo para colegios públicos al encontrar que los estudiantes, se ven sin motivación alguna para crear su propia empresa, además ser emprendedores y desarrollar sus habilidades innatas.

Basándose en lo anterior se denota la importancia de crear un portafolio de aprendizaje para solucionar esta problemática que se está presentando desde la formación bachiller, donde se pretende que los estudiantes a través de la ruta de formación logren identificar sus capacidades

innatas y desarrollarlas en un grado considerable, logrando crecer y aportar al crecimiento sostenible del país en la creación de empleo con la productividad y competitividad, logrando así satisfacer necesidades del consumidor a través de bienes y servicios innovadores, con gran diseño y para el beneficio de la sociedad, aportando así al desarrollo y crecimiento sostenible del país con la creación de nuevos empleos.

SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO

1. Portafolio de aprendizaje para la formación y acompañamiento de estudiantes.

El portafolio de aprendizaje como herramienta principal en el proceso de formación y acompañamiento a estudiantes, he citado el concepto tomado por los autores Díaz Barriga y Hernández Rojas, el cual definen los conceptos y propósitos del portafolio de aprendizaje como “una colección de evidencias que, no solamente resumen el trabajo académico de un estudiante, sino que explicitan procesos de aprendizaje individual, describen procesos meta cognitivos individuales y procesos socio afectivos grupales, presentan juicios de evaluación acerca del desempeño integral, valoran el logro de objetivos y el desarrollo de competencias y establecen metas futuras de desarrollo personal y profesional.

Es decir no solamente consiste en incluir en el portafolio, trabajos realizados tanto grupales como individuales, si no también debe contener reflexiones de su propio aprendizaje durante la realización de tareas y actividades planificadas con anterioridad, así como una evaluación personal de su desempeño tanto en procesos de conocimiento como afectivos. (Álvarez, 2002)

2. Innovación, diseño y emprendimiento como fuente principal de desarrollo

Partiendo de la información del ingeniero Diego Rodríguez Bastáis, en la presentación SlideShare, indica que emprendimiento + diseño = innovación (creación de empresas)

Una forma relevante de crear valor es por medio de la generación de nuevo conocimiento aplicado a dar solución a una necesidad.

Para innovar, olvida el mantra de preguntarle al cliente, por lo que esta no emerge de preguntar, sino de observar. Debemos de observar las necesidades latentes de clientes y prospectos

TIPOS DE INNOVACION:

- Innovación incremental: se refiere a la creación de valor agregado sobre un producto ya existente, agregándole cierta mejora.
- Innovación radical: esta se refiere a un cambio o introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que no se conocía antes.

Innovar, crear una propuesta de valor nuevo y significativo para los diferentes actores del mercado en que operamos tanto para consumidores y clientes. Una forma relevante de crear valor es por medio de la generación de nuevo conocimiento aplicado a dar solución a una necesidad. (Rodriguez, 2008)

En la página de emprender pyme.net manifiesta que

No todo el mundo está capacitado para ser empresario; poner en marcha un proyecto exige unas características personales y profesionales específicas. Ser emprendedor significa, además, tener una motivación y contar con una situación financiera que lo permita.

Empezar un proyecto requiere un gran sacrificio para la persona que decide liderar una idea o un proyecto. Cultivar la inteligencia emocional y saber qué es ser emprendedor y en qué consiste. Cuando creas una empresa hay muchas variables que hay que tener en cuenta:

Hacer un plan de empresa, la gestión de equipos o realizar un buen plan de marketing.

(Pyme.net, 2016)

3. Creación de empresa y para alcanzar la competitividad en el mercado local.

Finanzas personales, página de la ciudad de Bogotá, informa las razones por las que en Colombia se habla tanto de emprendimiento:

El 65% de los colombianos son empresarios potenciales de acuerdo con un reporte de GEM Colombia. ¿Existe algún factor o característica particular que lleve a tener esa predisposición a crear negocios? FP le cuenta.

Global Entrepreneurship Monitor Colombia (GEM Colombia), señala en un reporte que Colombia es el país líder en pensamiento y desarrollo empresarial. Según sus estudios sobre el concepto empresarial, en Colombia la población adulta:

- El 77% tiene una percepción sociocultural positiva sobre el espíritu empresarial y los empresarios,
- El 65% son empresarios potenciales
- 55% son empresarios intencionales
- 14% son empresarios nacientes
- 10% son nuevos empresarios
- 6% de los adultos en Colombia son empresarios ya establecidos.

Los factores

Según el experto Raj Sisodia, coescritor de “Conscious capitalism” y profesor distinguido de Babson College, existen unos factores que predisponen al colombiano a ser emprendedor.

Existe una característica básica a partir de la historia del país: “Es una sociedad que tuvo problemas en el pasado relacionados con crímenes o terrorismo y eso se tradujo en una situación de falta de oportunidades económicas. Así que esto pone dos caras en una misma moneda: situación de crimen, pero contrastada con una actitud de superación”.

Esto, explica lleva a que “una persona joven que no tiene perspectivas para conseguir empleo, para crear una vida, hace del emprendimiento una forma de salida”.

Las características

Kerry Healey, presidenta de Babson College, una institución líder en el mundo sobre educación en emprendimiento, cuenta que Colombia es un país con gran potencial. Incluso, en esta universidad han pasado muchos colombianos que buscan formarse en el tema de emprendimiento a profundidad.

La experta comenta que el país tiene características particulares para desarrollar ecosistemas de emprendimiento y, más aún, los colombianos se caracterizan por actitudes que los llevan a ser emprendedores:

- Ven el “crear empresa” como algo positivo y una alternativa de vida.
- Tienen una buena actitud y predisposición ante los negocios.
- Tienen la idea de que pueden hacerlo: creen en ellos mismos para lograr las cosas.
- Inteligencia e ingenio para buscar las herramientas.

Una postura similar expresa Gustavo Alvarado, gerente de mercadeo de producto de Google Latinoamérica. La empresa tecnológica recientemente lanzó una plataforma que le permite a los emprendedores entender el ecosistema digital y adaptarlo a sus necesidades, llamado “Launchpad”.

“La principal característica es que es alguien que le gusta buscar, que no se queda ‘varado’ porque no encontró información, es de los que se rebusca las oportunidades”, destacó Alvarado.

(Healey & Alvarado, 2017)

3. Área de emprendimiento según el MEN

El Ministerio de Educación Nacional manifiesta por medio de una carta escrita por la ministra María Fernanda Campo Saavedra, aportando un concepto básico sobre la necesidad que tiene el país en el área de emprendimiento, El desarrollo de un país depende de la oportunidad que tenga cada ciudadano para aprender y del espacio que se le de para desarrollar a plenitud sus potenciales. De la satisfacción que cada quien alcance y del sentido que, a través de ese aprendizaje, le dé a su vida depende no solo su bienestar sino la prosperidad colectiva. Por esta razón el mundo entero se mueve en torno a la educación como uno de los factores clave para el progreso de las Naciones, en especial, aquellas en donde la pobreza y las brechas aún marcan una distancia de desigualdad entre sus ciudadanos.

La sociedad de hoy requiere personas formadas para ejercer una ciudadanía responsable, que les permita desarrollarse integralmente como seres humanos; que les de plena libertad para crear

y participar de manera activa y significativa en las transformaciones de su entorno y que les brinde las herramientas para desempeñarse con eficiencia en un mundo caracterizado por nuevas y más complejas exigencias en materia laboral y productiva.

Conscientes de esta realidad, el Plan Nacional de Desarrollo (Campo, 2012), señala a la educación como:

El instrumento más poderoso para reducir la pobreza y el camino más efectivo para alcanzar la prosperidad. Reconoce, a su vez, en la ciencia y la innovación un eje central para el fortalecimiento de todas las esferas, tanto en lo económico como en lo social. La intención del Gobierno es promover e implementar una cultura de innovación y emprendimiento en todas las esferas del Estado.

En esta perspectiva, desde el sector educativo, trabajamos por convertir la calidad de la educación en un propósito nacional, en el que la pertinencia y la innovación son elementos esenciales. Una educación de calidad a través de la cual se formen mejores seres humanos, ciudadanos con valores éticos, respetuosos de lo público, que ejercen los derechos humanos y conviven en paz. Una educación que genera oportunidades legítimas de progreso y prosperidad para ellos y para el país.

Una educación competitiva, que contribuye a cerrar brechas de inequidad, centrada en la institución educativa, con la participación de toda la sociedad. Y una educación pertinente, acorde con las necesidades y expectativas tanto de los estudiantes en su contexto como de los entornos sociales, productivos y familiares; con herramientas innovadoras que permitan aprovechar el conocimiento para transformar positivamente su realidad.

Nos hemos comprometido con el liderazgo de esta cultura de pertinencia, innovación y emprendimiento, impulsando a los establecimientos educativos como el motor de activación. Estamos seguros que ese es el escenario propicio para su incubación, creación y apropiación. Invito entonces a todos los establecimientos educativos a incorporar esta cultura a nivel institucional, hasta hacerla propia de su gestión y de la labor de todos los actores que integran la comunidad educativa.

Invito a los rectores y docentes a seguir trabajando, como lo han hecho hasta ahora, en el fortalecimiento de las competencias básicas y ciudadanas de todos los estudiantes, entendiendo que este es el punto de partida para identificar en los niños y jóvenes esas capacidades de emprendimiento que pueden transformar su vida.

Saben ustedes mejor que nadie que el aprendizaje es un proceso que dura toda la vida y que cada experiencia que se tenga es definitiva en el proceso de desarrollo y crecimiento personal. Saben ustedes que el liderazgo comienza allí y se hace fuerte con la incidencia que pueda tener en mejorar la sociedad de la que hacemos parte. (p.3)

OBJETIVO GENERAL

Proponer un portafolio de aprendizaje para la formación y acompañamiento de estudiantes en innovación, diseño y emprendimiento como fuente principal de desarrollo para la creación de empresa y para alcanzar la competitividad en el mercado local.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Presentar una propuesta de resignificación para implementar el área de emprendimiento en un colegio público de Pereira; caso piloto Institución Educativa Ciudadela Cuba.
- ❖ Identificar las competencias requeridas por un emprendedor que se articulen a la formación y posibiliten la creación de empresas y/o ingreso a la educación superior.
- ❖ Crear un modelo guía o diseño que permita motivar el emprendimiento como proyecto de vida permanente de los(a) estudiantes.

DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El tipo de investigación es de carácter Descriptiva: causal, porque la problemática es causada por una necesidad o un tema que ha sido cubierto parcialmente en los estudiantes y pretende aportar para apoyarlos en identificar y potencializar sus aptitudes, capacidades, destrezas y competencia; partiendo de ello para implementar su idea o proyecto de negocio, con el fin de que sean los futuros empresarios y no empleados, aportando al crecimiento y desarrollo sostenible y sustentado del país.

METODO DE INVESTIGACION

El método de investigación ejecutado es deductivo, teniendo en cuenta que el tema de emprendimiento en general ha sido bastante estudiado y se ha venido desarrollando en algunos lugares; partiendo de esto se llegará a implementarse en estudiantes de un segmento en común, para motivar, desarrollar destrezas y llegar a un propósito final que es la creación de la idea de negocio.

TIPOS DE INFORMACION

INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información que se tiene de la investigación se obtendrá a través del internet de base de datos, donde se evidencias revistas científicas con respecto al tema de emprendimiento y su desarrollo.

INFORMACION PRIMARIA

La información obtenida a través de trabajo de campo, encuestas, que evidencien más a fondo las necesidades de nuestros programas de aprendizaje empresarial y emprendimiento.

POBLACION Y MUESTRA.

POBLACION: Estudiantes de la Institución Educativa Ciudadela Cuba

MUESTRA: Grados 9 a 11 de bachillerato.

FICHATECNICA

INSTRUMENTO	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN A APLICAR	MUESTRA	JUSTIFICACIÓN	FECHA DE APLICACIÓN	ESTRATEGIA
No. 1 Encuesta	Aplicada a los(as) estudiantes de los grados 90. A 11°.	16 Grupos Diurnos: 560 Estudiantes.	Muestreo aleatorio simple	Comprender la percepción que tienen los(as) estudiantes de los últimos años de bachillerato respecto a los intereses y necesidades de formación	22/11 /2017	* Con ayuda de rectoría y docentes del área, se coordinó los grupos a visitar y los horarios respectivos, se explicó y se aplicó la encuesta a los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ciudadela Cuba
No.2 Entrevista estructurada	Aplicada a docentes y expertos	Docentes del área de Emprendimiento y expertos en el tema	Censal e intencional	Identificar desde la experiencia profesional, educativa, laboral, los intereses y las propuestas para	11/01 /2018	* Se reunieron los profesores, con ayuda del rector y se realizó la entrevista a tres docentes expertos en el tema.

				realizar una formación pertinente en emprendimiento a la comunidad educativa.		
No.3 Análisis Documental	Revisión de las normas, los documentos Institucionales, las guías del MEN y SENA	* Ley 1014 * La guía 39 del MEN *Competencias propuestas del SENA * Las cartillas Institucionales * La bibliografía existente * El plan de estudios Institucional * Los planes de estudios explorados	N/A	Contextualizar, realizar un benchmarking, reflexionar y construir una propuesta	28/08 /2017	* Se realizó investigación de las diferentes leyes, normas, guías, Planes de Estudios, Cartillas, entre otros, que apoyan el emprendimiento, utilizados como fuente principal para el desarrollo del trabajo.

Fuente: Construcción propia.

LIMITANTES / LIMITACIONES

- Limitación del tiempo y disponibilidad para la realización del trabajo de campo
- Falta de perfil docente en emprendimiento para aplicar los instrumentos construidos
- Falta de tiempo del investigador por ocupaciones laborales
- Receso en el desarrollo del trabajo por coincidir con la temporada de vacaciones
- Por ser un tema poco explorado, falta de información bibliográfica y documental.

1 CAPÍTULO 1. PROPUESTA DE RESIGNIFICACIÓN PARA IMPLEMENTAR EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO EN UN COLEGIO PÚBLICO DE PEREIRA; CASO PILOTO INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDADELA CUBA.

1.1 CONTEXTO ORGANIZACIONAL

1.1.1 HORIZONTE ORGANIZACIONAL

1.1.1.1 HISTORIA

La institución se oficializa mediante resolución 966 de diciembre 31 de 2001 de la Secretaria de Educación Departamental, a cargo del doctor FRANCISCO ALBERTO FRANCO GARCES, autoriza la oficialización de la jornada de la tarde y nocturna, concede licencia de funcionamiento al Institución Educativa “Ciudadela Cuba”, ubicada en la calle 71 carrera 28 esquina, barrio Los Cristales de Cuba, para prestar el servicio educativo en los niveles de preescolar, básica (Grados 1° a 9°) y media académica (grados 10° y 11°) de carácter mixto, calendario A, adscrito al núcleo N° 12.

Para la administración del plantel fue nombrado como rector CARLOS ARTURO LOPEZ BETANCUR, como coordinadores GILBERTO DE JESÚS ECHEVERRI CANO y ALFONSO DE JESÚS MAGMUD JIMÉNEZ, al pasar GILBERTO DE JESÚS ECHEVERRI CANO a la jornada Nocturna, trasladan en el mes de abril como coordinador a LUIS EDUARDO MONTOYA AYALA.

La planta física era ocupada en calidad de comodato por ASPRODESOP, denominado INSTITUCIÓN EDUCATIVA SUR OCCIDENTE, institución de carácter privado, La

población estudiantil llega de las instituciones que dejaban de ser Institución Educativa s básicos (HANS DREWS ARANGO, BYRON GAVIRIA) y los alumnos que pertenecían al Institución Educativa Sur Occidente. En su generalidad todos habitantes de la ciudadela Cuba.

En la jornada diurna se conformaron 32 grupos, así: Cuatro (4) sextos en la mañana, siete (7) séptimos, Ocho (8) octavos, seis (6) novenos, cuatro (4) décimos y tres (3) undécimos en la jornada de la tarde, aproximadamente 1.388

Alumnos. Se inicia l proceso escolar con 48 docentes en su mayoría docentes de instituciones nocturnas que desaparecieron.

Como personales administrativos iniciaron GLORIA AYDEE RESTREPO ESPINOSA, OSCAR CUELLAR y DABEIBA GONZALEZ.

El proceso de planeación y matrícula se realizó desde el 6 hasta el 19 de febrero de 2002. Se iniciaron clases el día 20 de febrero en medio de muchas dificultades, entre ellas: Las aulas no tenían la dotación suficiente de mobiliario, no existían salas de informática, restricción en el uso de la biblioteca escolar, las unidades sanitarias en regla estado, se carecía de personal adecuado para servicios generales, la mayoría de docentes eran de las áreas de sociales y lengua castellana, faltaban docentes, se carecía de recursos para una adecuada prestación del servicio educativo, un número significativo de alumnos presentaba grandes dificultades comporta mentales, al igual que grandes desfases académicos, no hubo un adecuado acompañamiento de las autoridades educativas.

Hubo gran dificultad para realizar un plan de estudios adecuado, debido al diagnóstico dado por los docentes, por tal motivo fue necesario nivelar académicamente, realizar actividades complementarias a un gran número de alumnos, dificultándose aún más el proceso escolar. Se inició el trabajo de proyectos pedagógicos, entre ellos: educación para la sexualidad, educación

para la democracia, ética y valores humanos, educación ambiental, escuela de padres, prevención y atención de desastres, uso adecuado del tiempo libre. La institución participa con comparsas de las fiestas aniversarias de Pereira.

La expedición del decreto 230 generó dificultades para su aplicación, el sistema de notas no satisfizo las necesidades requeridas. Gracias al compromiso asumido por

Los docentes en la vigilancia del año 2002 se pudieron llevar a buen término las actividades de finalización programadas. En octubre 30 por decreto 2382, se fusiona la Institución Educativa Oficial Ciudadela Cuba, con el Centro Docente Naranjito, constituyéndose técnica, administrativa y financieramente en la Institución Educativa Ciudadela Cuba, en el momento de la fusión se encontraba como director ELMER CIFUENTES, quien renunció por no estar de acuerdo con lo ocurrido, en su reemplazo fue nombrado como Coordinador al señor CARLOS ARTURO PULGARIN MEJIA, se atendían 18 grupos desde grado cero hasta quinto de primaria, 6 administrativos y alrededor de 800 estudiantes se laboraba en la Escuela Vieja, mientras se terminaba la nueva construcción.

En el año 2002 se graduaron 118 estudiantes.

En el año 2003 la Institución Educativa SUROCCIDENTE se traslada a otro local, nuestra institución asume toda la planta física, realizándose ajustes significativos, se habilitaron dos salas para informática, se organizó el salón de preescolar, se acondicionaron espacios administrativos, se estableció la jornada de la mañana creándose tres preescolares, dos primeros, dos segundos, dos terceros, dos cuartos, dos quintos, dieciséis sextos, un octavo y un noveno; conllevando esto a la necesidad de solicitar nuevos docentes algunos de ellos del área de sociales fueron asignados a primaria por solicitud de la secretaria de Educación Municipal, para las coordinaciones fueron asignados por descarga los docentes DIEGO CUARTAS y HUMBERTO LOAIZA. En la

jornada de la tarde se crearon cuatro séptimos, seis octavos, siete novenos, seis decimos y tres undécimos, en el mes de abril se entregó la nueva construcción de la Sede de Naranjito, con 18 aulas de

Clase donde se distribuyeron los grupos de primaria, los grados cero continuaron trabajando en la construcción vieja.

La aplicación del decreto 1850 conllevó a asignar cargas académicas de 22 horas efectivas de 60 minutos, esto ocasionó un ajuste en la planta de cargos quedando 36 docentes en la mañana y 37 en la tarde.

En el año 2003 se inicia un proceso de integración de los procesos académicos de las jornadas diurnas, incluyendo Naranjito.

Para este año la secretaria de Educación Municipal establece el acuerdo con la Universidad Tecnológica de Pereira, la Academia Local Cisco, para la cual se capacitan ocho docentes de la institución, siendo favorecidos los siguientes: LIBARDO ANTONIO OROZCO BEDOYA, PEDRO ARDILA ZAMBRANO, LUIS ALFONSO NARVÁEZ CARTAGENA, HERNANDO FLOREZ RAMÍREZ en CCNA y JAIME RIVERA, GLADIS MOSQUERA, WILLIAM BETANCUT CARDENAS Y RUBEN DARIO HERNÁNDEZ RAMÍREZ en SPONSOR RED.

En el 2003 se graduaron 132 estudiantes.

Para el año 2004, se inicia el periodo escolar con crisis debido al anuncio del cambio de rector, generándose algunas pequeñas dificultades. Se trasladaron algunos grupos séptimos a la tarde, presentándose dificultades por la poca colaboración de los padres de familia y acudientes que libremente reubicaron sus hijos en otras instituciones, con el fin de establecer todos los grados y niveles en la jornada de la mañana se distribuyeron los grupos así: tres preescolares, dos grupos por cada nivel de primaria, cuatro sextos, seis séptimos, dos octavos, dos

Novenos, un décimo y un once. La jornada de la tarde queda con tres sextos, cuatro séptimo, dos octavos, seis noveno, seis décimos y cinco undécimos.

En marzo 2, es presentado por el director de núcleo, CARLOS ARTURO HENAO, como nuevo rector el señor FRANCISCO JAVIER SALAZAR MARQUEZ, en su administración se han realizado diferentes procesos, entre ellos: adecuación de

Las aulas de clase, mantenimiento de la planta física y enseres (mobiliario), adecuación del aula máxima y la unificación de los planes de estudio de todas las jornadas y programas.

Se inicia la aplicación del Proyecto CISCO, siendo seleccionados dos grupos de 38 alumnos, uno en cada jornada, se realizaron los ajustes pertinentes a la intensidad horaria.

Por renuncia del docente JAVIER OSPINA, quien ejercía como coordinador encargado de la jornada de la noche, se traslada al coordinador ALFONSO MAGMUD para la jornada de la noche y en su reemplazo se nombra como coordinador encargado al docente BLADIMIR CANO PEÑARANDA de la jornada de la tarde.

A finales de 2004 renuncia el señor HUMBERTO LOAIZA como coordinador y docente.

En el año 2004 se graduaron 176 estudiantes.

Para el año 2005, se inició con normalidad, es nombrado como coordinador encargado al señor SILVIO RESTREPO MARIN en reemplazo de HUMBERTO LOAIZA, por petición de la Secretaría de Educación fue necesario liberar dos plazas docentes, los profesores RICARDO SÁNCHEZ y JOSE FERNANDO ORMAZA, la decisión es tomada de acuerdo al perfil profesional de los docentes.

En la jornada de la mañana se dio apertura a los mismos grados de preescolar y de primaria, dos grados sextos, cuatro séptimos, cinco octavos, dos novenos, dos décimo y un once. En la

jornada de la tarde cinco sextos, tres séptimos, cuatro octavos, dos novenos, seis décimos y seis undécimos.

El Consejo Académico, con la ratificación del Consejo Directivo, aprueban la aplicación de una encuesta socioeconómica y de consulta para la definición de la educación media de la institución, la encuesta se aplica a los alumnos y acudientes de los grados octavos y novenos de todas las jornadas. Esta se realiza en el mes de marzo de 2005.

Para el segundo semestre del año 2005 es nombrado como coordinador el señor LUIS ALBERTO ARTEAGA CASAS, en reemplazo de BLADIMIR CANO PEÑARANDA.

Se graduaron un total de 197 estudiantes en la jornada diurna.

Se inicia el año lectivo 2006, el día 18 de enero, asistiendo todos los coordinadores y el rector.

Los docentes inician labores el día 23 de enero como estaba programado en el decreto 622 de diciembre 5 de 2005 (calendario escolar). Se inician clases el día 6 de febrero, conformándose lo siguientes grupos:

Mañana: 3 preescolares, 2 primeros, 2 segundos, 2 terceros, 2 cuartos, 2 quintos, 2 sextos, 2 séptimos, 3 octavos, 4 novenos, 3 décimos, 2 undécimos.

Tarde: 6 sextos, 5 séptimos, 4 octavos, 4 novenos, 3 décimos, 4 undécimos.

En mayo es nombrado como coordinador en propiedad el señor ORLANDO BUENO NEIRA quien reemplaza a SILVIO RESTREPO.

Durante este año son condecorados por la Secretaría de educación Municipal, como mejor rector del núcleo No. 8: Francisco Javier Salazar Márquez, Como mejor docente Gonzalo Cifuentes Urrego y Mejor secretaria Luz Marina Henao Ospina

Para el año 2007, se inicia el calendario académico de acuerdo a lo establecido en el decreto No. 695 de Octubre 31 de 2006 que establece el calendario académico escolar para el 2007. Con los siguientes grupos:

Mañana: 3 preescolares, 2 primeros, 2 segundos, 2 terceros, 2 cuartos, 2 quintos, 2 sextos, 2 séptimos, 2 octavos, 3 novenos, 4 décimos, 3 undécimos.

Tarde: 6 sextos, 5 séptimos, 5 octavos, 4 novenos, 4 décimos, 2 undécimos.

Para el año 2008, se inicia el calendario académico de acuerdo a lo establecido en el decreto de 2007 que establece el calendario académico escolar para el 2008. Con los siguientes grupos:

Mañana: 3 preescolares, 2 primeros, 2 segundos, 2 terceros, 2 cuartos, 2 quintos, 4 sextos, 2 séptimos, 2 octavos, 2 novenos, 3 décimos, 3 undécimos.

Tarde: 6 sextos, 4 séptimos, 4 octavos, 4 novenos, 4 décimos, 4 undécimos.

Para el año 2009, se inicia el calendario académico de acuerdo a lo establecido en el decreto de 2008 que establece el calendario académico escolar para el 2009. Con los siguientes grupos:

Mañana: 3 preescolares, 2 primeros, 2 segundos, 2 terceros, 2 cuartos, 2 quintos, 4 sextos, 3 séptimos, 2 octavos, 2 novenos, 2 décimos, 3 undécimos.

Tarde: 5 sextos, 4 séptimos, 4 octavos, 4 novenos, 6 décimos, 3 undécimos.

Para el año 2010, durante este año son condecorados por la Secretaría de Educación Municipal, como mejores docentes a Diana Romero, Gonzalo García y John Alonso García y como coordinador Luis Alberto Arteaga Casas.

Igualmente por proceso de convocatoria y proceso de meritocracia son traslados docentes a otras Instituciones así: Como coordinadora para la I.E. el Dorado la Profesora de Matemáticas de la Jornada de la Mañana Claudia Patricia de los Ríos, como coordinador de la I.E. Gonzalo Mejía al profesor de matemáticas Jairo Rodas Estrada y como rector de la I. E. Luis Carlos González

Mejía al Coordinador académico de la jornada de la Tarde Luis Alberto Arteaga Casas.

Igualmente llegan a ocupar el cargo de docentes las siguientes personas: María Elena Gutiérrez Betancur, en el área de Humanidades lengua extranjera, María Liliana Taborda Ortégón, en el área de Ciencias Sociales y José Wesler Sanabria Díaz para el área de Ciencias Sociales, quienes reemplazan a docentes que se encontraban con contrato temporal Diana Lagarejo, José Gregorio Molina Guzmán y José Nilson Campaña, respectivamente.

Para el año 2010, se inicia el calendario académico de acuerdo a lo establecido en el decreto No. 894 de 11 de Noviembre de 2009 que establece el calendario académico escolar para el 2010. Con los siguientes grupos:

Mañana: 3 preescolares, 2 primeros, 2 segundos, 2 terceros, 2 cuartos, 2 quintos, 3 sextos, 4 séptimos, 3 octavos, 2 novenos, 2 décimos, 2 undécimos, 1 Grado de Aceleración del aprendizaje

Tarde: 4 sextos, 5 séptimos, 4 octavos, 4 novenos, 4 décimos, 5 undécimos. 1 grupo de aceleración del aprendizaje

JORNADA NOCTURNA

El programa nocturno surge como solución a la problemática de la educación de adultos, pues en el sector se había ocupado la oferta educativa y no encontraban cupos, por esta razón se le solicita autorización a la Secretaria de Educación para la administración de esta jornada del desplazamiento del Coordinador GILBERTO DE JESÚS ECHEVERRI CANO y el nombramiento de un docente con descarga académica, el señor JAVIER OSPINA VELÁSQUEZ, fue nombrado como coordinador por encargo. Así fue como en marzo 4 de 2002, se iniciaron clases recogiendo los programas de adultos que funcionaban en los Institución Educativa s Alfonso Jaramillo, Jesús María Ormaza, Alternativa Pedagógica. Con 17 grupos, 667 estudiantes matriculados y 45 profesores asignados por la modalidad de horas extras, en este

primer semestre se dio cumplimiento a todas las actividades requeridas en el calendario racional y en el calendario institucional, se eligió por parte de los estudiantes el primer personero JUAN GUILLERMO RODRÍGUEZ LOAIZA del ciclo 6C; se realizó el primer acto de graduación en julio 13 con 175

Estudiantes, se escogió como mejor bachiller al estudiantes CARLOS FELIPE VALLEJO CIFUENTES.

El segundo semestre inició labores en julio 22, como hecho fundamental hay que resaltar que por presión de la comunidad de los 2500 lotes se desplazó al coordinador JAVIER OSPINA para que atendiera algunos grupos en las instalaciones de la Institución Educativa BAYRON GAVIRIA. Esta desmembración produjo dificultades adicionales pues se hacía difícil manejar todas las situaciones por parte de un solo coordinador. Se realizó el segundo acto de graduación con 161 estudiantes, se escogió como mejor bachiller el estudiantes LUZ JAMMETH LOTERO PELAEZ.

Para el año 2003, se decidió reagrupar el programa, viendo que no era necesario ni funcional mantener los grupos del Barón Gaviria, entonces se abrieron matriculas en la sede principal, se tomó la decisión en el Consejo Académico y aprobado por el Consejo Directivo de analizar los ciclos 3,4,5 y 6 y crear los ciclos de primaria 1 y 2. Atendiendo a decretos de salarios en lo que tiene que ver con horas extras se formaron cuatro períodos de 55 minutos en lugar de cinco períodos.

Viendo las dificultades en lecto-escritura se decidió incluir en el horario de clases la hora de lecto-escritura obligatoria en biblioteca para todos los grupos, incluir la clase de sistemas desde el ciclo 1 y la cátedra de inglés desde el ciclo 2, darla mayor intensidad horaria a las asignaturas de castellano y matemáticas (5 horas) en los ciclos 1 y 2. Se dio cumplimiento al calendario

académico y al cronograma institucional, se eligió como personero de los estudiantes a FERNANDO TORRES BAENA, realizó el tercer acto de graduación con 77 estudiantes, se escogió como mejor bachiller a ANGELA ROSA GONZALEZ MORALES.

Para el año 2004, se iniciaron labores académicas el 2 de febrero, con 17 grupos y 38 profesores, en marzo 9 se hizo la presentación en comunidad del nuevo rector

Especialista FRANCISCO JAVIER SALAZAR MARQUEZ, quien reemplazo al rector CARLOS ARTURO LOPEZ BETANCUR. Se eligió al personero de los estudiantes CARLOS ALBERTO SANTA PARRA; en julio 26 se reiniciaron labores después de vacaciones de mitad de año con la novedad de suprimir un ciclo 3 y un ciclo 5 y fusionarlos por la alta deserción de estos grupos. El 9 de septiembre inició labores como coordinador ALFONSO DE JESÚS MAGMUD en reemplazo del coordinador JAVIER OSPINA VELÁSQUEZ, quien renunció. Se realizó el cuarto acto de graduación con 91 estudiantes. Se escogió como mejor bachiller a ALCIBÍADES MARIN SERNA.

PROGRAMA SABATINO

El programa sabatino nace en el año 2002 en la Institución Educativa Oficial San Fernando, con la dirección del licenciado NORBERTO VALENCIA, en el año 2003 se traslada de sede al Institución Educativa Ciudadela Cuba con la dirección del licenciado CARLOS ARTURO LOPEZ BETANCUR, la coordinación académica del licenciado NORBERTO VALENCIA y la coordinación de convivencia de MARIO MARIN MARTINEZ, se contaba con una población de 500 estudiantes aproximadamente, para el segundo semestre se cuenta con el cambio de coordinador académico y asume el licenciado PEDRO ARDILA, quien por motivos de estudio se retira a los dos meses y asume el licenciado JAIRO TOR FIGUEROA.

En el año 2004, asume la rectoría el licenciado FRANCISCO JAVIER SALAZAR MARQUEZ, quien brindó la oportunidad de organizar un gobierno escolar único para la institución con la participación de docentes y estudiantes del programa sabatino para tomar las decisiones necesarias y así propiciar la democracia de un

Programa que se encontraba casi olvidado. En la actualidad se cuenta con una población de 670 estudiantes aproximadamente y 38 docentes por horas extras.

El sistema tutorial responde a una concepción de educación individualizada, esto es: Se atienden las características del alumno pero se actúa dentro del un sistema de educación colectiva.

1.1.1.2 MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS

❖ MISION: La institución educativa ciudadela cuba ofrece educación formal en los niveles de Preescolar, Básica Primaria, Secundaria y media, en los programas académicos de jornada diurna, nocturna y sabatina

❖ VISION: La institución educativa ciudadela cuba, continuará consolidándose como la mejor de la región, ofreciendo una formación integral con fortalezas en sistemas de información, inglés y francés; que desarrolle en sus egresados competencias para ingresar a la educación superior o al mercado laboral, como respuesta a las necesidades de un mundo globalizado.

❖ PRINCIPIOS: Los principios que rigen nuestro proceso educativo parten de una visión integral y universal de la realidad y del ser humano y tiene como finalidad la búsqueda de la calidad de vida, el desarrollo de una acción pedagógica que forme seres humanos dignos con los conocimientos que les permitan llegar a tener niveles de vida justos.

Así mismo reconocemos en la conciencia humana la posibilidad de determinar el SER y el EXISTIR de la cosas y de sí mismo de una manera amplia e integral, a través del trabajo, del lenguaje, de los diferentes niveles de conocimiento y del desarrollo de los valores.

1.1.1.3 MALLA CURRICULAR

Tabla 1

EDUCACION MEDIA.

AREA	INTENSIDAD HORARIA SEMANAL
MATEMATICA	4
ESPAÑOL	4
INGLES	4
FISICA	3
QUIMICA	3
TECNOLOGIA E INFORMATICA	2
EMPRENDIMIENTO	1
EDUCACION FISICA RECREACION Y DEPORTES	2
EDUCACION ARTISTICA	2
ETICA	1
RELIGION	1
FILOSOFIA	2
CIENCIAS ECONOMICAS Y POLITICAS	1
TOTAL HORAS	30

1.2 ESTADO ACTUAL: ÁREA EMPRENDIMIENTO

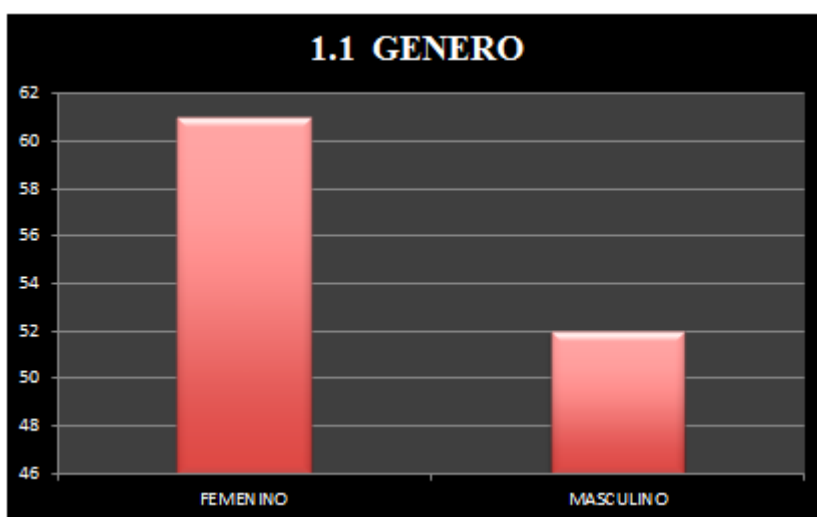
Hasta el año 2016 el emprendimiento fue tomado como un proyecto pedagógico transversal e integrador del área de tecnología e informática, e inclusive fue un tema debatido en comité de gestión directiva, en consejo académico y en concejo directivo.

Con base en lo establecido en la ley 1014 y en recomendación de visita de supervisión de educación realizada en el año 2014, el comité de gestión directiva inicia la reflexión y debate a ser llevado en el concejo académico EN pleno donde después de ponencias y debates durante un semestre se inicia la construcción y resignificación de la malla curricular y se decide en el concejo directivo la implementación del área de emprendimiento, a la cual se le asigna una hora semanal de trabajo y se articula al área de tecnología e informática; estando en construcción los planes de estudio correspondiente para alimentar el proyecto educativo institucional.

1.3 TRABAJO DE CAMPO

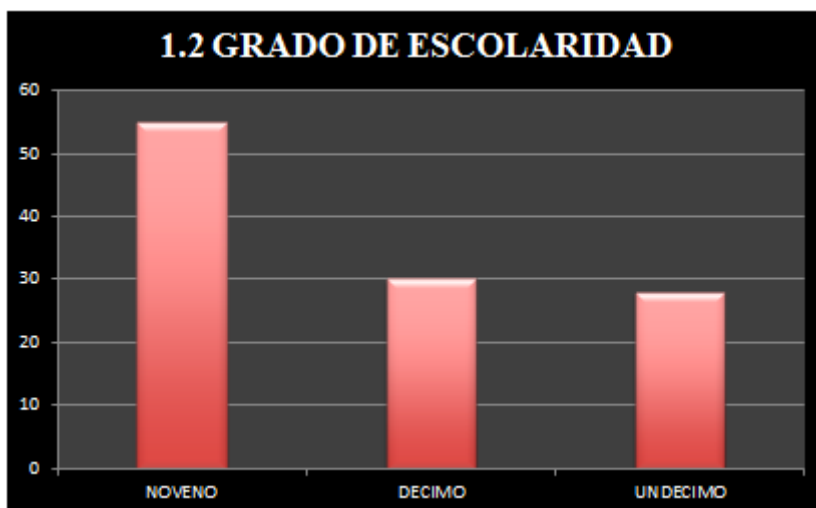
1.3.1 TABULACIÓN Y ANÁLISIS ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES

1.1. GENERO		
FEMENINO	61	54%
MASCULINO	52	46%
total	113	100%



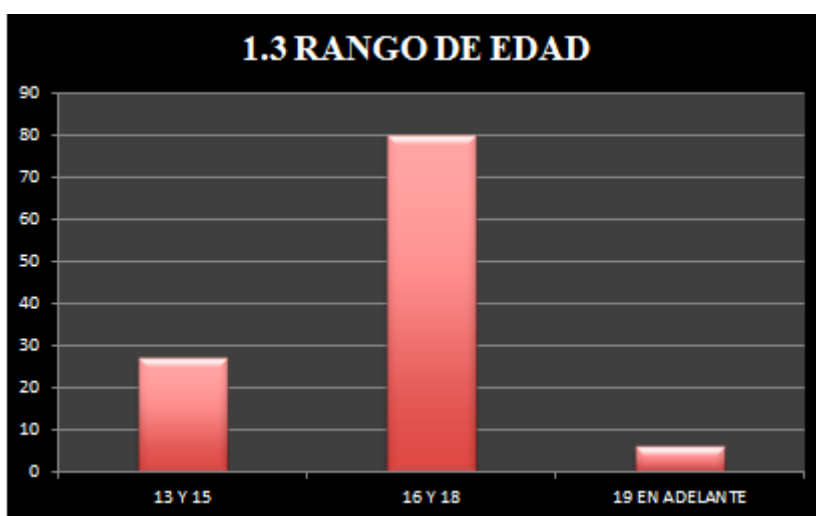
Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que de los 113 estudiantes, encuestados, el 54 % equivalen a 61 estudiantes femeninos y 46% a 52 estudiantes masculinos; lo que indica un relativo equilibrio de la población por género con tendencia a ser mayor la femenina.

1.2. GRADO DE ESCOLARIDAD		
NOVENO	55	49%
DECIMO	30	27%
UNDECIMO	28	25%
total	113	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que los estudiantes encuestados fueron 113, los cuales el 49 % equivalen a 55 estudiantes de grado noveno, 27% a 30 estudiantes de grado decimo y 25% a 28 estudiantes de grado undécimo, lo que indica que la mayor población encuestada fue los de grado 9, los grados 10 y 11 son proporcionalmente iguales, lo que indica que los grados superiores encuestados son proporcionales al grado 9.

1.3. RANGO DE EDAD			
13 Y 15	27	24%	
16 Y 18	80	71%	
19 EN ADELANTE	6	5%	
total	113	100%	



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que de la Institución Educativa Ciudadela cuba fueron 113 estudiantes, los cuales el 24 % equivalen a 27 estudiantes de 13 y 15 años de edad, 71% a 80 estudiantes de 16 y 18 años y 5% restante a 6 estudiantes de 19 años en adelante, lo que indica que el mayor porcentaje de estudiantes encuestados son pre juveniles y jóvenes menores de edad, con edades comprendidas entre los 16 y 18 años de edad.

2.1.1 NIVEL DE CAPACIDADES Y CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR SU IDEA DE NEGOCIO			
A	SIN IMPORTANCIA O INDIFFERENTE	1	1%
B	SIN INFORMACION, CONOCIMIENTO O CAPACIDADES	11	10%
C	CON CAPACITACION PERO SIN INTERES	18	16%
D	CON CAPACITACION PERO REQUIERO DE APOYO Y ACOMPAÑAMIENTO	43	38%
E	BUENA CAPACITACION, MOTIVACION Y VOLUNTAD DE CONSTRUIR IDEA DE NEGOCIO	41	36%
	total	114	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que la Institución Educativa Ciudadela cuba se evidencia que:

- El 38% equivalente a 43 estudiantes han manifestado capacitación pero requieren de apoyo y acompañamiento por parte de la Institución
- El 36% que equivale a 41 estudiantes, se sienten con la motivación y voluntad necesarias para iniciar su idea de negocio
- El menor porcentaje pero igualmente importante se encuentra el 16% y 10% equivalentes a 18 y 11 estudiantes encuestados los cuales manifiestan una capacitación pero sin interés y falta de información conocimientos y capacidades por parte de la institución respectivamente a los porcentajes,
- El 1% restante manifiesta indiferente o sin importancia para desarrollar su idea de negocio.

Lo que indica que tienen poca capacitación y requieren de apoyo por parte de los docentes para desarrollar con mayor nivel de capacidad su idea de negocio.

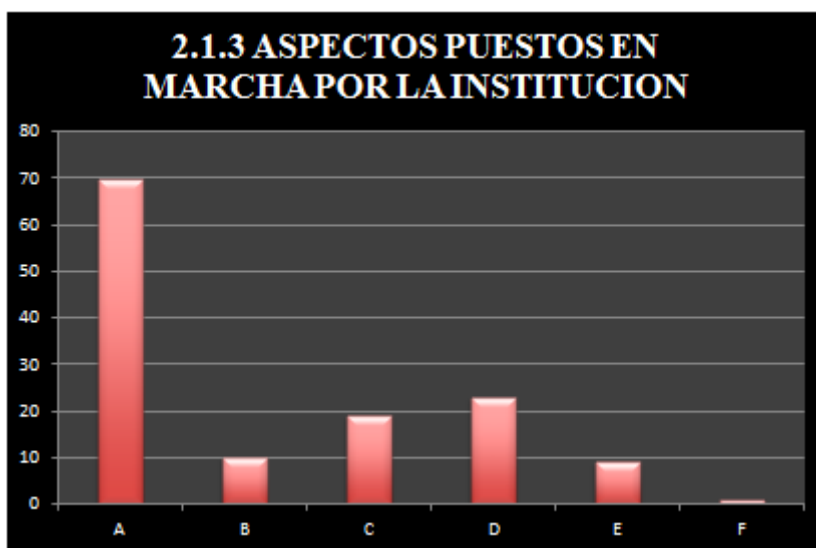
2.1.2 PERSEPCION DE CONOCIMIENTOS ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO				
A		EXCELENTE	7	6%
B		BUENO	58	51%
C		REGULAR	42	37%
D		MALO	4	4%
E		NS/NR	2	2%
		total	113	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que la Institución Educativa Ciudadela cuba se evidencia que:

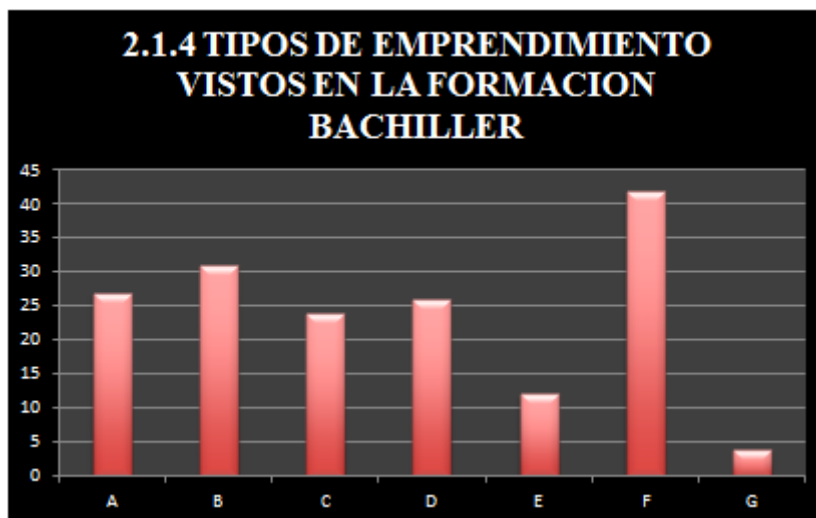
- El 51% de los estudiantes manifiestan tener buenos conocimientos acerca del emprendimiento ya que las justificaciones de esta respuesta afirman gustarle y muestran interés acerca de este tema, por otro lado el 37% equivalente a 42 estudiantes perciben que sus conocimientos frente a esta área son regulares, afirmando una falta de experiencia, falta de interés y ausencia de formación para adquirir conocimientos en emprendimiento.
- El 6% consideran tener excelentes conocimientos porque tienen ideas de negocio que desean hacerlas realidad y se muestran interesados para aprender
- El 6% perciben tener malos conocimientos acerca del emprendimiento porque no han entendido poco sobre esta área, lo que indica que los estudiantes manifiestan tener una percepción sobre el área de emprendimiento “bueno” y “regular”, lo que significa que tienen pocos conocimientos y pocas bases en emprendimiento

2.1.3 ASPECTOS PUESTOS EN MARCHA POR LA INSTITUCION			
A	CONSTRUIR CONOCIMIENTOS Y DESARROLLAR HABITOS	70	53%
B	DA SOLUCION A NECESIDADES HUMANAS	10	8%
C	PROMOVER LA COOPERACION Y TRABAJO EN EQUIPO	19	14%
D	FORTALECER EN LOS ESTUDIANTES LA CAPACIDAD SE CONSEGUIR Y CONSERVAR UN EMPLEO	23	17%
E	ARTICULAR EL ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO CON EL SECTOR PRODUCTIVO	9	7%
F	NS/NR	1	1%
total		132	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que la Institución Educativa Ciudadela cuba se evidencia que: El 53% equivalente a 70 estudiantes afirma que la institución se ha dedicado a construir conocimientos y desarrollar hábitos, el cual es solo el primer escalón de cinco (5) que debe de poner en marcha las instituciones educativas. El 17% y 14% que equivalen a 23 y 19 estudiantes respectivamente, afirman que la institución ha fortalecido a los estudiantes a conseguir y conservar un empleo y ha promovido el trabajo en equipo. El 8% y 7% equivalentes a 10 y 9 estudiantes los cuales representan en su mayoría el grado decimo afirmando que da solución a necesidades humanas y se sienten confiados en para procesos del sector productivo. Lo que indica que los estudiantes manifiestan una enseñanza teórica de parte de la institución pero no sienten apoyo al momento de desarrollar los temas de emprendimiento y creación de idea de negocio

2.1.4 TIPOS DE EMPRENDIMIENTO VISTOS EN LA FORMACION BACHILLER			
A		CIENTIFICO	27 16%
B		AMBIENTAL	31 19%
C		DEPORTIVO	24 14%
D		CULTURAL Y/O ARTISTICO	26 16%
E		SOCIAL	12 7%
F		EMPRESARIAL	42 25%
G		NS/NR	4 2%
		total	166 100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: El 25% equivalente a 42 estudiantes han tenido una formación de emprendimiento empresarial. En segundo lugar está el 19% equivalente a 31 estudiantes que afirman tener una formación de emprendimiento ambiental.

- Por otro lado hay un 16% equivalente a 26 y 27 estudiantes respectivamente, que afirman tener una formación de emprendimiento cultural-artístico y científico

- Con el 14% equivalente a 24 estudiantes, han tenido una formación de emprendimiento deportivo. Por ultimo 4 estudiantes representados como minoría del 2% no saben qué tipo de formación en emprendimiento han tenido

Lo que indica que los estudiantes conocen de los diferentes tipos de emprendimiento pero se enfocan con mayor porcentaje en el emprendimiento empresarial.

2.2.1 ESTRATEGIAS UTILIZADAS POR LA INSTITUCION ORIENTADAS A FORTALECER EL EMPRENDIMIENTO				
A		ACTIVIDADES ACADEMICAS	20	9%
B		PROYECTO SOCIAL	48	20%
C		ENTORNO FAMILIAR	59	25%
D		ACTIVIDADES CULTURALES	60	26%
E		ACTIVIDADES EMPRESARIALES	23	10%
F		MEJORAMIENTO DE ENTORNO Y MEDIO AMBIENTE	24	10%
G		NS/NR	1	0%
		total	235	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: El 26% y 25% siendo la mayoría con 60 y 59 respuestas validas respectivamente siendo las Actividades Culturales y Entornos Familiares como estrategia utilizada en la institución. El 20% equivalente a 48 respuestas validas afirman que ha sido puestas en práctica y utilizadas las estrategias de proyecto social. El 10% equivalente a 24 y 23 respuestas informan que han sido utilizadas las estrategias de mejoramiento de entorno y medio ambiente y actividades empresariales. Con menor valor se encuentra el 9% equivalente a 20 respuestas que afirman que la institución ha utilizado como estrategia para fortalecer el emprendimiento las actividades académicas. Lo que indica que los estudiantes han recibido la aplicación de estrategias como actividades culturales y los entornos familiares para el aprovechamiento y fortalecimiento del emprendimiento

2.2.2.1 LA INSTITUCION ENSEÑA EMPRENDIMIENTO DESDE DIDACTICAS: "AREA DIFERENTE A EMPRENDIMIENTO"			
A	DE ACUERDO	46	41%
B	EN DESACUERDO	17	15%
C	TOTALMENTE DE ACUERDO	22	19%
D	NS/NR	28	25%
	total	113	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:

- El 41% equivalente a 46 estudiantes están de acuerdo con la didáctica de aprendizaje dictada en áreas diferentes a emprendimiento
- El 25% equivalente a 28 estudiantes afirman no saber que el emprendimiento es dictada en áreas diferentes a la misma
- El 19% y 15% correspondiente a 22 y 17 estudiantes están en opiniones inversas donde dicen que están totalmente de acuerdo y en desacuerdo respectivamente en que el área de emprendimiento sean dictadas en áreas diferentes a la misma

Lo que indica que los estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que la institución implemente el área de emprendimiento en otras asignaturas y/o que sea articulado por diferentes áreas que contribuyan al emprendimiento

2.2.2.2 LA INSTITUCION ENSEÑA EMPRENDIMIENTO DESDE DIDACTICAS: "SOLO EN EMPRENDIMIENTO"				
A		DE ACUERDO	40	35%
B		EN DESACUERDO	3	3%
C		TOTALMENTE DE ACUERDO	54	48%
D		NS/NR	16	14%
		total	113	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:

- El 48% equivalente a 54 estudiantes están Totalmente de acuerdo con la didáctica de aprendizaje dictada solo en emprendimiento
- El 35% equivalente a 40 estudiantes afirman estar de acuerdo que el emprendimiento solo es enseñada en esta área.
- El 14% y 3% correspondiente a 16 y 3 estudiantes están en opiniones donde dicen que no saben y están en desacuerdo respectivamente en que el área de emprendimiento solo sea dictada en la misma,

Lo que indica que los estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que la institución implemente el área de emprendimiento solo como un área independiente, siendo de mayor impacto el aprovechamiento de otras áreas vinculadas con el emprendimiento

2.2.2.3 LA INSTITUCION ENSEÑA EMPRENDIMIENTO DESDE DIDACTICAS: "FERIA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGIA"			
A	DE ACUERDO	33	29%
B	EN DESACUERDO	28	25%
C	TOTALMENTE DE ACUERDO	12	11%
D	NS/NR	40	35%
	total	113	100%

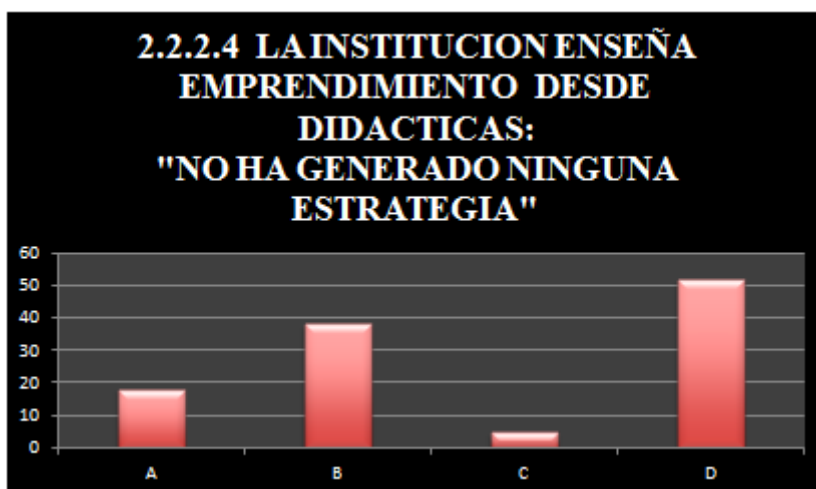


Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:

- El 35% equivalente a 40 estudiantes no saben que el área de emprendimiento es dictada en feria de la ciencia y tecnología
- El 29% equivalente a 33 estudiantes afirman estar de acuerdo que el emprendimiento es enseñado en la feria de la ciencia y la tecnología.
- El 25% equivalente a 28 estudiantes están en desacuerdo en que el área de emprendimiento sea enseñada en feria de la ciencia y la tecnología
- El 11% equivalente a 12 estudiantes están totalmente de acuerdo en que las enseñanzas de emprendimiento sean enseñadas desde la feria de la ciencia y la tecnología

Lo que indica que los estudiantes manifiestan no saber o no haber sido informados de actividades didácticas como la feria de la ciencia y la tecnología

2.2.2.4 LA INSTITUCION ENSEÑA EMPRENDIMIENTO DESDE DIDACTICAS: "NO HA GENERADO NINGUNA ESTRATEGIA"			
A	DE ACUERDO	18	16%
B	EN DESACUERDO	38	34%
C	TOTALMENTE DE ACUERDO	5	4%
D	NS/NR	52	46%
	total	113	100%

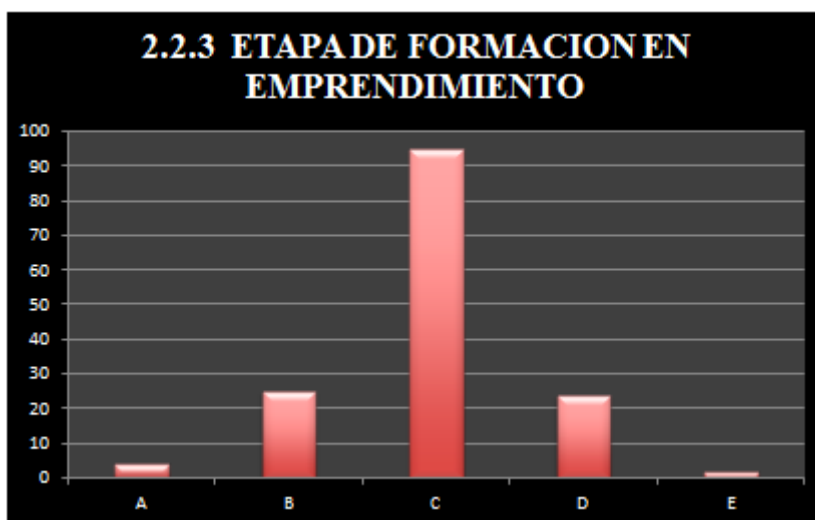


Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:

- El 46% equivalente a 52 estudiantes son indiferentes a que la institución ha generado estrategias en área de emprendimiento
- El 34% equivalente a 38 estudiantes afirman estar en desacuerdo en que la institución no ha generado ninguna estrategia para enseñar emprendimiento
- El 16% equivalente a 18 estudiantes están de acuerdo que la institución no ha generado ninguna estrategia para enseñar emprendimiento
- El 4% equivalente a 5 estudiantes están totalmente de acuerdo en que la institución no ha generado ninguna estrategia para enseñar emprendimiento.

Lo que indica que los estudiantes desconocen las estrategias utilizadas por la Institución

2.2.3 ETAPA DE FORMACION EN EMPRENDIMIENTO				
A		EDUCACION PREESCOLAR	4	3%
B		BASICA PRIMARIA	25	17%
C		BASICA SECUNDARIA	95	63%
D		EDUCACION MEDIA	24	16%
E		NS/NR	2	1%
		total	150	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:

- El 63% equivalente a 95 respuestas informan que la etapa de formación en emprendimiento ha sido enseñada desde la educación básica secundaria
- El 17% equivalente a 25 respuestas informan que la etapa de formación de emprendimiento ha sido enseñada desde la educación básica primaria
- El 16% equivalente a 24 respuestas informan que la etapa de formación de emprendimiento ha sido enseñada desde la educación media
- El 3% equivalente a 4 respuestas informan que la etapa de formación de emprendimiento ha sido enseñada desde la educación preescolar

Lo que indica que los estudiantes manifiestan que el área de emprendimiento ha sido dictada a partir de la básica secundaria

2.2.4 PUNTOS QUE ESTABLECEN EMPRENDIMIENTO EN LA INSTITUCION EDUCATIVA			
A	TRAZA CAMINOS HACIA EL EMPRENDIMIENTO	49	24%
B	EL PEI GENERA AMBIENTE PROPICIO PARA EL EMPRENDIMIENTO	37	18%
C	FOMENTA ACTIVIDADES DE LIDERAZGO Y DESARROLLO	36	18%
D	FORMACION A NIÑOS DESDE SUS PRIMEROS AÑOS	13	6%
E	ACCIONES INNOVADORAS	31	15%
F	PENSAMIENTO ESTRATEGICO PARA REALIZAR UN PROYECTO INDIVIDUAL	25	12%
G	NS/NR	9	4%
H	NINGUNA	1	0%
	total	201	100%



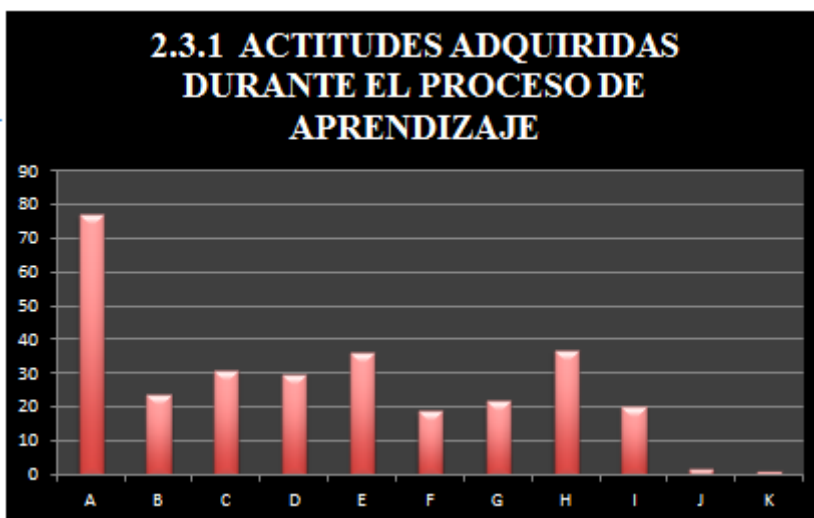
- Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:
- El 24% equivalentes a 49 respuestas afirman que el punto que establece emprendimiento en la institución educativa es Trazar caminos hacia el mismo
 - El 18% equivalentes a 37 y 36 respuesta, siendo estas opiniones compartidas las que afirman que el punto que establece emprendimiento en la institución educativa es el PEI genera ambiente propicio para el emprendimiento y fomenta actividades de liderazgo y desarrollo
 - El 15% equivalentes a 31 respuestas afirman que el punto que establece emprendimiento en la institución educativa es acciones innovadoras
 - El 12% equivalentes a 25 respuestas afirman que el punto que establece emprendimiento en la

institución educativa es pensamiento estratégico para realizar un proyecto individual

- El 6% equivalentes a 13 respuestas afirman que el punto que establece emprendimiento en la institución educativa es formación a niños desde sus primeros años

Lo que indica que los estudiantes han sido llevados por el camino del emprendimiento aunque de muy baja proporción porque solo se ha implementado a partir del año 2016.

2.3.1 ACTITUDES ADQUIRIDAS DURANTE EL PROCESO DE APRENDIZAJE			
A	VISION DEL FUTURO	77	26%
B	COMPORTAMIENTO AUTORREGULADO	24	8%
C	CAPACIDAD PARA ASUMIR RIESGOS	31	10%
D	MATERIALIZACION DE IDEAS EN PROYECTOS	30	10%
E	INNOVACION	36	12%
F	IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES	19	6%
G	AUTO APRENDIZAJE Y GESTION DEL CONOCIMIENTO	22	7%
H	CREATIVIDAD	37	12%
I	PENSAMIENTO FLEXIBLE	20	7%
J	NS/NR	2	1%
K	NINGUNA	1	0%
	total	299	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que:

- El 26% equivalente a 77 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de Visión hacia el futuro

- El 12% equivalente a 37 y 36 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de creatividad e innovación
- El 10% equivalente a 31 y 30 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de capacidad para asumir riesgos y materialización de ideas en proyectos
- El 8% equivalente a 24 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de comportamiento autorregulado
- El 7% equivalente a 22 y 20 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de auto aprendizaje - gestión del conocimiento y pensamiento flexible
- El 6% equivalente a 19 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de identificación de oportunidades
- El 8% equivalente a 24 respuestas afirman que han adquirido durante el proceso de aprendizaje una actitud de comportamiento autorregulado

Lo que indica que los estudiantes han sido formados con mayor veracidad en actitudes de visión hacia el futuro pero sin aprovechamiento de identificar las oportunidades

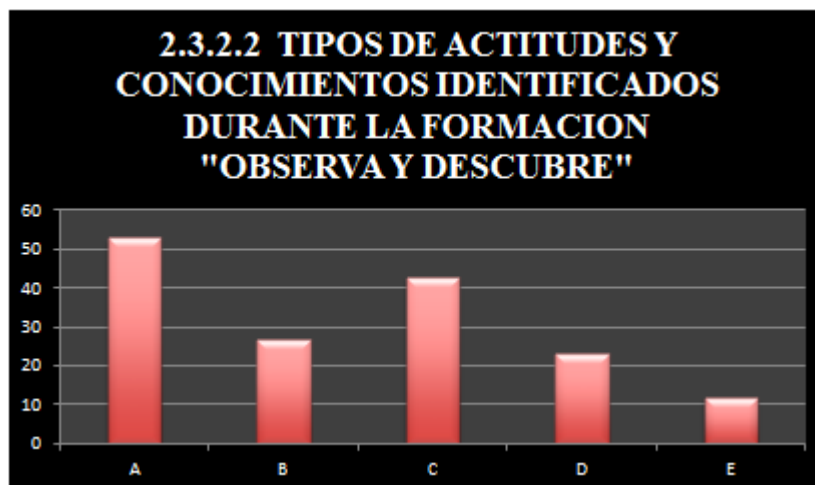
2.3.2.1 TIPOS DE ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS IDENTIFICADOS DURANTE LA FORMACION "GENERA IDEA DE NEGOCIO"			
A		ECONOMIA Y MERCADOS	31 22%
B		FINANZAS	16 11%
C		ADMINISTRACION DE EMPRESAS	54 38%
D		GESTION GERENCIAL	7 5%
E		EDUCACION FINANCIERA	14 10%
F		NS/NR	19 13%
		total	141 100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: De los tipos de actitudes y conocimientos identificados durante la formación de generar idea de negocio se encuentra: El 38% equivalente a 54 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de administración de empresas. El 22% equivalente a 31 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de Economía y mercados

- El 13% equivalente a 19 respuestas afirman que no han adquirido ningún tipo de aprendizaje
- El 11% equivalente a 16 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de finanzas. El 10% equivalente a 14 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de educación financiera. El 5% equivalente a 7 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de gestión gerencial. Lo que indica que los estudiantes han sido capacitados mayormente en administración de empresas y el estudio de la economía y mercados

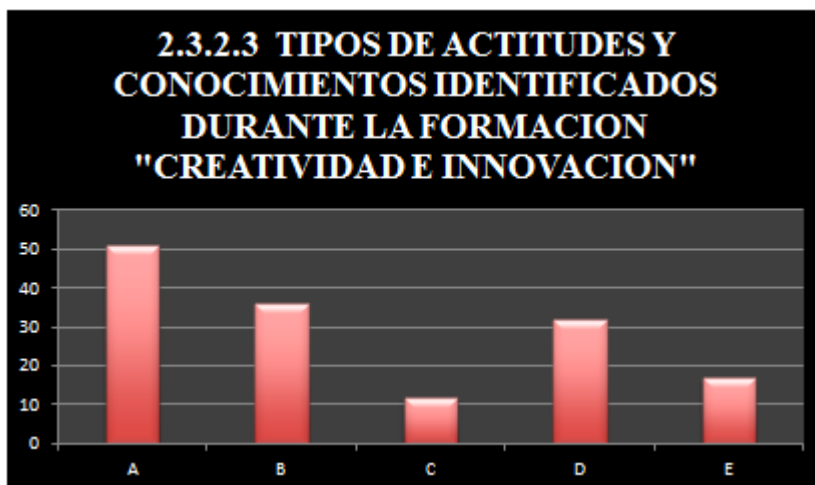
2.3.2.2 TIPOS DE ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS IDENTIFICADOS DURANTE LA FORMACION "OBSERVA Y DESCUBRE"				
A	VISION DEL FUTURO	53	34%	
B	IDENTIFICA PROBLEMAS	27	17%	
C	DESCUBRE OPORTUNIDADES	43	27%	
D	VISUALIZA RIESGOS	23	15%	
E	NS/NR	12	8%	
	total	158	100%	



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: De los tipos de actitudes y conocimientos identificados durante la formación de Observar y descubrir se encuentra: El 34% equivalente a 53 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de visión del futuro. El 27% equivalente a 43 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de descubre oportunidades. El 17% equivalente a 27 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de identificar problemas. El 15% equivalente a 23 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de visualizar riesgos. El 8% equivalente a 12 respuestas afirman que no han adquirido ningún tipo de aprendizaje

Lo que indica que los estudiantes han sido mayormente formados con una visión hacia el futuro lo que los lleva a observar y descubrir nuevos conocimientos.

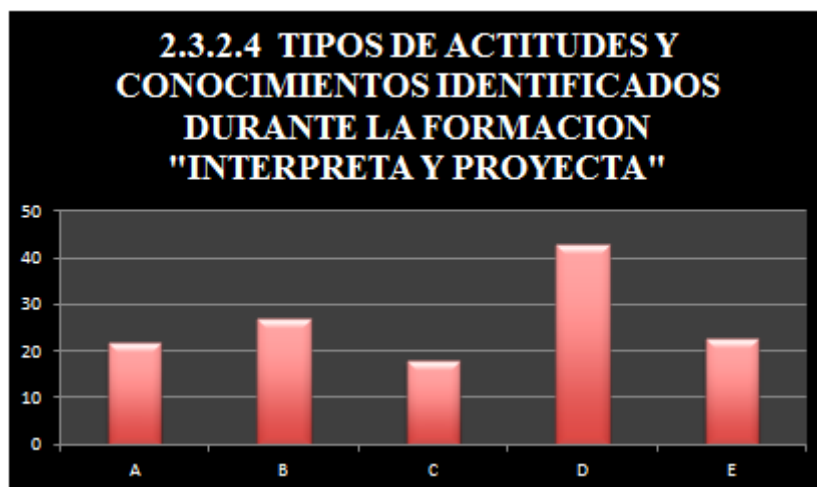
2.3.2.3 TIPOS DE ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS IDENTIFICADOS DURANTE LA FORMACION "CREATIVIDAD E INNOVACION"			
A	CONVERTIR IDEAS EN PROYECTOS	51	34%
B	GENERAR INICIATIVAS DE NEGOCIO	36	24%
C	PROPICIA AL CAMBIO Y LA TRANSFORMACION	12	8%
D	CREA NUEVOS PRODUCTOS, PROCESOS Y SERVICIOS	32	22%
E	NS/NR	17	11%
	total	148	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: De los tipos de actitudes y conocimientos identificados durante la formación de Creatividad e innovación se encuentra: El 34% equivalente a 51 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de convertir ideas en proyectos. El 24% equivalente a 36 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de generar iniciativas de negocio. El 22% equivalente a 32 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de crea nuevos productos, procesos y servicios. El 11% equivalente a 17 respuestas afirman que no han adquirido ningún tipo de aprendizaje. El 8% equivalente a 12 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de propicia al cambio y la transformación

Lo que indica que los estudiantes han sido capacitados en convertir ideas en proyectos, pero por falta de capacitación, los estudiantes carecen de conocimientos en diseño, creatividad e innovación.

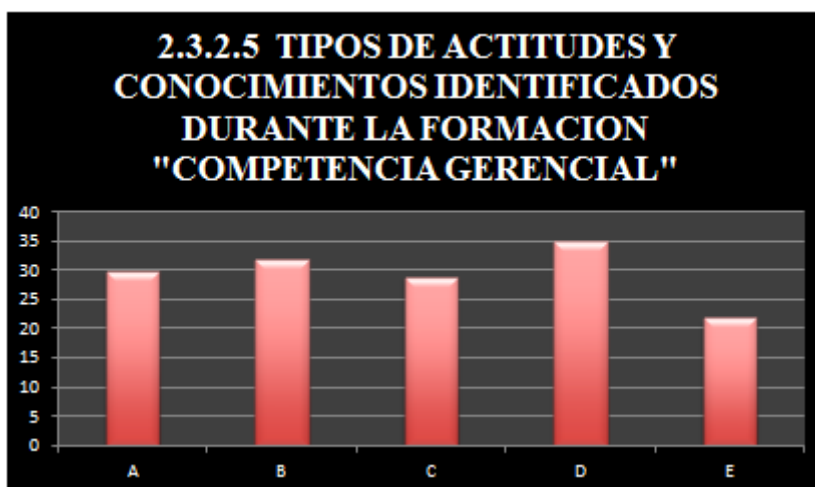
2.3.2.4 TIPOS DE ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS IDENTIFICADOS DURANTE LA FORMACION "INTERPRETA Y PROYECTA"			
A	INTERPRETA, DIMENSIONA, PROYECTA MERCADOS	22	17%
B	INTERPRETA, EVALUA, PROYECTA, INFORMACION FINANCIERA	27	20%
C	INTERPRETA INFORMACION Y HECHOS ECONOMICOS	18	14%
D	DISEÑA Y FORMULA PLANES DE NEGOCIO	43	32%
E	NS/NR	23	17%
	total	133	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: De los tipos de actitudes y conocimientos identificados durante la formación de interpreta y proyecta se encuentra: El 32% equivalente a 43 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de diseña y formula planes de negocio. El 20% equivalente a 27 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de interpreta, evalúa, proyecta información financiera. El 17% equivalente a 23 respuestas afirman que no han adquirido ningún tipo de aprendizaje. El 17% equivalente a 22 respuestas firman que han adquirido aprendizaje frente al tema de interpreta, dimensiona y proyecta mercados. El 14% equivalente a 18 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de interpreta información y hechos económicos

Lo que indica que los estudiantes tienen conocimiento en diseñar y formular planes de negocio, pero les falta interpretar la información económica para llevar a cabo dichos planes.

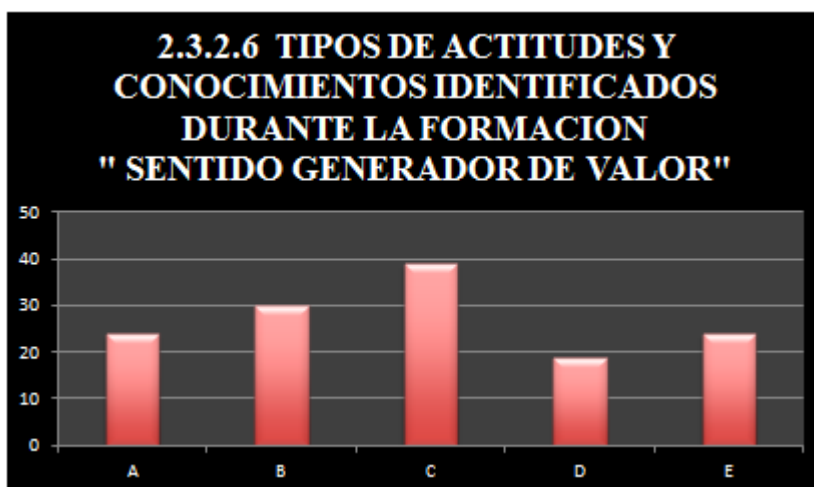
2.3.2.5 TIPOS DE ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS IDENTIFICADOS DURANTE LA FORMACION "COMPETENCIA GERENCIAL"				
A	DESARROLLA LIDERAZGO Y SENTIDO GERENCIAL	30	20%	
B	DESARROLLA HABITOS DE BUENAS PRACTICAS	32	22%	
C	DEMUESTRA CRITERIO ETICO Y RESPONSABLE	29	20%	
D	NEGOCIA PARA OBTENER Y ADMINISTRAR RECURSOS	35	24%	
E	NS/NR	22	15%	
	total	148	100%	



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: De los tipos de actitudes y conocimientos identificados durante la formación de competencia gerencial: El 24% equivalente a 35 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de negocia para obtener y administrar recursos. El 22% equivalente a 32 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de desarrolla hábitos de buenas prácticas. El 20% equivalente a 30 y 29 respuestas respectivamente afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de desarrolla liderazgo-sentido gerencial y demuestra criterio ético-responsable. El 15% equivalente a 22 respuestas afirman que no han adquirido ningún tipo de aprendizaje

Lo que indica que los estudiantes se preocupan mas por obtener y administrar los recursos para su idea de negocio pero, se evidencia que aplican los conocimientos en competencia gerencial en casi igual proporción.

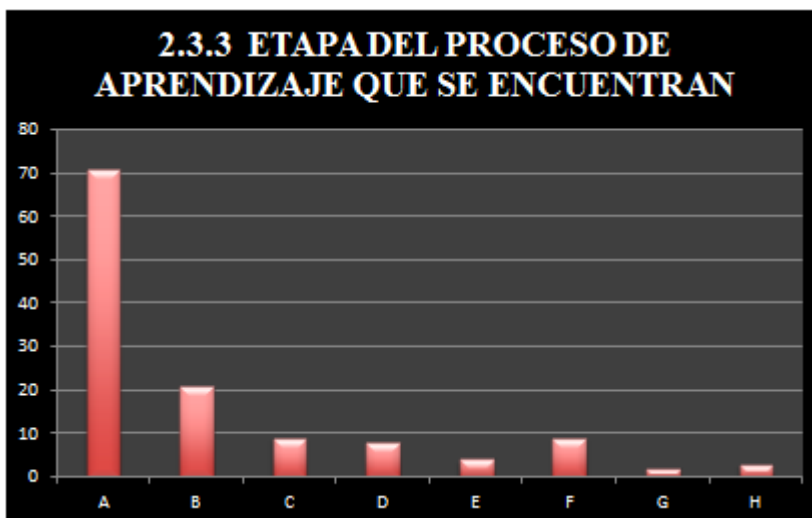
2.3.2.6 TIPOS DE ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS IDENTIFICADOS DURANTE LA FORMACION " SENTIDO GENERADOR DE VALOR"			
A	GENERA APORTES DE VALOR BENEFICIO	24	18%
B	CONTRIBUIR PARA GENERAR EMPLEO Y PRODUCCION	30	22%
C	APORTA A LA RIQUEZA CULTURAL, ARTISTICA, DEPORTIVA, AMBIENTAL	39	29%
D	GENERA VALOR SOSTENIBLE	19	14%
E	NS/NR	24	18%
	total	136	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: De los tipos de actitudes y conocimientos identificados durante la formación de sentido generador de valor: El 29% equivalente a 39 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de aporta a la riqueza cultura, artística, deportiva, ambiental. El 22% equivalente a 30 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de contribuir para generar empleo y producción. El 18% equivalente a 24 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de genera aportes de valor beneficio. El 18% equivalente a 24 respuestas afirman que no han adquirido ningún tipo de aprendizaje. 14% equivalente a 19 respuestas afirman que han adquirido aprendizaje frente al tema de genera valor sostenible.

Lo que indica que los estudiantes quieren aportar con el emprendimiento en la cultura, artes, deportes y medio ambiente.

2.3.3 ETAPA DEL PROCESO DE APRENDIZAJE QUE SE ENCUENTRAN			
A	DESCUBRE OPORTUNIDADES	71	56%
B	CREA SU IDEA DE NEGOCIO	21	17%
C	INVESTIGA MERCADO	9	7%
D	CUANTIFICA, PROYECTA, EVALUA , DISEÑA MODELO Y PLAN DE NEGOCIO	8	6%
E	GESTIONA OBTENCION DE RECURSOS	4	3%
F	INICIA PROCESO PRODUCTIVO, DE MERCADEO, VENTA	9	7%
G	NS/NR	2	2%
H	NINGUNA	3	2%
	total	127	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: El 56% equivalente a 71 respuestas, afirman que se encuentran en el proceso de aprendizaje de descubrir oportunidades. El 17% equivalente a 21 respuestas, afirman que se encuentran en el proceso de aprendizaje de crear su idea de negocio. El 7% equivalente a 9 respuestas en opiniones compartidas, afirman que se encuentran en el proceso de aprendizaje de investigar mercado y de iniciar proceso productivo de mercadeo-venta. El 6% equivalente a 8 respuestas, afirman que se encuentran en el proceso de aprendizaje de cuantifica, proyecta, evalúa, diseña modelo y plan de negocio. El 3% equivalente a 4 respuestas, afirman que se encuentran en el proceso de aprendizaje de gestiona obtención de recursos

Lo que indica que los estudiantes se encuentran en la etapa de descubrir oportunidades para generar ideas de negocio y con bajo porcentaje gestiona obtención de recursos

2.4.1 PLAN DE ESTUDIOS APLICADO POR LA INSTITUCION			
A	AMBIENTE PROPICIO Y DIDACTICO PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS	28	15%
B	IDENTIFICA NECESIDADES, INTERESES Y EXPECTATIVAS	41	22%
C	PLANEA ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	30	16%
D	COMUNICACION EFECTIVA PARA RETROALIMENTAR	20	11%
E	DEFINE CRITERIOS PARA EVIDENCIAR COMPETENCIAS	11	6%
F	PARTICIPA EN LA REALIZACION DE ACTIVIDADES	24	13%
G	REALIZA SEGUIMIENTO Y EVALUACION DE DESEMPEÑO	31	16%
H	NS/NR	3	2%
	total	188	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: El 22% equivalente a 41 respuestas, afirman que la institución implementa la identificación de necesidades, intereses y expectativas de los estudiantes. El 16% equivalente a 31 y 30 respuestas respectivamente, afirman que la institución implementa el seguimiento-evaluación de desempeño y planea estrategias de enseñanza y aprendizaje. El 15% equivalente a 28 respuestas, afirman que la institución implementa el ambiente propicio y didáctico para el desarrollo de competencias de los estudiantes. El 13% equivalente a 24 respuestas, afirman que la institución implementa la participación en realización de actividades. El 11% equivalente a 20 respuestas, afirman que la institución implementa la comunicación efectiva para retroalimentar. El 6% equivalente a 11 respuestas, afirman que la institución implementa definición de criterios para evidenciar competencias. Lo que indica que la institución

se ha dedicado a identificar necesidades, intereses y las expectativas de los estudiantes, pero ellos manifiestan que han sido descuidados en la definición de criterios para identificar competencias.

2.4.2 METODOS DE ENSEÑANZA QUE FACILITAN EL APRENDIZAJE A LOS ESTUDIANTES			
A		TEORICO	15 12%
B		PRACTICO	44 34%
C		TEORICO Y PRACTICO	63 49%
D		NS/NR	5 4%
E		OTROS: DEPORTIVO	1 1%
		total	128 100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: El 49% equivalente a 63 respuestas sugieren un método de enseñanza teórico-práctico para el aprendizaje de emprendimiento. El 34% equivalente a 44 respuestas sugieren un método de enseñanza práctico para el aprendizaje de emprendimiento. El 12% equivalente a 15 respuestas sugieren un método de enseñanza teórico para el aprendizaje de emprendimiento. El 4% equivalente a 5 respuestas no sugieren un método de enseñanza. El 1% equivalente a 1 respuesta sugiere un método de enseñanza deportivo para el aprendizaje de emprendimiento

Lo que indica que los estudiantes desean un método de enseñanza teórico práctico en el que puedan adquirir experiencias al igual que conocimientos.

2.4.3 HERRAMIENTAS DE ENSEÑANZA QUE DESEN TENER LOS ESTUDIANTES EN EL PORTAFOLIO				
A		TAREAS	22	7%
B		TALLERES	42	14%
C		CUADROS	11	4%
D		VIDEOS	49	16%
E		GRAFICOS	22	7%
F		TESTIMONIOS	42	14%
G		CONFERENCIAS	29	10%
H		CASOS	44	15%
I		NS/NR	38	13%
		total	299	100%



Conforme a la encuesta aplicada se puede deducir que en la institución Educativa Ciudadela Cuba se evidencia que: El 16% equivalente a 49 respuestas prefiere los videos como herramientas de enseñanza para el portafolio. El 15% equivalente a 44 respuestas prefiere los casos como herramientas de enseñanza para el portafolio. El 14% equivalente a 42 respuestas en opiniones compartidas prefiere los testimonios y talleres como herramientas de enseñanza para el portafolio. El 13% equivalente a 38 respuestas no sugieren una herramienta de enseñanza. El 10% equivalente a 29 respuestas prefiere las conferencias como herramientas de enseñanza para el portafolio. El 7% equivalente a 22 respuestas en opiniones compartidas prefiere los gráficos y tareas como herramientas de enseñanza para el portafolio. El 4% equivalente a 11 respuestas prefiere los cuadros como herramientas de enseñanza para el portafolio. Lo que indica que los estudiantes desean como herramienta de apoyo para el aprendizaje en emprendimiento los videos, estudio de casos, testimonios y talleres.

1.3.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS ENTREVISTA ESTRUCTURADA APLICADA A DOCENTES Y EXPERTOS

Entrevistado(a)	NO. 1	NO. 2	NO. 3	Conclusión En común, diferencias, proponen....
Perfil	Ingeniera de producción y docente	Docente de tecnología e informática y de emprendimiento	Docente del área de matemáticas	-
<p>Pregunta 2.2.1</p> <p>Dr. (a) durante su experiencia laboral, ¿Qué ventajas considera que tiene enseñar emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba?</p>	<p>* Formación de empresas</p> <p>* Visión empresarial</p>	<p>* Genera liderazgo, motiva el proyecto de vida el estudiante,</p> <p>* Proyecta la visión del estudiante para mejorar sus competencias laborales y ciudadanas</p>	<p>* Gran importancia para la creación de proyecto de vida del estudiante, en la orientación de nuevas empresas (propias)</p>	<p>EN COMUN:</p> <p>* Formar empresas</p> <p>* Proyecto de vida</p> <p>* Visión empresarial</p>

<p>Pregunta 2.2.2</p> <p>Durante su experiencia laboral, ¿Qué dificultades considera que tiene enseñar emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba?</p>	<p>* Los profesionales que le enseñan</p> <p>* La construcción de un plan de estudios acorde a las necesidades institucionales</p>	<p>* Los procesos con los estudiantes dados a la alta</p> <p>deserción de estos. Además de la falta de responsabilidad y valores en general de los estudiantes dentro de sus hogares que se ven reflejados en el aula</p>	<p>* La mentalidad de los estudiantes</p>	<p>EN COMUN:</p> <p>* Falta de motivación por parte de los estudiantes</p> <p>PROPONEN:</p> <p>* La construcción de un plan de estudios</p>
<p>Pregunta 2.2.3</p> <p>De acuerdo a su experiencia en el campo profesional, ¿Que necesidades o insuficiencias ha encontrado en el área de emprendimiento?</p>	<p>* Formación de los docentes</p>	<p>* Estamos iniciando, por ello las necesidades no se han detectado, necesidades primarias podría considerarse la</p>	<p>* La parte practica de los estudiantes</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Formar y capacitar a los docentes</p> <p>* Alianza de proyecto de vida en relación a emprendimiento</p> <p>* Etapa practica de</p>

		alianza del proyecto de vida con el área de emprendimiento		los estudiantes
<p>Pregunta 2.2.4</p> <p>Considera que el PEI (Plan Educativo Institucional) implementado por la institución fortalece, afianza y capacita los estudiantes en emprendimiento</p>	* No	* Hacia este horizonte apunta nuestro PEI, para afianzar sus proyectos de vida	* NS/NR	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Existe un PEI general pero no esta articulado al emprendimiento.</p>
<p>Pregunta 2.2.5</p> <p>Las capacitaciones, diplomados o conferencias que han recibido del área de emprendimiento han sido por parte de:</p> <p>El estado</p> <p>La institución</p> <p>Propias</p>	* Propias Búsqueda en internet de cursos con el SENA en temas a fines	* Ninguna de las anteriores	* Propias	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Los docentes manifiestan haber adquirido una capacitación basada en su propia búsqueda del conocimiento en el área de emprendimiento</p>

<p>Ninguna de las anteriores</p> <p>Todas las anteriores</p> <p>¿Con qué frecuencia han recibido estas capacitaciones?</p>				
<p>Pregunta 2.3.1</p> <p>¿Qué necesidad hay en los estudiantes para adquirir conocimientos sobre el emprendimiento?</p>	<p>* Disciplinas</p> <p>* Competencias Argumentativas y propositivas</p>	<p>* Formarlos en valores, tanto en familiar e institucional.</p> <p>* Afianzar los proyectos personales</p>	<p>*</p> <p>Mentalidad debido a su entorno</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Formarlos en valores que los lleve afianzar sus proyectos personales y a desvanecer sus miedos al entorno</p>
<p>Pregunta 2.3.2</p> <p>¿Cómo considera que debe ser el apoyo o acompañamiento requerido para que el estudiante desarrolle su idea de negocio?</p>	<p>* Formación desde grado sexto en la construcción de una idea de negocio clara y que se halle en los años escolares</p>	<p>* Desde la Institución educativa con una buena guía desde la básica</p> <p>* Desde las familias, el apoyo y acompañamiento de sus acudientes</p>	<p>* Economía</p> <p>* Seguimiento cronograma</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Se considera que los estudiantes requieren una formación desde el inicio de la educación básica secundaria en emprendimiento</p>

		<p>para fortalecer sus proyectos</p> <p>* Desde la SEM, capacitaciones tanto a docentes como a estudiantes</p>		
<p>Pregunta 2.3.3</p> <p>¿Cuál cree que puede ser la causa de la desmotivación del estudiante a desarrollar su idea de negocio?</p>	<p>* No se guía en ideas claras</p> <p>* No se construye el plan de negocios con el estudiante</p>	<p>* No hemos llegado a este punto en la Institución Educativa porque iniciamos hace un año</p>	<p>* Economía</p> <p>* Mentalidad de que no funcione</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Déficit de ideas claras en los estudiantes en sus planes de negocio</p>
<p>Pregunta 2.3.4</p> <p>De qué manera la Institución Educativa Ciudadela Cuba puede ayudar a los estudiantes a desarrollar la idea negocio</p>	<p>*</p> <p>Estructurando el plan de estudio</p> <p>* Vincular a los estudiantes en ferias de negocios</p> <p>* Elaborar en la Institución</p>	<p>* Primero planificar una malla curricular en el área que apunte afianzar sus proyectos de vida</p> <p>* Apuntar en la formación de</p>	<p>* Dando una debida orientación y seguimiento</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Para iniciar es importante estructurar un plan de estudio, realizar actividades empresariales</p> <p>* Estructurar un debida orientación y</p>

	Educativa una feria de negocios	<p>lideres competentes para nuestra ciudadanía</p> <p>* Capacitarlos en varias instancias para mejorar sus conocimientos</p>		capacitación de los profesores
<p>Pregunta 2.3.5</p> <p>¿Cuáles considera que son las competencias básicas que los estudiantes deben desarrollar en el aprendizaje de emprendimiento?</p>	<p>*</p> <p>Argumentativos</p> <p>* Propositivos</p> <p>* Comunicativos</p> <p>* Ciudadanos</p>	<p>* Liderazgo</p> <p>* Competencias ciudadanas</p> <p>* Idea de negocio</p> <p>* Resolución de problemas</p> <p>*</p> <p>Argumentaciones</p>	<p>*</p> <p>Matemática</p> <p>* Sistemas</p> <p>* Liderazgo</p> <p>* Proactivo</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Se considera como competencias básicas formar los estudiantes como ciudadanos competentes, aprovechando el liderazgo y dando propósito hacia su proyecto de vida</p>
<p>Pregunta 2.4.1</p> <p>De acuerdo a su experiencia en el campo profesional,</p>	<p>* 1 hora</p> <p>semanal</p>	<p>* 2 horas</p> <p>mínimo o 3 horas</p> <p>máximo</p>	<p>3 horas</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* En promedio los docentes sugieren aplicar una</p>

<p>¿Cuál es la intensidad horaria recomendada para dictar el área de emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba?</p>				<p>intensidad horaria de 2 horas semanales al área de emprendimiento</p>
<p>Pregunta 2.4.2 ¿Qué herramientas necesitan para fortalecer el área de emprendimiento en la institución?</p>	<p>* Tecnológicas</p>	<p>* Estamos en el proceso de vinculación del área en la institución educativa, con el tiempo se verán</p>	<p>* Dependiendo de los diferentes enfoques que se vayan teniendo por parte del colegio y los estudiantes</p>	<p>CONCLUSION: * Las herramientas utilizadas para fortalecer el área de emprendimiento en la institución van de acuerdo al PEI y se verán reflejados en el momento de la aplicación del plan de estudio</p>
<p>Pregunta 2.4.3 ¿En proporción porcentual como se debería enseñar emprendimiento, cuando el método de</p>	<p>* Teórico 20% Practico 80%</p>	<p>* Teórico 30% Practico 70%</p>	<p>* Teórico 30% Practico 70%</p>	<p>CONCLUSION: * El promedio porcentual manifestado por los docentes es de 25% teórico y 75%</p>

enseñanza es teórico-práctico?				practico
<p>Pregunta 2.4.4</p> <p>¿Qué herramientas de enseñanza quisiera tener en el portafolio de emprendimiento con el fin de facilitar el aprendizaje en los estudiantes?</p>	<p>* Tecnológicas</p> <p>* Acompañamiento de empresarios</p>	<p>* Casos prácticos para la formación para el emprendimiento</p> <p>* Diagnosticar el perfil personal del estudiante</p>	<p>* Cada proyecto y su naturaleza van requiriendo diferentes herramientas</p>	<p>CONCLUSION:</p> <p>* Los docentes sugieren que los estudiantes se les facilita el aprendizaje por medio de la tecnología, casos prácticos, acompañamiento empresarial y diagnosticar el perfil personal del estudiante</p>
<p>OBSERVACION</p> <p>ES Y</p> <p>COMENTARIOS</p>	<p>* NS/NR</p>	<p>Ninguna</p>	<p>* NS/NR</p>	<p>* NS/NR</p>

1.4 DOFA ÁREA DE EMPRENDIMIENTO I.E. CIUDADELA CUBA

FORTALEZAS	* Motiva al estudiante en su proyecto de vida	DEBILIDADES	* Estudiantes enfocados más en el hacer. que en el ser
			* Sin estrategias que permita sacar a los estudiantes de la zona de confort
	* Docentes motivados y dispuestos a fortalecer el área de emprendimiento		* Ausencia de herramientas didácticas que incentiven a crear ideas de negocios
			* Poca intensidad horaria en la institución para emprendimiento
			* Estudiante poco capacitado en emprendimiento
* La institución cuenta con herramientas tecnológicas para el aprovechamiento del emprendimiento	* Poca formación y capacitación de docentes en emprendimiento		
	* Existe un PEI general pero no esta articulado al emprendimiento.		
	* Poca responsabilidad en estudiantes		
	* Mentalidad negativa de estudiantes		
	* Falta etapa practica de estudiantes		
* Diagnostica el perfil personal y profesional del estudiante	* Falta de apoyo en sus proyectos personales		
	* Falta de formación desde grados inferiores		

			* Estudiantes sin ideas claras de su plan de negocio
OPORTUNIDADES	* Creación de nuevas empresas en el mercado	AMENAZAS	* Familias no incentivan a estudiantes
	* Resuelve necesidades del mercado adaptando las habilidades con inteligencias múltiples		
	* Desarrollar liderazgo en los estudiantes		
	* Capacitar a los estudiantes en varias áreas, para mejorar sus conocimientos		* Involucrar a estudiantes en ferias de negocios
	* Buscar conferencistas que apoyen el emprendimiento en la institución		

2 CAPÍTULO 2. COMPETENCIAS REQUERIDAS POR UN EMPRENDEDOR QUE SE ARTICULEN A LA FORMACIÓN Y POSIBILITEN LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y/O INGRESO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

2.1 REFERENTES:

Los siguientes referentes facilitan el desarrollo del trabajo puesto que esta información es utilizada como base fundamental y soporte estructural de este portafolio de trabajo para el área de emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba.

Toda esta información fue buscada en páginas web gubernamentales y apoyadas por instituciones que han suministrado datos importantes que han llevado a realizar una síntesis al presente trabajo.

2.1.1 EL EMPRENDIMIENTO COMO ÁREA OBLIGATORIA SEGÚN LA LEY 1014

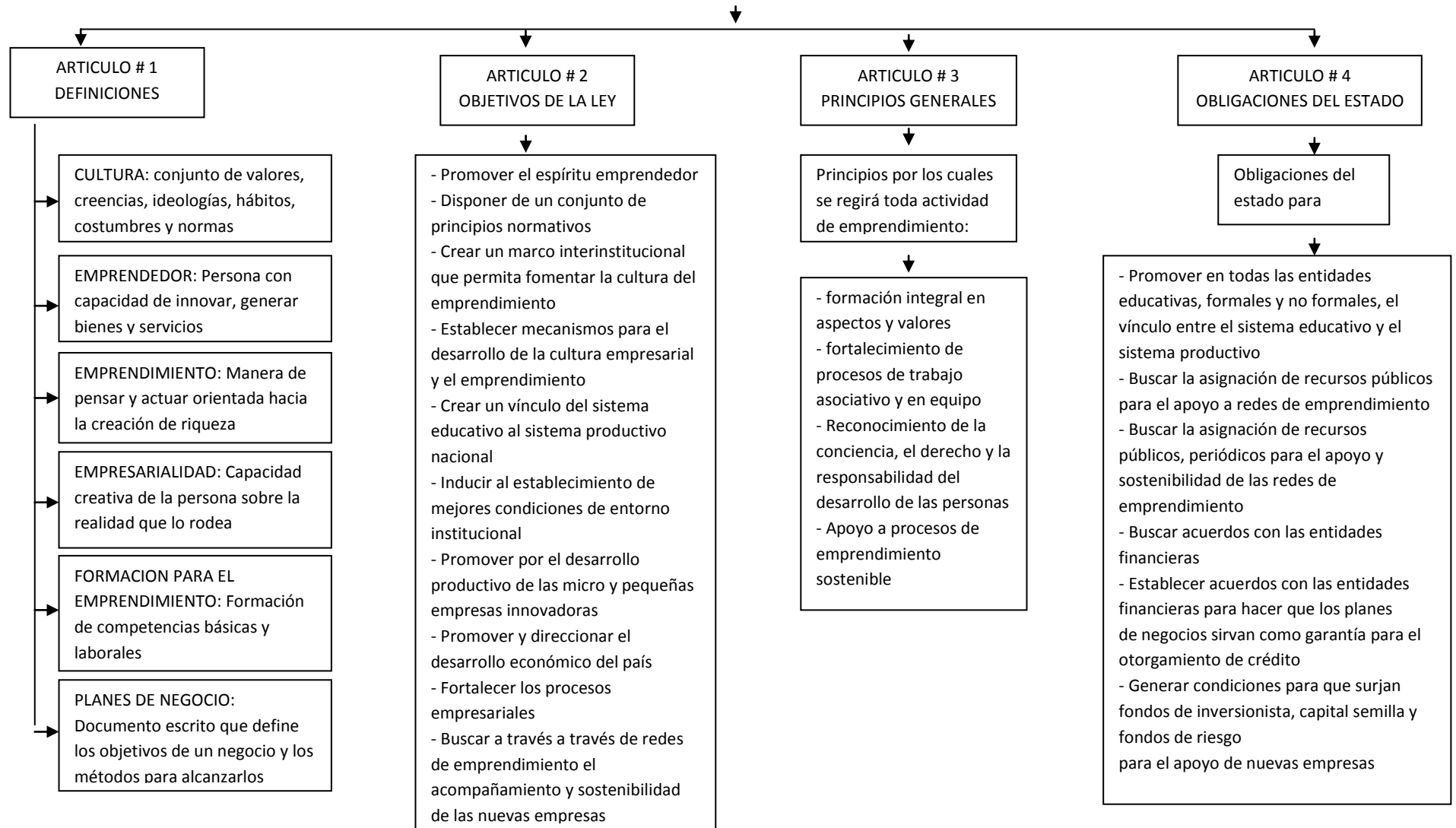
Para crear un plan de estudio que satisfaga a los estudiantes teniendo en cuenta que la educación requiere de propiciar y potenciar en los estudiantes competencias que conlleven al desarrollo de la creatividad, la innovación y el diseño de productos, servicios y empresas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas. En este sentido la responsabilidad social de la Educación (como derecho fundamental) está directamente ligada a la formación desde sus primeros años como seres creativos e innovadores.

Con base en ello, toda la Legislación educativa reciente apunta a propiciar estrategias que generen una cultura emprendedora, puede citarse por ejemplo la (Ley N° 1014, 2006) establece que “La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la

ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia” Esta ley busca fomentar en los estudiantes una cultura de emprendimiento capaz de lograr una relación entre el área educativa y empresarial con el fin de mejorar la industria laboral y ofrecer oportunidades a nuevos empresarios, obteniendo así un fortalecimiento en la economía del país.(p.2)

LEY 1014 DE 2006 DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

CAPITULO # 1



**LEY 1014 DE 2006
DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO**

CAPITULO # 2

**ART. #5 RED NACIONAL PARA
EL EMPRENDIMIENTO**

- * Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.
- * Ministerio de Educación Nacional.
- * Ministerio de la Protección Social.
- * La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
- * Departamento Nacional de Planeación.
- * Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco J. de Caldas”, Colciencias.
- * Programa Presidencial Colombia Joven.
- * Ascon, univ., Asiut, técnicas, acocapi, técnicas
- * Asociación Colombiana de pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
- * Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.
- * Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
- * Un representante de las asociaciones de jóvenes empresarios
- * Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
- * Un representante de las fundaciones dedicadas al emprendimiento.
- * Un representante de las incubadoras de empresas del país

**ART. #6 RED REGIONAL
PARA EMPRENDIMIENTO**

- * Gobernación Departamental quien lo presidirá.
- * Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
- * Cámara de Comercio de la ciudad capital.
- * Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los municipios.
- * Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
- * Un representante de las Instituciones de Educación Superior CRES.
- * Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
- * Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios
- * Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
- * Un representante de los gremios con presencia en la región.
- * Un representante de las incubadoras de empresas

**ART. #7 OBJETO DE
LAS REDES PARA
EMPRENDIMIENTO**

- * Establecer políticas y directrices orientadas a fomentar el emprendimiento
- * Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura en emprendimiento
- * Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al art. 10 de esta ley
- * Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país
- * Desarrollar acciones entre diversas organizaciones que permitan potenciar esfuerzos para impulsar empresas
- * Las demás que consideren necesarias para su funcionamiento

ART. #8 FUNCIONES DE REDES

- * Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento
- * Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo
- * Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento
- * Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas de emprendimiento
- * Articular los esfuerzos nacionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento
- * Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites
- * Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas
- * Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos en entidades
- * Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procedimientos
- * Emitir avales a los planes de negocios que concursan para obtener recursos

**ART. #9
SECRETARIA
TECNICA**

- * Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para emprendimiento
- * Presentar informes a los integrantes de la red en acciones y programas
- * Impulsar a desarrollar funciones asignadas a la red
- * Promover el desarrollo de diagnóstico y estudio sobre el Emprendimiento
- * Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora
- * Demás asignadas por la red.

**ART. #10
MESA DE
TRABAJO**

Son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas.

**ART. #11 OBJETO
DE LAS MESAS DE
TRABAJO**

- * Sensibilización: Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado orientado a motivar
- * Formación: Unificar criterios de formación. Formar Formadores
- * Preincubación: Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocio
- * Financiación: Recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región
- * Creación de Empresas: La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo
- * Capacitación Empresarial y Sostenibilidad: Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas mercados, finanzas
- * Sistemas de Información: Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información

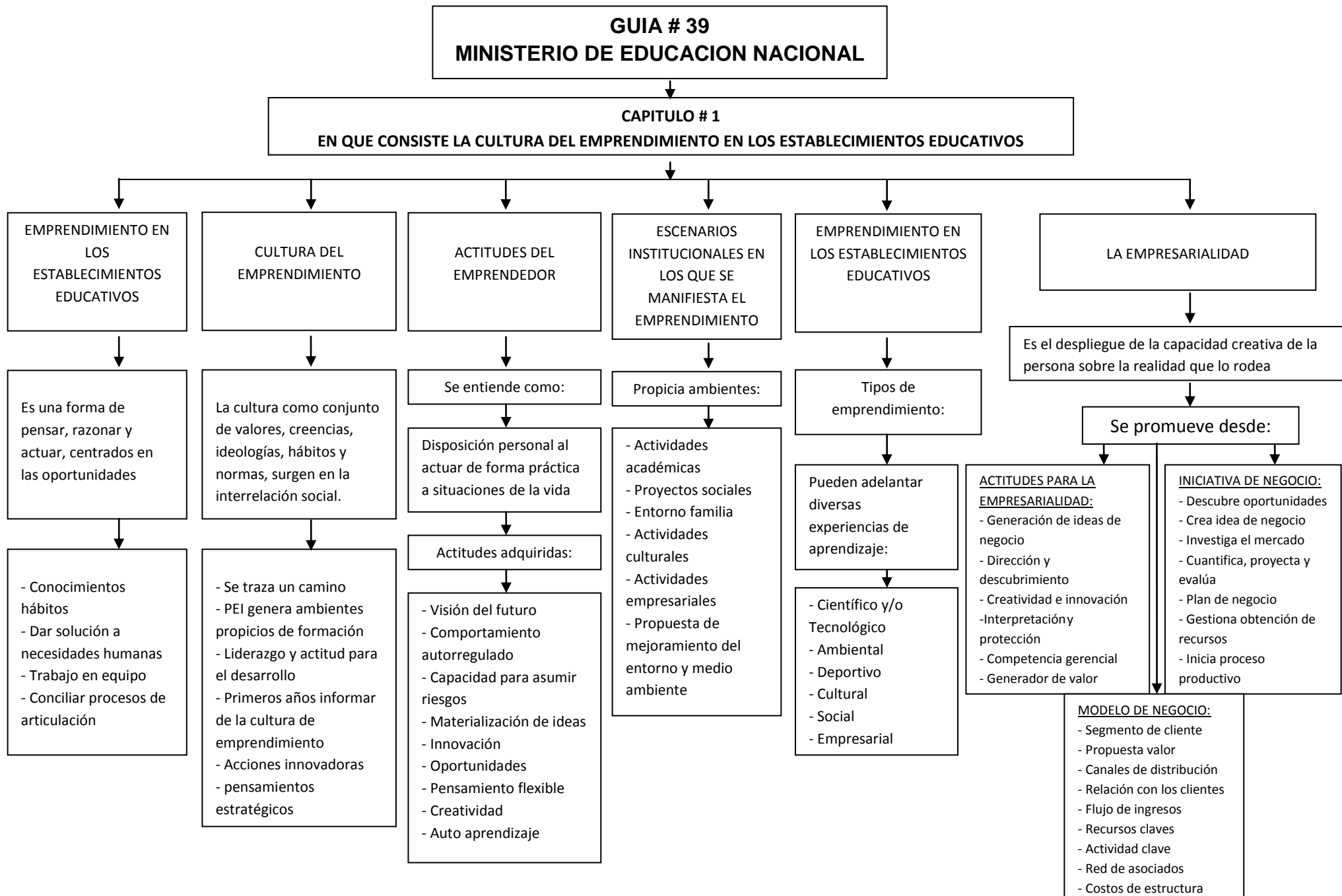
LEY 1014 DE 2006 DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

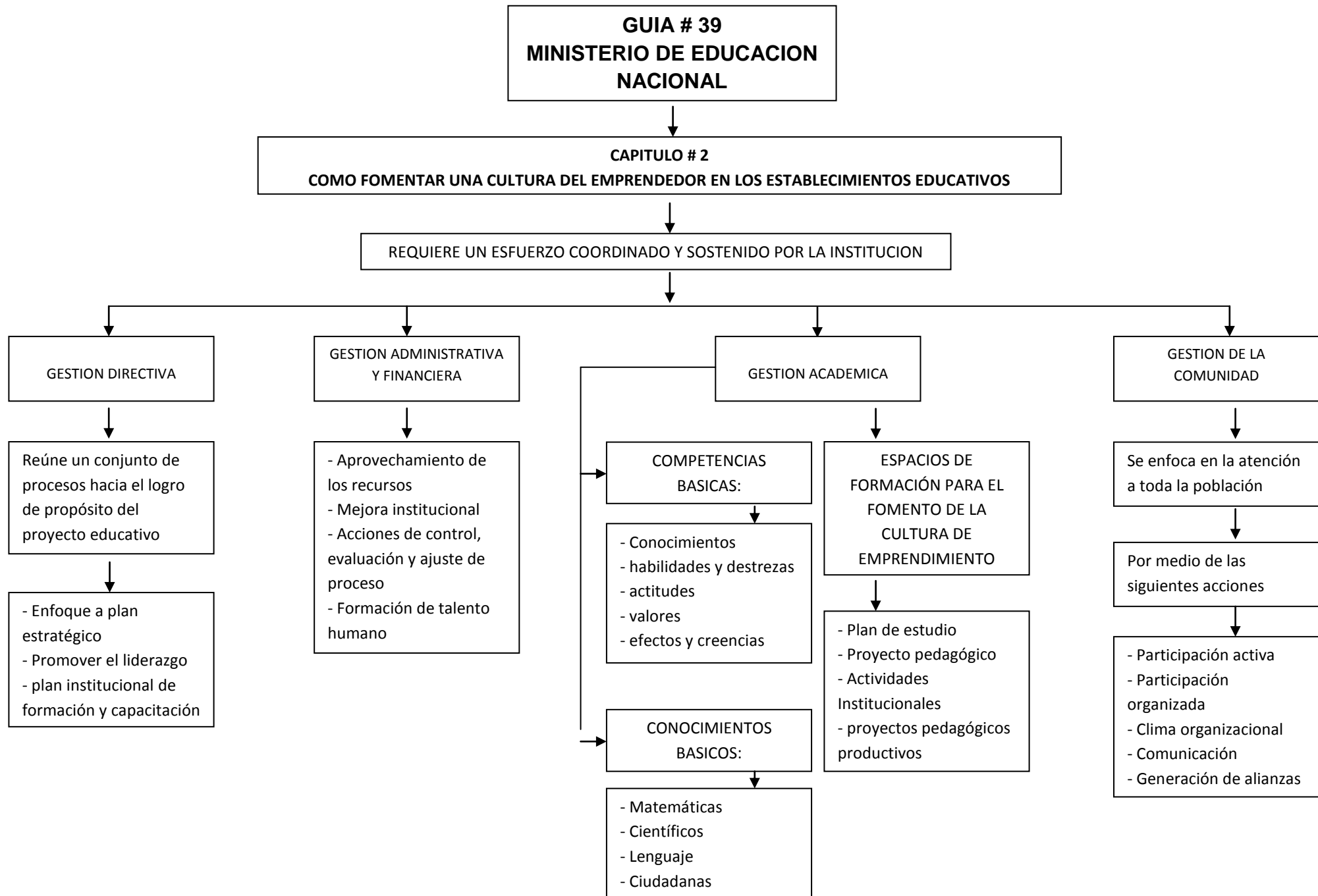
CAPITULO # 3

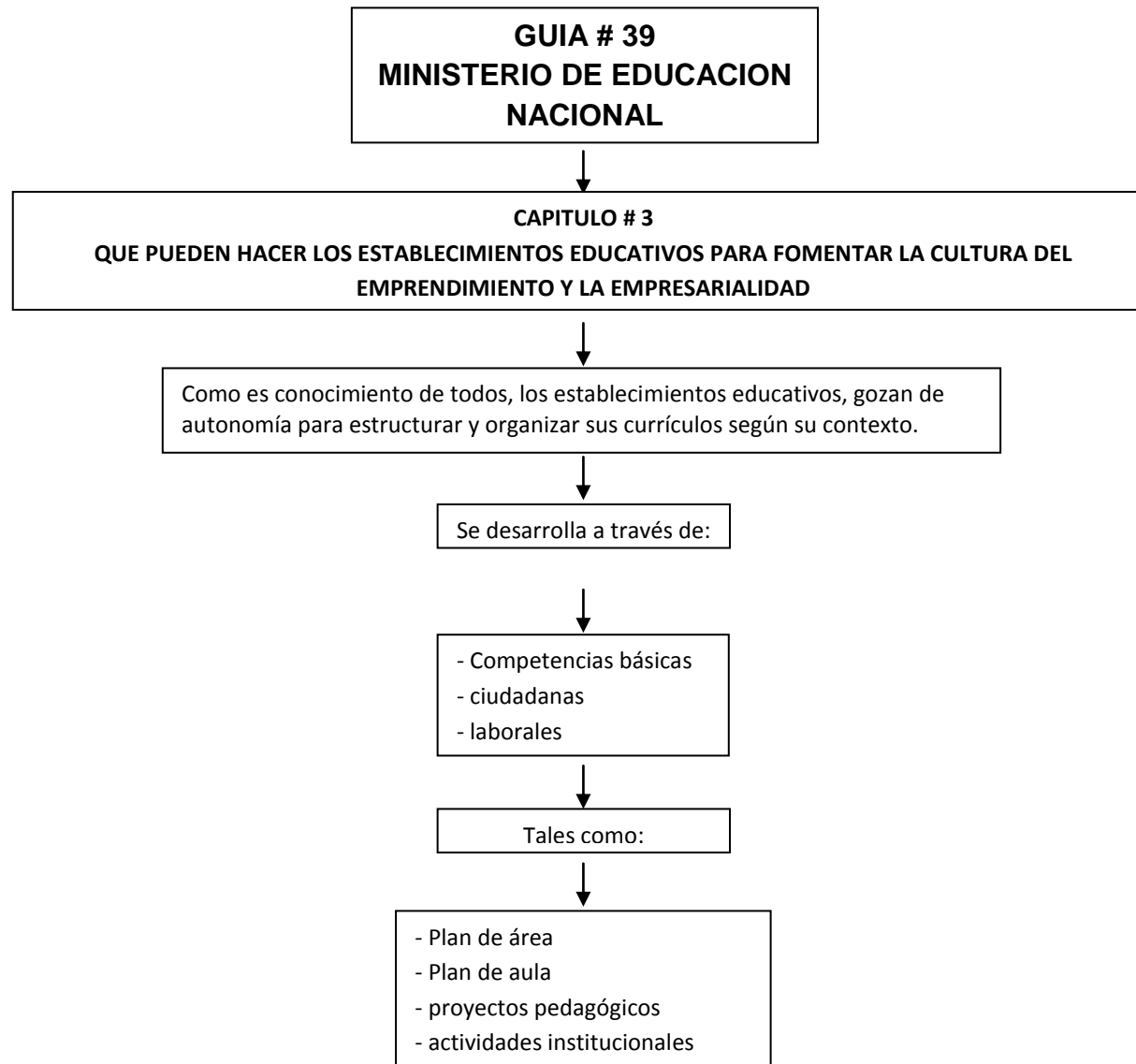
ART.#12 OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA FORMACION EN EMPRENDIMIENTO	ART.#13 ENSEÑANZA OBLIGATORIA	ART.#14 SISTEMA DE INFORMACION Y ORIENTACION PROFESIONAL	ART.#15 FORMACION DE LOS FORMADORES	ART.#16 OPCION PARA EL TRABAJO ENGRUPO	ART.#17 VOLUNTARIOS EMPRESARIAL	ART.#18 ACTIVIDADES DE PROMOCION	ART.#19 BENEFICIO DE VINCULO A LA RED DE EMPRENDEDORES	ART.#20 PROGRAMA DE APOYO A NUEVAS EMPRESAS	ART.#21 DISFUNCION DE LA CULTURA PARA EL EMPRENDIMIENTO	ART.#22 CONSTITUCION NUEVAS EMPRESAS	ART.#23 REGLAMENTACION	ART.#24 VIGENCIA
<p>* Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos</p> <p>* Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas</p> <p>* Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo</p> <p>* Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad</p>	<p>* Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas</p> <p>* Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento</p> <p>* Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial"</p> <p>* Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás</p>	<p>El ministerio de educación nacional establece en un plazo máximo de un (1) año, un sistema de información y orientación profesional, ocupacional e inversiva</p>	<p>El SENA coordina planes y programas para la formación de formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento o de acuerdo con los principios de esta ley</p>	<p>Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica podrán establecer sin perjuicio su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad</p>	<p>Las cámaras de comercio y los gremios podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores</p>	<p>* Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.</p> <p>* Macro rueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.</p> <p>* Macro ruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.</p> <p>* Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures).</p> <p>* Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.</p> <p>* 6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento</p>	<p>Quienes se vinculen con proyectos de emprendimiento a través de la red nacional o regional de emprendimiento, tendrán como incentivo la prelación para acceder a programas presenciales y virtuales</p>	<p>Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas desarrollarán programas de formación de la empresa desde temprana edad</p>	<p>La comisión nacional de TV o quien haga sus veces deberá conceder espacio para que se transmitan programas que fomenten la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley</p>	<p>Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de esta ley deben tener más de 100 trabajadores o activos totales por valor inferior a 500 salarios mínimos</p>	<p>Se exhorta al gobierno nacional para que a través de los ministerios respectivos, reglamenten todo lo concerniente al funcionamiento de las redes para el emprendimiento, durante los 3 meses siguientes a la sanción de esta ley</p>	<p>La presidenta del senado de la república: Claudia Rum de Marberí</p> <p>* El secretario general del senado de la república: Emilio Ramón Otero</p> <p>* El presidente de la cámara de representantes: Julio E Gallardo Archibolo</p> <p>* El secretario general de la cámara de representantes: Angelino R.</p>

2.1.2 GUÍA 39 DEL MEN

La guía 39 del Ministerio de Educación Nacional (MEN) presenta orientaciones que van dirigidas a las instituciones de básica y media para que puedan realizar un avance en el proceso de enseñanza de aprendizaje en la cultura del emprendimiento, la cual se constituye de actividades que contribuyen al desarrollo profesional, personal y empresarial



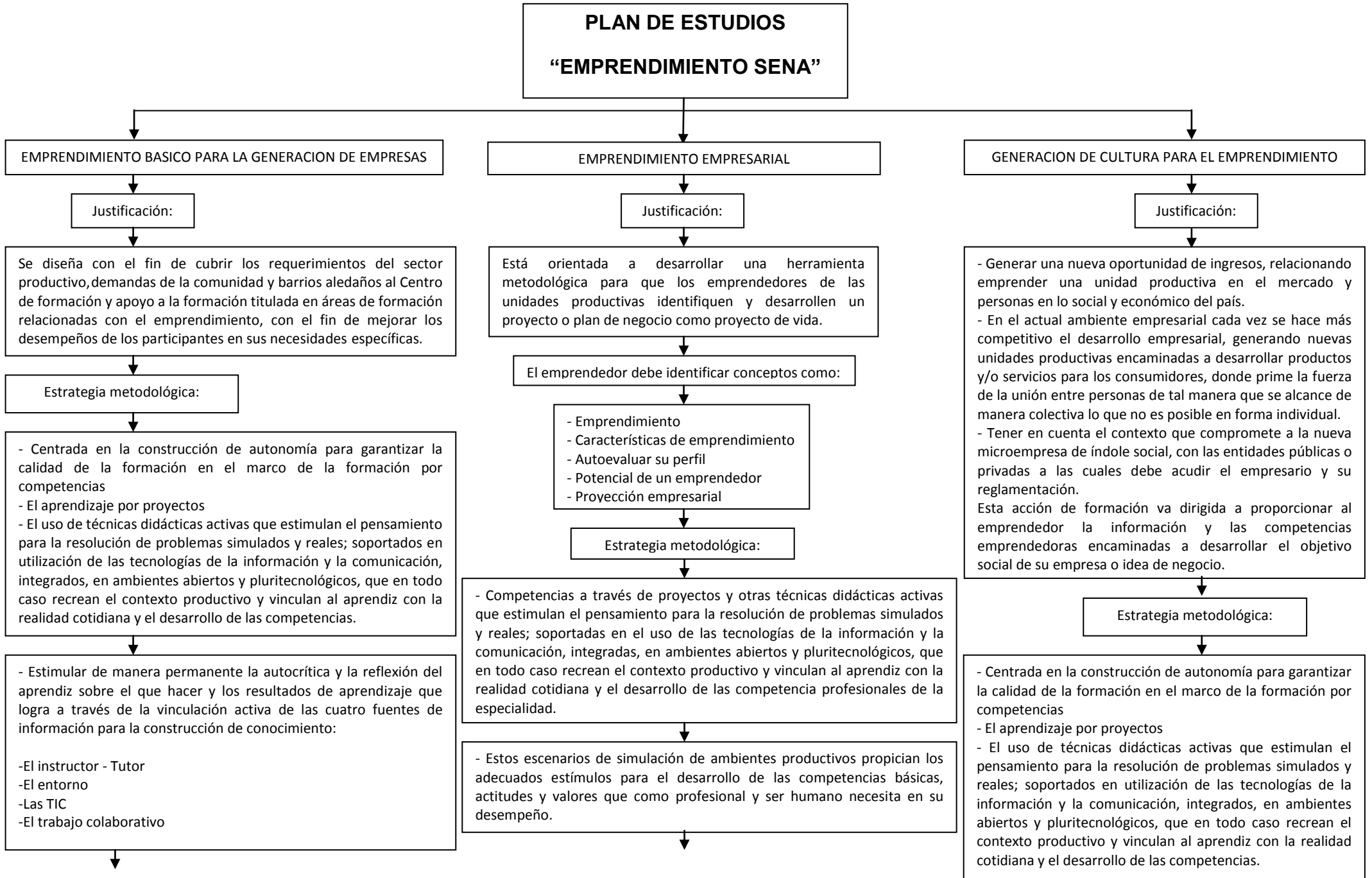


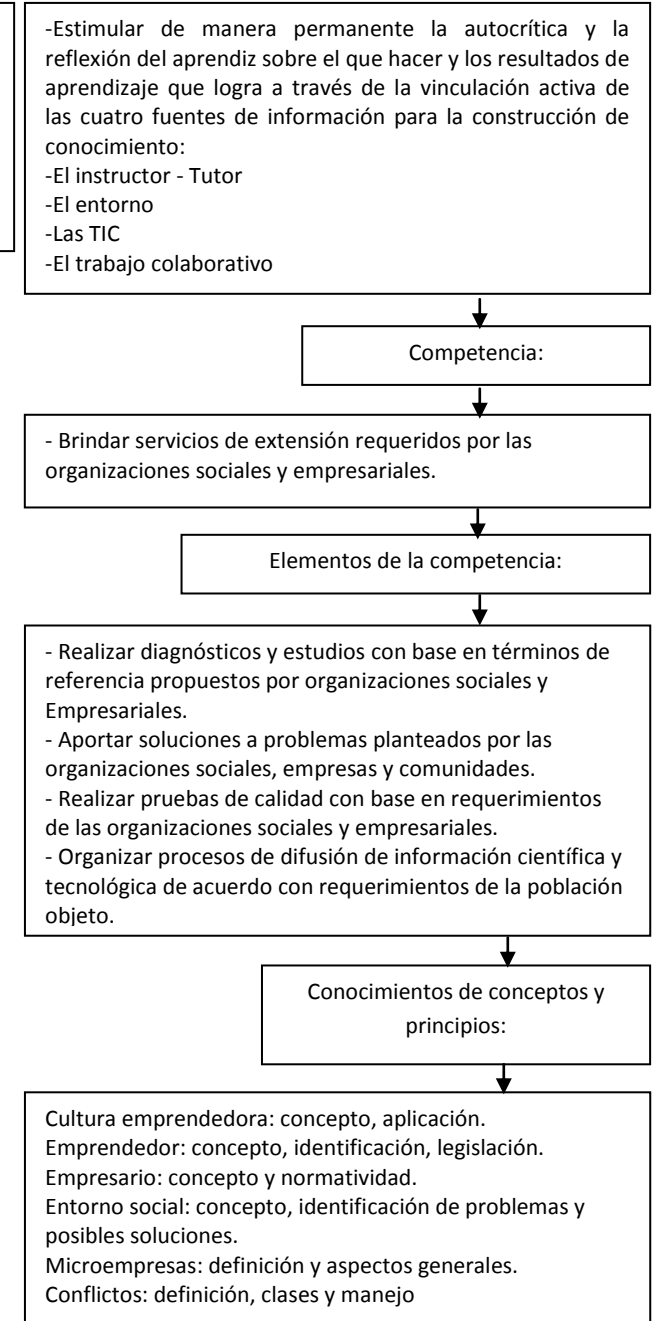
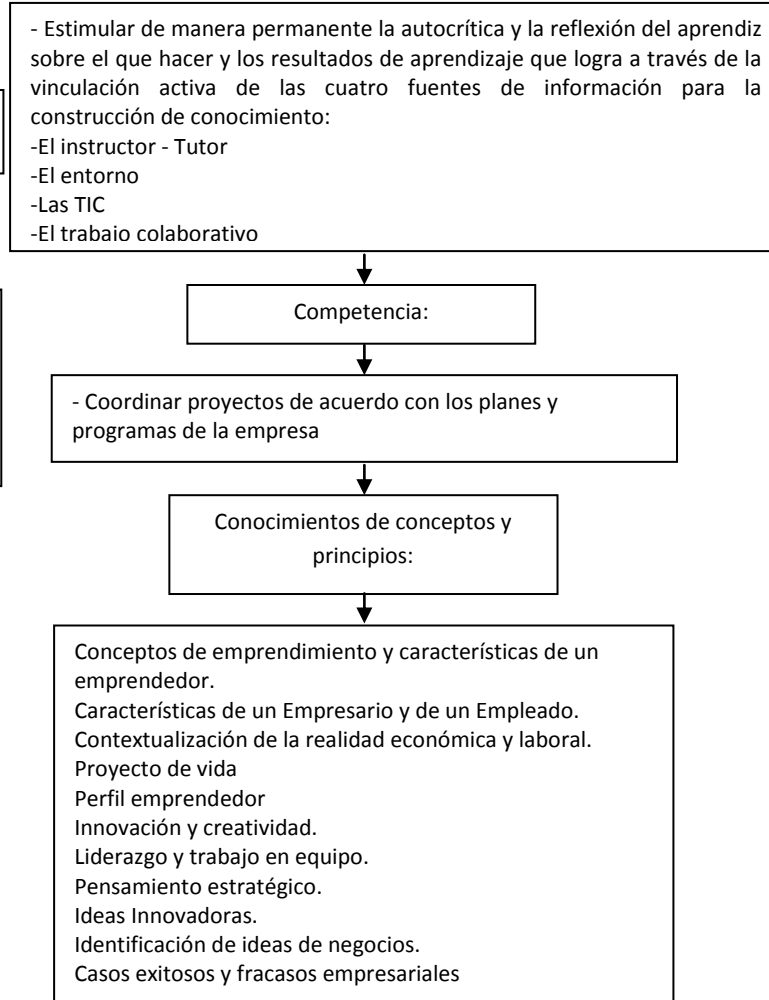
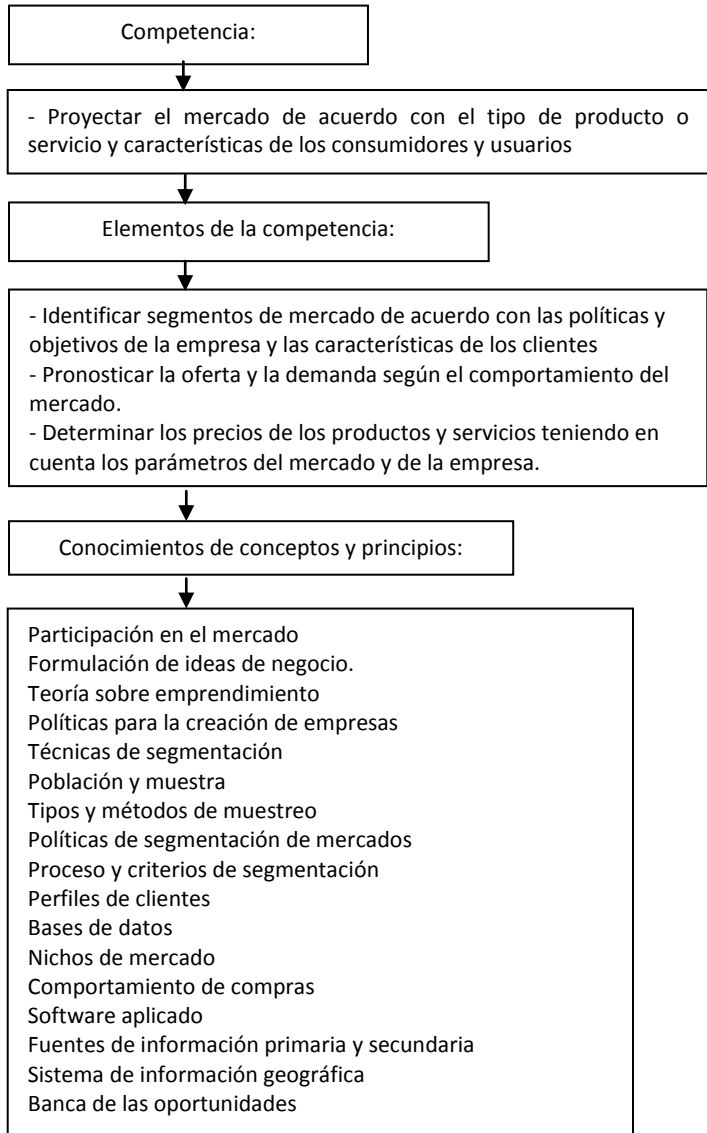


2.1.3 EL SENA Y EL FONDO EMPRENDER COMO APOYO AL EMPRENDIMIENTO.

Ahora en la Ley 789 de 2002, Aquí he de referirse a apoyar el empleo y ampliar la protección social, con el apoyo del Fondo de Protección Social, donde (Fonso Emprender, 2002) constituye “Como el conjunto de políticas públicas orientadas a disminuir la vulnerabilidad y a mejorar la calidad de vida de los colombianos, especialmente de los más desprotegidos. Para obtener como mínimo el derecho a: la salud, la pensión y al trabajo.” (p.1)

De esta manera el fondo procura generar beneficios tanto para los empleadores como para los empleados, llegando así a un acuerdo mutuo donde los empleados estarán respaldados por esta ley 789, donde obtienen estabilidad laboral. Para esto el sistema ofrece nuevas oportunidades a los trabajadores para que puedan atreverse a una economía eficiente según la demanda del nuevo mercado laboral bajo una perspectiva de desarrollo financiero del país.





2.1.4 REFERENTES DE ARTICULACIÓN: LEY 749 DE 2002

De otro lado la Ley 749 de 2002, artículo 1, plantea la formación por Ciclos Propedéuticos, donde “las Instituciones técnicas profesionales, podrán ofrecer y desarrollar programas de formación hasta el nivel profesional, solo por ciclos propedéuticos y en las áreas de las ingenierías, tecnología de la información y administración, siempre que se deriven de los programas de formación técnica profesional y tecnológica que ofrezcan, y previo cumplimiento de los requisitos señalados en la presente ley.”

(Ministerio de Educación Nacional Ley 749, 2002, art. 1).

En esta ley se exige un acompañamiento desde la básica primaria, pasando por todos los niveles educativos y culminando en niveles profesionales, con el fin de garantizar una educación consecutiva con una misma modalidad y un mismo objetivo desde el inicio hasta el final, también brindando así mayor posibilidad de educación y estabilidad para los estratos menos favorecidos. Ahora bien, esta ley se establece decretos muy directos, los cuales garantizan una educación de calidad y eficiente para los estudiantes, la cual revela con transparencia las instituciones encargadas de dictar u orientar el plan de estudio.

Esta ley organiza una serie de etapas en la que las instituciones educativas brindan planes de estudio capaces de estimular y desarrollar las competencias, destrezas y capacidades de los estudiantes, vinculándolos a un nivel superior de educación más exigente y cambiante, por esto es necesario cumplir con los ciclos de formación establecidos por esta ley.

2.1.5 REFERENTES TEÓRICOS

A su vez El Decreto 1075 de 2015, plantea en el Artículo 1.1.1.1. Ministerio de Educación Nacional, objetivo No. 3 “Garantizar y promover, por parte del Estado, a través de políticas públicas, el derecho y el acceso a un sistema educativo público sostenible que asegure la calidad y la pertinencia en condiciones de inclusión, así como la permanencia en el mismo, tanto en la atención integral de calidad para la primera infancia como en todos los niveles: preescolar, básica, media y superior” (Decreto Único Reglamentario 1075, 2015)

En esta ley establece claramente unas garantías básicas para la educación en nuestro país, mostrando así parámetros y reglamentos que llevan a una persona natural o jurídica a formar estudiantes con calidad y direccionados a buscar una educación superior (universitaria), la cual se forme como personas integrales, capaces y profesionales.

Basándose en el Capítulo 3 del Decreto 1860 de Agosto 3 de 1994, reglamenta aspectos tanto pedagógicos como organizativos, el PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL (PEI) plantea que “Todo establecimiento educativo debe elaborar y poner en práctica, con la participación de la comunidad educativa, un proyecto educativo institucional que exprese la forma como se ha decidido alcanzar los fines de la educación definidos por la ley, teniendo en cuenta las condiciones sociales, económicas y culturales de su medio.” (Decreto 1860,1994, capítulo III)

De la misma manera en que se realiza la planeación y ejecución del PEI, es de vital importancia que el colegio piloto establezca cuáles serán los proyectos de emprendimiento que continuaran con el proceso de formación año tras año, es decir se realizara un análisis de mejora con el fin de brindar apoyo oportuno a estos estudiantes emprendedores, para que dichos trabajos no queden en el olvido, sino que puedan hacerse efectivos al finalizar su proceso de formación. Los estudiantes que no evidencien un proceso efectivo se entrarán a realizar un análisis personalizado con el fin de encontrar sus falencias, mejorarlas y así encaminarlos a la ruta del éxito.

De igual manera en cuanto a la Articulación de la Educación Media con la Educación Superior debe de existir una secuencia en cuanto a la formación en algunas áreas y competencias requeridas para la formación profesional y de hecho para su proyecto de vida.

Es este sentido el Emprendimiento inicialmente como un área, proyecto o estrategia debe generar una identidad cultural que permita desarrollar la innovación, la creatividad y de hecho el empoderamiento de una cultura que permita propiciar el desarrollo empresarial y organizacional desde la formación inicial hasta la formación superior y pos gradual.

Para ello se presenta una propuesta de creación de portafolio de aprendizaje para la formación y acompañamiento de estudiantes en innovación, diseño y emprendimiento, la cual pretende que el estudiante además de fortalecer una idea de emprendimiento, este en la capacidad de efectuar y llevar a una realidad esta idea de negocio, la cual será competente en el mercado exigente, aplicando así todo el conocimiento adquirido y las competencias del mismo.

2.2 ESTADO DEL ARTE RESPECTO A EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS DE EMPRENDIMIENTO

Tomando como base experiencias exitosas de otras instituciones en el área de emprendimiento, se mencionan las siguientes

➤ La revista SEMANA realizó una publicación en octubre de 2016, donde informa que “en Bogotá se celebró la clausura de Escuela para el Emprendimiento BBVA, un proyecto que busca formar a estudiantes con capacidad para crear empresas y desarrollar modelos económicos sostenibles.

La Escuela para el Emprendimiento BBVA duró cuatro años en Cundinamarca y se implementó en 33 municipios, 36 colegios públicos y se formaron más de 24.000 estudiantes y 106 profesores se capacitaron. El programa contó con el respaldo de la Secretaría de Educación del departamento y demás autoridades e instituciones gubernamentales.

En este proyecto los estudiantes crearon sus propios proyectos empresariales y aprendieron de finanzas personales, manejo financiero de su negocio y creación de alianzas estratégicas. “Les desarrollamos competencias y habilidades en materia financiera, en conciencia económica, les enseñamos qué es el dinero, para qué sirve y de dónde viene, porque de repente uno resulta ganando dinero y no sabe manejarlo”, afirmó Mauricio Flores, director de Responsabilidad Corporativa del BBVA.

El objetivo de Escuela para el Emprendimiento no era que los estudiantes abandonaran sus proyectos de estudio y formación, sino por el contrario, que este programa les sirviera para

proyectarse en un futuro y pensarán en una posible carrera universitaria relacionada con todo lo que aprendieron y con los negocios que realizaron.

En total se formularon 2.000 ideas de negocio. Los estudiantes aprendieron a ser productivos, propositivos y comprometidos con lo que se proponen. Según expresó uno de los profesores durante el evento, "veníamos de una cultura donde el emprendimiento no se conocía". No solo se trataba de que los jóvenes aprendieran de emprendimiento para desarrollar sus propios negocios y manejaran su dinero con responsabilidad, el objetivo también era que los jóvenes vencieran miedos y tomaran decisiones.

Antes del proyecto si los jóvenes de estos colegios veían alguna posibilidad de negocio estaba enfocada principalmente a la creación de puestos de comidas rápidas. Con Escuela para el Emprendimiento ampliaron su panorama y vieron opciones de negocios en diferentes campos, inicialmente en los que impulsaba el programa: ambientales, sociales y tecnológicos.

Los jóvenes estudiantes empezaron a ver oportunidades en su entorno, en sus municipios, con lo cual aprendieron de responsabilidad social y entendieron que podían crear proyectos que beneficiaran a sus regiones y que, a su vez, les trajeran beneficios económicos a ellos mismos y a sus familias. Los padres de familia también se vieron involucrados en Escuela para el Emprendimiento al impulsar los proyectos de sus hijos, quienes les enseñaban que iban aprendiendo en sus colegios, los negocios que se imaginaban, la nueva terminología y así motivaban a sus padres para apoyarlos.” (Semana,2016)

➤ En el año 2011 se realizó un evento por la Universidad Javeriana, orientado a capacitar a docentes y alumnos de bachillerato en el lenguaje del emprendimiento.

Porque los bachilleres también necesitan aprender a pensar en clave de empresarios, nació el ‘Programa Javeriano de apoyo para la enseñanza del emprendimiento en la educación media. Se trata de una iniciativa liderada desde el año 2010 por la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Pontificia Javeriana, de Cali, que busca capacitar a docentes y alumnos de la región en el uso de herramientas destinadas a potencializar su proyección empresarial. Es por eso que en mayo pasado se entrenó a representantes de una decena de colegios de la ciudad de Cali en la metodología desarrollada por la Network for Teaching Entrepreneurship, Nfte, una fundación con más de 25 años de experiencia en la formación de jóvenes empresarios. Entre los establecimientos educativos involucrados en el proceso se encuentran Lauretta Bender, alemán, British School, San Luis Gonzaga, Akademos, Nuestra Señora de la Consolación y cinco de Comfandi, que suman cerca de 300 alumnos. En septiembre organizaremos un encuentro regional, con el cual lograremos que los jóvenes compartan experiencias y desarrollen su capacidad de establecer relaciones que contribuyan a la realización de sus proyectos”, explicó Jorge Enrique Jiménez Prieto, coordinador del Área de Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Javeriana. Durante la capacitación se empoderó a los participantes con herramientas de emprendimiento que permitirá que sus centros de enseñanza implementen esa metodología, teniendo en cuenta sus propias necesidades y posibilidades. Ahora la idea es que cada uno de los colegios convocados realice un concurso interno para seleccionar el estudiante con la mejor propuesta empresarial, que lo clasificará para competir con los de los otros centros educativos del municipio. Esto será como un concurso intercolegiado de emprendimiento. Creemos que, así

como las competencias deportivas, las competencias de emprendimiento ayudan a motivar a los jóvenes a desarrollar actividades empresariales, anotó el docente. El ganador del concurso podrá participar en una gala internacional que la Nfte realiza cada año en Estados Unidos, con la asistencia de jóvenes de doce países. En el Puerto Jiménez Prieto indicó que un programa similar se llevará a cabo en el municipio de Buenaventura con otros once centros educativos. Gracias al apoyo de la Fundación de la Sociedad Portuaria se hará con colegios públicos, cinco de ellos de la zona rural, y habrá un componente diferencial, pues se asignarán recursos económicos de apoyo a la implementación de los proyectos empresariales que sean ganadores en cada institución educativa, puntualizó el profesor universitario.” (ElPaís.com.co, 2013)

➤ Para los meses de octubre – noviembre de 2011 El Colegio Cundinamarca IED - Ciudad Bolívar, publico un artículo donde menciona la implementación de un proyecto de vida y toma de Decisiones para los estudiantes de la institución.

Este artículo menciona “La configuración de proyectos de vida en la escuela contemporánea debe ser uno de los grandes retos para la educación colombiana, propendiendo por la concreción y consolidación de prácticas pedagógicas explícitas que formen y conformen los ejercicios de toma de decisiones mediados por posturas racionales y por la motivación continua, lo cual permita el desarrollo de metas claras. En este sentido, la organización escolar debe plantearse la auto realización de los sujetos desde la dimensión personal, profesional, familiar, laboral y de continuidad académica; entre otras, desde el desarrollo consciente, intencionado y explícito de metas a corto, mediano y largo plazo, las cuales sean objeto de proyección, planeación, introspección y cambio.

Un ejemplo claro es lo adelantado en la actualidad en la localidad No. 19 de Ciudad Bolívar en Bogotá, desde el Colegio Cundinamarca IED Bilingüe y su Proyecto Educativo Institucional: “Desarrollo Humano, un Proyecto de Vida”; es de resaltar que dicha localidad mantiene la segunda población joven del Distrito Capital de acuerdo a las estadísticas presentadas en el Plan de Desarrollo Juvenil de Ciudad Bolívar 2006- 2016; es así como en la institución se desarrolla un proyecto de investigación interdisciplinar el cual impacta a jóvenes de estratos 1 y 2 de los sectores más pobres de la ciudad.

De forma que la Institución Educativa posibilita vínculos fuertes de desarrollo en los sujetos desde las disciplinas, que concertadas en campos de pensamiento y aunadas en una intención, articulan propuestas innovadoras para los estudiantes del ciclo V, es por ello, que el trabajo adelantado desde “Proyecto de vida y toma de decisiones” busca contribuir en la elaboración de proyectos de vida de jóvenes de undécimo grado del Colegio Cundinamarca IED, a partir de: los relatos autobiográficos y talleres para la toma de decisiones con el fin de fortalecer los aspectos personales, laborales y profesionales, principalmente.

El trabajo se presenta para el ciclo V con tres momentos definidos así:

- Desarrollo de un escrito personal de corte autobiográfico, donde se relata la historia de vida teniendo en cuenta aspectos familiares, personales, momentos significativos de la niñez y del inicio de la edad escolar, entre muchos otros; y donde se pretende reconocer al sujeto con un pasado y bajo unas condiciones históricas.

- Talleres de toma decisiones; allí, bajo espacios creados propios para los jóvenes tales como convivencias, sitios lúdicos y de descripción de hábitos, actitudes, gustos, limitaciones, disgustos

y posibilidades, se concretan de forma racional elementos que permiten optar en las dimensiones mencionadas desde el autoconocimiento de cada estudiante.

- Propuesta de proyecto de vida, la cual se genera con una perspectiva de futuro bajo lo comprendido desde el pasado de cada estudiante con sus posibilidades y limitaciones en el presente y respaldada por un ejercicio de elección en las dimensiones laborales, profesionales y de cambio en lo personal y en las relaciones de familia.

Con todo lo anterior se vincula la construcción de un sujeto histórico en una comprensión del pasado, un ejercicio de posibilidades desde el presente y una proyección para el futuro, lo cual se sintetiza en un sujeto de reconocimiento histórico. Es así como, en la construcción de proyecto de vida los mismos estudiantes determinan presentar metas a corto mediano y largo plazo (temporalidad) y en las dimensiones personales, familiares, laborales y académicas- profesionales, desarrollando aspectos interesantes que se concretan en algo más que intenciones cuando se añade una matriz de seguimiento semestral a lo concretado. Es necesario mencionar como para los jóvenes en términos de lo personal se especifica el reconocimiento de sus debilidades en cuanto a aspectos como el temperamento, la puntualidad, el mal genio, la falta de organización, la pereza, la baja comunicación y socialización para lo cual proponen generar cambios, a los cuales desarrollaran seguimiento (elementos meta cognitivos). De la misma forma es de desatacar, como en los temas de inclusión laboral y de continuidad académica definen espacios desde sus habilidades, actitudes y gustos; los cuales les permite proyectarse en carreras de orden tecnológico y profesional. Es evidente que para los estudiantes es importante visualizarse en espacios que ellos consideran lejanos, tales como la Universidad o varios sitios laborales; por eso algunos de los talleres implementados desde la Dirección de Grupo y con el

Departamento de Orientación consiste en: elaboración de hoja de vida, presentación a una entrevista laboral o de ingreso a la educación superior, elementos básicos de relaciones personales, presentación personal, acceso a créditos para acceder a la educación superior, y una visita guiada a las Instituciones de Educación Superior, entre mucho otros.

Con todo lo anterior, se presentan momentos donde el joven recibe no solo información sino formación en procesos que son para “la vida”; de esta forma contribuimos en un trabajo de equipo al desarrollo humano de nuestros estudiantes y la consolidación de un proyecto de vida, desde el reconocimiento personal.

El resultado permite mostrar cómo varios jóvenes egresados reconocen que a partir de lo desarrollado en el proyecto de vida, logran identificar derroteros para la continuidad de sus procesos después de dejar la Institución Educativa lo cual da la posibilidad de acceder a varias oportunidades, muchas veces impensables por su desconocimiento mismo o por la falta de motivación personal. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2011, p.7)

3 CAPÍTULO 3. MODELO GUÍA O DISEÑO QUE PERMITA MOTIVAR EL EMPRESARIAMIENTO COMO PROYECTO DE VIDA PERMANENTE DE LOS(A) ESTUDIANTES.

3.1 PROPUESTA DE GUÍA PARA EL ÁREA DE EMPRESARIAMIENTO, CASO PILO I.E. CIUDADELA CUBA

CONTENIDO:

1. INTRODUCCION AL EMPRESARIAMIENTO:

1.1. Definición de emprendimiento

1.2. Actitudes del emprendedor

1.3. Tipos de emprendimiento

2. CULTURA AL EMPRESARIAMIENTO

2.1. Proyecto de vida

2.2. Como construir el proyecto de vida

2.3. Iniciativas del emprendimiento

3. EMPRESARIALIDAD

3.1. Iniciativa de negocio

3.1.1. Descubre necesidades y le da solución para su aprovechamiento

3.1.2. Crea su idea de negocio, define productos, objetivos y estrategias

3.1.3. Investiga el mercado, competencias, riesgos, facilidades y recursos

3.1.4. Diseña y evalúa un plan de negocio

3.1.5. Inicia proceso productivo, de mercadeo y ventas

3.1.6. Inicia anteproyecto

4. Aplicación y creación de idea empresarial

4.1. Actitudes y conocimientos para la empresarialidad

4.1.1. Generación de idea de negocio

4.1.1.1. Economía y mercados

4.1.1.2. Finanzas

4.1.1.3. Administración de empresas

4.1.1.4. Educación Financiera

4.1.2. Observación, descubrimiento y perspectiva

4.1.2.1. Visión del futuro

4.1.2.2. Identificar problemas

4.1.2.3. Descubrir oportunidades

4.1.2.4. Visualizar riesgos

4.1.3. Creatividad e innovación

4.1.3.1. Convertir ideas en proyectos

4.1.3.2. Generar iniciativas de negocio

4.1.3.3. Propiciar el cambio y transformación

4.1.3.4. Crear nuevos productos, procesos y servicios

4.1.4. Interpretación y proyección

4.1.4.1. Proyectar mercado

4.1.4.2. Proyectar información financiera

4.1.4.3. Información y hechos económicos

- 4.1.4.4. Formulación de planes de negocio
- 4.1.5. Competencias generales
 - 4.1.5.1. Desarrollar liderazgo
 - 4.1.5.2. Desarrollar hábitos de buenas prácticas
 - 4.1.5.3. Demostrar criterios éticos y responsables
 - 4.1.5.4. Poder negociador, para obtener y administrar recursos
- 4.1.6. Sentido propositivo generador de valor
 - 4.1.6.1. Valor y beneficios
 - 4.1.6.2. Generar empleo
 - 4.1.6.3. Aportes culturales, artísticos, deportivos y ambientales
 - 4.1.6.4. Valor sostenible

3.2 PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS Y DISEÑO CURRICULAR PARA IMPLEMENTAR EL PLAN DE ESTUDIOS DEL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO.

PLAN DE ESTUDIOS Y DISEÑO CURRICULAR PARA IMPLEMENTAR EL PLAN DE ESTUDIOS DEL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO.

PLAN DE ESTUDIO: EMPRENDIMIENTO PARA LA FORMACION DE EMPRESAS Y PROYECTO DE VIDA EN EDUCACION MEDIA TECNICA

JUSTIFICACIÓN: El plan de estudio se plantea con el fin de cumplir requisitos establecidos en la ley 1014 de 2006 que permita motivar el emprendimiento como proyecto de vida en los estudiantes de grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ciudadela Cuba (caso piloto), mejorando así su aprendizaje y ofreciendo un apoyo institucional a sus ideas de negocio.

CONTENIDO:

5. INTRODUCCION AL EMPRENDIMIENTO:

Define el emprendimiento con un concepto básico el cual le aporte un conocimiento del mismo, determinando características y actitudes del emprendedor. También comprenderá e identificará los diferentes tipos de emprendimiento y la aplicación por medio de ejemplos.

6. CULTURA AL EMPRENDIMIENTO

Entenderá los conceptos básicos de la cultura al emprendimiento y aplicara estos conceptos en el proyecto de vida dándole dirección y un enfoque para construir el mismo. Aplicara las iniciativas del emprendimiento.

7. EMPRESARIALIDAD

Iniciará un proceso de idea de negocio, aprenderá a descubrir necesidades, a definir soluciones como también estudiara mercados, riesgos, ventajas y desventajas, diseñara y evaluara un plan de negocio al cual le aplicara los conocimientos de emprendimiento y empresarialidad y para así continuar un proceso productivo y de ventas, culminando con la entrega física del anteproyecto solido de su negocio.

8. APLICACIÓN Y CREACIÓN DE IDEA EMPRESARIAL

Llevará a cabo la aplicación de los conocimientos ya adquiridos en su anteproyecto, al cual le adecuara y realizara las evaluaciones financieras, observaciones, descubrimiento y perspectivas que les llevara a visualizar, identificar y visionar su idea de negocio; convirtiendo así en una idea productiva que se proyectara en el mercado local, desarrollando en si rasgos de un perfil emprendedor, generando empleo y aportando a la sociedad beneficios culturales, artísticos, deportivos y ambientales y terminando en un valor sostenible de su idea de negocio.

3.3 PROPUESTA DE CONTENIDO DE LA GUÍA

CONTENIDO DE LA GUIA:

1. INTRODUCCION AL EMPRENDIMIENTO:

1.1. DEFINICIÓN DE EMPRENDIMIENTO

La Ley 1014 de 2006, art. 1º define el emprendimiento 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.

Con lo anteriormente mencionado el emprendimiento visto desde el papel del emprendedor se puede definir como alguien con habilidades para desarrollar ideas de negocio, planeaciones futuras y con la capacidad de mejorar y cambiar de entorno.

Ser emprendedor es ver la vida de una manera diferente en la que descubre oportunidades, en donde los demás ven necesidades aplicando el diseño, la innovación y la creatividad en entornos con mayor necesidad, con el fin de suplir las deficiencias de la sociedad.

1.2. ACTITUDES DEL EMPRENDEDOR

“Los emprendedores son quienes cristalizan una simple idea en una gran empresa, es por ello que es muy importante fortalecer ese espíritu que habita en ellos y que es el que los motiva en su carrera empresarial.

Conocer al emprendedor permite identificar los motivos principales que lo conllevan a la realización de ideas de negocio y a su vez identificar las mayores fortalezas para que sean aplicadas en la preparación de su proyecto.

Ser emprendedor implica:

- ❖ Dar vida a ideas existentes y generarlas como nuevas ideas
- ❖ Tener capacidad de iniciativa y creencia en su mismo
- ❖ Imaginación fértil para concebir ideas
- ❖ Flexibilidad para adaptar las nuevas ideas e ir preconcebíéndolas
- ❖ Motivación para pensar conceptualmente
- ❖ Tener capacidad para ver y percibir el cambio como una oportunidad
- ❖ Tenacidad y decisión para transformar esas oportunidades e ideas en negocios reales y prósperos
- ❖ Poner a prueba la capacidad de innovar, competir, ganar y lograr objetivos y sueños mediante el trabajo en equipo
- ❖ Una posibilidad de sobresalir, alcanzar estatus, generando empleo y desarrollo económico y social” (Flórez & Henly, 2012)

“Tipos de emprendedores:

De acuerdo con la personalidad los emprendedores se pueden clasificar en 5 tipos:

- ❖ **Administrativo:** hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas
- ❖ **Oportunista:** busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades q lo rodean
- ❖ **Adquisitivo:** se mantiene en constante innovación, lo cual le permite crecer y mejorar lo que hace
- ❖ **Encubador:** en su afán de crecer busca oportunidades y autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierte en nuevos negocios, incluso a partir de alguno existente
- ❖ **Imitador:** genera sus procesos de innovación partiendo de productos básicos existentes mediante la mejora de ellos.” (Flórez & Henly, 2012)

1.3. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento como estilo de vida se desarrolla en diferentes ambientes el cual citaremos los tipos de emprendimiento más destacados

Científico y/o tecnológico: implica la investigación y apropiación de conocimiento conducente al desarrollo, adaptación o mejoramiento de sistemas, artefactos o procedimientos para satisfacer necesidades, en los diversos ámbitos de la actividad humana y social, ya sea: alimentación, vestido, salud, vivienda, recreación, comunicaciones, transporte, entre otras actividades.

Ambiental: el emprendimiento ambiental o verde son las formas de pensar, de sentir y de actuar desde una conciencia ambiental, a través de la generación de iniciativas e ideas que favorezca el desarrollo de la creatividad y la innovación para hacer buen uso de los recursos del medio y generar desarrollo sostenible con una visión sistémica. Corresponde a propuestas de mejoramiento del entorno y el medio ambiente en un enfoque de desarrollo humano sostenible. Se pueden desarrollar, entre otras estrategias, a través de los Proyectos Ambientales

Escolares (PRAE) y adelantarse en cooperación con instituciones gubernamentales o no gubernamentales, secretarías que apoyan las iniciativas para la conservación y preservación del medio ambiente.

Deportivo: es entendido como una forma de pensar y actuar centrada en las oportunidades que brinda el contexto para la realización de programas o eventos deportivos, recreativos y/o de actividad física, planteada con una visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Se desarrolla en el campo de las manifestaciones corporales, motrices y sociales, considerando que son innumerables las invenciones de juegos, deportes, olimpiadas o múltiples modalidades de competencia física y expresión motriz, propias de cada cultura en cada sociedad en un momento histórico determinado.

Cultural y/o artístico: procesos educativos intencionalmente orientados a la creación, participación y liderazgo de actividades y proyectos artísticos y culturales a partir del desarrollo de competencias básicas y ciudadanas en los estudiantes, del fomento de sus capacidades creativas e innovadoras y el desarrollo de competencias laborales específicas, cuando así se requiera. Se expresa en actividades o proyectos diversos: musicales (sean de creación o interpretación instrumental o coral), teatrales, danza y pintura, audiovisuales o de animación;

periodísticos; literarios; entre otros. Hoy han ganado relevancia las industrias culturales y creativas, que incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño.

Social: está asociado tanto a la concepción y desarrollo de todo proyecto educativo, como a la proyección social que todo establecimiento debe realizar como compromiso con la comunidad educativa y con la comunidad circundante. Es un concepto inherente a la gestión institucional, caracterizado por un conjunto de propuestas que pretenden responder de manera efectiva a necesidades, problemáticas e intereses de un grupo social, sustentadas en el diagnóstico que toda institución establece como punto de partida de su gestión. Desde este punto de vista se articula directamente con la misión, visión, objetivos, entre otros componentes del horizonte institucional, y desde allí genera un despliegue de acciones y responsabilidades centradas en responder a las necesidades e intereses de la comunidad educativa y su región.

Empresarial: el Emprendimiento Empresarial Escolar (EEE) corresponde a un proceso educativo intencionalmente orientado a la creación, liderazgo y fortalecimiento de actividades, procesos o proyectos pedagógicos, económicamente productivos. Se promueve fundamentalmente en la educación media e implica experiencias de aprendizaje conducentes al desarrollo, la promoción y comercialización de productos o servicios que satisfagan expectativas y necesidades de las personas.

2. CULTURA AL EMPRENDIMIENTO

La Ley 1014 de 2006, art. 1º, define la cultura que es entendida como un 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.

La cultura empresarial les permite a muchas personas ser empresarios, aun sin tener finalidad económica, por eso el concepto del espíritu empresarial que maneja Varela, es bien básico en toda sociedad, algo que debe llevar a la manifestación de la gente en diversos aspectos. Allan Gibbs, plantea que la cultura empresarial en el área de negocios tiene cinco componentes:

- a. La existencia de numerosas personas vinculadas a la vida empresarial que puedan servir de ejemplo o modelos de imitación para el proceso formativo.
- b. La existencia de oportunidades de trabajo para los jóvenes estudiantes en empresas para que adquieran experiencia empresarial
- c. La existencia de oportunidades para practicar lo que se va aprendiendo
- d. La existencia de oportunidades para ejercitar las características y atributos empresariales sintiendo el refuerzo positivo de la sociedad a sus logros
- e. La existencia de oportunidades, especialmente para jóvenes, de poder conformar redes con personas conocidas que le den el refuerzo necesario para poder completar el proceso empresarial como proveedores, clientes, distribuidores, organismos de apoyo. **(Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013)**

2.1. PROYECTO DE VIDA

“El proyecto de vida es como un camino para alcanzar las metas que nos proponemos, y vivir como lo proyectamos, Con base en nuestra realidad. Es el plan que una persona se traza a fin de conseguir un objetivo. El proyecto da coherencia a la vida de una persona en sus diversas facetas y marca un determinado estilo, en el obrar, en las relaciones con los demás, en el modo de ver la vida.

El proyecto de vida es la dirección que el hombre se marca en su vida, a partir del conjunto de valores que ha integrado y jerarquizado vivencialmente, a la luz de lo cual se compromete en las múltiples de su existencia, sobre todo en aquellas en que se decide su futuro, como son el estado de vida y profesión.” (Fandiño, Y. F. B., 2014)

2.2. COMO CONSTRUIR EL PROYECTO DE VIDA

“El método del proyecto parte del deseo de emprender algo y fijar un camino para lograrlo, sirve para tener objetivos claros e impulsa la capacidad de tomar decisiones. Es un punto de apoyo para el joven de todas las edades. La elaboración de este proyecto se basa en tres aspectos básicos: El conocimiento de la persona, el entorno y la búsqueda de información para satisfacer las inquietudes y posibilidades que nos rodean para alcanzar las metas propuestas: La flexibilidad no debe faltar, pues los seres humanos poseemos múltiples intereses, habilidades y la capacidad de rectificar, además los resultados no dependen solo de la persona.

Al definir su proyecto de vida el joven podrá defender lo que piensa, sus intereses y formarse un carácter menos vulnerable al miedo. Tomar conciencia sobre las posibilidades de triunfar,

reconocer las habilidades y dificultades, dirigir con autonomía el rumbo de la vida, enfocando la construcción del PROYECTO DE VIDA, es esencial para salir adelante en lo personal tanto en lo afectivo como en lo académico y satisface tanto al joven de hoy como al del futuro. La persona que se proyecta es quien conoce con claridad sus aciertos y desaciertos, puede formular su futuro, según su propio PROYECTO DE VIDA.

Trazar metas es solidificar, es plasmar el límite de tiempo y acción, es un paso firme para asegurar su ejecución, proyectarse, revisar y volver a proyectarse, es un ejercicio constante base para la superación. Las dificultades aminoran, cuando se sabe a donde se pretende llegar y el camino para resolverlas es más claro.” (Fandiño, Y. F. B., 2014)

2.3. INICIATIVAS DEL EMPRENDIMIENTO

Las iniciativas de emprendimiento son conceptos útiles que nos permiten dar el primer paso para una idea de negocio

- a) Estrategia: Es un conjunto de acciones que se lleva a cabo para lograr un determinado fin
- b) Mercadeo: Ciencia que se ocupa de identificar y satisfacer las necesidades humanas de forma rentable.
- c) Necesidad: Es la falta, ausencia, carencia de algo vital
- d) Deseo: Expresión de la necesidad influenciada por la cultura
- e) Producto: Es todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad
- f) Valor del producto: Es la apreciación que hace el consumidor de la capacidad del producto para satisfacer sus necesidades

g) Mercado: Un mercado está conformado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico.

<https://es.slideshare.net/gabastidas1703/1-cartilla-emprendimiento>

3. EMPRESARIALIDAD

“La empresarialidad es el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea; es la potencialidad de todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno” (Ley 1014 de 2006),

3.1. INICIATIVA DE NEGOCIO

Una iniciativa de negocio contiene argumentos que permite descubrir y aprovechar las oportunidades y la visión de las opciones más validas para el aprovechamiento de una idea de negocio.

Un proyecto empresarial o idea de negocio surge alrededor de una idea consecuente con satisfacer las necesidades del entorno.

Para la elección de una idea de negocio se determinan factores que usualmente son a considerar por los emprendedores

- ❖ “Repetición de experiencias ajenas: es el efecto reflejo de los negocios nuevos que se produce frecuentemente en las épocas de expansión de la economía
- ❖ Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos de una creación o con una alta tasa de crecimiento
- ❖ Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos
- ❖ La experiencia del futuro empresario, que ha trabajado en otro negocio y pretende independizarse
- ❖ La detección de un producto o servicio innovador, que se estima que puede encontrar mercado, o la detección de un segmento insatisfecho en el mercado
- ❖ La formación principal propia, que puede llevar al deseo de establecerse por cuenta propia en una actividad

En cualquier de estos casos, la principal fuente de ideas empresariales es el cambio continuo de nuestro entorno, ya sea cercano o mas genérico, como son las grandes tendencias que observamos en los mercados. **(Quintanas & Gutierrez, 2010)**

3.1.1. DESCUBRE NECESIDADES Y LE DA SOLUCIÓN PARA SU APROVECHAMIENTO

Para el emprendedor descubrir una necesidad del entorno es necesario analizar su ambiente en el cual se desenvuelve; por lo general nuestros ambientes están determinados por necesidades primarias y secundarias, estas a su vez son la mejor forma para iniciar una idea de negocio.

A. Necesidades primarias: Son aquellas que se caracterizan por ser fundamentales e irremplazables, las cuales llevan a una satisfacción usualmente inmediata

B. Necesidades secundarias: son aquellas necesidades no vitales y por lo general cambiantes y dependientes del tipo de sociedad, cultura, etnia, ubicación geográfica, etc. Estas necesidades por lo regular se pueden satisfacer con productos o servicios similares al inicial

Para el aprovechamiento de la necesidad y después de determinar si es necesidad primaria o secundaria se debe entrar a analizar la idea de negocio con una serie de preguntas, estudios e investigaciones del mercado que evaluarán el buen aprovechamiento de esta su idea de negocio

Es importante antes de crear su propia idea de negocio realizar una lluvia de ideas con el fin de obtener mayor cantidad de alternativas a la hora de definir una idea centrada y conveniente de negocio. Para desarrollar las ideas de negocio se recomienda buscar a personas empresarias, docentes, gubernamentales y personas relacionadas a esta área con el fin de tener alternativas que apoyen la idea de negocio.

3.1.2. CREA SU IDEA DE NEGOCIO, DEFINE PRODUCTOS, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

En el momento de crear una estrategia para su idea de negocio ya sea de producto o servicio es importante “formular preguntas tales como:

- ¿Que es lo que más me gusta hacer?
- ¿Para que soy bueno (a)?
- ¿Que es lo que más se vende?
- ¿Que es lo que hace falta en el mercado?
- ¿Cuanto dinero necesito y cuanto tengo?
- ¿Quiénes necesitan algo?

- ¿En que tengo experiencia?
- ¿Como les ha ido a otros que han creado empresa de este tipo?
- ¿Con que apoyo de familiares, amigos y entidades cuento?
- ¿Que proveedores conozco?
- ¿Esta empresa dará utilidad?
- ¿Puedo vivir de esta utilidad?
- ¿Hay suficiente información? ” (Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013)

3.1.3. INVESTIGA EL MERCADO, COMPETENCIAS, RIESGOS, FACILIDADES Y RECURSOS

“Riesgos y facilidades del plan de negocio:

La creación de una empresas un camino lleno de incertidumbres, de inconvenientes, de sacrificios y riesgos; sin embargo la satisfacción de tener una empresa propia, autonomía en el manejo del tiempo, utilidades monetarias, la posibilidad de generar empleo y de ayudar al desarrollo de la sociedad, son motivaciones para continuar con dicho proceso.

La idea de la empresa hace parte del proceso de planeación de cualquier organización, que debe tener en cuenta ciertos principios:

Principio de factibilidad: No se debe realizar planes ambiciosos o demasiado pretenciosos que son imposibles de lograr. La planeación debe adaptarse a la realidad, sin sacrificar la capacidad de soñar, con los pies en la tierra.

Principio de la objetividad: Una vez se haya cerciorado de que la idea es posible, su proyecto se debe apoyar en hechos reales, verificables, en datos, en estadísticas, en cifras, en

estudios de mercado (no en especulaciones), esto con el fin de reducir los riesgos generados por no tener información exacta y oportuna de los aspectos principales de la empresa

Principio de la flexibilidad: Cuando construya su proyecto, debe tener cuidado con creer que va a salir totalmente como usted piensa. Se deben establecer alternativas (plan de contingencia o plan B), que le permita afrontar situaciones imprevistas y que proporcionen nuevas opciones que se ajusten fácilmente a las condiciones de su proyecto

Principio de la unidad: Todos los esfuerzos que implica el desarrollo del plan deben tener un criterio de unicidad. Es decir, que los esfuerzos que usted realice apunten hacia un único punto: El logro de los propósitos y objetivos de la organización.

Principio de cambio de estrategia: Cuando la ejecución de un plan no cumple con sus objetivos, debido a situaciones externas e internas, será necesario reformularlo. Lo anterior no significa abandonar los objetivos, sino realizar ajustes en las estrategias, políticas, programas, procedimientos y presupuestos, para poderlo lograr “(Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013).

“RECURSOS: sea cual sea el proyecto, lo primero en lo que debemos insistir es en que no hay que confiar en las subvenciones. Las ayudas financieras a proyectos emprendedores pueden ser factores positivos para la viabilidad del proyecto, oportunidades pero nunca garantizan la viabilidad del plan de empresa. El apoyo financiero público puede ser un factor externo favorable pero no debemos contar con ello, ya que este puede que no llegue o llegue tarde.

A continuación veremos las diferentes inversiones de capital de riesgo

- ❖ Asignar su propio dinero mientras las entidades de capital riesgo suelen invertir recursos de tercero (inversiones institucionales, entidades financieras, empresas, etc.)
- ❖ Invierte solo en zonas aproximadas a su lugar de residencia.

- ❖ Los importes invertidos suelen ser sustancialmente inferiores a la medida que dedican las entidades de capital de riesgo en cada operación
- ❖ Están dispuestos a entrar en etapas mas tempranas de la vida de la empresa
- ❖ Aunque existe la misma preocupación por la desinversión, suelen ser mas pacientes que los inversores de capital de riesgo
- ❖ No realiza análisis tan detallados como los efectuarían los inversores de capital de riesgo
- ❖ Aceptan rentabilidades esperadas inferiores a las de las entidades de capital de riesgo
- ❖ Sus inversiones pueden verse afectadas por motivaciones no estrictamente financieras de signo muy diverso” (Quintanas & Gutierrez, 2010).

Análisis DOFA:

Para realizar este estudio es conveniente empezar por hacer un análisis DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas), que trata de combinar el análisis del entorno de la empresa con el análisis funcional interno sobre ella.

DEBILIDADES	aspectos desfavorables de la organización, en su entorno competitivo y del mercado, que puede suponer una limitación
OPORTUNIDADES	fuerzas externas que pueden aumentar la rentabilidad del proyecto
FORTALEZAS	las fuentes posibles de una ventaja competitiva, capacidades, recursos, contactos, diferenciaciones...
AMENAZAS	fuerzas externas que pueden limitar la efectividad del negocio, aumentar su riesgo o su coste

(Quintanas & Gutierrez, 2010).

3.1.4. DISEÑA Y EVALÚA UN PLAN DE NEGOCIO

Diseñar y evaluar un plan de negocio hace referencia para la aplicación de ideas ya determinadas, esto con el fin de analizar más a fondo la situación de cada idea.

El diseño es la aplicación creativa y/o innovadora en la que da origen a una idea con diferentes variables circunstanciales.

La evaluación es el criterio que determina los puntos a favor y/o en contra dando una afirmación precisa de elección para así realizar un plan de negocio.

Es importante resaltar que diseñar y evaluar son patrones que se deben aplicar al momento de tomar una decisión en cualquier ámbito de la vida. En un plan de negocios la evaluación es constante, el diseño se vuelve estrategia

3.1.5. INICIA PROCESO PRODUCTIVO, DE MERCADEO Y VENTAS

Aspecto productivo y ventas:

Tiene que ver con la demanda del bien o servicio, es decir sus clientes y todo lo que pueda afectar la relación empresa – cliente (proveedores, entorno y competencias). Con base a esto, se definen las características del producto o servicio; por consiguiente, el emprendedor deberá concentrarse en satisfacer las necesidades y preferencias. Los clientes son su prioridad, de esto depende el éxito de cualquier emprendimiento empresarial. **(Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013).**

El análisis de los clientes, deben tenerse en cuenta sus variables de tipo demográfico y de tipo psicográfico. Dentro de las primeras se encuentran, por ejemplo, la edad, el género, su ocupación, nivel social, ubicación geográfica, nivel de educación, entre otras.

En cuanto al aspecto psicográfico del cliente menos evidente que las anteriores se tienen variables como sus aficiones, gustos, preferencias, hábitos de compra, tendencias a la moda, tipo de consumidor y sol del consumidor; además de las respuestas a preguntas como:

¿Que compran?

¿Porque compran?

¿Donde compran?

¿Que cantidad compran?

¿Con que frecuencia compran? (**Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013**)

3.1.6. INICIA ANTEPROYECTO

MODELO DE ANTEPROYECTO

PROPUESTA DE INVESTIGACION: Son los pasos o procedimientos utilizados para tratar de explicar o profundizar en un tema o hallar un nuevo conocimiento a través de la investigación, a continuación se menciona un modelo de anteproyecto:

I. PRESENTACIÓN

1. Definición y objetivo del Anteproyecto de investigación

El objetivo del Anteproyecto de Investigación consiste en:

Definir el proyecto de desarrollo de una investigación, desarrollo tecnológico o aplicación tecnológica para resolver un problema particular.

Los sub-objetivos de un Anteproyecto son:

Revisar en forma exhaustiva la bibliografía existente relacionada con el problema y la solución propuesta para definir el problema y la solución propuesta.

Definir a detalle las actividades y presupuestos requeridos para cumplir con las metas de un proyecto

Definir un plan de trabajo detallado para obtener el reporte de proyecto.

2. Estrategias para desarrollar el Anteproyecto.

El anteproyecto implica que se comprende la definición un problema a resolver y la una solución factible, se han determinado los objetivos, sub-objetivos, metas, actividades y metodologías. Una propuesta de las actividades requeridas para el llenado del reporte de anteproyecto fue dada en las actividades del Formato de Pre proyecto:

1. Definir la metodología de medición de tiempo
2. Definir con el cliente sus requerimientos finales del problema.

3. Estudiar o analizar al mejor detalle posible el problema para mejorar su comprensión.
4. Estudiar o analizar al mejor detalle posible el marco teórico de la solución.
5. Estudiar la definición de las metas y actividades a desarrollar para especificar las actividades al mejor detalle posible.
6. Definir para cada actividad el tiempo, los requerimientos y los presupuestos, las responsabilidades y los productos a entregar.
7. Definir los resúmenes de las actividades.
8. Escritura del reporte de anteproyecto.

1. Portada

La portada consiste en una carátula que contiene la siguiente información:

Nombre del proyecto.

Lista de Participantes (en orden alfabético o por importancia autoral).

Lista de Asesores (definidos internos y externos).

Nombre de la escuela de los participantes y asesores.

Nombre de la institución donde se realiza el proyecto, si dicha institución es diferente a la escuela de los participantes.

Normalmente, la información de la portada es presentada en letras grandes y remarcada (en negrita y letras centradas), aunque pueden existir otros formatos de acuerdo a las instituciones que reciben el trabajo. Una modificación importante es la inclusión de los correos electrónicos de los participantes y asesores y los datos generales de las instituciones (nombre de la institución, dirección, teléfono y fax, correo electrónico de contacto).

2. Presentación

La presentación consiste en decir en forma rápida (aproximadamente un párrafo) el contenido del trabajo (Resumen), decir en un número reducido de palabras el contenido (Palabras clave) y un índice del contenido.

Resumen (abstract). El resumen no debe de excederse de más de 150 palabras (típicamente de 80 a 120 palabras) y por lo general, suele presentarse en letras cursivas. No contiene referencias bibliográficas y debe de presentar la información en forma clara y directa (sin explicaciones detalladas). El contenido del resumen incluye:

-Resumen del contexto de la problemática: Decir el panorama general del ambiente que genera el problema (académico, comercial o industrial).

-Resumen del problema a resolver: Decir en forma clara cual es el problema a resolver y decir en forma resumida la importancia del problema.

-Resumen de la solución propuesta. Decir en forma clara cual es la solución que se propone y decir en forma resumida la importancia de la solución propuesta con sus limitaciones.

Palabras clave (Keywords). Es un conjunto de 3 a 10 palabras (o frases) que resumen el contenido del trabajo. Cada palabra clave debe de especificar una parte importante del trabajo.

Estas pueden ser originadas por el problema y por la solución propuesta.

Índice: Consiste en el ordenamiento de los temas y subtemas del trabajo indicando las paginas en donde esta la información.

3. Introducción

La introducción es una ampliación del resumen, pero sin entrar en detalles técnicos.

Básicamente consiste en presentar el contexto del problema, el problema general y la solución.

Consiste en:

La presentación del contexto general del problema: Consiste en presentar el problema de acuerdo a su origen (cuales o que situaciones lo generaron). Típicamente, contiene una información general de los clientes y del origen académico, comercial o industrial del problema. La información en la introducción debe de contener referencias bibliográficas.

NOTA: No debe de confundirse la información del contexto del problema con el marco teórico de la solución, ya que el contexto se presentan los antecedentes que originan el problema a resolver.

Definición general del problema a resolver: Se muestra el resumen del problema y se justifica brevemente su importancia.

Definición general de la solución propuesta: Se muestra el resumen de la propuesta de solución y la justificación de su importancia.

La información en la introducción debe de contener referencias bibliográficas. No se detalla el problema y la solución.

4. Problemática

Definición detallada del problema a resolverse: En esta sección se presenta el problema a resolver, mostrando la información en forma clara auxiliándose de referencias, tablas, gráficas e imágenes. Identificamos los sus problemas que conforman el problema general. La información en la introducción debe de contener referencias bibliográficas.

Justificación de la importancia del problema: Consiste en mostrar la importancia del problema. Es importante recalcar los grupos, personas, instituciones, etc. que son afectadas por la existencia del problema. De ser posible presentar en forma general las afectaciones económicas, ecológicas, sociales, etc. La información en la introducción debe de contener referencias bibliográficas.

Información general del cliente (empresa): Es un resumen con la información del cliente, la cual contiene nombre, domicilio, razón social, información de contacto, responsables, et

5. Definición de objetivos

Objetivo general: Consiste en la definición clara de la solución propuesta para resolver un problema bien delimitado. Típicamente, el objetivo general consiste en 2 partes:

Objetivos específicos (sub-objetivos): Similar al objetivo general, los objetivos específicos también consiste en 2 partes (formato de objetivo general), con la diferencia que tanto el problema y la solución propuesta han sido acotados.

Metas específicas: Cada objetivo específico consiste de un conjunto de metas específicas. Dichas metas son actividades generales pero que son cuantificables bajo alguna forma. Se debe de especificar el porcentaje o numero que se desea alcanzar para considerar una meta como cumplida.

Es importante notar que un objetivo específico solamente se cumple cuando todas las metas que lo definen han sido realizadas con éxito. De igual forma, el objetivo general se alcanza cuando todos los objetivos específicos se han cumplido.

6. Solución propuesta

Antecedentes (marco teórico): Es la información resumida de los trabajos previamente existentes a la solución (esta sección deberá ser perfectamente referenciada). En caso de existir trabajos similares, presentar las ventajas y desventajas de dichos trabajos.

Solución propuesta: Esta consiste en detallar en lo posible la propuesta de solución del problema principal, de los sub problemas y de las metas específicas. En caso de ser una implementación, decir el origen de la tecnología y los posibles ajustes que se requieren para implementarla.

Definición de limitaciones: Delimitamos o acotamos las soluciones propuestas, ajustándolas a las especificaciones dadas por las metas específicas.

Para la detección de pérdida de diversidad se propuso una mejora en una métrica que mide la dispersión de la población, la métrica original no cumple con las especificaciones de la meta, pero con una estrategia estadística puede mejorarse para cumplir con la meta.

Justificación de la solución: Las soluciones propuestas deberán de ser justificadas a detalle, justificando los alcances o métricas dadas en las metas específicas.

Beneficios estimados: Mostramos los posibles beneficios que obtendremos con cada solución propuesta.

Una alternativa es presentar para cada solución propuesta su limitación, justificación y beneficios estimados.

7. Definición de las actividades generales

Definición de las actividades generales y metodologías: Definimos para cada meta las actividades a realizar y se propone al menos una metodología para desarrollar cada actividad. Las actividades propuestas deben de permitir alcanzar las metas propuestas durante el proyecto. Pueden existir actividades secuenciales y actividades paralelas.

En esta sección no se define aun los participantes para cada actividad ni los tiempos y costos estimados. De ser posible, definir las actividades con alguna métrica asociada, de tal forma que exista una forma de medir los avances de dicha actividad.

Definición de variables de control y formatos de evaluación: Definimos para cada actividad general las variables de experimentación o investigación que se van a realizar. Después de definir las variables de experimentación – investigación, se determina las metodologías, procedimientos o formatos que permiten evaluar, medir o comparar la calidad del trabajo realizado.

Definición de las actividades específicas: En esta sección definimos para cada actividad general, las acciones específicas a realizar (las cuales dependen de la metodología, variables de control, los formatos de evaluación y el problema particular a resolver). Típicamente, pueden existir acciones específicas interdependientes debido a que los productos finales de una actividad son requisitos de otras actividades, por lo que se recomienda enumerar las actividades y notificar las actividades independientes (no relacionadas) con la misma numeración y de preferencia indicar la acción de dependencia cada una de las acciones interdependientes.

8. Definición de actividades específicas

En esta sección definimos para cada una de las actividades específicas los requerimientos para su realización y los productos que se generaran de cada una de las actividades, así como también el algoritmo que se requiere para la obtención de los productos intermedios y finales de la actividad.

Definición de requerimientos Cada actividad requiere de una serie de equipos, materiales, inmuebles, etc. que permiten su realización exitosa. El proceso consiste de 5 pasos:

- a) Determinar las actividades antecedentes o paralelas que se requieren para realizar la actividad.
- b) Determinar todos los requerimientos de la actividad, incluyendo mobiliario, equipos, materiales, licencias, viajes, costos de capacitación, etc.
- c) Determinar los requerimientos que están disponibles (no se incluye consumibles ni gastos de operación).
- d) Determinar los requerimientos que deberán de adquirirse, incluyendo gastos de operación.
- e) Estimar el presupuesto de adquisición de la actividad, separando los bienes y equipos a adquirir de los gastos de operación.

Es importante considerar la reutilización de los equipos y materiales, ya que un equipo solicitado para adquisición en una actividad puede ser usado en alguna otra actividad posterior.

Definición de productos a entregar: Cada actividad deberá de entregar al menos un producto final o los productos intermedios requeridos. Los productos finales pueden ser implementaciones, manuales, resúmenes, colecciones de archivos, equipos, etc.

Lista de productos intermedios y finales: Consiste en la lista de todos los productos intermedios (definiendo la actividad que lo genera) y la lista de todos los productos finales a

entregar. No debe de confundirse los productos finales con los productos finales de las actividades, ya que muchos productos finales de las actividades son considerados como productos intermedios del proyecto.

9. Cronograma de actividades

En esta sección se define los cronogramas de actividades para a realización del proyecto. Los cronogramas avanzados deben de considerar el análisis de riesgos de proyectos, tiempos de holgura, tiempos de participantes, etc...

Definición el tiempo disponible por participante: Cada participante deberá de definir el tiempo teórico que dispone para el proyecto (tiempo oficial). En el cronograma oficial se mostrara el horario semanal de actividades y el número de semanas estimadas para la realización del proyecto. El horario deberá contener un código que especifique la prioridad de las actividades que se están realizando tales como: Actividad no cancelable (ejemplo: clases), Actividades que es posible sustituir (para emergencias), Actividades del proyecto, etc.

Tiempo estimado de realización: Consiste en estimar el tiempo que tardaremos en desarrollar una actividad, generalmente se establece en horas (aunque las estimaciones iniciales pueden realizarse en semanas o días). En la estimación se establece el tiempo de normal de realización y el tiempo máximo esperado, el cual no debe de exceder de un 40% del tiempo normal de realización. Debemos en lo posible especificar como se distribuye el tiempo en la actividad y los criterios de finalización de la actividad.

Definición de responsabilidades de la actividad: Se define los responsables de cada actividad, incluyendo los roles de los participantes y asesores que deberán de realizar la actividad.

Cronograma de actividades: Consiste en definir un cronograma general y en caso de ser posible, los cronogramas detallados. En el cronograma general se especifica la lista de actividades a desarrollar, colocando las actividades en la forma secuencial y en caso de existir actividades paralelas, colocarlas en forma consecutiva. Se debe de incluir el tiempo estimado para realizar dicha actividad. Los cronogramas generales pueden ser dados en términos de días, semanas, catorcenos o meses.

10. Presupuesto de proyecto

Lista de material disponible: Consiste en una lista con todos los materiales, equipos, mobiliarios, laboratorios, etc. que se dispone para realizar el proyecto. La información es el concentrado de todos los materiales disponibles para desarrollar cada una de las actividades específicas.

11. Conclusiones

Resumen de la problemática: Consiste en decir en forma directa el problema que se desea resolver, la delimitación o acotamiento y la importancia del problema. Lo anterior debe de no exceder de un párrafo de máximo un cuarto de hoja.

Resumen de la propuesta: Consiste en decir en forma directa la solución que se ha propuesto para resolver el problema, el acotamiento de la solución propuesta y la importancia de la solución propuesta. Lo anterior debe de no exceder de un párrafo de máximo un cuarto de hoja.

Énfasis de la solución: Consiste en decir en forma contundente cuales son las aportaciones del trabajo realizado.

12. Bibliografía

Bibliografía Física: Son referencias obtenidas de libros, revistas científicas, informes técnicos, etc. que están en formato impreso. Normalmente las bibliografías son ordenadas en forma alfabética o por orden de aparición en el trabajo. El formato suele contener:

Autores (en orden de apellidos, nombres o iniciales de nombres).

Nombre del trabajo.

Nombre de la editorial, revista o congreso.

Numero de páginas (en caso de memoria de congreso o revista).

Lugar y año de publicación.

Bibliografía Virtual: Son referencias obtenidas en formatos digitales, siendo la principal fuente las paginas de Internet. Para ser aceptada, la referencia de Internet debe de ser de sitios oficiales, escuelas o fundaciones de tal forma que la información sea verificable.

13. Apéndices

En esta sección se incluye la información de los códigos, programas, formatos, tablas, gráficos, etc. que ayudan a clarificar el problema y/o la solución propuesta.

14. Biografías y Firmas

Presentar una biografía resumida de los integrantes del equipo y de los asesores.

Poner el espacio para la firma de las autoridades correspondientes.

(Anónimo, 2011)

4. APLICACIÓN Y CREACIÓN DE IDEA EMPRESARIAL

4.1. ACTITUDES Y CONOCIMIENTOS PARA LA EMPRESARIALIDAD

4.1.1. GENERACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO

4.1.1.1. ECONOMÍA Y MERCADOS

ANALISIS DE MERCADO Y PLAN DE MERCADOTECNIA

EL MARKETING

El marketing le permite al empresario tener una visión diferente con respecto a los aspectos por tener en cuenta que le mantendrán en el mercado, es decir el estar orientado a satisfacer las necesidades del cliente, cubriendo en mejor manera estas necesidades que la competencia ya que es la única garantía para permanecer y progresar en el mercado. Es importante que el empresario tenga claros los siguientes conceptos:

- Benchmarking: es comparar el producto con otros productos o servicios similares o iguales con el fin de establecer las ventajas competitivas
- Ciclo de vida del producto: se refiere a las diferentes etapas por las que atraviesa un producto o servicio, las cuales son nacimiento, crecimiento, madurez, declive y muerte
- Consumidor: es quien juzga si los productos o servicios satisfacen sus necesidades
- Estrategia: es el mecanismo que se utiliza para alcanzar los objetivos, para posicionar el producto y diversificar el mercado

- Estilo de vida: se refiere a los gustos, necesidades, deseos y demás actuaciones de un cliente para satisfacer sus necesidades
- Hábitos y costumbres: están definidos por las creencias, estilos de vidas, por la sociedad y el medio con el cual interactúan los individuos
- Mercado potencial: es el target hacia la cual la empresa se debe dirigir sus esfuerzos para realizar la comercialización, este debe estar limitado y no exceder las expectativas de ventas
- Mercado objetivo: es el target group, hacia el cual se destinan los productos por medio de las diferentes estrategias
- Marketing mix: mezcla de variables en función del mercadeo, comercialización, precio, distribución y promoción, entre otros.
- Necesidades del cliente: es lo que le hace falta al consumidor, por lo general estas necesidades son creadas por el mercado
- Posicionamiento: se refiere a la imagen que tienen los clientes o consumidores de un producto o servicio, frente al mercado
- Política: son todas las normas que promulga la empresa, que le permiten direccionar las actuaciones hacia un objetivo determinado
- Segmentación del mercado: es dividir el mercado dependiendo de las necesidades de la empresa. Esto permite identificar el target group. **(Villamizar & Henly, 2012).**

4.1.1.2. FINANZAS

“ASPECTOS DE FINANZAS

Se debe considerar todos los movimientos (ingresos y egresos) de dinero necesario para poner en marcha y operar la empresa, tales como, ventas, donaciones, inversiones, gastos, renta.

- ❖ Una inversión: es un capital o cantidad de dinero que se usa para obtener una ganancia futura
- ❖ Un gasto: es el dinero que se usa para cubrir una necesidad u obligación de la empresa en el desarrollo de sus operaciones

Con este referente, en el estudio financiero del proyecto se presentan dos tipos de costos: los de inversión, que corresponden generalmente a la adquisición de los activos fijos necesarios para el desarrollo del objeto social de la empresa. Ej. De estos son los edificios, la maquinaria, los vehículos, los equipos de oficina, los muebles y enseres principalmente.

El segundo tipo de costos es el de operación (mencionada antes como gasto). Este tipo de costo es indispensable para el que hacer diario de la empresa, en su ejecución de día a día. Los costos de operación que en mayor medida se genera en un proyecto son: los de mano de obra, materias primas, insumos, materiales, mantenimiento, arrendamiento, servicios, honorario, entre otros.

EL INICIO DE SU EMPRESA: ¿Que se necesita para iniciar su empresa?

- ❖ Materiales y servicios: ¿que se necesita para elaborar el producto?
- ❖ Adecuación del lugar: ¿Dónde ubicar el negocio?, ¿abre el local propio o arrendado?, ¿Qué adecuaciones se deben realizar?
- ❖ Publicidad: ¿Como se dará a conocer el negocio?

❖ Personal y otros: ¿Qué otro servicio se ofrecerá?, ¿se contratará personal?, ¿se implementará el uso de uniforme?

Los sueldos de todos los trabajadores deben considerarse en el momento de calcular los gastos... incluyendo las provisiones para prestaciones sociales y los soportes parafiscales...

- MAQUINARIA Y EQUIPO	
Equipo A	
Equipo B	
- MATERIALES E INSUMOS	
Material A	
Insumo	
- SERVICIOS ADICIONALES	
Asesorías	
servicios generales	
- PERSONAL	
Trabajador A	
Trabajador B	
- GASTOS DE INICIACION	
- OTROS GASTOS	
Adecuaciones	
TOTAL	

Plan de inversión inicial (Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013)

4.1.1.3. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“AMBIENTE Y CULTURA ORGANIZACIONAL

AMBIENTE ORGANIZACIONAL: El ambiente se refiere al estado de una organización, resultado de la interacción de las personas que laboran en ella, sus relaciones y sus resultados, generados por el apoyo y colaboración mutua. Cada integrante ocupa un rol específico, que le permite desempeñar una serie de actividades, funciones y atribuciones para cumplir con su trabajo, ocupando un cargo y una posición incluida en el organigrama.

CULTURA ORGANIZACIONAL: Cada empresa, tiene un sistema propio que identifica su funcionamiento, esto la hace diferente a las demás, por tanto su cultura organizacional es el resultado del modo de vida y desempeño de los trabajadores, teniendo en cuenta sus necesidades, deseos, valores, creencias y ambiciones, muestra el comportamiento acorde con la relación que se genera entre los trabajadores de una empresa.

Existen cuatro tipos de cambio que pueden realizarse en la organización con el fin de optimizar sus procedimientos administrativos:

❖ Estructurales: Afectan la estructura organizacional, los departamentos o divisiones que pueden fusionarse, crearse, eliminarse o ser subcontratados con proveedores externos, redes internas y externas, los niveles jerárquicos y las modificaciones en el esquema de diferenciación, versus integración existente.

❖ Tecnológicos: La tecnología afecta el sistema que emplea la empresa para ejecutar sus tareas, fabricar sus productos y prestar servicios. Este factor permite evaluar constantemente el nivel productivo de las máquinas, equipos, instalaciones, procesos empresariales, y demás.

❖ Productos o servicios: Afectan los resultados o el nivel de salidas en cuanto al volumen de producción y en cuanto a la calidad de productos o servicios que ofrece la organización

❖ Culturales: Cambio en las personas, en sus comportamientos, en sus actitudes, expectativas, aspiraciones y necesidades. Es importante resaltar que estos cambios no son aislados, son sistemáticos, pues se afectan entre si y producen un efecto multiplicador.

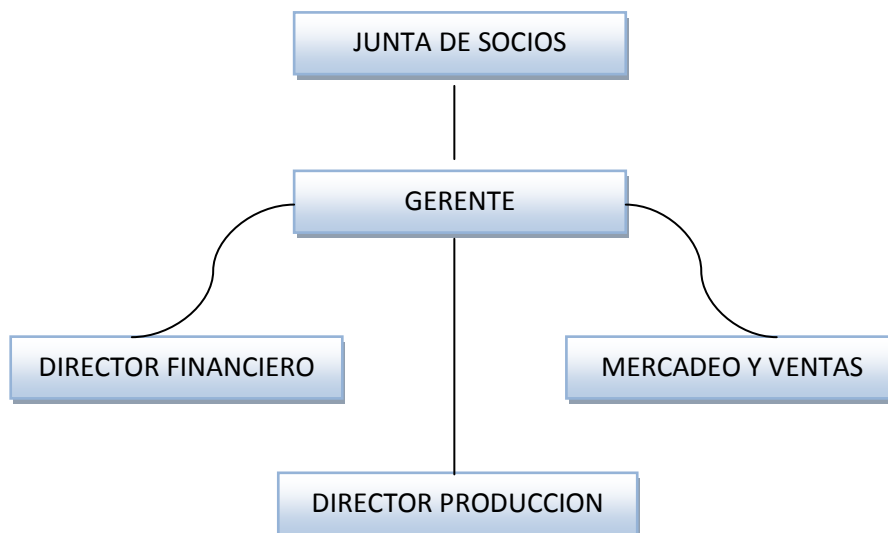
Se pueden presentar como elementos esenciales para apoyar el desarrollo organizacional los siguientes:

- Orientación a largo plazo
- Generación de esfuerzos, para obtener mayor eficiencia en toda la organización y no solo de una parte de ella.
- Desarrolla conjunto de los pasos de diagnóstico y de intervención entre los gerentes de línea y el consumidor

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Refleja la organización de la empresa en cuanto a sus áreas o departamentos en relaciona a las funciones y relaciones que desempeña cada uno de los empleados; esta define las tareas, atribuciones y funciones de cada uno de los cargos asignados a los trabajadores de la organización.

De acuerdo al tamaño y a la complejidad de las operaciones de la empresa, existen varios modelos para representar el organigrama, el siguiente es un ejemplo convencional y que generalmente utilizan las organizaciones.



Diseño de una estructura organizacional básica (Villamizar & Henly, 2012).

4.1.1.4. EDUCACIÓN FINANCIERA

ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS

Los siguientes estados financieros les ayudan a organizar los movimientos de dinero de su empresa y le dan un estado real de su situación financiera:

❖ BALANCE GENERAL: En este se evidencia los saldos obtenidos por la empresa durante un periodo de tiempo. El balance general esta constituido por tres grupos de partidas:

- Los activos: Es lo que tiene la empresa
- Los pasivos: Es lo que debe a otros
- El patrimonio: Es lo que es de sus dueños

Lo que tiene la empresa (activos) es igual a lo que debe a los otros (pasivos) más lo que es de sus dueños (patrimonio)

En el balance general se deben ubicar las cifras exactas de los activos que se poseen, los pasivos que se adeudan y el patrimonio restante, deben dar sumas iguales.

ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Dinero en banco	5.159	Acreedores comerciales	3.700
(+) Inventarios	335	(+) Prestamos	5.880
(+) Deudores	8.576	(+) Otros	-
	14.070	TOTAL PASIVO	9.580
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Equipo	3.000	Capital inicial	2.500
(-) Depreciación	(750)	(+) Unidades	6.000
	2.250	(-) Reservas	(1.760)
TOTAL		TOTAL PATRIMONIO	6.740
ACTIVOS	16.320	TOTAL PASIVO +	
		PATRIMONIO	16.320

Ejemplo balance general

❖ ESTADO DE RESULTADOS: Muestra los resultados (utilidades o perdidas de la operación de la empresa, en términos de la rentabilidad que se va generando en un periodo determinado.

ESTRUCTURA DEL ESTADO DE RESULTADOS

Ventas de contado

(+) Ventas de crédito

(=) Total ventas brutas

(-) Descuentos de ventas

(-) Devolución de ventas

(=) Ventas netas

(-) Costos de mercancías vendidas

(-) Utilidad bruta en ventas

(-) Gastos operacionales

(-) Gastos de administración

(-) Gastos de mercadeo

(-) Gastos de publicidad

(-) Gastos de ventas

(-) Gastos de depreciación

(=) Utilidad operacional

(-) Gastos financieros

(+) Otros ingresos

(-) Otros egresos

(=) Utilidad antes de impuesto

(-) Impuestos de renta

(=) Utilidad neta

nomina												
(+) aporte de socios												
(-) pago de impuestos												
CAJA FINAL												

Ejemplo de flujo de caja (Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013).

❖ PUNTO DE EQUILIBRIO: El punto de equilibrio indica que los costos totales son iguales a los ingresos por ventas, es decir donde no se gana, ni se pierde, en este nivel del punto de equilibrio, solo se alcanza cubrir los costos totales (costos fijos y costos variables)

- PERDIDAS: cuando los costos y los gastos son mayores que los ingresos de la empresa.
- PUNTO DE EQUILIBRIO: cuando los costos y los gastos son iguales a los ingresos de la empresa
- UTILIDAD: Cuando los ingresos son mayores a los costos y gastos de la empresa

El punto de equilibrio es importante hallarlo debido a:

- Revela si la empresa trabaja a pérdidas o genera utilidades
- Suministra información para controlar costos y gastos
- Proyecta las ventas y prevé las utilidades (**Villamizar & Henly, 2012**)

4.1.2. OBSERVACIÓN, DESCUBRIMIENTO Y PERSPECTIVA

4.1.2.1. VISIÓN DEL FUTURO

FORMULACION DE MISION, VISION, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

❖ MISION: Es la razón de ser de la empresa, para lo que fue creada, en función de los beneficios a clientes, comunidad, y propietarios. Corresponde a la delimitación de la acción empresarial: es como la cancha de juego, en ella los actores realizan sus movimientos, toman decisiones, hacen sus jugadas; lo que suceda afuera de ella no cuenta. Se basa en la definición del negocio en el que se encuentra la empresa, este se expresa en términos de la necesidad que se satisface no del producto o servicio

❖ VISION: Es el futuro de la empresa desde la óptica positiva y acorde a lo que somos y donde estamos. Responde a la pregunta: ¿hacia donde queremos ir? Para realizar el imaginario es conveniente que reflexione acerca de cómo se ve la empresa en 5 o 10 años, como desearía que la apreciaran sus clientes, sus proveedores, la comunidad, el estado.

❖ OBJETIVOS: Son los propósitos generales (para toda la empresa) o funcionales (por aspectos de la empresa: mercadeo, administrativo, producción, finanzas,) que se fija para que la empresa en el ejercicio de su misión llegue a la visión. Deben ser claros, precisos, alcanzables y medibles (en cantidad, tiempo, espacio)

❖ ESTRATEGIAS: Para lograr los objetivos se elaboran estrategias que son actividades que implican el uso de talento humano y recursos materiales. Deben también ser claras y precisas. La estrategia es un plan de acción que orienta las capacidades y competencias organizacionales para cumplir los objetivos formulados para la empresa, en un horizonte de planeación de largo plazo

❖ PLAN DE CONTINGENCIA: Es el plan B, en caso de que no se pueda cumplir el plan inicialmente formulado, debido a condiciones del entorno (variable sobre las cuales la empresa no tiene control) que se comporta de manera no prevista. Conviene diseñarlos para poder actuar rápidamente y retomar el rumbo con el fin de alcanzar los propósitos definidos para la organización. (Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013).

4.1.2.2. IDENTIFICAR PROBLEMAS

“PENSAMIENTOS QUE LLEVAN AL FRACASO UNA IDEA DE NEGOCIO: Las actitudes, las circunstancias de las personas en general no les permiten dar los pasos necesarios para crear una idea de negocio, creando así lasos que amarran los pensamientos y sosiegan al emprendedor, algunas de las causantes son los tabús o pretextos que los individuos utilizan para limitar al emprendedor en su inicio de negocio, a continuación se mencionan algunos pensamientos que limitan las ideas de negocio

MODELO MENTAL	MITOS O EXCUSAS
DEPENDENCIA	<ul style="list-style-type: none"> * Empleomanía: "Es mejor ser empleado" * Proteccionismo: "Que el gobierno me de todo" * Financiación: "Cuando haya plata, arranco"
INDIVIDUALISMO	<ul style="list-style-type: none"> * Es mejor no asociarse: "Cuando pueda solo, me lanzo" * Autosuficiencia: "No necesito de la ayuda de nadie"
FACILISMO	<ul style="list-style-type: none"> * Superstición: "Necesito un golpe de suerte para arrancar" * Visión limitada: "Si hay ganancias y prestigio rápido , me atrevo" * Pereza: "Tocaría trabajar muy duro"
EMPIRISMO	<ul style="list-style-type: none"> *El empresario nace, no se hace: "No naci para ser empresario" * El empresario no analiza, no estudia, hace las cosas: "Yo estudie 15 años, ¿Cómo voy a ser empresario?"
INMEDIATISMO (CORTO PLAZO)	<ul style="list-style-type: none"> * Ansiedad respecto a resultados: "Tengo que ver la plata ya" * "La mayoría de las empresas dan perdida al comienzo"
TEMOR AL CAMBIO	<ul style="list-style-type: none"> * Conformismo: "Así como estoy, estoy bien" * "Mas vale pájaro en mano..." * "La tecnología de las nuevas empresas esta muy avanzada" * "Pobre, pero honrado"

<p>CONCEPTOS</p> <p>HERRADOS SOBRE EL APRENDIZAJE</p>	<p>* "Estoy muy viejo para aprender a hacer empresa"</p> <p>* "Ya lo se todo y crear empresa no es lo mío"</p>
<p>CONCEPTOS</p> <p>HERRADOS SOBRE EL EMPRESARIO Y LA EMPRESA</p>	<p>* "Se debe ser inventor o genio para ser empresario"</p> <p>* "Mi profesión, experiencia y trayectoria no dan para ser empresario"</p> <p>* "Una empresa es un negocio, algo de medio pelo"</p>
<p>INCREDELIDAD</p>	<p>* "Lo extranjero siempre es mejor"</p> <p>* "No se puede confiar en nadie"</p> <p>* "La situación del país esta muy dura"</p>

Limitaciones invisibles para crear empresa” (Villamizar & Henly, 2012)

“Ya que el tema que tratamos es el mas importante de todo el manual, ¿Cómo evitar el fracaso? A continuación enumeraremos el listado mas detallado de errores que recoge Lefcovich (2004) “justo antes de empezar el proyecto empresarial hay que volver a la lista de peligros y autoevaluar el grado de satisfacción de cada aspecto” (quizás con una escala del 1 al 5 por ejemplo, por seguir procedimientos formales que ayudan a valorar la situación idónea)

- ❖ Falta de experiencia de negocios y el ramo en particular
- ❖ Falta de dinero / capital considerado como imprescindible
- ❖ Mala ubicación del negocio
- ❖ Fala de enfoque: querer ser todo para todos
- ❖ Mal manejo de inventarios
- ❖ Excesivas inversiones en activos fijos

- ❖ Fallas en materias de créditos y cobranzas: selección de clientes
- ❖ No contar con buen sistema de información
- ❖ Fallas en los controles internos para evitar fraudes
- ❖ Mala selección de personal
- ❖ Fallas en la política de personal
- ❖ Fallos en la planificación de objetivos y la valoración de la poca capacidad y del mercado
- ❖ Errores en la fijación de estrategias DOFA
- ❖ Falta o ausencia de planes alternativas
- ❖ Falta o fallos en el control presupuestario y de gestión
- ❖ Fallos en procesos internos: calidad y productividad
- ❖ Problemas de comercialización: distribución precios y marketing
- ❖ Problemas de materia prima: dependencias externas
- ❖ Ausencia de políticas de mejora continua
- ❖ Falta de capacitación del empresario y directivo: desconexión del entorno
- ❖ Altos niveles de desperdicio y despilfarros
- ❖ Errores en materia de seguridad: gestión y cobertura de riesgos
- ❖ Fallos a la hora de resolver problemas y tomar decisiones: falta de definición del

problema, incluso, su no detención

- ❖ Resistencia al cambio
- ❖ Incapacidad para consultar
- ❖ Excesiva centralización en la toma de decisiones
- ❖ Mala administración del tiempo
- ❖ Mala gestión financiera en materia de endeudamientos y liquidez

- ❖ Mala gestión de los fondos ajenos
- ❖ Error en el calculo de punto de equilibrio para la supervivencia
- ❖ Expectativas poco realistas
- ❖ Extraer del negocio mucho dinero para gastos personales
- ❖ Mala selección de socios
- ❖ No conocerse a si mismo
- ❖ Dejar absorber por las actividades agradables
- ❖ No conocer el ciclo de vida de cada tipo de actividad
- ❖ Tener una mala actitud
- ❖ Mala evaluación y gestión del riesgo del negocio y capacidad de soportar pérdidas
- ❖ No contar con aptitudes o sistemas que permitan descubrir y aprovechar las

oportunidades que ofrece el mercado

- ❖ Incumplimiento "liso o llano de obligaciones impositivas y laborales) (**Quintanas & Gutierrez, 2010**)

4.1.2.3. DESCUBRIR OPORTUNIDADES

SELECCIÓN DE LA IDEA:

Al seleccionar la idea, dentro del proceso de toma de decisiones sobre la idea o producto, el empresario debe tener en cuenta:

- Tipo de producto o servicio: identificando claramente la necesidad que se busca satisfacer.

- Características del producto o servicio: si es producto conocer sobre los equipos necesarios para su elaboración, operaciones necesarias y materias primas para su producción, entre otros.
- Si es un servicio conocer los procesos, procedimientos mínimos necesarios para alcanzar un alto nivel de calidad en el mismo con respecto a la eficiencia y efectividad.
- Determinar el nicho del mercado, identificando consumidores, donde se encuentra el mercado objetivo, su tamaño, si se encuentra disperso o concentrado este mercado con el fin de segmentar claramente a los clientes potenciales.
- Nivel de inversión: se debe determinar el valor de la inversión total para el desarrollo del proyecto, para lo cual se deben tener en cuenta los gastos preoperativos de instalación y puesta en marcha, las materias primas utilizadas, la capacidad instalada, la infraestructura, la mano de obra directa o indirecta, los gastos de administración y ventas y los imprevistos, entre otros.

(Villamizar & Henly, 2012)

4.1.2.4. VISUALIZAR RIESGOS

OBJETIVOS CORPORATIVOS DE LA EMPRESA

VENTAJAS COMPARATIVAS Y COMPETITIVAS

Las ventajas comparativas de un producto se establecen cuando:

- Posee características diferenciales frente a otros productos que existen
- Cuando es innovador y marca las diferencias
- El soporte que percibe el cliente en su calidad basado en valores agregados del producto

Las diferencias competitivas se presentan cuando la empresa crea diferentes estrategias para posicionar su producto o servicio frente a los competidores, estas consisten en:

- Políticas de justo a tiempo, en cuanto a entrega oportuna
- Segmentación del mercado para saber quiénes son los clientes
- Calidad, en cuenta las características específicas de un producto
- Servicio posventa, con línea de atención al cliente
- Canales de distribución específicos” (Villamizar & Henly, 2012)

4.1.3. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4.1.3.1. CONVERTIR IDEAS EN PROYECTOS

ESTRUCTURA DEL PLAN DE EMPRESA

Se puede redactar un plan de empresa de varias formas. La estructura del plan de empresa que se utiliza BIC Galicia es la siguiente:

- ❖ Resumen del plan
- ❖ Curriculum Vitae de los emprendedores y de los directivos principales
- ❖ La idea de negocio: Misión y finalidad
- ❖ Análisis del entorno general: factores económicos, culturales, tecnológicos, legales, etc.,

que afecten al proyecto y como lo hacen. Cambio en forma de vida, demográficos, tecnológicos..., que crean tendencia de mercado favorables a la idea de negocio

- ❖ Análisis de ámbitos específicos de la empresa:

- Clientes: tamaño del mercado potencial y segmento del mercado
- Proveedores: identificación de los principales y sus características
- Competidores: número y sus estrategias competitivas
- Producto o servicio sustitutos: del que pretendemos prestar que cubren similares

necesidades

- ❖ Definición del producto o de servicio y del público objetivo al que nos queremos orientar
- ❖ Análisis de los procesos de la empresa
- Políticas comerciales: productos, precios, distribución, marketing y comunicación,

previsión de ventas...

- procesos logísticos: aprovisionamiento, almacenamiento, métodos, limitaciones a la

capacidad productiva...

- Proceso de diseño
- Proceso directivo

- ❖ Análisis de recursos necesarios:

- Humanos: perfiles profesionales y humanos, definición del organigrama, asignación de

responsabilidades.

- Económicos: posibles alternativas de investigación en activos fijo y circulantes
- Financieros: provisiones de tesorería, resultados y de balances de situaciones.

Determinación de viabilidad, rentabilidad, riesgos y necesidades financieras

- ❖ La apertura del negocio:
- Forma jurídica
- Trámites y licencias de apertura

- Obligaciones de la empresa: Fiscales, laborales, sanitarias... (**Quintanas & Gutierrez, 2010**)

4.1.3.2. GENERAR INICIATIVAS DE NEGOCIO

Algunas motivaciones que puede haber tras un proyecto empresarial son:

- ❖ Lograr la independencia económica y mayores ganancias
- ❖ Convertirse en su propio jefe
- ❖ Conseguir capacidad para desarrollar ideas o métodos propios
- ❖ Aplicar aptitudes personales: dinamismo, inclinación por carreras directivas,

independencia, propensión por el riesgo, creatividad

- ❖ Detectar una oportunidad de negocio y aprovecharla
- ❖ Trabajar en una actividad que le guste y hacerlo de la forma que le guste
- ❖ Obtener reconocimiento y prestigio profesional

Meditar la motivación es fundamental. Datos de la encuesta de las cámaras de comercio revelan que entre las empresas que permanecen abiertas tres años después de la inauguración, la motivación originaria “salir del desempleo” fue escogida en mayor proporción en las empresas que tres años después aun tienen un bajo nivel de consolidación. (**Quintanas & Gutierrez,**

2010)

4.1.3.3. PROPICIAR EL CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN

“INNOVACION

La innovación es producir o introducir algo nuevo o diferente, entendida desde el ámbito de algún método, procedimiento, producto o servicio. La innovación es la clave para ganar y mantenerse frente a la competencia y el mercado en el mundo globalizado. Esta innovación como condición para sobrevivir se produce por tanto en dos etapas:

- Creativa: Corresponde a generar ideas sobre productos o negocios.
- Ejecutiva: Transformar la idea en realidad o ponerla en marcha.

TIPOS DE INNOVACION:

Las innovaciones se pueden clasificar de varias formas

- Innovación incremental: se refiere a la creación de valor añadido sobre un producto ya existente, agregándole cierta mejora
- Innovación radical: cambio o introducción de un nuevo producto, servicio o proceso que no se conocía antes
- Innovación abierto: son aquellos desarrollos que provienen de un público general, y se distingue por participación abierta de individuos de todas partes del mundo

INNOVACION EN GESTION: Están relacionados con aquello que cambia sustancialmente con respecto al modo de llevar a cabo la tarea de gestión, o que modifica de manera significativa las formas organizativas habituales y, por tanto, aporta avances en los objetivos organizativos

Según Zuczmariski, la innovación implica necesariamente dos procesos: tener ideas nuevas y ponerlas en marcha: “una compañía debe colocar s innovación en el centro de su estrategia de negocios”, “las estrategias de marketing, las inversiones de capital, los planes de fabricación y

los gastos en investigación y desarrollo se deben desarrollar y dar, construir y distribuir alrededor de la innovación y no al contrario” (Villamizar & Henly, 2012)

4.1.3.4. CREAR NUEVOS PRODUCTOS, PROCESOS Y SERVICIOS

Redactar un proyecto empresarial es ante todo elegir los elementos relevantes a tener en cuenta, vamos a detenernos en el proceso de la toma de decisiones. Decidir es seleccionar la alternativa que nos permita cumplir los objetivos e hitos propuestos. Para Maqueda Lafuente, las seis etapas que sigue todo proceso de toma de decisión son: (citado en caballero y freijeiro, Dirección estratégica de la pyme, 2005):

- ❖ IDENTIFICACION DEL OBJETIVO: Que pretende conseguir la empresa o unos de sus procesos
- ❖ DETERMINACION DE LAS POSIBLES ALTERNATIVAS: Que medios alternativos tienen que cumplir los objetivos e hitos
- ❖ PREDICCIÓN DE RESULTADOS: Que consecuencias tiene cada alternativa y que costes
- ❖ SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS: Cual de ellas nos permite conseguir mejor los objetivos
- ❖ PUESTA EN PRACTICA: Obtención de los primeros resultados
- ❖ CONTROL Y VALORACION DE LOS RESULTADOS: Verificación de las desviaciones en los resultados y aprendizaje para futuras decisiones.

Lo importante de este proceso es mantener la disciplina de cada paso para que no se nos olvide nada. Si se hace por escrito, tendremos mayor seguridad, ya que evaluaremos todas las alternativas posibles y las valoremos adecuadamente.

En cuanto a la predicción de resultados, como siempre, el emprendedor tiene que tratar de cuantificar el futuro para poder elegir. Es la única forma de explicitar que necesita y preguntar y valorar en que márgenes se mueve. Cuantas más veces se hagan estas cuantificaciones, mejor se irán haciendo y mayor control se tendrá sobre el proyecto. **(Quintanas & Gutierrez, 2010)**

4.1.4. INTERPRETACIÓN Y PROYECCIÓN

4.1.4.1. PROYECTAR MERCADO

COMPETENCIAS EN EL MERCADO

Competidores directos: Este análisis dará base sobre los productos o servicios que se encuentran en el mercado, que pueden afectar directamente el nivel de ventas de la empresa. Se deben analizar las características específicas de la competencia en cuanto al producto, relacionadas con su uso, aplicabilidad, colores, aromas, sabores, texturas, presentación, valores agregados y entre otros

Competidores indirectos: Este tipo de competencia afecta en menor grado el posicionamiento del producto o servicio, hace referencia a productos complementarios o sustitutos, los cuales suplen determinadas necesidades del consumidor

INVESTIGACION DE MERCADOS

La investigación de mercados es definida por Philip Kotler como “el diseño, la obtención, análisis y síntesis, sistemáticos de datos pertinentes a una situación de mercadeo específica que una organización enfrenta”

Este estudio debe realizarse para determinar las necesidades específicas de los clientes, el grado de aceptación del producto o servicio en el mercado, el precio que estarían dispuestas a pagar, la frecuencia de compra y permite además establecer el posicionamiento de la competencia.

Puede acudir a fuentes secundarias en donde se encontrara información como características demográficas (sexo, edad, estado civil), encuestas de hábitos de consumo para conocer información como, tamaño de la población, ubicación de los clientes objetivo y su situación económica entre otros.” (Villamizar & Henly, 2012)

4.1.4.2. PROYECTAR INFORMACIÓN FINANCIERA

A continuación, vamos a repasar algunos conceptos clave para la planificación económica y financiera. No los analizaremos de forma exhaustiva, sino que escogeremos aquellos conceptos más importantes o aquellos que puedan generar dudas en una persona que se acerque por primera vez al tema. Los planes o previsiones más importantes que ha de tener en cuenta el análisis económico-financiero son:

❖ **PLAN DE INVERSION:** Terrenos, edificios, obra civil, maquinaria, instalaciones técnicas, elementos de transporte, herramientas y utillajes, mobiliario, elementos informáticos, derecho de traspaso, depósitos y fianzas, gastos de constitución, existencias iniciales, etc.

❖ **PLAN DE FINANCIACION:** Aportaciones y subvenciones de capital y financiación ajena. Dedicaremos a la financiación el ultimo apartado de esta unidad didáctica

❖ **PREVISION DE GASTOS:** Se tendrán que valorar los gastos habituales de la empresa, solo por tenerla abierta, así como aquellos que dependen de su volumen de negocio.

❖ **PLAN DE VENTAS:** No solo se trata de afinar los precios y las unidades vendidas de cada producto o servicio, sino también de matices más sutiles. Entre estos están la estacionalidad (¿Cómo pueden variar las ventas a lo largo del año?), el tiempo que puede tardar el emprendedor en cobrar cada venta sino es al contado, o el volumen mínimo de inventarios (stocks, productos o servicios terminados sin vender) que se deben acumular para satisfacer la demanda de cada mes.

❖ **PREVISIONES DE TESORERIA:** Como garantizar la capacidad para que cada año, mes a semana se pueda hacer frente a los pagos que se necesiten hacer, con los recursos de caja disponibles en ese momento.

❖ **CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:** ¿Se han introducido los datos para todos los apartados anteriores? La aplicación informática ofrecerá las conclusiones, los resultados previstos para los próximos años antes de impuestos e, incluso en algunos programas, después de impuestos. **(Quintanas & Gutierrez, 2010)**

4.1.4.3. INFORMACIÓN Y HECHOS ECONÓMICOS

ASPECTOS LEGALES Y JURÍDICOS:

Es necesario que el proyecto consulte la normatividad legal vigente con el fin de asegurarse de considerar todas las implicaciones de las mismas en su que hacer empresarial. Lo primero que se debe revisar es si la producción del producto o la prestación del servicio que se pretende realizar sea lícito o permitido. Por ejemplo, no sería posible desarrollar un proyecto para la producción de armas, pues este es, por ley, un monopolio del estado.

TRÁMITES LEGALES:

En la pagina <http://www.crearempresa.com.co/General/Home.aspx>, y en la cámara de comercio, puede encontrar los diferentes pasos para crear formalmente su empresa: CONSULTA DILIGENCIAMIENTO Y FORMALIZACION.

Las obligaciones de mayor relevancia son:

- ❖ Registro de la actividad empresarial ante las cámaras de comercio.
- ❖ Inscripción en los registros de impuestos, tanto nacionales como municipales.
- ❖ Registro de la empresa ante una administradora de riesgos profesionales.
- ❖ Registro de la empresa ante SENA, ICBF Y cajas de compensación.

- ❖ Afiliación de los trabajadores ante las entidades correspondientes del sistema de seguridad social
 - ❖ Cumplimiento de normas relacionadas con la apertura y funcionamiento de establecimientos de comercio (Sayco- Acinpro, normas sanitarias y de salud, normas de seguridad física, normas ambientales, uso del suelo, ect.)
 - ❖ Pago de impuestos como el de industria y comercio, predial, vehículos, entre otros.
- (Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013)**

4.1.4.4. FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO

PLAN DE NEGOCIO PARA UN EMPRENDEDOR

El emprendedor que desea iniciar un nuevo proyecto, debe tener como herramienta básica un plan de negocio, que le permita incrementar su probabilidad de éxito.

Un plan de negocio es una herramienta que permite realizar un proceso de análisis y planeación, que ayuda a escoger el rumbo adecuado para el logro de las metas y objetivos propuestos. El plan de negocio soporta información con respecto a:

- Convencerse y comprometerse con la idea
- Conocer el entorno donde se desarrollara el negocio identificando oportunidades y condiciones competitivas
- Presentar el panorama para anticiparse a futuros problemas
- Permitir establecer la factibilidad del negocio
- Identificar posibles clientes, proveedores y oportunidades de realizar alianzas estratégicas

- Establecer los diferentes mecanismos y oportunidades de obtención de financiamiento
- Desarrollar un plan de acción de los recursos necesarios para todas las áreas del negocio

Todo emprendedor al tener una idea de negocio, debe tener en cuenta que el objetivo final es convertirla en realidad. Para esto es imprescindible además, que el futuro empresario realice un análisis de todos los factores que internamente y externamente pueden influir en su proyecto empresaria. Esto le permitirá establecer la viabilidad de su proyecto y desarrollar una clara planeación acerca del desempeño del proyecto.

Dentro de las variables externas que el emprendedor empresario debe identificar como trascendentales por tener en cuenta que afectaran directamente el desempeño del proyecto son:

- El mercado
- La competencia
- Políticas macroeconómicas que define el gobierno
- Efectos inflacionarios
- Problemas sociales
- Legislación gubernamental
- Efectos ambientales

Adicionalmente, se deben tener en cuenta los siguientes factores internos, para asegurar la permanencia en el mercado, los cuales son:

- La competencia
- Políticas macroeconómicas que define el gobierno
- Efectos inflacionarios
- Problemas sociales
- Legislación gubernamental

- Efectos ambientales

Las anteriores variables dan al emprendedor empresario una prospección del proyecto y todo lo que debe implementar además de los aspectos por involucrar en el desarrollo corporativo.

De igual forma debe plantear la misión, la visión de su negocio, los objetivos corporativos, el plan de operación y de producción, el volumen de ventas, el diseño de planta productiva, el equipo administrativo y el plan estratégico financiero para realizar el montaje y puesta en marcha de su empresa.

Se hace importante hacer claridad en que el plan de negocio no garantiza el éxito de la empresa, por esto se deben identificar los errores que se puedan evitar para hacer de una guía de conocimiento de la nueva empresa. Los errores que debemos evitar son:

- Pensar en que la empresa tendrá éxito por el hecho de iniciar con suficientes recursos económicos.
- Enamorarse de la idea y cegarse ante los riesgos y debilidades del producto (bienes o servicio).
- Pensar que cualquier producto (bien o servicio), tecnológicamente importante es comercializable y puede convertirse por ello en un negocio factible y rentable.
- Carecer de claridad para conformar el equipo de trabajo adecuado.
- Estimar las ventas a través de la capacidad de producción de los equipos.
- Equivocarse en el análisis del mercado meta.
- Tratar de ocultar debilidades del negocio,
- Suponer cifras sin evaluar el efecto del supuesto principalmente en los estados financieros,

- Producir y comercializar varios productos, en donde en un principio uno financie a otro. ”

(Villamizar & Henly, 2012)

4.1.5. COMPETENCIAS GENERALES

4.1.5.1.1. DESARROLLAR LIDERAZGO

TRABAJO EN EQUIPO

De acuerdo con Manrique y Sarabia(1996), “ existe equipo cuando se forma un grupo de personas que trabajan de manera interdependiente, a través de un contacto regular, donde los miembros conocen sus objetivos y han participado en el diseño de estos, y contribuyen de manera efectiva y entusiasta al la realización de tarea, apoyándose mutuamente”.

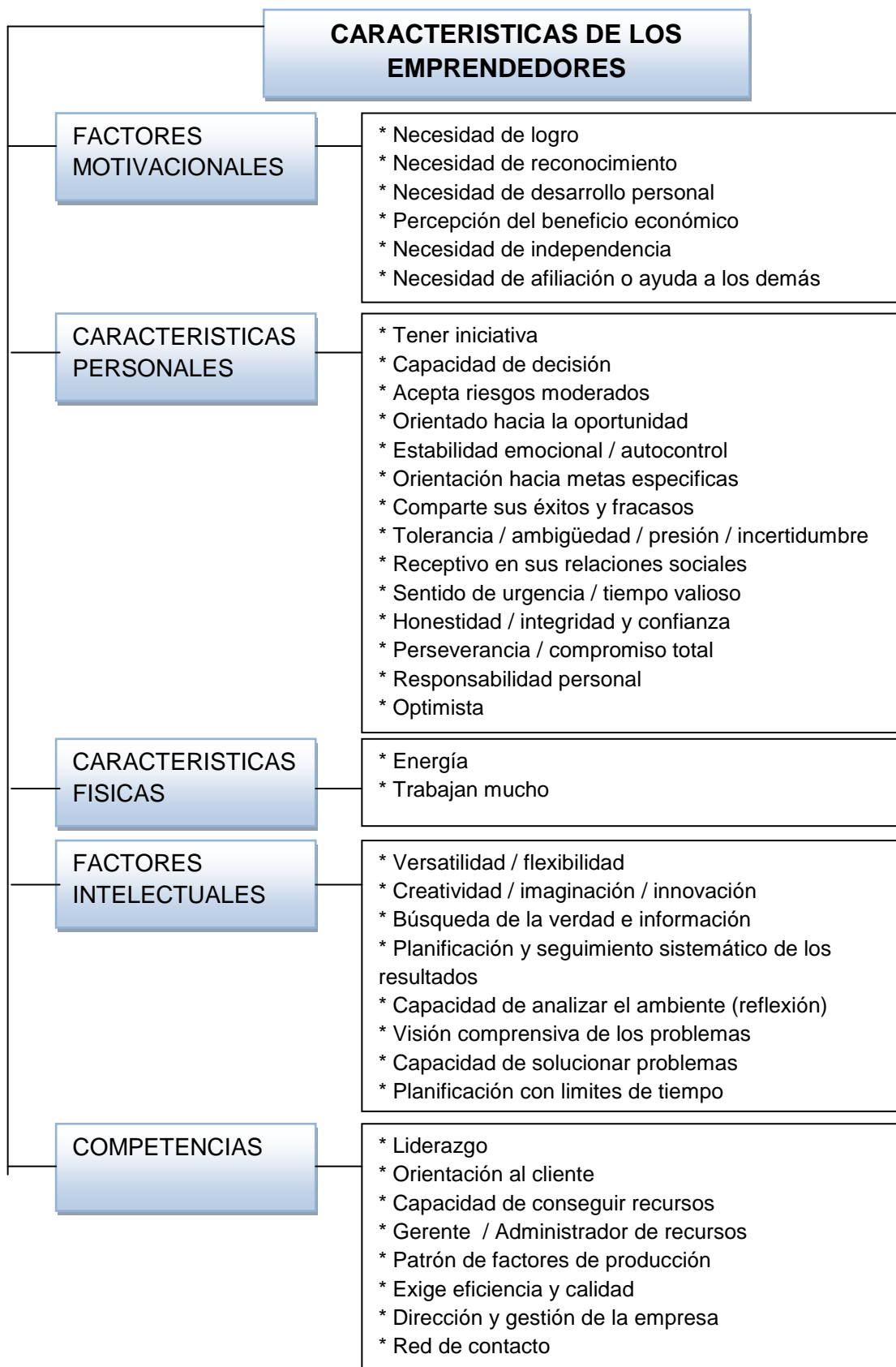
El emprendedor debe ser una persona con características de liderazgo que le permitan propiciar los espacios adecuados para la generación del ambiente de trabajo en equipo. Por tanto, debe tener en cuenta la práctica activa y permanente de las siguientes actividades:

- Liderazgo compartido y democrático
- Vivencia y aplicación de la misión, visión y objetivos de la organización
- Ambiente cordial, amistoso y de respeto
- Evaluación continua de los procesos del grupo
- Autoevaluación continua de los procesos del grupo
- Autoevaluación permanente
- Excelentes y permanentes canales de comunicación

- Reconocimiento al grupo de trabajo en los éxitos y retroalimentación positiva para los errores

- Lealtad y transparencia en el actuar
- Responsabilidad en el cumplimiento de las labores individuales y grupales
- Estimulación permanente a la cooperación y el apoyo grupal
- Búsqueda del crecimiento personal y profesional y del grupo de trabajo

Estudios realizados sobre diversas características de los emprendedores, afirman que estos poseen cualidades que los hacen diferentes de los demás, en la siguiente imagen se resumen y mencionan a las más importantes.



(Villamizar & Henly, 2012)

4.1.5.1.2. DESARROLLAR HÁBITOS DE BUENAS PRÁCTICAS

PERFIL DEL SABER SER - VALORES Y ACTITUDES

Las actitudes se refieren a estar o no dispuesto a... tienen que ver con la forma como asumimos la vida, como percibimos el mundo, lo que nos rodea, los valores, son la estructura que guía nuestro comportamiento

- ❖ Ser una persona siempre optimista, positiva, que cree en sí mismo, en los demás, en el país.
- ❖ Es persistente y perseverante ante las adversidades, las dificultades, los contratiempos, las caídas.
- ❖ Está convencido de que la posibilidad de cambiar, de mejorar, de crecer está más en sí mismo, más no en terceras personas o instituciones
- ❖ Siempre está abierto a escuchar nuevas propuestas, a evaluar nuevas posibilidades, a explorar nuevos caminos, a avanzar, con flexibilidad y voluntad de cambio
- ❖ Se caracteriza por estar siempre dispuesto a innovar, a ver las cosas de una manera diferente, a hacer mejoras en sus proyectos o tareas, a aplicar su creatividad
- ❖ Es audaz, atrevido, en la medida en que asume riesgos moderados calculados. Basa sus acciones en el concepto de que para ganar algo, es necesario arriesgar algo

- ❖ Si las condiciones y circunstancias plantean una oportunidad, es una persona decidida y que actúa

- ❖ Es una persona activa, dinámica, que se caracteriza por su energía, su fuerza mental, su espíritu de progreso en todo momento y en todo lo que se hace

- ❖ Cuando se traza un propósito, una meta, trabaja con disciplina, con el mayor esfuerzo y con plena dedicación hasta alcanzarlo.

- ❖ En ninguna circunstancia y por ningún motivo negocia sus valores de responsabilidad, honestidad, lealtad, sinceridad, igualdad, transparencia y ética

Debido a que el talento emprendedor y empresarial es siempre susceptible de ser mejorado, el futuro empresario debe trabajar continuamente con toda dedicación para enriquecerlo.”

(Villamizar & Henly, 2012)

4.1.5.1.3. DEMOSTRAR CRITERIOS ÉTICOS Y RESPONSABLES

CAPITULO 4. PRINCIPIOS Y VALORES

- ❖ **ARTÍCULO 9. DEFINICIÓN DE PRINCIPIOS:** Los principios son los fundamentos, pautas y postulados que constituyen la referencia que orienta el ejercicio profesional.

- ❖ **ARTÍCULO 10. PRINCIPIOS:** Los principios que fundamentan el ejercicio profesional de los trabajadores sociales son los expresados en la Constitución Política de Colombia y la Declaración Universal de los Derechos Humanos, teniendo como base el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los seres humanos dentro de

la libertad, la justicia, la paz y el cuidado del medio ambiente. Estos principios deben ser acogidos y asimilados por los trabajadores sociales:

A) JUSTICIA: Es dar a cada uno lo que le corresponde, sin discriminación y reconociendo la diversidad étnica y cultural. Así, los trabajadores sociales están llamados a asumir el compromiso de promover la justicia social para los sujetos, en particular, y para la sociedad, en general.

B) DIGNIDAD: Se refiere al valor inherente y único que merece todo ser humano. Corresponde a los trabajadores sociales el respeto de este principio en las relaciones con los sujetos.

C) LIBERTAD: La autodeterminación de las personas en la toma de decisiones y acciones, sin que sus actos afecten los derechos de otras. Los trabajadores sociales deben desplegar acciones para promover la participación con el fin de evitar o superar condiciones de sometimiento y dominación; como también ayudar a desarrollar la capacidad de tomar decisiones propias, en términos de empoderamiento y pleno desarrollo de sus potencialidades. De igual forma, la libertad se refiere a la autonomía de los trabajadores sociales en su ejercicio profesional.

D) IGUALDAD: Hace referencia a los mismos derechos y oportunidades para todas las personas, sin discriminación por razones de sexo, raza, origen, lengua, religión, opinión pública o filosófica. Por tanto, los trabajadores sociales orientarán su intervención hacia el acceso y goce efectivo de derechos y la reducción de desigualdades, buscando garantizar la supresión de todas las formas sociales, económicas, culturales y políticas de exclusión e inequidad.

E) RESPETO: Consideración debida a los otros por su condición de seres humanos. En el ejercicio profesional los trabajadores sociales deben actuar reconociendo los derechos de los sujetos, sus opiniones, las diferencias culturales y las diversas miradas de la realidad social.

F) SOLIDARIDAD: Entendida como la intervención en acciones vinculadas a una causa. Se expresa en la voluntad y la capacidad profesional de los trabajadores sociales en direccionar procesos y movilizar recursos con el propósito de atender situaciones de vulnerabilidad de la población y sus demandas sociales, y con miras a lograr cambios o transformaciones para el logro de bienestar, equidad y calidad de vida.

G) CONFIDENCIALIDAD: Otorgar a la información obtenida el carácter de secreto profesional, respetando la privacidad de los sujetos.

❖ ARTÍCULO 11. VALORES.

Las características regionales, culturales e institucionales influyen en el reconocimiento que los trabajadores sociales tienen de los valores asociados a su ejercicio; entre otros: honradez, responsabilidad, lealtad, compromiso, tolerancia, espíritu de servicio, sentido de pertenencia, prudencia, humildad. Por tanto, los trabajadores sociales para llegar a definir y acordar los valores, y hasta las virtudes, según el contexto, deben orientarse por los siete principios descritos en el artículo anterior y tener presente que la comprensión de la diferencia es pilar fundamental para establecer relaciones de diálogo y equidad. (Código de ética de los trabajadores en Colombia, acuerdo. 013, 2015)

4.1.5.2. PODER NEGOCIADOR, PARA OBTENER Y ADMINISTRAR RECURSOS

¿COMO CONSEGUIR FINANCIACION?

Sea cual sea el proyecto, lo primero en que debemos insistir es que no hay que confiar en las subvenciones. Las ayudas financieras a proyectos emprendedores pueden ser factores positivos para la viabilidad del proyecto, oportunidades, pero nunca garantizaran la viabilidad del plan de empresa. El apoyo financiero publico puede ser un factor externo favorable, pero no debemos contar con el, ya que este puede que no llegue, o llegue tarde. Además, aceptar estas ayudas conlleva aceptar condiciones como, por ejemplo, permanecer durante tres años realizando la misma actividad. Hay que dedicar esfuerzos a averiguar que ayudas existen para el negocio, puesto que el abandono de subvenciones públicas es muy amplio, y debemos solicitarlas. Pero la viabilidad del proyecto ha de estudiarse sin contar con estas ayudas. Si dentro de un año o dos por fin se consigue cobrar una subvención. Quizá sea momento de hacer mejoras, expandir el negocio o cancelar deudas. La supervivencia de la empresa no tiene que depender de que un político o funcionario apruebe la solicitud del emprendedor en el momento que a este le convenga. Hay que tener presente también que resulta provechoso ir adquiriendo experiencia en la gestión de proyectos para solicitar ayudas y subvenciones, de forma que cada vez se presenten proyectos de mas calidad.” (Quintanas & Gutierrez, 2010)

4.1.6. SENTIDO PROPOSITIVO GENERADOR DE VALOR

4.1.6.1.1. VALOR Y BENEFICIOS

Análisis DOFA:

Para realizar este estudio es conveniente empezar por hacer un análisis DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas), que trata de combinar el análisis del entorno de la empresa con el análisis funcional interno sobre ella.

DEBILIDADES	aspectos desfavorables de la organización, en su entorno competitivo y del mercado, que puede suponer una limitación
OPORTUNIDADES	fuerzas externas que pueden aumentar la rentabilidad del proyecto
FORTALEZAS	las fuentes posibles de una ventaja competitiva, capacidades, recursos, contactos, diferenciaciones...
AMENAZAS	fuerzas externas que pueden limitar la efectividad del negocio, aumentar su riesgo o su coste

(Quintanas & Gutierrez, 2010)

4.1.6.1.2. GENERAR EMPLEO Y PRODUCCIÓN

El concepto de salario, se refiere a la remuneración que recibe un trabajador por una labor realizada, además, es el intercambio que se genera entre la organización quien paga al trabajador, dinero, y los empleados que entregan su esfuerzo, tiempo y dedicación, en funciones de una labor determinada

Generar empleo representa una de las mas complejas transacciones, ya que cuando una persona acepta un cargo se compromete a una rutina diaria, a un patrón de actividades y a una amplia gama de relaciones interpersonales dentro de la organización, por lo cual recibe un salario. Este define el patrón de vida de cada persona en función de su poder adquisitivo.

Además es un costo y una inversión. Costo porque se reflejan en el mayor valor de un bien o un servicio. Inversión porque representa el empleo del dinero en un factor de producción, el trabajo

Para determinar un salario se debe tener en cuenta una serie de factores internos y externos.

INTERNOS:

- ❖ Tipología de cargos dentro de la organización
- ❖ Política salarial de la organización
- ❖ Capacidad financiera y desempeño general de la organización
- ❖ Competitividad de la organización

EXTERNOS:

- ❖ Situación del mercado de trabajo
- ❖ Coyuntura económica (recepción, inflación y costo de vida)

- ❖ Sindicatos y negociaciones colectivas
- ❖ Legislación laboral
- ❖ Situación del mercado de clientes
- ❖ Competencia en el mercado (**Villamizar & Henly, 2012**)

4.1.6.1.3. APORTES CULTURALES, ARTÍSTICOS, DEPORTIVOS Y AMBIENTALES

Dentro de los factores por tener en cuenta en el que el proyecto pueda aportar se encuentran cinco aportes más representativos:

- ❖ **FACTORES SOCIALES Y CULTURALES:** Permite determinar si el producto o servicio es pertinente a los consumidores, de acuerdo a su nivel de ingresos, extracto social, costumbres, tradiciones, valores, entre otros.

- ❖ **FACTOR ECONOMICO:** Se refiere al estudio del ingreso per cápita de los consumidores y aspectos económicos de la industria, como la disponibilidad de la materia prima, medios de transporte de esta y de los productos terminados (costos, fletes y seguros), procedimientos de los productos, áreas de influencia del mercado

- ❖ **FACTOR TECNOLOGICO:** Establecer la cantidad de maquinaria necesaria es importante no incurrir en compras de tecnología de punta innecesaria que será subutilizada por la baja demanda inicial del producto, situación que generaría sobre costos en el producto o servicio

❖ **FACTOR POLITICO Y LEGAL:** establecer la legislación tributaria y de comercio permite al empresario esclarecer sus obligaciones con el estado, con sus empleados, con los socios o accionistas y con la sociedad

❖ **FACTOR ECOLOGICO O MEDIOAMBIENTAL:** Determina la regulación de los procesos productivos de acuerdo con los estándares internacionales, las normas ISO (Organización Nacional de Estándares), permiten al empresario certificar los procesos productivos, controlando el impacto de sus actividades, productos y servicios sobre el medio ambiente, con producción limpia (Cero contaminación). Las normas ISO 14000, permiten proteger a los consumidores (Productos no contaminados y defectuosos) y a la sociedad (Desarrollo Sostenible) y el medioambiente (agua, tierra, atmosfera, entre otros).

(Villamizar & Henly, 2012)

4.1.6.1.4. VALOR SOSTENIBLE

El Desarrollo Sostenible será vital para comprender la evolución de la compañía en cuestión, por ello, se actuará de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, persiguiéndose una estrategia empresarial basada en valores. Si se habla de Desarrollo Sostenible es preciso hablar de los tres pilares básicos que lo sostienen, por tanto la empresa deberá considerar los distintos enfoques: medioambiental, económico, social, sin descuidar la cultura.

Por otra parte, todos los miembros de la empresa deben ser partícipes en la toma de decisiones en la medida que les corresponda y de acuerdo al puesto de trabajo que desempeñen; se acogerán y tendrán en consideración toda y cada una de las propuestas formuladas si así se

fomenta la sostenibilidad en cualquier rincón de la compañía. A través de esta clase de prácticas, se fomentará un proceso de aprendizaje permanente del que todos los trabajadores formarán parte, obteniéndose un doble beneficio, ya que se atienden las necesidades del trabajador y la empresa obtiene una visión más amplia e interdisciplinar.

3.4 PROPUESTA DE DISEÑO Y TALLERES DE LA GUÍA.

Esta propuesta consta de los siguientes puntos:

- 34 talleres
- 6 ejercicios prácticos
- 1 trabajo de campo (encuesta, tabulación, análisis)
- 1 sustentación de anteproyecto – semana empresarial (grado 10)
- 1 sustentación del proyecto – semana empresarial (grado)

1. INTRODUCCION AL EMPRENDIMIENTO

1.1. DEFINICION DE EMPRENDIMIENTO

TALLER NO. 1

Investigar la ley 1014 de 2006 y según esta lectura definir en tus propias palabras “El emprendimiento

1.2. ACTITUDES DEL EMPRENDEDOR

TALLER NO. 2

Realizar una autoevaluación donde se conozca y determine, de las 9 actitudes del emprendedor, ¿Cuáles son aplicadas en su vida y calificarlas con una escala de 1 a 10? Y ¿Por qué?

1.3. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

TALLER NO. 3

Realizar tres (3) ejemplos de cada uno de los tipos de emprendimiento

2. CULTURA AL EMPRENDIMIENTO

2.1.1. PROYECTO DE VIDA

TALLER NO. 4

Realizar su propia autobiografía en un trabajo escrito de tres (3) paginas donde especifique puntos tales como:

- Cual es su proyecto de vida
- Que metas desea alcanzar
- Como se proyectara a futuro
- Cual es su estado de vida
- Cual es su profesión
- Puntos en que se destaca

2.2. COMO CONSTRUIR EL PROYECTO DE VIDA

TALLER NO. 5

A. Construye su proyecto de vida, en mínimo 2 paginas

B. Resolver el siguiente cuadro el cual le ayudara a definir su proyecto de vida

Aspectos	¿Cómo esta? ¿Qué existe?	¿Qué hacer para superar y/o conservarlo?	¿Cómo lograr ese cambio?
Mis temores			
Mis sentimientos			
Mis intereses			
Mis fortalezas			
Mis debilidades			
Mis valores			
Mis normas			
Mis principios			
Mi convivencia			

Mi perfil	¿Cómo soy? Dibujo	¿Qué puedo mejorar?	¿Cómo lograrlo?
Mis gestos característicos			
Mis expresiones comunes			

Comportamientos que me identifican			
Valores que practico			
La forma de recrearme			
Mis planes de estudios			
El sustento económico			

Aspectos	¿Cómo esta? ¿Qué existe?	¿Qué hacer para superar y/o conservarlo?	¿Cómo lograr ese cambio?
Habilidades			
Talentos			
Posibilidades			
Ocupaciones			
Fuentes de ingresos			
Obtención de recursos			
Inventario de necesidades			
Gastos			

Recreación			
Hábitos de estudio			
Literatura			
Pintura, música			
Escritura			
Danza			
Teatro			
Cine			
Deportes			
Juegos			
Rendimiento académico			
Interés			
asistencia a eventos científicos			
materiales para estudiar			

(Fandiño, Y. F. B. 2014)

15. Si se ha de hacer un trabajo, lo hago aunque no me resulte muy agradable									
16. Tengo una gran capacidad para concentrarme en un trabajo									
17. Cuando quiero conseguir algo, tengo claros los objetivos en mi cabeza									
18. Llevo a cabo las actividades que preveo									
19. Analizo mis errores para aprender de ellos.									
20. Tengo mucho empuje y necesidad de hacer cosas									
21. Me resulta fácil encontrar varias soluciones para un mismo problema									
22. Veo los problemas como retos personales									
23. Tengo ideas innovadoras									
24. Soy adaptable									
25. Soy curioso									
26. Teniendo a ser muy intuitivo									
27. Veo nuevas utilidades o usos en los objetos comunes									
28. Soy receptivo a las nuevas ideas									
29. Tengo mucha imaginación									
30. Experimento con nuevas formas de hacer las cosas									
31. Una vez decidido a hacer una cosa, nada me detiene									
32. Si existe algo que no hay forma de hacer, yo encontrare la manera.									
33. Estoy dispuesto a asumir sacrificios temporalmente para									

conseguir posibles beneficios a largo termino									
34. Me atrevo con cualquier situación									
35. Soy una persona con determinación.									
36. Generalmente, estoy motivado									
37. me considero una persona persistente									
38. soy una persona positiva									
39. Mantengo los compromisos									
40. Soy una persona ambiciosa									
41. Me parece que si no asumo riesgos, me estanco									
42. Disfruto descubriendo nuevas formas de hacer que sean poco usuales.									
43. Tengo mucha necesidad de aventuras									
44. Vivo al máximo									
45. Las personas que asumen riesgos tienen mas probabilidades de salir adelante que las que no se arriesgan									
46. Asumo riesgos									
47. Me entrego en aquello que creo									
48. Me gustaría apostar por una buena idea, aunque no fuese del todo segura									
49. Estoy dispuesto a afrontar el fracaso con tal de ampliar mis horizontes									
50. Con tal de aprender cosas nuevas, frecuentemente entro en temas sobre los que no tengo experiencia o conocimiento									

51. Tengo una sana autoestima								
52. Tengo resistencia emocional								
53. Estoy seguro de mi mismo								
54. Me veo con la capacidad de afrontar cualquier situación.								
55. Siento que voy delante de otras personas								
56. Creo en mis posibilidades								
57. En cualquier situación, las circunstancias no me denominan.								
58. Cumplo con los compromisos								
59. Me gusta aceptar riesgos.								
60. Tengo un potencial enorme								

Obtención de puntos: Multiplicar el número de contestaciones dadas a cada grado por el

número del grado

Numero de contestaciones dadas al grado 6 multiplicado por 6 = ___ puntos

Numero de contestaciones dadas al grado 5 multiplicado por 5 = ___ puntos

Numero de contestaciones dadas al grado 4 multiplicado por 4 = ___ puntos

Numero de contestaciones dadas al grado 3 multiplicado por 3 = ___ puntos

Numero de contestaciones dadas al grado 2 multiplicado por 2 = ___ puntos

Numero de contestaciones dadas al grado 1 multiplicado por 1 = ___ puntos

SUMA = ___

INTERPRETACION DEL TEST DEL EMPRENDEDOR:

PUNTUACION ES	COMENTARIOS
320 - 360	Se considera una persona con las características de independencia, iniciativa, disciplina que necesita un emprendedor de éxito. Cuando decide hacer una cosa, no para hasta conseguirla. Si opta por la auto ocupación, tiene en su opinión las características de personalidad que le llevaran al éxito.
280 - 319	Cree que tiene buenas aptitudes para triunfar con su propio negocio, pero convendría que no dejase inmediatamente su trabajo actual porque haya obtenido una alta puntuación en este test. Aquellos/as que están destinados a triunfar utilizaran este test para incrementar su autoconocimiento en tanto se aventuran a desarrollar su proyecto emprendedor.
210 - 279	Tiene potencial. Tómese su tiempo para desarrollarse. lea intensamente, asista a talleres de desarrollo empresarial y hable con empresarios de éxito para descubrir que es aquello que hacen correctamente.
120 - 209	Actúe con precaución. Necesita mas empuje, autodisciplina y confianza para poder sacar adelante su propio negocio. Vea la baja puntuación de su test como un desafío para reforzar aquellos elementos de su personalidad que necesitaría para auto ocuparse exitosamente.
0 - 119	Hasta que no desarrolle su creatividad y capacidad de asumir el riesgo, y aumente su empuje y autodisciplina, seria mejor que continúe trabajando

	para terceros.
--	----------------

(Quintanas & Gutierrez, 2010)

3. EMPRESARIALIDAD

3.1. INICIATIVAS DE NEGOCIO

EJERCICIO NO. 1

Formar grupos de trabajo, conformados por 3 estudiantes, los cuales serán fijos y establecidos desde su inicio hasta la finalización y sustentación en grado 11.

3.1.1. DESCUBRE NECESIDADES Y LE DA SOLUCIÓN PARA SU APROVECHAMIENTO

TALLER NO. 7

En los grupos establecidos anteriormente realice una lluvia de ideas (mínimo 5) con base a necesidades encontradas en su entorno y desarrolle una solución para satisfacer cada necesidad encontrada.

3.1.2. CREA SU IDEA DE NEGOCIO, DEFINE PRODUCTOS, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

TALLER NO. 8

Resuelva las siguientes preguntas, las cuales le ayudaran a crear la idea de negocio

- ¿Que es lo que más me gusta hacer?
- ¿Para que soy bueno (a)?
- ¿Que es lo que más se vende?
- ¿Que es lo que hace falta en el mercado?
- ¿Cuanto dinero necesito y cuanto tengo?
- ¿Quienes necesitan algo?
- ¿En que tengo experiencia?
- ¿Como les ha ido a otros que han creado empresa de este tipo?
- ¿Con que apoyo de familiares, amigos y entidades cuento?
- ¿Que proveedores conozco?
- ¿Esta empresa dará utilidad?
- ¿Puedo vivir de esta utilidad?
- ¿Hay suficiente información? ” (Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013)

3.1.3. INVESTIGA EL MERCADO, COMPETENCIAS, RIESGOS, FACILIDADES Y RECURSOS

TALLER NO. 9

Aplicar los principios del tema “Investiga el mercado, competencias, riesgos, facilidades y recursos” en cada uno de los puntos establecidos de la lluvia de ideas de necesidades

3.1.4. DISEÑA Y EVALÚA UN PLAN DE NEGOCIO

TALLER NO. 10

“Cuando ya tiene varias ideas, analice la viabilidad de que sean convertidas en empresa a la luz de: Gusto personal, clientes, proveedores, financiación, innovación, diferenciación y otros factores los cuales pueden ser cuantificados en escalas de 1 a 10 dependiendo de su fortaleza o debilidad para el emprendedor en donde el 10 es el mas fuerte y 1 el mas débil, esto puede darle mayor objetividad y aun mas si es realizada en grupo. La viabilidad esta dada por el puntaje total obtenido en cada columna, entonces la idea mas viable es la que tiene mayor puntaje “

	IDE	IDE	IDE	IDE	IDE	IDE
FACTOR	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6
Gusto personal						
Inversión inicial						
Potencial de crecimiento						
Posibilidad de clientes						
Tiempo personal requerido						

Apoyo familiar						
Necesidad de tecnología						
Utilidades que pueden dar						

(Lastra, Uribe & Gutierrez, 2013)

NOTA: Tener en cuenta que la idea con mayor puntuación es la idea de negocio a llevar a cabo durante el proceso de formación hasta culminar en grado 11.

3.1.5. INICIA PROCESO PRODUCTIVO, DE MERCADEO Y VENTAS

TALLER NO. 11

A. Con la idea de negocio que obtuvo el mayor puntaje, realizar un estudio de cliente donde se determine los siguientes puntos evaluativos

DEMOGRAFICO:

- Edad
- Genero
- Ocupación
- Nivel social
- Ubicación geográfica
- Nivel de educación

PSICOGRAFICO:

- Aficiones
- Gustos

- Tendencias de moda
- Preferencias
- Hábitos de compra
- Tipo de consumidor

B. Dar respuestas a las siguientes preguntas según el segmento de clientes al cual va dirigido.

- ¿Que compran?
- ¿Porque compran?
- ¿Donde compran?
- ¿Que cantidad compran?
- ¿Con que frecuencia compran?

EJERCICIO NO. 2

3.1.6. INICIA ANTEPROYECTO

Realizar anteproyecto según el modelo explicado en el punto 3.1.6 del contenido de la guía, con los siguientes parámetros:

II CONTENIDO DEL REPORTE DE ANTEPROYECTO

1. Portada
2. Presentación
3. Introducción
4. Definición de la problemática
5. Definición de los objetivos
6. Propuesta de solución
7. Definición de actividades generales
8. Definición de actividades específicas
9. Cronograma de actividades
10. Presupuesto de proyecto
11. Conclusiones
12. Bibliografía
13. Apéndices
14. Biografías y firmas

(UAO.edu.co, 2011)

EJERCICIO NO. 3

- A. Realizar encuesta al segmento de cliente
- B. Realizar tabulación y análisis de la encuesta aplicada

EJERCICIO NO. 4

- A. Sustentar o exponer el anteproyecto en la semana empresarial (esto aplica para grado 10)

4. APLICACIÓN Y CREACION DE LA IDEA EMPRESARIAL**4.1.1.1. ECONOMIA Y MERCADOS****TALLER NO. 12**

- ¿Establecer que productos o servicios, similares o iguales existen en el mercado, con respecto a su idea de negocio?
- ¿Qué estrategia utilizaría en su producto o servicio con el fin de alcanzar sus objetivos, posicionar el producto y diversificar el mercado?
- ¿Qué aliados estratégicos tendría para comercializar su producto o servicio?
- ¿Cual sería el precio tentativo, el canal de distribución, promociones u ofertas le daría a su producto para iniciar en el mercado?
- ¿Cuál cree que es la imagen o pensamiento que tienen los clientes o consumidores en cuanto a su productos o servicios?

4.1.1.2. FINANZAS

TALLER NO. 13 Favor dar respuesta a los siguientes puntos, para dar inicio a su empresa:

- ❖ ¿Que se necesita para iniciar su empresa?
- ❖ ¿Que materiales y/o servicios se necesita para elaborar el producto?
- ❖ ¿Dónde ubicar el negocio?,
- ❖ ¿abre el local propio o arrendado?
- ❖ ¿Qué adecuaciones se deben realizar al lugar del negocio?
- ❖ ¿Como se dará a conocer el negocio?
- ❖ ¿Qué otro servicio se ofrecerá?
- ❖ ¿Se contratara personal?
- ❖ ¿Se implementara el uso de uniforme?

Después de resolver las preguntas anteriores, favor resolver el siguiente cuadro de plan de inversión inicial

- MAQUINARIA Y EQUIPO	
Equipo A	
Equipo B	
- MATERIALES E INSUMOS	
Material A	
Insumo	
- SERVICIOS ADICIONALES	
Asesorías	

servicios generales	
- PERSONAL	
Trabajador A	
Trabajador B	
- GASTOS DE INICIACION	
- OTROS GASTOS	
Adecuaciones	
TOTAL	

4.1.1.3 ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TALLER NO. 14

De acuerdo al tamaño y a la complejidad de las operaciones de la empresa, favor estructurar el organigrama

4.1.1.4 EDUCACIÓN FINANCIERA

TALLER NO. 15

Realizar el estado financiero actual de su empresa, el cual lleve (Balance general, estado de resultados, Flujo de caja y punto de equilibrio)

4.1.2. OBSERVACIÓN, DESCUBRIMIENTO Y PERSPECTIVA

4.1.2.1. VISIÓN DEL FUTURO

TALLER NO. 16.

Elaborar misión, visión, objetivos, estrategias y plan de contingencia para su empresa

4.1.2.2. IDENTIFICAR PROBLEMAS

TALLER NO. 17

Es indispensable conocer las posibles problemáticas por las que puede pasar su empresa, por eso hay que identificar las mas representativas, enumere de 1 a 5 (siendo 5 problemáticas de carácter difícil y 1 siendo sin representación alguna)

-						
<input type="checkbox"/> Falta de experiencia de negocios y el ramo en particular						
<input type="checkbox"/> Falta de dinero / capital considerado como imprescindible						
<input type="checkbox"/> Mala ubicación del negocio						
<input type="checkbox"/> Fala de enfoque: querer ser todo para todos						
<input type="checkbox"/> Mal manejo de inventarios						
<input type="checkbox"/> Excesivas inversiones en activos fijos						
<input type="checkbox"/> Fallas en materias de créditos y cobranzas: selección de clientes						
<input type="checkbox"/> No contar con buen sistema de información						

<input type="checkbox"/> Fallas en los controles internos para evitar fraudes								
<input type="checkbox"/> Mala selección de personal								
<input type="checkbox"/> Fallas en la política de personal								
<input type="checkbox"/> Fallos en la planificación de objetivos y la valoración de la poca capacidad y del mercado								
<input type="checkbox"/> Errores en la fijación de estrategias DOFA								
<input type="checkbox"/> Falta o ausencia de planes alternativas								
<input type="checkbox"/> Falta o fallos en el control presupuestario y de gestión								
<input type="checkbox"/> Fallos en procesos internos: calidad y productividad								
<input type="checkbox"/> Problemas de comercialización: distribución precios y marketing								
<input type="checkbox"/> Problemas de materia prima: dependencias externas								
<input type="checkbox"/> Ausencia de políticas de mejora continua								
<input type="checkbox"/> Falta de capacitación del empresario y directivo: desconexión del entorno								
<input type="checkbox"/> Altos niveles de desperdicio y despilfarros								
<input type="checkbox"/> Errores en materia de seguridad: gestión y cobertura de riesgos								
<input type="checkbox"/> Fallos a la hora de resolver problemas y tomar decisiones: falta de definición del problema, incluso, su no detención								
<input type="checkbox"/> Resistencia al cambio								
<input type="checkbox"/> Incapacidad para consultar								
<input type="checkbox"/> Excesiva centralización en la toma de decisiones								
<input type="checkbox"/> Mala administración del tiempo								
<input type="checkbox"/> Mala gestión financiera en materia de endeudamientos y liquidez								

<input type="checkbox"/> Mala gestión de los fondos ajenos							
<input type="checkbox"/> Error en el calculo de punto de equilibrio para la supervivencia							
<input type="checkbox"/> Expectativas poco realistas							
<input type="checkbox"/> Extraer del negocio mucho dinero para gastos personales							
<input type="checkbox"/> Mala selección de socios							
<input type="checkbox"/> No conocerse a si mismo							
<input type="checkbox"/> Dejar absorber por las actividades agradables							
<input type="checkbox"/> No conocer el ciclo de vida de cada tipo de actividad							
<input type="checkbox"/> Tener una mala actitud							
<input type="checkbox"/> Mala evaluación y gestión del riesgo del negocio y capacidad de soportar pérdidas							
<input type="checkbox"/> No contar con aptitudes o sistemas que permitan descubrir y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado							
<input type="checkbox"/> Incumplimiento "liso o llano de obligaciones impositivas y laborales)							

4.1.2.3. DESCUBRIR OPORTUNIDADES

TALLER NO. 18

Que oportunidad encontraría en su producto o servicio en cuanto a los siguientes factores:

- Tipo de producto o servicio
- Características del producto o servicio
- conocer los procesos y procedimientos necesarios para alcanzar un alto nivel de calidad y

competitividad

- Determinar el nicho del mercado
- Nivel de inversión

4.1.2.4. VISUALIZAR RIESGOS

TALLER NO. 19

Cuando la empresa crea diferentes estrategias para posicionar su producto o servicio frente a los competidores, esta visualizando posibles riesgos y sus posibles alternativas de solución, ¿Cual considera que puede ser un riesgo o amenaza para su producto o servicio y que solución daría frente a cada una de estas?

4.1.3. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4.1.3.1. CONVERTIR IDEAS EN PROYECTOS

EJERCICIO NO. 5

Presentar avances del proyecto o idea de negocio con los temas ya vistos.

4.1.3.2. GENERAR INICIATIVAS DE NEGOCIO

TALLER NO. 20

Mencione las motivaciones mas representativas por las cuales los llevaron a elegir este proyecto o idea de negocio.

4.1.3.3. PROPICIAR EL CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN

TALLER NO. 21

De los tres tipos de innovación, ¿Cual fue el método utilizado para su producto o servicio?

4.1.3.4. CREAR NUEVOS PRODUCTOS, PROCESOS Y SERVICIOS

TALLER NO. 22

Identificar y mencionar las seis etapas que sigue todo proceso de toma de decisión en relación a su idea de negocio:

- Identificación del objetivo
- Determinación de las posibles alternativas
- Predicción de resultados
- Selección de alternativas
- Puesta en practica
- Control y valoración de los resultados

4.1.4. INTERPRETACIÓN Y PROYECCIÓN

4.1.4.1. PROYECTAR MERCADO

TALLER NO. 23

Realice la investigación de mercado de su producto o servicio, el cual determine las necesidades específicas de los clientes:

- Grado de aceptación del producto o servicio en el mercado
- El precio que estarían dispuestas a pagar
- La frecuencia de compra
- Establecer el posicionamiento de la competencia.

4.1.4.2. PROYECTAR INFORMACIÓN FINANCIERA

TALLER NO. 24

Mencione los planes o previsiones más importantes que ha de tener en cuenta el análisis económico-financiero en su proyecto:

- Plan de inversión
- Plan de financiación
- Previsión de gastos
- Plan de ventas
- Previsiones de tesorería
- Cuenta de pérdidas y ganancias

4.1.4.3. INFORMACIÓN Y HECHOS ECONÓMICOS

TALLER NO. 25

A. Investigue en el código de comercio los tipos de sociedad y como están constituidos

B. Investigue y mencione los requisitos necesarios para registrar su empresa en la cámara de comercio

4.1.4.4. FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO

TALLER NO. 26

¿Que variables considera tener en su proyecto que le impidan volverse un empresario exitoso?

Y ¿que haría para derribar estos pensamientos?

4.1.5. COMPETENCIAS GENERALES

4.1.5.1. DESARROLLAR LIDERAZGO

TALLER NO. 27

Realice una autoevaluación de los aspectos por cambiar o mejorar en el equipo de trabajo, durante la realización de este proyecto. Tener en cuenta las siguientes variables:

- Factores motivacionales
- Características personales
- Características físicas
- Factores intelectuales
- Competencias

4.1.5.2. DESARROLLAR HÁBITOS DE BUENAS PRÁCTICAS

TALLER NO. 28

Mencione que valores y actitudes considera que ha mejorado, desmejorado o ha permanecido, durante el proceso de aprendizaje en el área de emprendimiento, en su vida personal y profesional

-	MEJOR O	PERMANE CE	DESMEJO RO
Ser una persona siempre optimista, positiva, que cree en si mismo, en los demás, en el país.			
Es persistente y perseverante ante las adversidades, las dificultades, los contratiempos, las caídas.			
Esta convencido de que la posibilidad de cambiar, de mejorar, de crecer esta mas en si mismo, mas no en terceras personas o instituciones			
Siempre esta abierto a escuchar nuevas propuestas, a evaluar nuevas posibilidades, a explorar nuevos caminos, a avanzar, con flexibilidad y voluntad de cambio			
Se caracteriza por estar siempre dispuesto a innovar, a ver las cosas de una manera			

diferente, a hacer mejoras en sus proyectos o tareas, a aplicar su creatividad			
Es audaz, atrevido, en la medida en que asume riesgos moderados calculados. Basa sus acciones en el concepto de que para ganar algo, es necesario arriesgar algo			
Si las condiciones y circunstancias plantean una oportunidad, es una persona decidida y que actúa			
Es una persona activa, dinámica, que se caracteriza por su energía, su fuerza mental, su espíritu de progreso en todo momento y en todo lo que se hace			
Cuando se traza un propósito, una meta, trabaja con disciplina, con el mayor esfuerzo y con plena dedicación hasta alcanzarlo.			
En ninguna circunstancia y por ningún motivo negocia sus valores de responsabilidad, honestidad, lealtad, sinceridad, igualdad, transparencia y ética			

4.1.5.3. DEMOSTRAR CRITERIOS ÉTICOS Y RESPONSABLES

TALLER NO. 29

Durante el proceso de formación tanto en el área de emprendimiento como en las demás áreas, ¿considera que su proceso ha sido enriquecido de tal manera que esta en la capacidad de demostrar con criterios éticos y responsables la capacidad de continuar su idea de negocio como proyecto de vida?

Explique su respuesta

4.1.5.4. PODER NEGOCIADOR, PARA OBTENER Y ADMINISTRAR

RECURSOS

TALLER NO. 30

“Las ayudas financieras a proyectos emprendedores pueden ser factores positivos para la viabilidad del proyecto, oportunidades, pero nunca garantizaran la viabilidad del plan de empresa. El apoyo financiero publico puede ser un factor externo favorable”

Durante su proceso de formación en su idea de negocio considera que es factible llevar su idea de negocio a entidades externas con el fin de recibir ayudas financieras y poder obtener recursos y así ser real su empresa, explique su respuesta.

4.1.6. SENTIDO PROPOSITIVO GENERADOR DE VALOR

4.1.6.1. VALOR Y BENEFICIOS

TALLER NO. 31

Realice una matriz DOFA, en el que mencione el estado actual de la empresa.

4.1.6.2. GENERAR EMPLEO

TALLER NO. 32

De acuerdo al organigrama presentado en el Taller no. 14, favor establecer el numero de empleados y la estructura salarial para cada uno de ellos. Tener en cuenta los factores internos y externos

INTERNOS:

- Tipología de cargos dentro de la organización
- Política salarial de la organización
- Capacidad financiera y desempeño general de la organización
- Competitividad de la organización

EXTERNOS:

- Situación del mercado de trabajo
- Coyuntura económica (recepción, inflación y costo de vida)
- Sindicatos y negociaciones colectivas
- Legislación laboral

- Situación del mercado de clientes
- Competencia en el mercado

4.1.6.3. APORTES CULTURALES, ARTÍSTICOS, DEPORTIVOS Y

4.1.6.4. AMBIENTALES

TALLER NO. 33

Enumere y explique los principales factores que ayudan a la cooperación de su idea de negocio

4.1.6.5. VALOR SOSTENIBLE

TALLER NO. 34

Defina el término valor sostenible en sus propias palabras (ensayo de 1 página)

EJERCICIO NO. 6

Realizar sustentación del proyecto en la semana empresarial, (esto aplica para grados 11)

3.5 PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS DE LA GUÍA.

1. INTRODUCCION AL EMPRENDIMIENTO:

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 1: Proyectar video sobre emprendedores exitosos nacionales

2. CULTURA AL EMPRENDIMIENTO

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 2: Conferencia de gerentes, propietarios y/o conferencistas de motivación personal

3. EMPRESARIALIDAD

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 3: Salida de campo para realización y aplicación de encuestas de anteproyecto

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 4: Presentación, sustentación y participación de la semana empresarial con el anteproyecto terminado

4. APLICACIÓN Y CREACIÓN DE IDEA EMPRESARIAL

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 5: En grupos de trabajo realizar una visita empresarial, la cual se expondrá en un foro de opinión con los demás grupos.

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 6: Capacitación de emprendedores exitosos

ESTRATEGIA DIDACTICA NO. 7: Presentación, sustentación y participación de la semana empresarial con el proyecto de negocio, en donde mostrara el producto o servicio, entregara publicidad y será premiado las tres empresas con mayor oportunidad comercial

4 CONCLUSIONES

La propuesta de resignificación para implementar el área de emprendimiento en un colegio público de Pereira; caso piloto Institución Educativa Ciudadela Cuba, presenta:

- La institución muestra un alto interés en implementar el área de emprendimiento como fuente de desarrollo integral de los estudiantes para la creación, innovación y diseño en emprendimiento
- Los docentes desean apoyar y acompañar en su proceso de aprendizaje a los estudiantes con ideas emprendedoras y cambiar la mentalidad negativa de los estudiantes
- La institución cuenta con herramientas tecnológicas óptimas para la adaptación del emprendimiento
- La institución diagnostica el perfil personal y profesional del estudiante, lo cual es importante para el fortalecimiento de actividades empresariales y el acompañamiento y motivación a cada uno de los estudiantes

Una vez Identificadas las competencias requeridas por un emprendedor que se articulen a la formación y posibiliten la creación de empresas y/o ingreso a la educación superior, se puede concluir que:

- Siendo el emprendimiento un área obligatoria según la ley 1014 de 2006, ha beneficiado a los estudiantes de los colegios públicos de Pereira en llevarlos a iniciar su proyecto de vida

- La guía 39 del MEN, se implementan pasos importantes para tener en cuenta al momento de desarrollar el aprendizaje de los estudiantes y así orientar a las instituciones a fortalecer el emprendimiento según la ley 1014 de 2006
- El SENA se representa como modelo de motivación para generar planes de estudio capaces de guiar y formar a los estudiantes en emprendimiento.
- La Ley 749 de 2002 cuenta con un instrumento capaz de motivar e incentivar a los estudiantes a continuar sus etapas de formación desde la formación básica primaria hasta profesionales, apoyando al fortalecimiento de empresas y a la creación de las mismas

Según el desarrollo del trabajo, se crea un modelo guía o diseño que permita motivar el emprendimiento como proyecto de vida permanente de los(a) estudiantes, el cual incluye:

- La propuesta del contenido de la guía representa una síntesis realizada entre los exponentes del emprendimiento, lo cual se resume en una guía teórica práctica para desarrollar emprendimiento en el colegio piloto, con mayor facilidad y eficiencia
- La propuesta de guía presenta talleres prácticos y didácticos que llevan a un mayor entendimiento y fortalecimiento de los aspectos teóricos de la guía

5 RECOMENDACIONES

- Implementar mayor intensidad horaria para el desarrollo del área de emprendimiento en la malla curricular
- Capacitar los docentes para enseñar emprendimiento de desde diferentes perspectivas y motivaciones didácticas
- Apoyar las instituciones por medio del gobierno y con los recursos necesarios para definir el área de emprendimiento como área obligatoria según la ley 1014
- Buscar diferentes fuentes de apoyo para el fortalecimiento y crecimiento de la institución.

6 ANEXOS

Instrumento No. 1. Encuesta

I. IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL ENCUESTADO

Por Favor Marque Con Una "X", según su rango, interés, apreciación o percepción

1.1 ¿Cuál es su género?

a)	Femenino	
b)	Masculino	

1.2 ¿En qué grado de escolaridad se encuentra?

a)	Noveno	
b)	Décimo	

c)	Undécimo	
----	----------	--

1.3 ¿En qué rango de edad se encuentra?

a)	Menor de 13 años	
b)	Entre 13 y 15 años	
c)	Entre 16 y 18 años	
d)	De 19 años en adelante	

II. TEMAS PERTINENTES A LA INVESTIGACION

❖ PORTAFOLIO DE APRENDIZAJE

2.1.1 ¿Cómo estudiante percibe que tiene las capacidades y conocimientos necesarios para emprender y desarrollar su idea de negocio?

a)	Sin importancia o indiferente - N/S N/R	
b)	Sin formación, conocimiento o capacidades	
c)	Con capacitación, pero sin interés	
d)	Con capacitación pero requiero de más apoyo y acompañamiento	
e)	Con buena capacitación, motivación y voluntad de construir la idea de negocio	
f)	Otra.Cuál? _____	

2.1.2 Considera que sus conocimientos acerca del emprendimiento son:

a)	Excelente, porque _____	
b)	Bueno, porque _____	
c)	Regular, porque _____	
d)	Malo, porque _____	

2.1.3 De los siguientes aspectos cuales han sido puestos en marcha por la Institución?

a)	Construir conocimientos y desarrollar hábitos para generar acciones de mejoramiento personal y el entorno educativo	
b)	Da solución a las necesidades humanas presentes en la institución	
c)	Promover la cooperación y el trabajo en equipo en todos los miembros de la Institución	
d)	Fortalecer en los estudiantes la capacidad de conseguir y conservar un empleo, acceder alternativas laborales y/o posibilidades de autoempleo	
e)	Consolidar procesos de articulación del establecimiento educativo con el sector productivo	
f)	Otra. Cuál? _____	

2.1.4 De los siguientes tipos de emprendimiento, ¿cuáles han sido vistos en su formación

bachiller?

a)	Científico y/o tecnológico: (Implica la investigación y apropiación de conocimiento conducente al desarrollo, adaptación o mejoramiento de sistemas)	
b)	Ambiental: (El emprendimiento ambiental o verde son las formas de pensar, de sentir y de actuar desde una conciencia ambiental, a través de la generación de iniciativas e ideas que favorezca el desarrollo de la creatividad y la innovación)	
c)	Deportivo: (Es entendido como una forma de pensar y actuar centrada en las oportunidades que brinda el contexto para la realización de programas o eventos deportivos, recreativos y/o de actividad física)	
d)	Cultural y/o artístico: (Procesos educativos intencionalmente orientados a la creación, participación y liderazgo de actividades y proyectos artísticos y culturales a partir del desarrollo de competencias básicas y ciudadanas en los estudiantes, (sean de creación o interpretación instrumental o coral), teatrales, danza y pintura, audiovisuales o de animación; periodísticos; literarios; entre otros)	
e)	Social: (Está asociado tanto a la concepción y desarrollo de todo proyecto educativo, como a la proyección social que todo establecimiento debe realizar como compromiso con la comunidad educativa y con la comunidad circundante)	
f)	Empresarial: (El Emprendimiento Empresarial Escolar (EEE) corresponde a un proceso educativo intencionalmente orientado a la creación, liderazgo y fortalecimiento de actividades, procesos o proyectos pedagógicos, económicamente productivos)	
g)	Otra.Cuál? _____	

❖ RESIGNIFICACION

2.2.1 ¿La Institución Educativa Ciudadela Cuba ha combinado actividades, recursos, estrategias y herramientas que de manera integrada se oriente hacia el fortalecimiento, la reflexión y la ejemplificación de actitudes emprendedoras en los integrantes de la comunidad educativa a través de diferentes espacios y escenarios de aprendizaje? Por favor seleccione una o varios según sea el caso:

a)	Actividades académicas (salidas de campo, ferias de la ciencia, ferias empresariales, estudio de casos, concursos, etc.)	
b)	Proyectos sociales (recuperación de cultura ancestral, afrocolombianidad, servicio social, proyectos de género, juventud, etc.)	
c)	Entorno familiar (asociación de padres, talleres y escuelas para padres, semanas culturales, proyectos de alfabetización, etc.)	
d)	Actividades culturales (izadas de banderas, grupos de danza, teatro, música, deportes, carnavales, visitas a museos, recorridos por la región, etc.)	
e)	Actividades empresariales (Visitas guiadas, pasantías, proyectos pedagógicos productivos con apoyo de empresas, contratos de aprendizaje, programas de responsabilidad social empresarial, etc.)	
f)	Propuestas de mejoramiento del entorno y el medio ambiente (Proyectos Pedagógicos Productivos PPP, Proyectos Ambientales Escolares PRAE, convenios con secretarías de agricultura, cajas de compensación familiar, etc.)	
g)	Otra. Cuál? _____	

2.2.2La Institución Educativa Ciudadela Cuba le ha enseñado emprendimiento, desde varias

didácticas tales como: Por favor seleccione una o varios según sea el caso:

		Total mente de acuerdo	De acuerdo	En Desacue rdo
a)	En las áreas diferentes al área de emprendimiento			
b)	En el área de Emprendimiento			
c)	Motivado a la innovación y creatividad para participar en la feria de la ciencia y la tecnología			
d)	No le ha generado alguna estrategia			
e)	Otra. Cuál? _____			

2.2.3En qué etapa o años ha sido formado en el área de emprendimiento: Por favor

seleccione una o varios según sea el caso:

a)	Educación Preescolar	
b)	Educación Básica primaria	
c)	Educación Básica secundaria	
d)	Educación Media	

2.2.4 La cultura es entendida como un 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. (Ley 1014 de 2006, art. 1°). En este sentido la cultura del emprendimiento en establecimientos educativos es establecida por los siguientes puntos, Por favor seleccione una o varios según sea el caso en la que la institución lo ha puesto en práctica

a)	Traza caminos hacia el emprendimiento	
b)	El proyecto Educativo Institucional (PEI) genera ambientes propicios para la información sobre el emprendimiento	
c)	Se fomenta actividades de liderazgo y desarrollo como base fundamental del emprendimiento	
d)	Se forma a los niños desde sus primeros años en temas de cultura del emprendimiento	
e)	Se enseñan acciones innovadoras	
f)	El pensamiento estratégico es el modelo de aprendizaje para realizar un proyecto individual	
g)	Otra.Cuál? _____	

❖ IDENTIFICAR COMPETENCIAS

2.3.1 *¿Qué actitudes han sido adquiridas durante el proceso de aprendizaje?*

a)	<u>VISIÓN DE FUTURO:</u> Estructurar un proyecto de vida acorde con las necesidades, las expectativas personales, las oportunidades y las posibilidades del entorno.	
b)	<u>COMPORTAMIENTO AUTORREGULADO:</u> Autonomía, responsabilidad por las acciones y decisiones propias.	
c)	<u>CAPACIDAD PARA ASUMIR RIESGOS:</u> Identificar aquellos inconvenientes que pueden afectar el desarrollo de sus actividades, y actuar oportunamente para poder controlarlos y reducirlos.	
d)	<u>MATERIALIZACIÓN DE IDEAS EN PROYECTOS:</u> Llevar a la realidad nuevas ideas. Comunicarlas y desarrollarlas de manera individual o en colectivo.	
e)	<u>INNOVACIÓN:</u> Crear algo nuevo o dar un uso diferente a algo ya existente y, de esa manera, generar un impacto en su propia vida y en la de su comunidad.	
f)	<u>IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y RECURSOS EN EL ENTORNO:</u> Reconocer y utilizar estratégicamente los recursos.	
g)	<u>AUTO APRENDIZAJE Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO:</u> Uso y manejo responsable de la ciencia y tecnología.	
h)	<u>CREATIVIDAD:</u> Capacidad de transformar e innovar utilizando los recursos disponibles.	
i)	<u>PENSAMIENTO FLEXIBLE:</u> Apertura al cambio de manera crítica, razonada y reflexiva.	
j)	Otra. Cuál? _____	

2.3.2 El Ministerio de Educación Nacional establece seis (6) tipos de actitudes y conocimientos para la empresariedad, es decir son aquellas actitudes que predisponen la persona hacia la actividad empresarial partiendo del desarrollo de las actitudes para el emprendimiento y se deben perfeccionar en mayor profundidad y detalle para ambientes más complejos, De los siguientes seis (6) tipos de actitudes y conocimientos que establece el MEN, ¿Cuáles han sido identificados durante su formación?

2.3.2.1

a)	Generación de idea de negocio y conocimiento disciplinar:	* Economía y mercados	
		* Finanzas	
		* Administración de empresas	
		* Gestión gerencial	
		* Educación financiera	

2.3.2.2

b)	Observación, descubrimiento y perspectiva:	* Visión de futuro en contexto	
		* Identificar problemas	
		* Descubrir oportunidades	
		* Visualizar riesgos	

2.3.2.3

c)	Creatividad e innovación	* Convertir ideas en proyectos	
		* Generar iniciativas de negocio	
		* Propiciar el cambio y la transformación	
		* Crear nuevos productos, procesos, servicios	

2.3.2.4

d)	Interpretación y proyección	* Interpretar, dimensionar y proyectar mercados	
		* Interpretar, evaluar, proyectar información financiera	
		* Interpretar información y hechos económicos	
		* Diseñar y formular planes de negocio	

2.3.2.5

e)	Competencia gerencial	* Desarrolla liderazgo, sentido gerencial	
		* Desarrollar hábitos de buenas prácticas	
		* Demostrar criterio ético y responsable	
		* Poder negociar, para obtener y administrar recursos	

2.3.2.6

f)	Sentido Propositivo generador de valor	* Generar aportes de valor beneficioso	
		* Contribuir a generar empleo, producción	
		* Aportar a la riqueza cultural, artística, deportiva, ambiental	
		* Generar valor sostenible	

2.3.3 Por favor seleccione la etapa en la cual se encuentra en el proceso de aprendizaje:

a)	1. Descubre oportunidades, visualiza futuro, campos de acción, aprovechamiento	
b)	2. Crea su idea negocio, define productos, objetivos, estrategias	
c)	3. Investiga mercado, competencia, riesgo, facilidades y recursos	
d)	4. Cuantifica, proyecta, evalúa, diseña modelo y plan de negocio	
e)	5. Gestiona obtención de recursos, dirige la constitución del negocio	
f)	6. Inicia proceso productivo, de mercadeo, venta, servicio gestión gerencial	
g)	Otra.Cuál? _____	

❖ **MODELO GUIA**

2.4.1 El plan de estudios es un ambiente que propicia espacios de construcción del conocimiento, y crea puentes entre lo que se planea en el currículo en términos de competencias básicas y ciudadanas en las diversas áreas del conocimiento y los intereses, expectativas y necesidades del estudiante, el plan de estudios puede estructurarse como planes de área, de los cuales se desprende el plan de aula, Para fomentar la cultura del emprendimiento en los estudiantes como proyecto de vida, se requiere un esfuerzo coordinado y sostenido por parte del establecimiento educativo, de los siguientes aspectos cuales han sido utilizados por la institución:

a)	Genera ambiente propicio y didáctico para el desarrollo de competencias	
b)	Identifica necesidades, intereses y expectativas de los estudiantes	
c)	Planea estrategias tanto de enseñanza como de aprendizaje que fortalezcan las competencias básicas	
d)	Comunicación efectiva con los estudiantes para retroalimentar el proceso	
e)	Define criterios de evaluación orientados a evidenciar las competencias básicas	
f)	Participación en la realización de actividades encaminadas de acuerdo al plan de estudio	
g)	Realiza procesos de seguimiento y evaluación del desempeño de cada uno de los estudiantes	
h)	Otra. Cuál? _____	

2.4.2 De los siguientes métodos de enseñanza, ¿Cuál o cuáles se facilitan para su aprendizaje?

a)	Teórico	
b)	Practico	
c)	Teórico - Practico	
d)	Otra. Cuál? _____	

Por Favor Marque Con Una "X", según su rango, interés, apreciación o percepción (una o varias opciones)

2.4.3 Que herramientas de enseñanza, quisiera tener en el portafolio de emprendimiento, en cuanto a innovación y diseño:

a)	Tareas	
b)	Talleres	
c)	Cuadros	
d)	Videos	
e)	Gráficos	
f)	Testimonios	
g)	Conferencias	
h)	Casos	
i)	Otra.Cuál? _____	

Instrumento No. 2 Entrevista

I. IDENTIFICACION DEL PERFIL DEL ENTREVISTADO

Nos encontramos con el(a) Dr.(a) _____, formado en: _____ egresado de la Universidad, es especialista en _____, adicionalmente es Magister en _____, Se ha desempeñado _____ como

_____, además ha ejercido como _____ en importantes empresas de la ciudad.

Actualmente y desde hace aproximadamente _____ años, se desempeña como _____

I. TEMAS PERTINENTES A LA INVESTIGACIÓN

2.2 PROPUESTA DE RESIGNIFICACIÓN PARA IMPLEMENTAR EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO EN UN COLEGIO PÚBLICO DE PEREIRA; CASO PILOTO INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDADELA CUBA.

2.2.1 Dr.(a) durante su experiencia laboral, ¿Qué ventajas considera que tiene enseñar emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba?

2.2.2 Durante su experiencia laboral, ¿Qué dificultades considera que tiene enseñar emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba?

2.2.3 De acuerdo a su experiencia en el campo profesional, ¿Que necesidades o insuficiencias ha encontrado en el área de emprendimiento?

2.2.4 Considera que el PEI (Plan Educativo Institucional) implementado por la institución fortalece, afianza y capacita los estudiantes en emprendimiento

2.2.5 Las capacitaciones, diplomados o conferencias que han recibido del área de emprendimiento han sido por parte de:

- El estado
- La institución
- Propias
- Ninguna de las anteriores
- Todas las anteriores

¿Con qué frecuencia han recibido estas capacitaciones?

2.3 COMPETENCIAS REQUERIDAS POR UN EMPRENDEDOR QUE SE ARTICULEN A LA FORMACIÓN Y POSIBILITEN LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y/O INGRESO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

2.3.1 ¿Qué necesidad hay en los estudiantes para adquirir conocimientos sobre el emprendimiento?

2.3.2 ¿Cómo considera que debe ser el apoyo o acompañamiento requerido para que el estudiante desarrolle su idea de negocio?

2.3.3 ¿Cuál cree que puede ser la causa de la desmotivación del estudiante a desarrollar su idea de negocio?

2.3.4 De qué manera la Institución Educativa Ciudadela Cuba puede ayudar a los estudiantes a desarrollar la idea negocio

2.3.5 ¿Cuáles considera que son las competencias básicas que los estudiantes deben desarrollar en el aprendizaje de emprendimiento?

2.4 MODELO GUÍA O DISEÑO QUE PERMITA MOTIVAR EL EMPRENDIMIENTO COMO PROYECTO DE VIDA PERMANENTE DE LOS(A) ESTUDIANTES.

2.4.1 De acuerdo a su experiencia en el campo profesional, ¿Cuál es la intensidad horaria recomendada para dictar el área de emprendimiento en la Institución Educativa Ciudadela Cuba?

2.4.2 ¿Qué herramientas necesitan para fortalecer el área de emprendimiento en la institución?

2.4.3 ¿En proporción porcentual como se debería enseñar emprendimiento, cuando el método de enseñanza es teórico-práctico?

2.4.4 ¿Qué herramientas de enseñanza quisiera tener en el portafolio de emprendimiento con el fin de facilitar el aprendizaje en los estudiantes?

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS

7 LISTA DE REFERENCIAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2011, noviembre). Aula Urbana.. Recuperado de: http://www.idep.edu.co/sites/default/files/archivo_magazine/Magazin%20Aula%20Urbana%20Edicion%20No%2082.pdf

Álvarez, L. M. A. (2012). CONCEPTO Y PROPÓSITOS DE UN PORTAFOLIO DE APRENDIZAJE. Recuperado de <http://unlp-tea.wikispaces.com/El+concepto+de+portafolios+y+propositos>

Campo, M. F. C. (2012, diciembre). La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf

Consejo nacional de trabajo social. (2012, 26 junio). CÓDIGO DE ÉTICA DE LOS TRABAJADORES SOCIALES EN COLOMBIA. Recuperado de <https://www.consejonacionaldetrabajosocial.org.co/spanish2/images/Codigo-de-etica-2015-.pdf>

Emprende Pyme. (2016). El perfil de un emprendedor. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/el-perfil-de-un-emprendedor.html>

Fandiño, Y. F. B. (2014). Conatruyendo mi identidad dentro de un proyecto de vida. Barranquilla, Colombia: Universidad Libre.

Healey, K. H. (2017). Las razones por las que en Colombia se habla tanto de emprendimiento. Recuperado de <http://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/las-razones-por-las-que-en-colombia-se-habla-tanto-de-emprendimiento/56241>

Lastra, Uribe & Gutierrez, (2013). : Emprendimiento y empresarismo: Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa. Bogotá, Colombia: : Ediciones de la U.

Ministerio de educación nacional. (s.f.). Leyes 1014,749. Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-propertyvalue-49834.html>

Quintanas & Gutierrez, (2010). Empeñando un proyecto de empresa: planificación y gestión emprendedora. Bogotá, Colombia: Pontevedra, ediciones de la u, ideas propias editorial.

Redacción de El País.com.co (2013, 16 junio). Bachilleres emprendedores, el presente y futuro de la educación. Elpaís.com.co, p. 0. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/colombia/bachilleres-emprendedores-el-presente-y-futuro-de-la-educacion.html>

Rodriguez, D. R. B. (2008, 21 octubre). Emprendimiento + Diseño: Innovación. Recuperado de <https://es.slideshare.net/diegrod/emprendimiento-diseo-presentation>

Semana. (2016, 11 octubre). Estudiantes de colegios crean sus propios negocios. Semana, EDICIÓN 1861, 10-11. Recuperado de: <http://www.semana.com/educacion/articulo/emprendimiento-empresarial-en-colegios/504851>

Villamizar & Henly, (2012). libro perspectivas del emprendimiento: evolución y su aporte al desarrollo de las provincias comunera y guanenta. Socorro Santander, Colombia: Universidad libre.

Universidad Autónoma de Occidente. (2011, 21 enero). FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Recuperado de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rn07ao5XM5sJ:uao.edu.co/sites/default/files/ANTEPROYECTO%2520PROYECTO%2520DE%2520GRADO%2520\(INVESTIGACION\).DOC+&cd=1&hl=es&ct=clnk&g](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rn07ao5XM5sJ:uao.edu.co/sites/default/files/ANTEPROYECTO%2520PROYECTO%2520DE%2520GRADO%2520(INVESTIGACION).DOC+&cd=1&hl=es&ct=clnk&g)