

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS	CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	VERSIÓN	02
		FECHA	03/04/2017
		PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad	

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): ANDREA MARCELA

APELLIDOS: PALACIO SALAZAR

NOMBRE(S): MARIA JOSE

APELLIDOS: MADARIAGA PALLARES

FACULTAD: INGENIERÍA

PLAN DE ESTUDIOS: INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): NANCY LORENA

APELLIDOS: CUELLAR MORENO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA MOTIVACIONAL PARA INCENTIVAR LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE 9, 10 Y 11 GRADO DEL COLEGIO MUNICIPAL MARÍA CONCEPCIÓN LOPERENA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA NORTE DE SANTANDER.

Este proyecto se basó en el diseño de una estrategia motivacional para incentivar a los estudiantes de 9, 10 y 11 grado de la institución a emprender. Se plantea una estrategia para que con la ayuda del colegio los estudiantes puedan recibir toda la información y motivación suficiente para la creación de una empresa y así una vez terminen sus estudios no se enfoquen simplemente en buscar un trabajo o depender de un salario si no por el contrario sean los que construyen y crean su propia empresa.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTO, INNOVACIÓN, CREACIÓN DE EMPRESAS, MARKETING

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 116 PLANOS: ____ ILUSTRACIONES: ____ CD ROOM: ____

PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA MOTIVACIONAL PARA INCENTIVAR LA
INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE 9, 10 Y 11 GRADO
DEL COLEGIO MUNICIPAL MARÍA CONCEPCIÓN LOPERENA EN LA CIUDAD DE
CÚCUTA NORTE DE SANTANDER

María José Madariaga Pallares

Andrea Marcela Palacio Salazar

Universidad Francisco de Paula Santander

Facultad de ingeniería

Plan de estudios de Ingeniería industrial

Cúcuta, Norte de Santander

2021

PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA MOTIVACIONAL PARA INCENTIVAR LA
INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE 9, 10 Y 11 GRADO
DEL COLEGIO MUNICIPAL MARÍA CONCEPCIÓN LOPERENA EN LA CIUDAD DE
CÚCUTA NORTE DE SANTANDER

María José Madariaga Pallares

Andrea Marcela Palacio Salazar

Proyecto de grado como prerrequisito para optar al título de ingeniería industrial

Director

Nancy Lorena Cuellar Moreno

Ingeniera de Producción Agroindustrial

Especialista en alta gerencia

Universidad Francisco de Paula Santander

Facultad de ingeniería

Plan de estudios de Ingeniería industrial

Cúcuta, Norte de Santander

2021

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

FECHA: 07 de Octubre, 2021
HORA: 10:00 a.m.
LUGAR: GOOGLE MEET – CORREO INSTITUCIONAL UFPS
PLAN DE ESTUDIOS: INGENIERÍA INDUSTRIAL

TÍTULO DE LA TESIS: “PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA MOTIVACIONAL PARA INCENTIVAR LA INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE 9, 10 Y 11 GRADO DEL COLEGIO MUNICIPAL MARÍA CONCEPCIÓN LOPERENA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA NORTE DE SANTANDER.”

JURADOS: GAUDY CAROLINA PRADA BOTIA
WLAMYR PALACIO ALVARADO

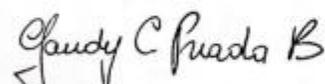
DIRECTOR: NANCY LORENA CUELLAR

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO LETRA</i>	<i>CALIFICACIÓN</i>	<i>NÚMERO</i>
MARÍA JOSÉ MADARIAGA PALLARES	1192000	cuatro, tres	4,3
ANDREA MARCELA PALACIO SALAZAR	1192201	cuatro, tres	4,3

APROBADA


GAUDY CAROLINA PRADA BOTIA


WLAMYR PALACIO ALVARADO


Vo.Bo GAUDY CAROLINA PRADA BOTÍA
Director Plan de Estudios
Ingeniería Industrial
Magda M.

Contenido

Introducción	15
1. Problema	16
1.1 Título	16
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Formulación del Problema	19
1.4 Justificación	19
1.4.1 A nivel de la empresa	19
1.4.2 A nivel del estudiante	19
1.5 Objetivos	20
1.5.1 Objetivo general	20
1.5.2 Objetivos específicos	20
1.6 Alcances y Limitaciones	21
1.6.1 Alcances	21
1.6.2 Limitaciones	21
2. Marco Referencial	22
2.1 Antecedentes	22
2.1.1 Antecedentes a nivel internacional	22
2.1.2 Antecedentes a nivel nacional	24
2.1.3 Antecedentes a nivel regional	26
2.2 Marco Teórico	27
2.2.1 Emprendimiento	27
2.2.2 Innovación	29

2.2.3	Teorías del diagnóstico	30
2.2.4	Teorías de la estrategia	31
2.2.5	Teorías del emprendimiento	32
2.2.5.1	Emprendimiento según un enfoque psicológico.	32
2.2.5.1.1	Teorías de los rasgos de la personalidad.	32
2.2.5.2	Emprendimiento según un enfoque sociológico.	33
2.2.5.2.1	Teoría de las creencias religiosas.	33
2.2.5.3	Emprendimiento según un enfoque económico.	33
2.2.5.3.1	Teoría del beneficio del empresario.	33
2.2.5.3.2	Teoría del desarrollo económico de Schumpeter.	34
2.2.5.4	Emprendimiento según la gestión empresarial.	34
2.2.5.4.1	Teoría de las oportunidades.	34
2.2.6	Características del perfil emprendedor	35
2.2.6.1	Motivación.	35
2.2.6.2	Capacidad de innovación.	36
2.2.6.3	Optimismo.	36
2.2.6.4	Autoconfianza.	37
2.2.6.5	Creatividad.	37
2.2.6.6	Trabajo en equipo.	38
2.2.7	Ramas relacionadas con el emprendimiento.	39
2.2.7.1	Finanzas.	39
2.2.7.2	Economía.	39
2.2.7.3	Administración de empresas.	40

2.2.7.4	Educación y tecnología.	40
2.3	Marco Conceptual	41
2.4	Marco Contextual	45
2.5	Marco Legal	46
3.	Diseño Metodológico	50
3.1	Tipo de Investigación	50
3.2	Población y Muestra	51
3.2.1	Población	51
3.2.1.1	Población de estudiantes.	51
3.2.1.2	Población de docentes.	51
3.2.2	Muestra	51
3.2.2.1	Muestra de estudiantes.	52
3.3	Instrumentos para la Recolección de Información	53
3.3.1	Información primaria	53
3.3.2	Información secundaria	53
3.4	Análisis de Datos	53
4.	Resultados y Análisis	54
4.1	Diagnóstico del nivel de conocimiento en temas relacionados al emprendimiento e innovación en estudiantes y docentes de la institución	54
4.1.1	Análisis de encuesta a estudiantes	54
4.1.2	Análisis de encuesta a docentes	68
4.2	Identificación de las causas por las que no se realizan proyectos de emprendimiento por los estudiantes	79

4.3 Establecer factores estratégicos críticos que mejoren el emprendimiento y la innovación en el colegio Municipal María Concepción Loperena.	87
4.4 Diseñar la estrategia que aumente el interés hacia proyectos de emprendimiento e innovación en la institución	88
4.4.1 Formación académica	89
4.4.1.1 Apoyo de clases en el programa académico.	89
4.4.1.2 Capacitaciones.	92
4.4.1.2.1 Plan de capacitaciones a estudiantes.	92
4.4.1.2.2 Plan de capacitaciones a docentes.	95
4.4.1.3 Actividades lúdicas.	95
4.4.1.4 Actividades con las redes sociales.	97
4.4.1.5 Metodología del desarrollo de las estrategias.	98
4.4.2 Formación práctica (Miniferia empresarial y visitas a empresas)	98
4.4.2.1 Preparación de la feria por los docentes encargados.	99
4.4.2.1.1 Elección del lugar.	99
4.4.2.1.2 Mobiliarios necesarios.	99
4.4.2.1.3 Logística.	99
4.4.2.1.4 Jurados.	100
4.4.2.1.5 Invitados.	100
4.4.2.1.6 Recepción de invitados.	100
4.4.2.1.7 Premiación.	100
4.4.2.2 Preparación de la feria por el estudiante.	101
4.4.2.2.1 Idea del proyecto.	101

4.4.2.2.2 Preparación del stand.	102
4.4.2.2.3 Preparación de la exposición.	102
4.4.3 Gastos de la implementación de la Propuesta.	103
5. Conclusiones	105
6. Recomendaciones	107
Referencias	108
Anexos	113

Lista de Figuras

Figura 1. Principales corrientes del emprendimiento (Cantillon, 2020)	32
Figura 2. Características del perfil emprendedor (Características del emprendedor, n.d.)	39
Figura 3. Fórmula para hallar la muestra. (Aguilar, 2005)	52
Figura 4. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento estudiantes.	55
Figura 5. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento estudiantes.	57
Figura 6. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento estudiantes.	59
Figura 7. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento estudiantes.	61
Figura 8. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento estudiantes.	62
Figura 9. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento estudiantes.	63
Figura 10. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento estudiantes.	65
Figura 11. Análisis pregunta 10. Nivel de conocimiento estudiantes.	66
Figura 12. Análisis pregunta 11. Nivel de conocimiento estudiantes	67
Figura 13. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento docentes.	69
Figura 14. Análisis pregunta 2. Nivel de conocimiento docentes.	70
Figura 15. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento docentes.	72
Figura 16. Análisis pregunta 4. Nivel de conocimiento docentes.	73
Figura 17. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento docentes.	74
Figura 18. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento docentes.	76
Figura 19. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento docentes.	77
Figura 20. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento docentes.	78
Figura 21. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento docentes.	80
Figura 22. Análisis pregunta 1. Causas de deserción	81

Figura 23. Análisis pregunta 2. Causas de deserción	82
Figura 24. Análisis pregunta 3. Causas de deserción	84
Figura 25. Análisis pregunta 4. Causas de deserción	85
Figura 26. Análisis pregunta 5. Causas de deserción	86
Figura 27. Análisis pregunta 6. Causas de deserción	87
Figura 28. Análisis DOFA factores Críticos para mejorar el emprendimiento.	89
Figura 29. Costos Generales de la propuesta	106
Figura 30. Costos Mini feria grado 9	106
Figura 31. Costo visitas grado 11	107

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento estudiantes.	55
Tabla 2. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento estudiantes.	57
Tabla 3. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento estudiantes.	60
Tabla 4. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento estudiantes.	61
Tabla 5. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento estudiantes.	62
Tabla 6. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento estudiantes.	63
Tabla 7. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento estudiantes.	65
Tabla 8. Análisis pregunta 10. Nivel de conocimiento estudiantes	66
Tabla 9. Análisis pregunta 11. Nivel de conocimiento estudiantes	68
Tabla 10. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento docentes	69
Tabla 11. Análisis pregunta 2. Nivel de conocimiento docentes.	71
Tabla 12. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento docentes.	72
Tabla 13. Análisis pregunta 4. Nivel de conocimiento docentes.	73
Tabla 14. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento docentes.	74
Tabla 15. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento docentes.	76
Tabla 16. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento docentes.	77
Tabla 17. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento docentes.	78
Tabla 18. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento docentes	80
Tabla 19. Análisis pregunta 1. Causas de deserción	81
Tabla 20. Análisis pregunta 2. Causas de deserción	83
Tabla 21. Análisis pregunta 3. Causas de deserción	84
Tabla 22. Análisis pregunta 4. Causas de deserción	85

Tabla 23. Análisis pregunta 5. Causas de deserción	86
Tabla 24. Análisis pregunta 6. Causas de deserción	87
Tabla 25. Descripción de Temas al Programa Académico	92
Tabla 26. Desarrollo de las actividades propuestas.	100

Resumen

Este proyecto se basó en el diseño de una estrategia motivacional para incentivar a los estudiantes de 9, 10 y 11 grado del colegio Municipal María Concepción Loperena a emprender. Se plantea una estrategia para que con la ayuda de la institución los estudiantes puedan recibir toda la información y motivación suficiente para la creación de una empresa y así una vez terminen sus estudios no se enfoquen simplemente en buscar un trabajo o depender de un salario si no por el contrario sean los que construyen y crean su propia empresa.

Así mismo se crearon estrategias en cuanto a la formación académica y práctica para que los estudiantes puedan ampliar sus conocimientos en cuanto al emprendimiento y de igual forma ponerlos en práctica para ir superando cada dificultad que puedan presentar en el camino.

Introducción

Este proyecto se basó en la Propuesta de una estrategia motivacional para incentivar la innovación y emprendimiento en los estudiantes de 9, 10 y 11 grado del colegio Municipal María Concepción Loperena en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander, lo que se busco fue fomentar una cultura de emprendimiento a los estudiantes, donde crezcan a nivel profesional y personal, con el objetivo de que aprendan a desenvolverse en el ámbito empresarial para que así mismo contribuyan al desarrollo económico del país.

La metodología para el presente proyecto fue realizar un diagnóstico y análisis a los estudiantes y docentes para identificar el nivel de conocimiento que tienen en temas relacionados al emprendimiento y la innovación, identificar las principales causas del por qué los estudiantes rechazan proyectos de emprendimiento, se identificaron los factores críticos en los cuales se trabajó la estrategia y se propuso la misma a través del diseño de un plan de charlas para la adquisición de mayores conocimientos a docentes y alumnos, se diseñó una mini feria empresarial donde los estudiantes puedan explotar sus ideas para que se vayan familiarizando y obteniendo un gusto y motivación hacia el emprendimiento, y así mismo se creó un plan para promover el uso de las redes sociales como herramienta para el impulso de programas de emprendimiento. A raíz de esto, este proyecto pretende que los alumnos tengan herramientas y conocimientos sólidos a través de la institución, donde puedan desarrollar sus ideas y sean guiados por los docentes para emprender y mejorar tanto su beneficio propio como a nivel social.

El colegio Municipal María Concepción Loperena se vería beneficiado de este proyecto ya que contribuye al crecimiento de sus estudiantes a nivel profesional y personal proporcionándoles mayores motivaciones para que en un futuro sean personas emprendedoras y talentosas.

1. Problema

1.1 Título

Propuesta de una estrategia motivacional para incentivar la innovación y emprendimiento en los estudiantes de 9, 10 y 11 grado del colegio Municipal María Concepción Loperena en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander

1.2 Planteamiento del Problema

El emprendimiento y la innovación siempre han sido la fuente de todo desarrollo económico, siendo así de gran importancia para la vida de todos. El emprendimiento es el desarrollo y puesta en marcha de una idea a pesar de los riesgos que conlleva esta, con el fin de obtener una ganancia y de la mano generar empleo y crecimiento personal. La innovación es la acción de crear cambios novedosos partiendo de ideas nuevas o mejoradas sin necesidad de ser significativo, pero si renovador. Por lo tanto, estos dos conceptos van ligados ya que ambos trabajan en el desarrollo de ideas.

(ROBERT, 1964) afirma que:

Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto.

Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente.

Desde la existencia del hombre, este se ha visto en la necesidad de buscar el intercambio de bienes y dinero lo que se conoce como trueque, el cual antiguamente las personas utilizaban para sobrevivir y por dicha necesidad practicaban continuamente lo que es el emprendimiento, de esta manera el hombre comenzó a identificar este tipo de acciones con el fin de lograr un mejor estilo

de vida; desde ese momento el hombre comenzaba a tener un pensamiento emprendedor, aunque no se podía explotar ciento por ciento estos pensamientos, debido a que tiempos atrás el campesino era prioridad y aquellos que intentaban emprender con ideas innovadoras no eran aprobadas por la nobleza. Gómez A, como se citó en (*Evolución Histórica Del Emprendimiento*, n.d.) decía que:

En los siglos XVI y XVII las personas que generaban nuevas ideas, que experimentaban y profundizaban para crear nuevos artefactos que permitieran aumentar la producción, eran rechazados, se alegaba que afectaban económicamente a los artesanos y campesinos que debían emigrar porque su trabajo iba a ser sustituido por una máquina

Años más adelante se conoce como emprendedor a aquellas personas que tomaban el riesgo de viajar a otros países con el propósito de conseguir mejores oportunidades y estilos de vida, sin importar las barreras que se les pudiese presentar en el camino. Seguidamente este término fue utilizado por mucho tiempo para diferentes actividades comerciales y que contribuían al desarrollo económico de los países enfocándose estrictamente en un área específica para identificar que eran emprendedores. Así al pasar el tiempo el concepto se fue implementando a gran medida y las personas se fueron interesando más por este tema.

En Colombia el emprendimiento ha ido incrementando por lo que se dice que es un país líder en emprendimiento y desarrollo empresarial, ya que los colombianos tienen actitud para salir adelante y el emprender es sinónimo de desarrollo personal para todos ellos.

La cultura Organizacional es un grupo complejo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en los símbolos, los

mitos, el lenguaje y los comportamientos y constituye un marco de referencia compartido para todo lo que se hace y se piensa en una organización. (Etkin & Schvarstein, 2007)

(Everest Services, 2018) “la cultura corporativa es un término que describe un sistema de valores compartidos y creencias para crear normas de comportamiento, a fin de guiar las actividades de los miembros de la organización”.

Crear una buena cultura hacia el emprendimiento principalmente en jóvenes es muy importante ya que son ellos quienes en un futuro cercano pueden impulsar y sacar adelante sus ideas innovadoras generando así un desarrollo empresarial, con el propósito de seguir trabajando en ello y brindar así un beneficio para él mismo como para demás personas ofreciendo empleos y mejores estilos de vida.

Hoy en día el emprendimiento ha incrementado significativamente con el uso de redes sociales que son una gran fuente para dar a conocer cualquier tipo de proyecto, además debido a la situación que se ha estado viviendo en la que el trabajo físico se vio afectado por la pandemia del Covid-19 las redes sociales han sido de gran ayuda para impulsar a las personas a empezar y dar a conocer su idea de negocio.

A pesar de esto los jóvenes se pueden llegar a mostrar temerosos a la hora de sacar adelante un proyecto o idea que tengan debido a que no poseen los suficientes conocimientos y motivaciones para llevarlo a cabo. Es por esto por lo que se vio la necesidad de proponer una estrategia que genere en los jóvenes de 9, 10 y 11 grado del colegio Municipal María Concepción Loperena interés y los ayude a impulsar sus ideas innovadoras brindándoles los conocimientos necesarios y creando en ellos una cultura emprendedora con el propósito de que sigan sus ideales y no desistan de ellos.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuáles serían las causas y motivos que conllevan a los jóvenes de 9, 10 y 11 grado del colegio Municipal María Concepción Loperena a rechazar el emprendimiento?

1.4 Justificación

1.4.1 A nivel de la empresa

La idea surgió de motivar a los estudiantes a crear una cultura de emprendimiento, en donde ellos tengan y desarrollen ideas de negocio. A raíz de esto, este proyecto se basó en brindarle a los alumnos las herramientas y conocimientos sólidos a través de la institución, donde puedan desarrollar sus ideas y sean guiados por los docentes para emprender y mejorar tanto su beneficio propio como a nivel social. Esto con el fin de que crezcan a nivel profesional y obtengan un modelo guía que, a través de conocimientos, puedan desarrollar en cualquier negocio que se propongan.

El colegio Municipal María Concepción Loperena se vio beneficiado de este proyecto ya que contribuye al crecimiento de sus estudiantes a nivel profesional y personal proporcionándoles mayores motivaciones para que en un futuro sean personas emprendedoras y talentosas.

1.4.2 A nivel del estudiante

Llevar a cabo la propuesta de una estrategia para incentivar el emprendimiento en jóvenes del colegio Municipal María Concepción Loperena brindó mayores conocimientos en el ámbito de mercadeo, emprendimiento, creación de empresas, innovación y crecimiento personal, buscando una cultura empresarial en dichos estudiantes con el fin de brindarles apoyo y una mejor enseñanza para que puedan ellos mismos impulsar y sacar adelante sus ideas, esto con el objetivo de lograr desempeñarnos como grandes profesionales en un futuro proporcionando todos los

conocimientos adquiridos para ofrecer así a la población y a las empresas excelentes procesos en temas relacionados con mercadeo y emprendimiento.

Además, el poder contribuir al mejor desarrollo de los jóvenes para así cumplir sus metas y objetivos favoreciendo continuamente al desarrollo y economía del país con la propuesta emprendedora que se tiene en el proyecto es de gran satisfacción y justificación para llevarla a cabo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Proponer una estrategia motivacional que incentive la innovación y emprendimiento en los estudiantes de 9, 10 y 11 grado del colegio Municipal María Concepción Loperena en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander.

1.5.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el nivel de conocimiento en temas relacionados al emprendimiento e innovación en estudiantes y docentes de la institución.
- Identificar las causas por las que no se realizan proyectos de emprendimiento por los estudiantes.
- Establecer factores estratégicos críticos que mejoren el emprendimiento y la innovación en el colegio Municipal María Concepción Loperena.
- Diseñar la estrategia que aumente el interés hacia proyectos de emprendimiento e innovación en la institución.

1.6 Alcances y Limitaciones

1.6.1 Alcances

El presente proyecto se realizó en base a la propuesta de una estrategia para motivar e incentivar a los estudiantes de los grados 9, 10 y 11 del colegio Municipal María Concepción Loperena de la ciudad de Cúcuta a sacar adelante sus ideas innovadoras despertando así ese joven empresarial, abordando temas como lo son el mercadeo, negocios, innovación, creación de empresas y crecimiento personal, el cual sea una ayuda para los estudiantes para crecer a nivel profesional y personal, superando los miedos ante una idea de negocio, para que así puedan emprender en ella, generar ganancias y a la vez empleo para el país.

1.6.2 Limitaciones

Teniendo en cuenta la situación en la que se encontraba el colegio debido a la pandemia del Covid-19 en la que todos los miembros del colegio no estaban físicamente laborando y en sus funciones diarias en el mismo si no desde sus casas, la limitación más importante fue la dificultad para obtener información suficiente de parte de estudiantes como de docentes, debido al distanciamiento en el que se encontraban todos.

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

Herruzo, E., Hernández, B., Cardella, G., y Sánchez, J. (2019) *Instituciones, Emprendedores y Comunidad, del libro Emprendimiento e Innovación*. Universidad de Salamanca, España.

Madrid.

Propuesta que se basa en el proyecto y concreción del "Ecosistema Emprendedor" del libro *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos*, que desde hace 10 años y desde el CEA 17 (Centro de Educación Agraria) ubicado en Carlos Casares -ciudad de 20000 habitantes-; se está llevando a cabo con jóvenes dentro y fuera del sistema educativo. En los últimos años, el trabajo del CEA se ha fusionado con la Municipalidad (como mayor empleador del Estado) generando e impulsando condiciones, sumando a empresas de la zona, una fundación local, escuelas, entidades barriales y otras instituciones intermedias. Trabajar desde lo local, teniendo en cuenta el contexto, el territorio y la diversidad, vinculando y fomentando la conexión - público/privada-, ha dado como resultado el diseño de estrategias locales que involucran, invitan y animan a otros actores a comprometerse para que los emprendimientos avancen y se concreten.

Este proyecto aporta información valiosa ya que presentaba unos resultados en donde se demuestra que la mayoría de los jóvenes no pueden lograr terminar sus carreras por diferentes situaciones ya sean económicas, familiares entre otras. Lo que aportaría veracidad e información al momento de diseñar el proyecto.

Herruzo, E., Hernández, B., Cardella, G., y Sánchez, J. (2019). *Proyecto de la Educación Emprendedora en la facultad de letras y ciencias humanas del libro Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos*. Universidad de Salamanca, España. Madrid.

La educación emprendedora consiste en dar una formación fundamental en aspectos y valores como el desarrollo integral del ser humano, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, adquisición de conocimientos y estrategias para iniciar negocios y el desarrollo del gusto por la innovación. Es por estas razones que se pensó que esta disciplina tiene que ofrecerse, también, a los estudiantes de las Facultades de Letras y Ciencias Humanas. Para conseguir una formación equitativa se propone atenuar la rigidez de la estructura curricular que dificulta los enfoques interdisciplinarios. Diseñar programas que se adaptan a los grupos que son objeto de la formación. En cuanto a los métodos se sugiere el uso de métodos interactivos porque favorecen el desarrollo del espíritu empresarial. Lo último se refuerza mediante la participación de verdaderos empresarios en la formación porque el desafío es que la capacitación en emprendimiento sea equitativa y accesible para todos los estudiantes.

Este proyecto proporcionó gran información ya que se basa en crear una cultura empresarial en los jóvenes lo cual es importante para que en un futuro puedan desenvolverse con mayor facilidad en el ámbito empresarial y de igual manera crecer como profesionales y personas, brindó información de apoyo para la creación de estrategias para incentivar a una cultura empresarial.

Merino, M (2014). *Trabajo de Investigación sobre el Nivel de Emprendimiento y Espíritu Emprendedor de los Estudiantes de Administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en Chiclayo Perú.

El espíritu emprendedor conlleva el desarrollo de actitudes de cooperación y de trabajo en equipo, así como el hábito de asumir nuevos roles en una sociedad en continuo cambio; de esta manera desarrollar sus capacidades para llevar a cabo cambios, experimentar con ideas propias y ajenas y reaccionar con intuición, apertura y flexibilidad ante cualquier situación que se presente.

Es por ello se ha creído conveniente realizar el presente trabajo de investigación, el cual supone analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Dicho análisis fue realizado por los estudiantes de Contabilidad de la universidad en mención. Se tiene como objetivos evaluar el espíritu emprendedor de los estudiantes de la escuela mencionada de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

La presente investigación nos proporcionó diversas características y un perfil emprendedor para trabajar sobre dichas características y compartir esos conocimientos a los estudiantes del proyecto en desarrollo, además brinda estadísticas importantes a la hora de realizar el marco teórico del mismo.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

Otero, A (2005). *Propuesta de estrategia de un modelo para promover el emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10 y 11 de estratos 1, 2 y 3 en Colombia*. Universidad de Los Andes, Bogotá Colombia.

Este proyecto busca promover el emprendimiento en estudiantes de educación secundaria y en la metodología VIPLAN el cual se fundamenta en analizar organizaciones no desde jerarquías si no desde la forma en que las personas se relacionan en el trabajo diario. Esta investigación propone, después del acercamiento con una empresa colombiana con este fin, un modelo orientado a identificar cuáles deben ser las actividades que acompañaran el desarrollo de emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10 y 11 de los estratos 1,2 y 3 en Colombia.

Este proyecto de investigación brindo grandes aspectos importantes para motivar el emprendimiento en los jóvenes teniendo en cuenta diferentes metodologías y tecnologías apropiadas para dicho objetivo.

Herrera, C. (2012). *Investigación en Emprendimiento: Caracterización del Emprendedor*. Instituto colombiano de Bienestar Familiar en Sincelejo.

En este artículo se muestra la caracterización de los emprendedores del Fondo Emprender Sincelejo, cuyo perfil es: hombres, de edad joven, con formación universitaria, innovadores, alerta a las oportunidades, motivados por la generación de empleos, con ingresos mensuales menores a tres salarios mínimos, y no presentan dedicación exclusiva a la empresa creada.

Este artículo dio a conocer algunas de las características que describen a un emprendedor con respecto al pensamiento de personas cuyo interés era innovar y lograr obtener su negocio con ayuda del fondo emprendedor Sincelejo. Estos resultados permiten identificar mejor las características que debe tener un emprendedor, y con ello poder plasmar un mejor perfil para el proyecto, además esta investigación permitió aportar conceptos y datos importantes para el marco teórico del presente proyecto.

Muñoz, C. y Vera, D (2011). Fomentando la cultura del emprendimiento en estudiantes del primer ciclo del colegio IED Fernando Mazuera Villegas, sede C. Pontificia Universidad Javeriana en la ciudad de Bogotá.

Este proyecto de grado tiene el interés de proponer una propuesta pedagógica para mejorar la calidad de la educación del colegio IED Fernando Mazuera Villegas, sede C, mediante la indagación y análisis de instituciones, diversos programas, proyectos, leyes y concepciones

entorno al emprendimiento, los cuales buscan mejorar la calidad de vida de los estudiantes y de las instituciones apuntándole a una formación totalmente integral.

Este proyecto contribuyó a la realización del marco conceptual y teórico del presente proyecto aportando conceptos básicos para el mismo. Además, es un proyecto en el cual se basan en inculcar el emprendimiento en niños desde muy temprana edad implementando desde la institución una cultura del emprendimiento en ellos.

2.1.3 Antecedentes a nivel regional

Guerrero, D y Arias, Y (2019). *Proponer el fomento del emprendimiento artístico y cultural en los estudiantes de noveno a décimo grado del colegio artístico Rafael Contreras Navarro en la ciudad de Ocaña Norte de Santander*. Universidad Francisco de Paula Santander en Ocaña.

El fortalecimiento de las competencias emprendedoras en los estudiantes de los de 9 y 10 en la institución educativa colegio artístico Rafael Contreras Navarro, permitió identificar fortalezas y debilidades en cuanto a las competencias de emprendimiento, enfocadas en el campo de las artes y además conocer la formación que imparte en la institución para posteriormente diseñar estrategias que permitan mejorar los conocimientos del tema y la incorporación en el reglamento de la institución.

Este es un proyecto muy similar al presente desarrollado ya que se maneja un proceso similar en la contribución a llevar a cabo una cultura empresarial en los jóvenes, además presento información y conceptos claves que se manejan de igual forma en este proyecto.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 *Emprendimiento*

(Valenciano et al., 2004) dice que:

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (p.3).

(Valenciano et al., 2004) también dice que:

La actividad emprendedora que gestiona el cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio (p.3)

Esto hace énfasis a que una persona emprendedora tiene la capacidad de crear y administrar, sin saber si será exitoso o no, lo que se busca es una actitud positiva frente a un negocio o un nuevo proyecto y así mismo que le ayude a enfrentar retos o dificultades que se presenten.

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también

puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos (Valenciano et al., 2004)

Una persona emprendedora, es creativa, innovadora, asume riesgos, administra, es optimista, perseverante, líder, trabaja en equipo y un sinnúmero de características que lo hacen alcanzar el éxito y cumplir sus objetivos.

La mayoría de las ideas de negocio surgen de acuerdo con una necesidad o una problemática y hace que las personas se vuelvan constantes y perseverantes en su idea, con el fin de solucionar ciertas necesidades y buscar un bien común.

(Mark Cuban, n.d.) dijo “No importa cuántas veces falles, sólo debes de estar en lo correcto una vez. Entonces todos te llamarán un éxito de la noche a la mañana y te dirán lo afortunado que eres”

(Peter Drucker, n.d.) “El emprendimiento no es ni una ciencia ni es un arte, es una práctica constante”

(Tom Kelley, n.d.) menciona lo siguiente “Fracasa seguido para que puedas tener éxito pronto”

Estos tres pensamientos fueron creados a través de experiencias de grandes fundadores que han fracasado en sus intentos pero que gracias a su constante disciplina y perseverancia han alcanzado y conquistado sus sueños, esto refleja que mientras exista una actitud positiva todo se puede, sin importar cuántas veces se deba volver a empezar.

2.2.2 Innovación

Teniendo en cuenta que la innovación es un aspecto importante en el emprendimiento, Peter F. Drucker como se citó en (Valenciano et al., 2004) dice que la innovación es “el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente” (p.3). Esto significa que el innovar es crear, es identificar las mejores oportunidades y con ellas generar bienes novedosos que brinden ganancias tanto monetaria como profesional y personal.

Nelson, como se citó en (Suarez, 2018) afirma que la “Innovación es la transformación de conocimiento en nuevos productos y servicios. No es un evento aislado, sino la respuesta continua a circunstancias cambiantes” (p.122).

Schumpeter, como se citó en (Suarez, 2018) entendió que

La innovación como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural, y la definió como: la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión (p.122).

Se puede decir, que emprender e innovar son dos palabras que van de la mano, en efecto como se define arriba, emprender es la capacidad de realizar un esfuerzo ya sea personal u organizacional sin miedo al fracaso, e innovar es utilizar un conocimiento y ponerlo en práctica, ya sea para suplir una necesidad, mejorar algo ya existente o crear algo novedoso. Cabe resaltar, que a nivel empresarial la innovación es un elemento importante, ya que es clave para el éxito, puesto que permite ir más allá de la competencia, creando nuevos procesos y estrategias.

Desde los dos ámbitos lo que se busca es llegar al éxito, ya que aplicando esos dos conceptos se pueden crear grandes beneficios, tanto crecimiento personal y profesional como un aumento en el desarrollo económico del país.

Por eso es muy importante que las instituciones apliquen ciertas actividades o modelos donde creen una cultura empresarial a los estudiantes y que ellos se motiven en crecer profesionalmente a través de ello, para que tomen participación en crear y promover proyectos, negocios, empresas para que sean jóvenes más competitivos, y aporten mayores beneficios al país.

2.2.3 Teorías del diagnóstico

(Fernández, 2005) dice que “El diagnóstico en ambientes educativos y profesionales es un ámbito pedagógico que se caracteriza por realizar un proceso sistemático de recogida constante de información, de valoración y toma de decisiones respecto a una persona o grupo de ella”

La teoría del diagnóstico en contextos profesionales se desarrolló inicialmente partir de las investigaciones de Ginzberg y otros (1951), Súper (1957) y Jordaan (1963).

Se trata de una época en que se consideró el diagnóstico profesional como un subestadio del desarrollo profesional y posteriormente como una categoría de la conducta exploratoria en general. Es un momento del pleno apogeo del modelo de desarrollo de la carrera en Orientación Profesional auspiciado fundamentalmente por los estudios de Super (1951, 1957) (Fernández, 2005).

Es fundamental diagnosticar y analizar cualquier evento, porque este nos muestra o nos da a conocer los posibles problemas o en su efecto nos ayuda a buscar respuestas de dichas situaciones. En este caso es importante evaluar y conocer por medio de los diagnósticos como se

encuentran los estudiantes para este proyecto, ya que nos ayudara a concluir el grado de conocimiento que tienen acerca de los temas abordados como lo es emprendimiento e innovación, para llevar así un proceso más detallado que nos identifique como abordar este proyecto con mayor éxito.

Cabe resaltar que diagnosticar algún evento es muy importante, ya que nos indica el grado de percepción que haya o detectar necesidades en un entorno, por ende, una vez diagnosticado el caso se analiza las posibles causas que ayudaran a una posible solución.

2.2.4 Teorías de la estrategia

“Se puede definir a la estrategia como ciencia y arte de concebir, utilizar y conducir medios (recursos naturales, espirituales y humanos) en un tiempo y en un espacio determinado para alcanzar y/o mantener los objetivos establecidos por la política” (fxtrader, 2010)

“La teoría de Chamberlain establece que la estrategia de una entidad es el resultado de la interacción de una variedad de fuerzas dentro y alrededor de la entidad, con el sesgo cognitivo del estratega” (Teoría de Chamberlain, n.d.)

Según Chandler (como se citó en (Quintero, 2016)) dice que la estrategia es la “Determinación de los objetivos y metas a largo plazo de carácter básico de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de los recursos que resultan necesarios para llevar a cabo dichas metas”

Es por ello por lo que una estrategia es la mejor idea para este proyecto ya que al unir todas las ideas y esfuerzos de todos se pueden llegar a grandes resultados y buenos cambios, cumpliendo así mismo los objetivos propuestos, pero todo esto con un trabajo constante y en equipo.

2.2.5 Teorías del emprendimiento

Existen diferentes teorías para el emprendimiento las cuales se mencionarán a continuación.

En la siguiente figura se puede observar cuatro corrientes principales en las cuales un emprendedor se puede enfocar, ya que en cada una de ellas se maneja un rumbo diferente hacia lo que es y hace un emprendedor.

Corrientes principales	Temas de investigación	Problema analizado
Psicología: Rasgos y comportamiento	Las características de los emprendedores y el proceso emprendedor	Causas (por qué)
Sociología: Social y cultural	Emprendedores de diferentes orígenes sociales o culturales	Causas (por qué)
Economía:	Relación entre el entorno económico y el espíritu emprendedor	Efectos (Qué)
Gestión empresarial:	Habilidad, gestión y crecimiento de los emprendedores y de las empresas	Comportamiento (Cómo)

Figura 1. Principales corrientes del emprendimiento (Cantillon, 2020)

2.2.5.1 Emprendimiento según un enfoque psicológico.

La Escuela de Administración, Liderazgo, Dirección y Emprendimiento (EALDE, 2019) afirma que “El enfoque psicológico trata de analizar al emprendedor como persona, sus rasgos personales y su perfil, buscando aquellos aspectos que lo diferencian de los no emprendedores”

2.2.5.1.1 Teorías de los rasgos de la personalidad.

Esta teoría tiene dos supuestos básicos. Por un lado, establece que el empresario tiene un perfil psicológico distinto del resto de la población. Y, por otro, que el empresario de éxito tiene un perfil psicológico distinto de los empresarios menos exitosos (EALDE, 2019).

Esto depende de ciertas cualidades las cuales posee un emprendedor como lo es la responsabilidad, perseverancia, compromiso, amabilidad, creatividad, capacidad de adaptación sociabilidad, entre otros, las cuales teniendo en cuenta el desempeño de cada una de estas lo llevaran a ser más o menos exitosos que otros.

2.2.5.2 Emprendimiento según un enfoque sociológico.

Existen varias teorías y una de ellas es la de Max Weber

2.2.5.2.1 Teoría de las creencias religiosas.

Según Max Weber, como se citó en (Cantillon, 2020)

El emprendimiento es una función de las creencias religiosas y el impacto de la religión da forma a la cultura emprendedora. Las características sobresalientes de su teoría son: el espíritu del capitalismo es el factor que guía al emprendedor a involucrarse en actividades que pueden generar más y más ganancias, el espíritu aventurero se ve afectado por la fuerza del impulso, la actitud protestante puede ser proporcionada por la ética protestante independientemente de su origen cultural, tipo de personalidad y experiencias en la sociedad e incentivo de ganancias: el principio de los bajos precios y grandes volúmenes de negocios fue el mecanismo de los emprendedores para obtener ganancias.

2.2.5.3 Emprendimiento según un enfoque económico.

Las teorías del emprendimiento incluidas en el enfoque económico explican qué papel juega el empresario, y cómo se crean las empresas desde la base de la “racionalidad económica”

2.2.5.3.1 Teoría del beneficio del empresario.

Esta teoría considera al emprendedor como único factor productivo del proyecto. Por ello, hace alusión a la iniciativa empresarial que posee, la cual le lleva a coordinar los

factores productivos tradicionales. Los beneficios que obtiene el empresario se entienden como un premio por soportar la incertidumbre implícita en el emprendimiento, considerando que dicha renta será acorde a sus habilidades empresariales y a su buena suerte (EALDE, 2019).

2.2.5.3.2 Teoría del desarrollo económico de Schumpeter.

Schumpeter desarrolló una teoría en el año 1912 que establece que la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende del empresario. Este hace una combinación nueva de los factores productivos tradicional. Es decir, de la tierra, el trabajo y el capital. Schumpeter también defiende que el impulso que mueve la producción capitalista, provocando procesos de transformación continuos, es “el fenómeno tecnológico, y con él, el proceso de innovación tecnológica” (EALDE, 2019)

2.2.5.4 Emprendimiento según la gestión empresarial.

2.2.5.4.1 Teoría de las oportunidades.

Drucker, como se citó en (Cantillon, 2020) dice que:

La teoría basada en la oportunidad explica que los emprendedores no causan cambios, sino que explotan las oportunidades que crean. Lo que es evidente en la construcción de oportunidades de Drucker es que los emprendedores tienen más en cuenta las posibilidades creadas por el cambio que los problemas.

Por su parte Stevenson y Harmeling, como se citó en (Cantillon, 2020) concluyen que “el eje de la gestión emprendedora es la búsqueda de oportunidades sin tener en cuenta los recursos actualmente controlados”.

2.2.6 Características del perfil emprendedor

2.2.6.1 Motivación.

Cuando hablamos de jóvenes emprendedores nos vienen a la mente a Elon Musk cofundador de PayPal, Tesla Motors o SolarCity, entre otras empresas innovadoras, a Mark Zuckerberg cofundador de Facebook, o Steve Jobs cofundador de Apple, compañía que fundó cuando estaba en la universidad. Desde los creadores de la marca Mr. Wonderful, a los responsables de Imperio freelance, pasando por los creadores de contenidos en Youtube o Twitch, o Jaime Altozano o también Quantum Fracture. Todos ellos han demostrado que son los jóvenes quienes tienen el futuro en sus manos y todos ellos comparten una serie de elementos comunes que les hacen triunfar en sus negocios (Universidad Isabel I, 2019)

En el entorno se ven proyectos o negocios exitosos, como lo es Facebook un claro ejemplo donde su fundador es una persona joven, en la cual no desfalleció en el intento de crear una nueva plataforma para que las personas se comunicaran más fácil y rápido, proyecto que fue exitoso a nivel mundial y ahora es el personaje más joven en el puesto número cinco de la revista Forbes más millonaria del mundo.

Es necesario incentivar a los jóvenes de hoy, a ser perseverantes en sus sueños, puesto que ellos son el futuro de un país, y un país con conocimientos sólidos puede alcanzar muchos logros, como mayor desarrollo, mayor industria, baja tasa de desempleo, etc. Adoptando modelos estratégicos para que las instituciones creen una cultura empresarial a sus estudiantes sobre la importancia de su desarrollo y los beneficios que trae a nivel sociocultural, personal, económico, profesional, entre otros.

2.2.6.2 Capacidad de innovación.

(Educaweb, 2014) dice que “La capacidad para innovar va de la mano de la capacidad para emprender. emprender implica dedicar mucho tiempo y paciencia, y aquel que emprende debe definir unos objetivos y aspiraciones y tener clara la visión de empresa y de liderazgo” (parr.1)

Una mente innovadora es alguien que puede alcanzar y crear muchas metas y objetivos. Ya que una persona que se limite para idear un proyecto o crear un negocio, no podrá emprender en lo que quiere. Lo que se busca es explotar ciertos potenciales y cualidades que no todo el mundo tiene y sumárselo a ese ingenio innovador, con el fin de obtener nuevos bienes o mejorar los ya existentes.

2.2.6.3 Optimismo.

Ser optimistas permite ser personas más radicales en lo que se quiere, y por ende cumplir los objetivos propuestos, por eso es muy importante tener modelos de personas que ayuden a contribuir en ello, que permita guiar con una mejor actitud frente a cualquier adversidad o situación, fomentando una mente más constructiva.

Las emociones positivas y los estados afectivos relacionados con ellas se vinculan en una ampliación de las posibilidades de la atención, la cognición y la acción, y a una mejora de los recursos físicos, intelectuales y sociales de la persona.

Las emociones positivas, asimismo, también amplían las posibilidades de acción y mejoran los recursos físicos. Si aumenta el campo de pensamiento, aumentará indirectamente el de la acción, a través de respuestas más creativas y acciones más variadas. En cuanto a los recursos sociales, estos también se ven incrementados, ya que

se facilita la creación de relaciones sociales, de cooperación y de amistad (Corredera Larios, n.d.)

2.2.6.4 Autoconfianza.

Este punto es fundamental, ya que se debe mostrar y reflejar ante los demás la confianza en sí mismo, elemento importante que caracteriza a una persona emprendedora que cree en sus cualidades y potencial, donde se permite dejar ver la seguridad que tiene ante un equipo de trabajo, las metas propuestas y a lo que se quiere llegar. Lo cual es crucial, porque promueve a que todo su equipo de trabajo esté inclinado hacia un mismo fin. (QUIÑONES & FIGUEROA, 2019) afirma que “la Autoconfianza es la emoción que nos predispone a sentirnos seguros con nosotros mismos porque nos juzgamos capaces de realizar la acción que consideramos necesaria para lograr los objetivos planteados” (p.2).

La autoconfianza está relacionada con la autoestima y esto es indispensable porque con ello se puede alcanzar todas las metas de manera más eficiente. Permite conocer las capacidades, fortalezas y debilidades de cada persona y jugar con ello para afrontar y superar problemas de manera más rápida, y por último proporciona mayor seguridad al momento de tomar decisiones de una forma más comprometida y efectiva.

2.2.6.5 Creatividad.

La creatividad es una capacidad humana que en mayor o menor medida todo el mundo posee. Ha de ser vista como un potencial susceptible de desarrollo e integrada de forma compleja e íntima con el resto de las habilidades del pensamiento (Trigo Aza, 1999)

Cada persona desarrolla esta habilidad de la creatividad de diferentes maneras, y en diferentes ámbitos, como en la cocina, en el arte, en la música, en alguna empresa u organización, en el

teatro, entre otros. Así mismo la creatividad le ha permitido al hombre evolucionar con todo aquello que ha creado con el objetivo de facilitar la vida de este.

2.2.6.6 Trabajo en equipo.

Una persona que trabaja en equipo ve las responsabilidades, compromisos, metas u objetivos se enfoca en todos los que lo integran viendo siempre en satisfacer las necesidades del grupo encaminando los logros al éxito laboral, profesional y familiar. Para ello, es necesario que previamente las personas se sientan que "forman parte" de la organización, lo cual las induce a "tomar parte" en la misma, a través de su presencia en las decisiones y en las acciones que se emprenden (*Trabajo En Equipo y Motivación*, n.d.)

Para emprender, saber trabajar en equipo es muy esencial, debido a que esta característica implica la unión de varias personas las cuales trabajando juntas y aportando cada una de ellas todo su potencial, se puede lograr llegar a los objetivos propuestos y con ellos alcanzar el éxito.

En la siguiente figura se puede observar las características de un emprendedor.



Figura 2. Características del perfil emprendedor (Características del emprendedor, n.d.)

2.2.7 Ramas relacionadas con el emprendimiento.

2.2.7.1 Finanzas.

Las finanzas son parte de la economía que se encarga de la gestión y optimización de los flujos de dinero relacionados con las inversiones, la financiación, la entrada por los cobros y la salida por los pagos. Entre los principales objetivos que tienen las finanzas está el de maximizar el valor de la empresa y garantizar que se pueden atender todos los compromisos en la salida de dinero de la empresa, es decir, los pagos. (Maestre, 2020)

Tener los conocimientos necesarios en finanzas es importante al momento de emprender y cuando ya se tiene una empresa posicionada en el mercado ya que permite conocer la cantidad necesaria de inversión y tener un balance entre ingresos y egresos con lo cual se identificarían las ganancias a poseer y de la misma manera identificar los pasivos de la empresa.

2.2.7.2 Economía.

(Skousen, n.d.) dice que “la economía es el estudio de como los individuos transforman los recursos naturales en productos y servicios finales que pueden usar las personas”

Conocer de economía, ayudara a identificar el estado en el que se encuentra el mercado a nivel global, aportando beneficios importantes como determinar lo que cada sociedad requiere para suplir cierta necesidad, para satisfacer así la demanda y generar mayor ingreso como emprendedores, además permite mantener el estado comercial del país beneficiando así mismo a todos. Por lo tanto, esta área aporta estrategias para analizar diferentes mercados y convertir a los emprendedores en personas más analíticas a la hora de invertir y generar utilidad.

2.2.7.3 Administración de empresas.

(Chiavenato et al., 1983) dice que “La tarea de la administración consiste en integrar y coordinar los recursos organizacionales para alcanzar los objetivos definidos de la manera más eficaz y eficiente posible” (p.10). La administración de empresas se basa en saber dirigir todos los recursos que tiene una empresa ya sean materiales, humanos, financieros y demás, por esto se convierte en un tema muy importante al momento de crear una empresa porque con ella se mantendrá en orden todas las dependencias (finanzas, recursos humanos, producción, administración, ventas, entre otros) manejando de la mejor manera los recursos que se tienen para llegar al cumplimiento de los objetivos de manera eficaz y eficiente, es decir cumplir los metas propuestas y lograr los objetivos con el mínimo de los recursos.

2.2.7.4 Educación y tecnología.

Una de las principales herramientas para promover el emprendimiento es a través de la educación, ya que por ella se adquieren conocimientos sólidos y una mayor formación como personas y profesionales, por consiguiente, la tecnología también suma un papel importante, ya que con ella el proceso de aprendizaje y enriquecimiento se hace más fácil, aportando mayores bases de conocimientos, software y diferentes modelos que hace más viable el desarrollo de un emprendimiento.

En la construcción de una cultura del emprendimiento, el proceso de aprendizaje del estudiante en la escuela juega un papel fundamental y el docente es el agente significativo en el proceso, pues es él quien, mediante su práctica, promueve propuestas emprendedoras en los jóvenes; lo hace posible cuando convierte sus aulas en ambientes creativos de aprendizaje, promueve el uso de Tecnologías de Información y Comunicación y recrea espacios en donde se desarrolla el pensamiento creativo de los

estudiantes, con el objeto de configurar seres humanos propositivos y gestores de conocimiento (Cardona López, 2014)

El implementar una cultura de emprendimiento hacia los colegios donde motiven e incentiven a un joven a desarrollar una idea de negocio teniendo en cuenta la edificación de conocimientos y a través de ella, tecnología que haga más fácil dicha idea de negocio, puede cambiar no inmediatamente los problemas de un país, pero si puede ir generando mayor oportunidad de desarrollo, y con ello disminución de ciertos problemas que presenta el país como lo es el desempleo, la discriminación por género o edad, entre otros.

2.3 Marco Conceptual

Teniendo en cuenta que se pueden presentar inconvenientes al momento de leer el proyecto, se explicaron ciertos términos que pueden llegar a ser confusos o que para el lector son desconocidos, y así brindar mayor comodidad y comprensión de este.

Emprendimiento: Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. La palabra emprendimiento es de origen francés entrepreneur que significa 'pionero'. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de estos.

Emprendedor: Es aquel que descubre una oportunidad, toma los riesgos económicos y emocionales, y empieza un negocio propio con el fin de obtener ganancias.

Innovación: Es un proceso que introduce novedades, y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos. Este término proviene del latín "innovativo" que significa "Crear

algo nuevo", y está formada por el prefijo "in-" (que significa "estar en") y por el concepto "novus" (que significa "nuevo").

Feria empresarial: Es un espacio en el que, a lo largo de varios días, grandes, medianas y pequeñas empresas se dan a conocer al gran público y entre los distintos sectores. Para ello, las empresas ocupan un lugar mediante stands o expositores en los que cada una de ellas ofrece a los visitantes sus productos y/o servicios.

Metodología VIPLAN: Es una metodología utilizada para el diagnóstico y diseño de estructuras organizacionales. Se fundamenta en analizar organizaciones no de jerarquías si no desde la forma en que las personas y las funciones se relacionan en el trabajo diario. Este análisis permite identificar claramente problemas estructurales que hacen o no el sistema viable para el caso de diagnóstico, proponiendo también los puntos de diagnóstico sobre los que se deben centrar los esfuerzos.

Diseño de estrategias: Se refiere al conjunto de grupos, medios, metas y orientaciones con las que cuenta una empresa para lograr una finalidad u objetivo. Por medio de un diseño de estrategias compacto se pueden establecer por parte de una empresa las acciones adecuadas que posibiliten el logro de un objetivo empresarial.

Este diseño implica a todas las áreas que tiene la empresa y trata de que todas trabajen de forma ordenada para llevar a cabo el objetivo empresarial marcado por un negocio concreto.

Cultura empresarial: Es el conjunto de normas, valores y formas de pensar que caracterizan el comportamiento, posicionamiento del personal en todos los niveles de la empresa, el estilo de dirección, la forma de asignar los recursos, la forma de organizar esa corporación, así como la imagen de la empresa.

Desarrollo empresarial: El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano.

Renovación estratégica: Es el acto de ajustar dinámicamente los modelos de negocio y estrategias a los cambios profundos que actúan en el entorno exterior. Más que todo, esto requiere de innovación.

Empresa comercial: Son aquellas actividades económicas organizadas que se dedican a la compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados; las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas.

Oportunidad: La oportunidad viene dada por un lapso de tiempo determinado, en el cual existe el chance de obtener algún beneficio en particular, es un momento o circunstancia que se caracteriza por ser conveniente o propicio para realizar una acción que resulta ser muy provechosa, ingiriendo el aspecto más positivo de esa situación y a la vez lograr mejorar en cualquier aspecto de la vida cumpliendo con los objetivos propuestos.

Desarrollo económico: El desarrollo económico de un país se basa en su capacidad para generar riqueza y progreso en el conjunto de la sociedad. El desarrollo económico ideal sería aquel que es sostenido en el tiempo, equitativo, eficiente, respetuoso con las personas y al mismo tiempo beneficioso para el mayor número posible de individuos.

Fracaso: Hace referencia a la frustración (cuando se malogra una pretensión o un proyecto) y al resultado adverso en un negocio. Un fracaso es, por lo tanto, un suceso lastimoso, inopinado y funesto, permite nombrar a la caída o ruina de algo con estrépito y rompimiento.

Éxito: Es el resultado feliz y satisfactorio de un asunto, negocio o actuación. Asimismo, también hace referencia a la buena acogida de algo o alguien. La palabra, como tal, proviene del latín *exītus*, que significa ‘salida’. El éxito, por lo general, se asocia al triunfo o al logro de la victoria en algo que nos hayamos propuesto, así como a la obtención de un reconocimiento debido a nuestros méritos.

Racionalidad económica: Es una teoría económica que hace referencia a las decisiones que toma el consumidor a la hora de la elección de bienes y servicios, frente a sus recursos disponibles. En esta teoría se parte de que el consumidor conoce todas las alternativas del mercado, las valora y elige la óptima para su situación.

Fenómenos tecnológicos: Son riesgos asociados a la actividad humana. Se trata de los fenómenos percibidos como fenómenos controlables por el hombre o que son fruto de su actividad.

Innovación tecnológica: La innovación tecnológica se considera parte de la disciplina de la innovación global, aunque uno de sus atributos más importantes es el foco en la tecnología y en cómo incorporarla con éxito en productos, servicios y procesos. La tecnología como un cuerpo de conocimiento podría, por lo tanto, verse como un bloque de construcción para la innovación tecnológica, sirviendo como piedra angular para la investigación, el diseño, el desarrollo, la fabricación y la comercialización.

Gestión empresarial: La gestión empresarial es el proceso estratégico, administrativo y de control frente al manejo de los recursos de la empresa para aumentar su productividad, competitividad, efectividad y eficiencia. La gestión empresarial, también conocida como ingeniería de gestión empresarial, se diferencia de la administración de empresas al combinar tanto la gestión estratégica como la aplicación de la tecnología e innovación.

2.4 Marco Contextual

El colegio Municipal María Concepción Loperena está ubicado en la ciudad de Cúcuta Norte de Santander en la avenida Guaimaral 11E No. 2N-117 Quinta Oriental. Pertenece a una educación pública en el cual se encuentran estudiantes de nivel secundaria, cuyo cargo y objetivo es ofrecer a dichos estudiantes una excelente educación pedagógica para el buen desarrollo de estos en un futuro, prometiéndolos líderes, responsables, creativos y emprendedores, contando con docentes y administrativos de calidad y al servicio de todos. Los docentes son profesionales preparados y con toda la capacidad para transmitir todos sus conocimientos de la mejor manera y que el alumno se sienta dispuesto y motivado a recibirlos y aprender de ellos. En cuanto a los administrativos de igual forma son personas capacitadas para el buen cumplimiento de sus labores y con la mejor disposición para todos.

La institución cuenta con amplios salones para cada grupo de estudiantes desde el grado sexto hasta once. Además, cuenta con una biblioteca para el mejor desarrollo de los estudiantes, zonas verdes y canchas para brindarles a los alumnos un espacio para la recreación y deporte, espacios libres para eventos culturales o académicos y oficinas administrativas.

La filosofía institucional del Colegio Municipal María Concepción Loperena busca desarrollar en el educando todas las potencialidades y dimensiones humanas y específicamente la dimensión cognitiva social, haciendo del acto pedagógico y de los procesos formativos un verdadero ejercicio de acompañamiento favoreciendo la fundamentación como parte esencial del Proyecto Educativo Institucional basado en las competencias: comunicativa, interpretativa, argumentativa, propositiva, investigativa y volitiva que le permiten formar un pensamiento crítico, reflexivo y creativo y el fortalecimiento en el avance científico y tecnológico, orientado al mejoramiento cultural de la calidad de vida de la región y a la búsqueda de alternativas de solución a los problemas lo que nos lleva definitivamente al progreso económico y social.

2.5 Marco Legal

De acuerdo con la ley 1014 de 2006 “De Fomento a la Cultura del Emprendimiento” se identifican diferentes conceptos, principios y normas que son importantes para el desarrollo del presente proyecto. (Congreso de Colombia, 2006)

Artículo 1°. Definiciones

Cultura: 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.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global

y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Formación para el emprendimiento: La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. 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, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo

Estos conceptos son esenciales para la comprensión y desarrollo del proyecto ya que proporcionan una mayor visión de lo que se busca con el mismo.

Artículo 3°. Principios generales. Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

- Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.

- Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.
- Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.
- Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Estos son principios que permiten una mayor formación para los jóvenes en el ámbito empresarial y que de igual forma generan mayor conocimiento para los mismos, con el fin de que creen empresas y continúen creciendo como personas y profesionales, proporcionando así mismo una contribución al país aumentando su desarrollo económico.

Artículo 4°. Obligaciones del Estado. Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.
2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.
6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

Son obligaciones del estado con el objetivo de proporcionarle a los jóvenes emprendedores una ayuda para que ellos se sientan motivados a crear sus propias empresas y sacar esas ideas innovadoras generando de igual forma un crecimiento personal y al tiempo brindando empleo a más personas.

3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Según (De et al., 1992) la investigación explicativa:

Son aquellos trabajos donde nuestra preocupación se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos. Su objetivo, por lo tanto, es conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o, al menos, las condiciones en que ellos se producen. Este es el tipo de investigación que más profundiza nuestro conocimiento de la realidad porque nos explica la razón o el porqué de las cosas.

Para el presente proyecto se utilizó una investigación explicativa ya que lo que se buscaba era diseñar una estrategia o un modelo guía de emprendimiento e innovación a los alumnos 9°, 10° y 11°, y en su exploración, identificar las posibles causas que los impulsan a rechazar el emprendimiento. Esto con el objetivo de que se pueda aumentar la motivación por parte de los estudiantes de querer emprender e innovar y que surja en ellos ideas de negocio con las cuales puedan obtener un beneficio tanto para ellos como a nivel social.

Además, se relacionó con el tipo de investigación descriptiva ya que durante el proyecto se tuvo en cuenta aspectos y características importantes de un emprendedor las cuales se definieron para diseñar la estrategia planteada de la mejor manera.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

3.2.1.1 Población de estudiantes.

Según (Fachelli, 2018) “La Población son expresiones equivalentes para referirse al conjunto total de elementos que constituyen el ámbito de interés analítico y sobre el que queremos inferir las conclusiones de nuestro análisis, conclusiones de naturaleza estadística y también sustantiva o teórica “

La población está constituida por alumnos del colegio Municipal María Concepción Loperena, de los grados noveno, decimo y once, con un total de 400 estudiantes.

3.2.1.2 Población de docentes.

Está constituida por docentes de los grados 9, 10 y 11 del colegio Municipal María Concepción Loperena, del área de emprendimiento y los docentes de las técnicas que maneja la institución, los cuales son 15.

3.2.2 Muestra

Una muestra estadística es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso (Fachelli, 2018)

La muestra es una parte específica de la población a estudiar la cual se tomará con el objetivo de analizar de una forma más viable a toda la población.

Para hallar la muestra se utiliza la siguiente formula. Ver figura 3.

$$n = \frac{N Z^2 pq}{d^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Figura 3. Fórmula para hallar la muestra. (Aguilar, 2005)

Donde:

n: Tamaño de muestra que queremos calcular

N: Tamaño de la población

Z: Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

d: Error máximo admisible

3.2.2.1 Muestra de estudiantes.

Teniendo en cuenta la formula y utilizando los datos estándar del coeficiente de confianza del 95%, probabilidad de éxito del 0,5, probabilidad de fracaso del 0,5 y el error máximo admisible del 5% se obtuvo que: La muestra fue de 200 estudiantes entre los grados 9, 10 y 11 del colegio Municipal María Concepción Loperena. Muestra de docentes.

Teniendo en cuenta todos los docentes de los grados 9, 10 y 11 la muestra serán los mismos 15 mencionados en la población.

3.3 Instrumentos para la Recolección de Información

3.3.1 Información primaria

Se realizaron encuestas para la recopilación de información necesaria para el desarrollo del presente proyecto. Se analizaron tres tipos de encuestas:

Una encuesta a estudiantes para identificar el nivel de conocimiento que tienen sobre el emprendimiento y temas relacionados.

Otra encuesta a estudiantes para analizar las causas y motivos por los que los estudiantes rechazan el emprendimiento.

Y por último una encuesta a docentes para identificar el nivel de conocimiento que tienen los mismo con respecto a los temas del proyecto.

Estas encuestas se llevaron a cabo por una plataforma virtual (formularios y encuestas de Google) las cuales fueron enviadas a los docentes y con la ayuda de ellos se enviaron a los estudiantes.

3.3.2 Información secundaria

Se utilizaron documentos como tesis, informes o registros encontrados por vía internet con el fin de complementar el desarrollo del proyecto.

3.4 Análisis de Datos

Para el análisis de la información recolectada por medio de las encuestas, se utilizó la herramienta Microsoft Excel para el desarrollo de tablas y análisis de los datos más fácilmente.

4. Resultados y Análisis

El colegio Municipal María Concepción Loperena ofrece una educación integral para la paz y la sana convivencia con una propuesta pedagógica y técnica atractiva para el desarrollo de competencias que favorezcan el proyecto de vida de los estudiantes, teniendo como ruta de calidad la excelencia, así mismo con este proyecto se buscaron las mejores estrategias para incentivar a los estudiantes en temas relacionados al emprendimiento e innovación.

Como se menciona en el capítulo 3 del proyecto, el público objetivo fueron los estudiantes y algunos docentes de la institución, a los cuales se les aplicaron las encuestas. Al sacar la muestra se identificó que serían 200 estudiantes los encuestados y 15 docentes.

4.1 Diagnóstico del nivel de conocimiento en temas relacionados al emprendimiento e innovación en estudiantes y docentes de la institución

Por medio de encuestas se identificó la información necesaria respecto al nivel de conocimiento que tienen tanto los estudiantes como los docentes de la institución Municipal María Concepción Loperena en áreas como el emprendimiento e innovación.

4.1.1 Análisis de encuesta a estudiantes

Como primera pregunta a la encuesta realizada a los estudiantes tenemos:

- ¿Ha escuchado la palabra emprendimiento?

A continuación, se puede ver la figura 4 y tabla 1 del análisis de la pregunta 1 de la encuesta.

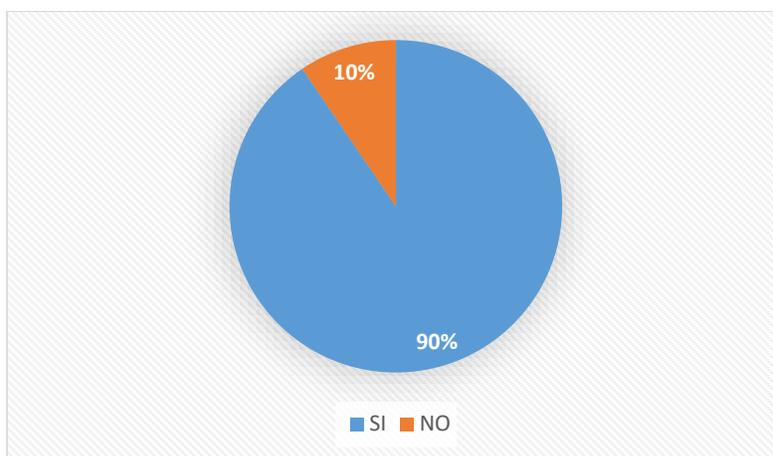


Figura 4. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 1. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	181	90%
NO	19	10%
TOTAL	200	100%

Análisis: De un total de 200 estudiantes encuestados, el 90% contestaron que si han escuchado la palabra emprendimiento, el cual corresponde a 181 estudiantes de los grados 9°, 10° y 11° y el 10% contestaron que no han escuchado dicha palabra, los cuales corresponden a 19 estudiantes de estos grados, esto refleja un impacto positivo ya que la mayoría de los estudiantes conocen o se relacionan con el tema.

- Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, ¿qué entiende por dicha palabra?

Algunas de las respuestas que mencionaban los estudiantes son las siguientes:

- Para mí la palabra emprendimiento es cuando una persona tiene pensado comenzar algún negocio.
- Es aprender de las cosas nuevas motivarnos a la nueva tecnología que ha salido que nos ayuda mucho para emprender mucho más fácil y rápido.
- Lo que entiendo por la palabra emprendimiento es sobre cuando una persona invierte y emprende algún negocio, o ya sea sobre una empresa.
- Que es una actividad que cada persona realiza al crear algo.
- Iniciar una actividad o un trabajo que lleva mucho esfuerzo.
- Inicio de un gran proyecto de uno mismo el cual va a emprender una actividad con esfuerzo y dedicación.
- Trabajar en tus ideas con dedicación.
- Alguien que sueña en grande.
- Es el proceso del inicio cualquier proyecto, con la finalidad de obtener un beneficio a corto, mediano o largo plazo.
- Iniciar por nuestros propios medios un negocio que nos genere ingresos.

Análisis: La mayoría de los estudiantes tienen una idea del significado de esta palabra, y esto refleja un impacto positivo para el proyecto, ya que se identificó que muchos de los estudiantes tienen un concepto básico de lo que significa el emprendimiento, pero aún falta brindarles un conocimiento más completo para que tengan un concepto más amplio del tema. Esta pregunta

permitió identificar junto con la primera que los estudiantes no tienen un concepto completo de lo que es el emprendimiento por lo que nos ayudó a llevar a cabo las mejores estrategias para incentivar el emprendimiento y la innovación en estos estudiantes.

- ¿Ha escuchado la palabra innovación?

A continuación, se puede ver la figura 5 y tabla 2 del análisis de la pregunta 3 de la encuesta.



Figura 5. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 2. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	172	86%
NO	28	14%
TOTAL	200	100%

Análisis: De un total de 200 estudiantes encuestados, el 86% contestaron que, si han escuchado la palabra innovación, lo cual representa a 172 estudiantes de los grados 9°, 10° y 11° y el 14% contestaron que no conocen esta palabra, representando la cantidad restante, razón por la cual es importante para el desarrollo del presente proyecto ya que los estudiantes se familiarizan con el tema generando un impacto positivo.

- Si fue sí a su respuesta anterior, ¿qué entiende por dicha palabra?

Algunas de las respuestas de los estudiantes de 9°, 10° y 11° son las siguientes:

- Algo nuevo.
- Que a las cosas que ya están mejorarlas en un aspecto.
- Es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos.
- Crear.
- Inventar algo nuevo, sacar ideas nuevas.
- Nuevas ideas ya sean de productos o servicio.
- Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.
- Modificar alguna cosa innovar, cambiar su modelo para mejorar el producto.
- Probar cosas nuevas.
- Aplicar nuevas ideas.

- La innovación es la búsqueda de crear algo que cuente con características únicas que sean mejores a las existentes.

Análisis: Teniendo en cuenta las respuestas de los estudiantes se puede identificar que algunos tienen un concepto claro de la palabra. Por el contrario, a otros les falta mayor claridad en la definición de esta. Por tal motivo se pudo determinar que los estudiantes han escuchado la palabra innovación, pero no se han familiarizado completamente con ella.

Por lo mismo esta pregunta junto con la primera contribuyó a la creación de mejores estrategias para generar en la institución una cultura empresarial.

- ¿Ha adquirido clases de emprendimiento, Innovación y creación de empresas en el colegio Municipal María Concepción Loperena?

A continuación, se puede ver la figura 6 y tabla 3 del análisis de la pregunta 5 de la encuesta.

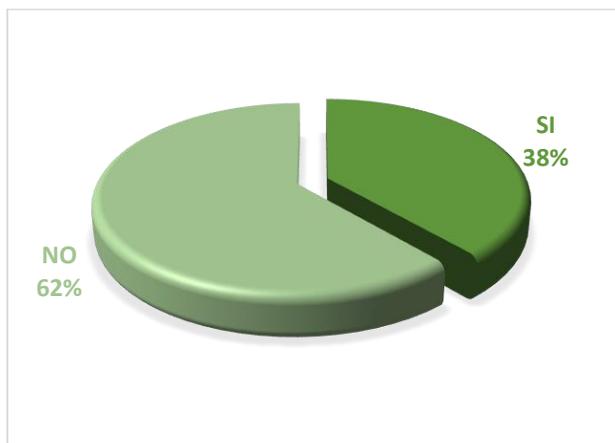


Figura 6. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 3. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	77	38%
NO	123	62%
TOTAL	200	100%

Análisis: De un total de 200 estudiantes encuestados, 77 de ellos contestaron que, si han tenido clases de emprendimiento, innovación y creación de empresas en la institución, representando el 38% del total, por otro lado 123 estudiantes respondieron que no han adquirido estas clases en el colegio, representados en el 62% restante. Teniendo en cuenta estos datos se puede concluir que son más los estudiantes que no han adquirido una educación en los temas relacionados con el proyecto, así mismo se puede resaltar que existe un porcentaje significativo que si ha obtenido este tipo de clases en la institución, lo cual es de gran importancia ya que estos estudiantes tendrán un conocimiento básico de los temas, lo cual ayudara a crear una cultura empresarial en la misma.

- ¿Le gusta la idea de emprender?

A continuación, se puede ver la figura 7 y tabla 4 del análisis de la pregunta 6 de la encuesta.

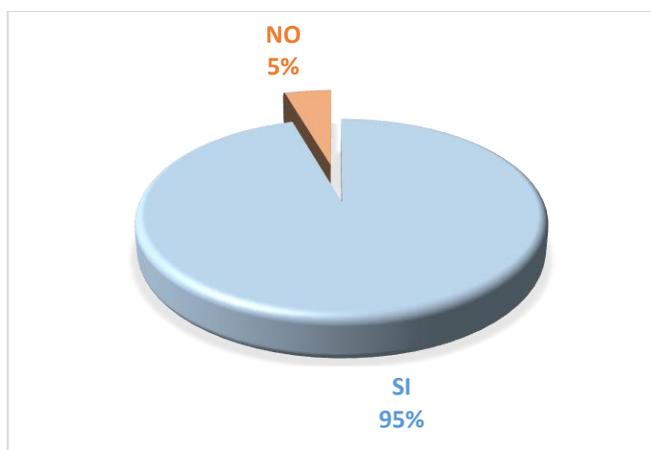


Figura 7. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 4. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	191	95%
NO	9	5%
TOTAL	200	100%

Análisis: De los 200 estudiantes encuestados, 191 de ellos contestaron que, si les gusta la idea de emprender, representando el 95% del total y el 5% restante respondieron que no les gusta esta idea, representados en los 9 estudiantes restantes. Se concluye que la mayoría de ellos están de acuerdo y dispuestos a emprender, lo cual es muy importante para su crecimiento personal y el desarrollo de una cultura empresarial en la institución. Esta pregunta permitió conocer la disposición de los estudiantes ante el tema del emprendimiento y así conocer que están atentos a cualquier mejora en su programa académico que les permita mejorar en el ámbito empresarial.

- ¿Ha pensado alguna vez en alguna idea de negocio?

A continuación, se puede ver la figura 8 y tabla 5 del análisis de la pregunta 7 de la encuesta.

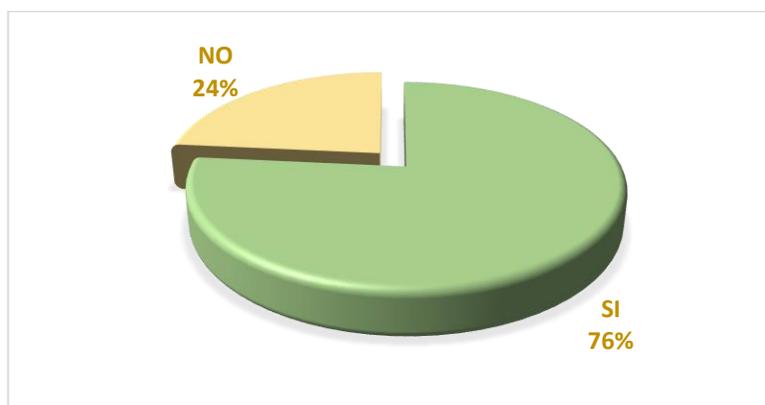


Figura 8. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 5. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	153	76%
NO	47	24%
TOTAL	200	100%

Análisis: De un total de 200 estudiantes encuestados, 76% de ellos contestaron que, si han pensado en una idea de negocio, lo que representa a 153 de ellos y el 24% respondieron que no han pensado en una idea de negocio, representado a 47 de los estudiantes. Esto permite identificar que la mayoría de los estudiantes se han sentido involucrados con la idea de emprender e incentivados a un mejor desarrollo personal y profesional, por lo que se puede

concluir que existe una actitud emprendedora por parte de los estudiantes y así mismo de crear una cultura empresarial.

- ¿Ha sentido el impulso de hacerla realidad? Si su respuesta a la pregunta anterior fue NO por favor omita esta.

A continuación, se puede ver la figura 9 y tabla 6 del análisis de la pregunta 8 de la encuesta.

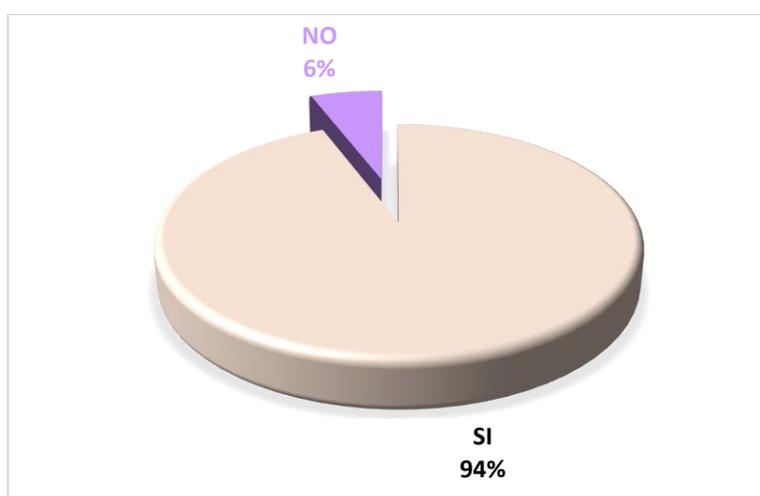


Figura 9. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 6. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	144	94%
NO	9	6%
TOTAL	153	100%

Análisis: Teniendo en cuenta los 200 encuestados de la pregunta anterior 47 contestaron que no han tenido una idea de negocio, por lo tanto, los encuestados en esta pregunta se reducen a 153 estudiantes. De este total 144 estudiantes contestaron que, si han sentido el impulso de hacer su idea de negocio realidad, representando el 94% y 9 de ellos respondieron que no se han sentido impulsados en hacer su idea de negocio realidad los cuales representan el 6%. Se puede identificar que la mayoría de los estudiantes se sienten motivados en llevar a cabo una idea de negocio, lo cual es importante, ya que genera en ellos un incentivo de salir adelante.

Así mismo esta pregunta permitió conocer que los estudiantes han tenido la intención de iniciar con algún proyecto, pero ha ocurrido algo que no los ha dejado, por lo que fue importante esta pregunta para crear las mejores estrategias y así brindarles mayor confianza y los conocimientos necesarios al momento de iniciar con un emprendimiento.

- Si su respuesta fue sí en la pregunta anterior, ¿Ha tenido apoyo para desarrollarla por parte de docentes, padres de familia o alguna otra persona?

A continuación, se puede ver la figura 10 y tabla 7 del análisis de la pregunta 9 de la encuesta.

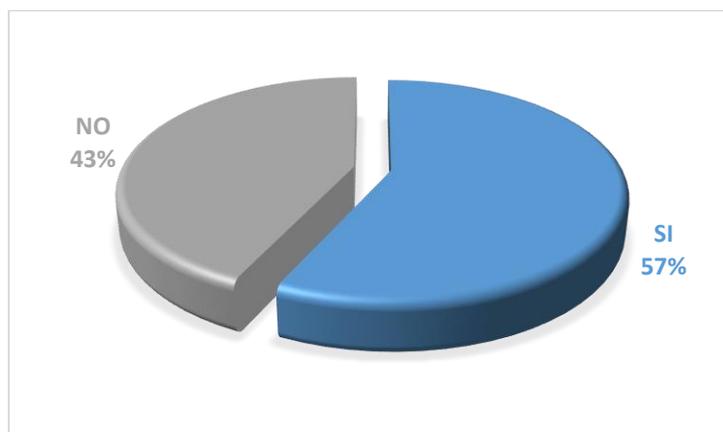


Figura 10. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 7. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento estudiantes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	82	57%
NO	62	43%
TOTAL	144	100%

Análisis: Teniendo en cuenta los 153 encuestados en la pregunta anterior, 144 contestaron que, si han tenido el impulso de hacer su idea de negocio realidad, por lo tanto, los encuestados en esta pregunta se reduce a 144 estudiantes. De este total el 57% contestaron que si han tenido apoyo para desarrollar su idea negocio, el cual corresponde a 82 estudiantes y el 43% respondieron que no han tenido apoyo para desarrollar su idea negocio, representados en 62 de ellos. Se puede evidenciar por parte de docentes, padres de familia o algunas otras personas que, si brindan el apoyo a los estudiantes e hijos en el desarrollo de sus ideas de negocio, sin embargo, existe una cantidad considerable que no cuentan con este apoyo, por lo cual desertan o rechazan el emprendimiento. Esta pregunta permitió identificar ciertas falencias que los estudiantes ven en casa o en el colegio lo cual puede afectar a su desarrollo como emprendedor, lo cual permitió la creación de estrategias que permitan el crecimiento de estos con las herramientas necesarias para iniciar un negocio o emprendimiento.

- ¿Conoce los medios de apoyo financiero para desarrollar su proyecto innovador?

A continuación, se puede ver la figura 11 y tabla 8 del análisis de la pregunta 10 de la encuesta.

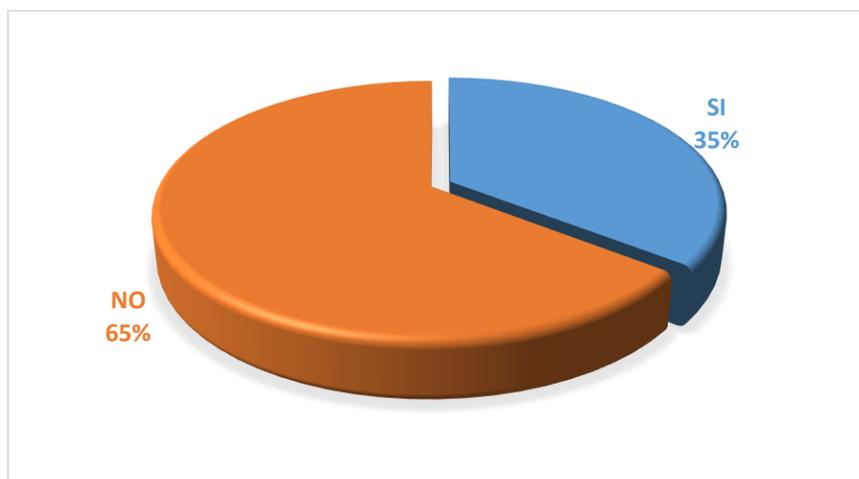


Figura 11. Análisis pregunta 10. Nivel de conocimiento estudiantes.

Tabla 8. Análisis pregunta 10. Nivel de conocimiento estudiantes

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	71	35%
NO	129	65%
TOTAL	200	100%

Análisis: De los 200 estudiantes encuestados, 71 de ellos contestaron que si conocen los medios de apoyo financieros para desarrollar su proyecto innovador, los cuales corresponden al 35% de la totalidad y 129 estudiantes respondieron que no conocen los medios de apoyo financieros, lo que representa al 65%. Se puede identificar que la mayoría de los estudiantes no conocen los medios de apoyo financiero para emprender, lo cual es importante ya que podría ser

una razón por la cual rechazan o desertan del emprendimiento. Cabe resaltar que la parte restante si tienen conocimiento de estos apoyos.

- ¿Estaría usted dispuesto a aprender más sobre emprendimiento e innovación?

A continuación, se puede ver la figura 12 y tabla 9 del análisis de la pregunta 11 de la encuesta.

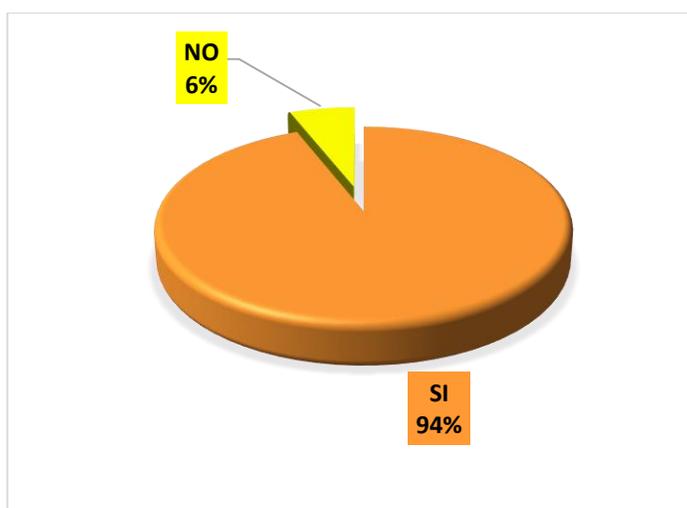


Figura 12. Análisis pregunta 11. Nivel de conocimiento estudiantes

Tabla 9. Análisis pregunta 11. Nivel de conocimiento estudiantes

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	188	94%
NO	12	6%
TOTAL	200	100%

Análisis: De los 200 estudiantes encuestados, 88 de ellos contestaron que, si estarían dispuestos a aprender más sobre emprendimiento e innovación, los cuales representan 94% de la totalidad y 12 de los estudiantes respondieron que no estarían dispuestos a adquirir estos conocimientos, lo cual corresponde al 6% restante. Cabe resaltar que la mayoría de los estudiantes están dispuestos a adquirir los conocimientos relacionados al emprendimiento e innovación que contribuyan a su crecimiento personal y profesional, sin embargo, se vio reflejado que una parte muy mínima de los estudiantes no desean adquirir dichos conocimientos.

Esta pregunta permitió conocer que los estudiantes están dispuestos a educarse mucho más en el ámbito empresarial, y esto ayudo a la creación de las estrategias ya que permitió saber que los estudiantes están abiertos a adquirir nuevos conocimientos y a adaptarse a nuevos cambios con el objetivo de crear una cultura empresarial en la institución y crecer como personas.

4.1.2 Análisis de encuesta a docentes

Como primera pregunta a la encuesta realizada a los docentes se tiene:

- ¿Conoce usted con claridad los conceptos de emprendimiento, creación de empresas, innovación y crecimiento personal?

A continuación, se puede ver la figura 13 y tabla 10 del análisis de la pregunta 1 de la encuesta a docentes.

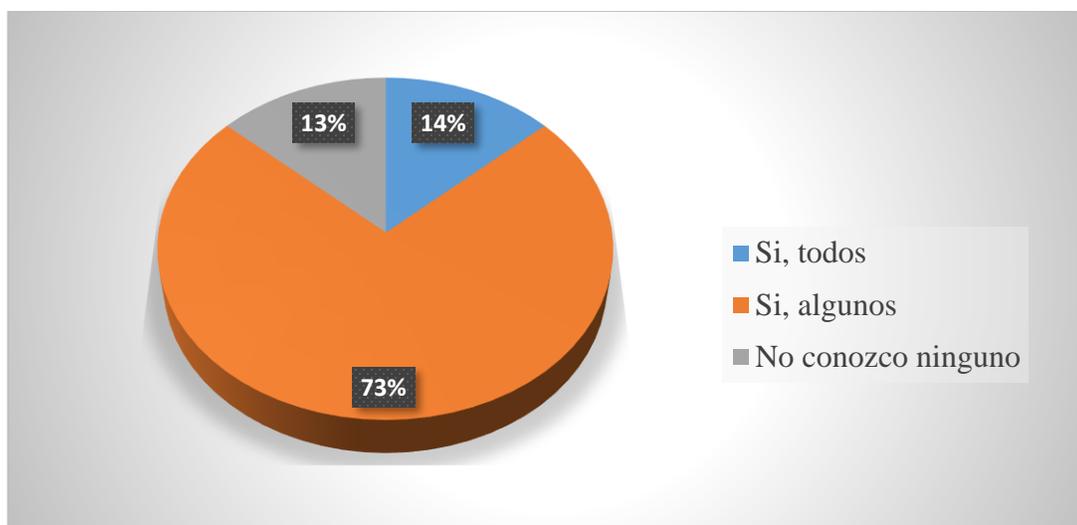


Figura 13. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 10. Análisis pregunta 1. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí, todos.	2	14%
Si, algunos.	11	73%
No conozco ninguno	2	13%
TOTAL	15	100%

Análisis: De los 15 profesores encuestados, 2 contestaron que, si conocían con claridad los conceptos de emprendimiento, creación de empresas, innovación y crecimiento personal, lo que corresponde al 14%, 11 respondieron que conocían algunos temas, lo que representa al 73% y 2 docentes contestaron que no conocían ningún concepto, lo cual corresponde al 13% de la parte restante. Lo que significa que la mayoría de los docentes conocen o relacionan los temas mencionados y esto simboliza algo positivo, puesto que tienen conceptos previos y es favorable

para la enseñanza y el desarrollo del aprendizaje en los estudiantes, aunque desconocen algunos conceptos. Esta pregunta permitió conocer el nivel de conocimiento de los docentes respecto al tema y así se crearon las mejores estrategias para un mejor desarrollo de estos con sus estudiantes.

- ¿Se siente capaz de preparar y explicar una clase específicamente de los temas mencionados?

A continuación, se puede ver la figura 14 y tabla 11 del análisis de la pregunta 2 de la encuesta a docentes.

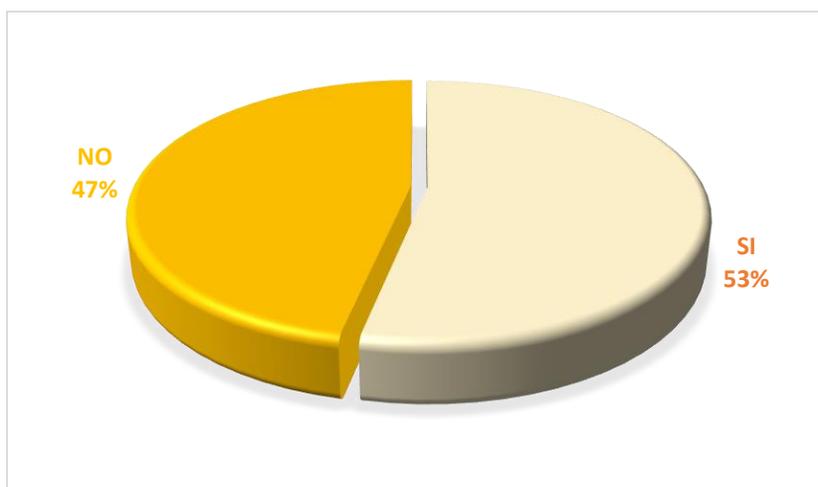


Figura 14. Análisis pregunta 2. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 11. Análisis pregunta 2. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	8	53%
NO	7	47%
TOTAL	15	100%

Análisis: Del total de docentes encuestados, 8 de ellos contestaron que, si se sienten capaces de preparar y explicar una clase específica de los temas mencionados, lo que corresponde al 53% y 7 de ellos respondieron que no se sienten capaces, lo que representa al 47% restante. Se puede observar que no existe mayor diferencia en la encuesta, puesto que, aunque hay profesores que no se sienten capaces de preparar las clases, por otro lado, se encuentra una mayoría la cual se siente capaz de hacerlo.

- ¿Ha dado clases de estos temas anteriormente?

A continuación, se puede ver la figura 15 y tabla 12 del análisis de la pregunta 3 de la encuesta a docentes.

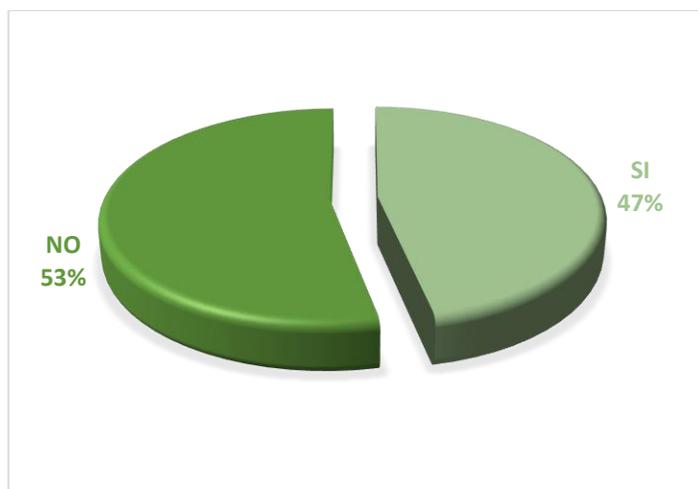


Figura 15. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 12. Análisis pregunta 3. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
NO	8	53%
SI	7	47%

SI	7	47%
NO	8	53%
TOTAL	15	100%

Análisis: Para un total de 15 docentes encuestados 7 contestaron que, si han dado clase de los temas mencionados, lo que corresponde al 47% y 8 de ellos contestaron que no han dictado clases de los temas, representando el 53% de la parte restante. Teniendo en cuenta que la mayoría de los docentes no han dictado clases de emprendimiento, innovación y crecimiento personal, se tomó como referente el resultado de la encuesta anterior donde la otra minoría si se siente capaz de prepararse y dictar una clase, lo que suma y es positivo ante la respuesta de esta encuesta, para así generar una cultura empresarial en la institución.

- ¿Se siente cómodo manejando estos temas y proporcionando estas clases a sus estudiantes?

A continuación, se puede ver la figura 16 y tabla 13 del análisis de la pregunta 4 de la encuesta a docentes

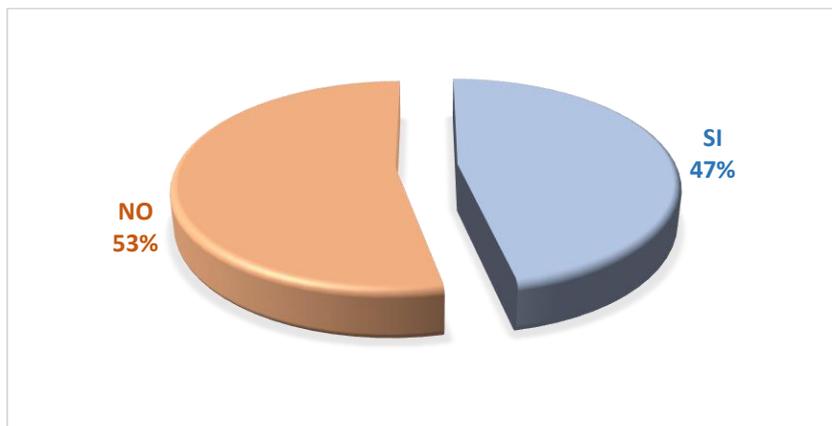


Figura 16. Análisis pregunta 4. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 13. Análisis pregunta 4. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	7	47%
NO	8	53%
TOTAL	15	100%

Análisis: En esta pregunta podemos observar, que el 47% de los docentes encuestados contestaron que, si se sienten cómodos de manejar y proporcionar los temas en clases, representando a 7 de ellos, y el 57% respondieron que no se sienten cómodos, lo cual corresponde a 8 de ellos, sumando una totalidad de 15 profesores encuestados. Así mismo se pudo reflejar que son más los docentes que no se sienten cómodos en dictar las clases que los que sí, pero cabe resaltar que no hay una mayor diferencia, lo cual se puede trabajar en ello.

Esta pregunta permitió identificar que la mitad de los docentes no se sienten muy cómodos al proporcionar clases a sus estudiantes con los temas relacionados en el proyecto, por lo que ayudo a la creación de estrategias para generar más confianza en estos docentes y que puedan ayudar al mejor desarrollo empresarial de los estudiantes de la institución.

- ¿Conoce usted el paso a paso para la creación de pequeñas y medianas empresas?

A continuación, se puede ver la figura 17 y tabla 14 del análisis de la pregunta 5 de la encuesta a docentes.

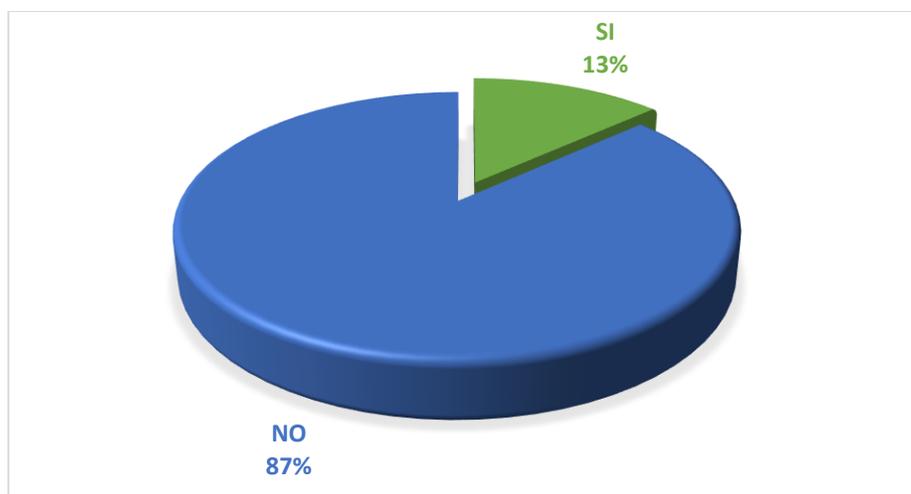


Figura 17. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 14. Análisis pregunta 5. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	2	13%
NO	13	87%
TOTAL	15	100%

Análisis: Para un total de 15 profesores encuestados 2 respondieron que, si conocen el paso a paso para la creación de pequeñas y medianas empresas, lo que corresponde al 13% y 13 de ellos contestaron que no conocen el paso a paso, representando el 87% de la parte restante. lo que significa que la mayoría de los docentes no tienen los conocimientos previos para la creación de emprendimientos, pero de acuerdo con el ítem 1 de la encuesta, si manejan y conocen los conceptos básicos, lo que hace que sea más favorable para el desarrollo y llevar a cabo la gestión del proyecto.

- ¿Cree usted que es necesario la realización de capacitaciones para mejorar sus conocimientos y manejo de los temas mencionados?

A continuación, se puede ver la figura 18 y tabla 15 del análisis de la pregunta 6 de la encuesta a docentes.

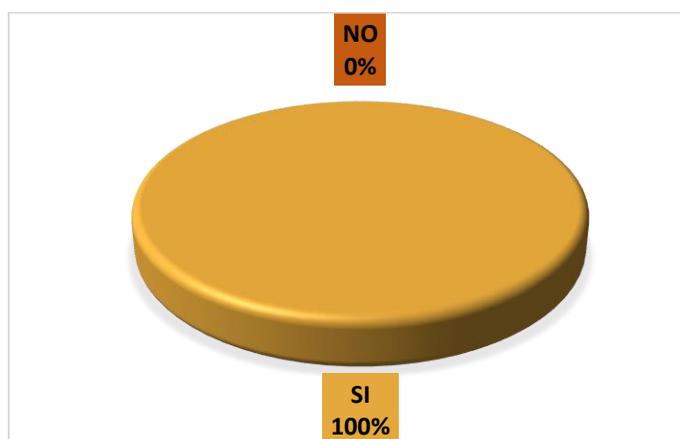


Figura 18. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 15. Análisis pregunta 6. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

Análisis: Como se ha ilustrado en la encuesta el 100% de los 15 profesores encuestados, contestaron que creen que es necesario la realización de capacitaciones para mejorar sus conocimientos y manejo de temas mencionados. Es importante resaltar que los docentes quieren,

desean mejorar y fortalecer dichas falencias demostradas en los ítems anteriores, lo cual es muy positivo, porque demuestran el compromiso que tienen para desarrollar el aprendizaje y el crecimiento personal en los estudiantes.

Esta pregunta permitió conocer que los docentes creen necesario seguirse educando y seguir aprendiendo, para así mismo poder brindarles mayores conocimientos a sus estudiantes y ayudarlos en su crecimiento como personas y profesionales, creando en ellos una cultura empresarial que les permita crear e innovar cosas y aportar al desarrollo del país.

- ¿Considera que es importante crear clases de emprendimiento dentro del programa académico para los estudiantes?

A continuación, se puede ver la figura 19 y tabla 16 del análisis de la pregunta 7 de la encuesta a docentes.

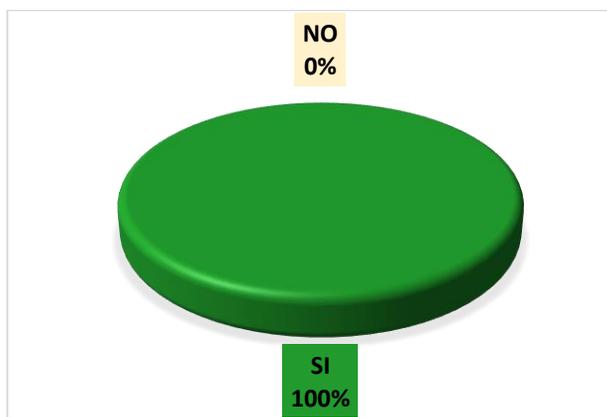


Figura 19. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 16. Análisis pregunta 7. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	100%	100%
NO	0%	0%

SI	15	100%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

Análisis: Teniendo en cuenta los resultados a esta pregunta, el 100% de los docentes consideran que es importante crear clases de emprendimiento dentro del programa académico para los estudiantes de la institución, lo cual es muy favorable ya que el total de los encuestados coinciden en que es importante estas clases a sus estudiantes para la mejora continua de los mismos, por lo tanto, es un buen aspecto para desarrollar en el presente proyecto.

Esta pregunta permitió identificar que los docentes están de acuerdo en llevar a cabo esta estrategia propuesta en el plan académico de los estudiantes de la institución.

- ¿Conoce los medios de apoyo financiero para desarrollar un proyecto innovador?

A continuación, se puede ver la figura 20 y tabla 17 del análisis de la pregunta 8 de la encuesta a docentes.

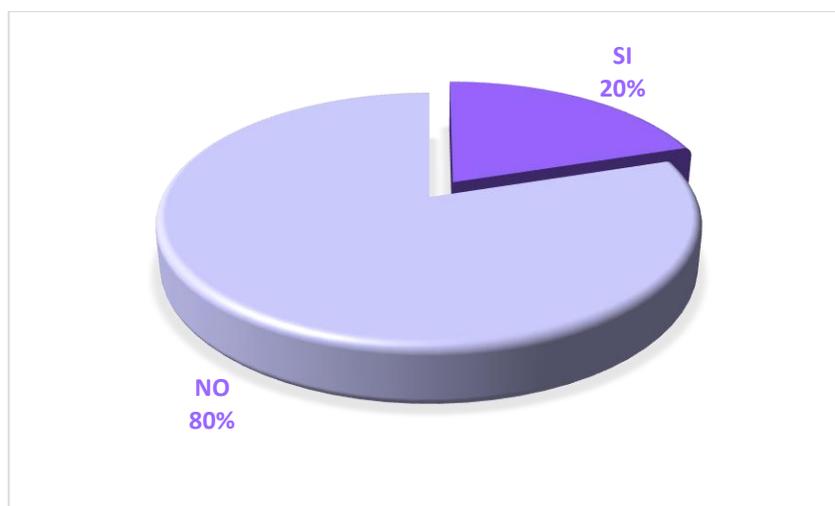


Figura 20. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 17. Análisis pregunta 8. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	3	20%
NO	12	80%
TOTAL	15	100%

Análisis: Se observa que el 80% de los docentes encuestados contestaron que no conocen los medios de apoyo financiero para desarrollar un proyecto innovador, correspondiendo a 12 docentes y los 3 restantes respondieron que si conocen estos medios de apoyo representando el 20% de los encuestados. Se puede identificar que la mayoría de los docentes no conocen de estos medios de apoyo financiero, pero como se ilustra en la pregunta 6, los docentes están dispuestos a mejorar y piensan que es necesario las capacitaciones para conocer mucho más sobre estos temas y así mismo poder transmitir esos conocimientos a sus estudiantes.

- ¿Le gustaría apoyar este tipo de iniciativas propuestas para el colegio?

A continuación, se puede ver la figura 21 y tabla 18 del análisis de la pregunta 9 de la encuesta a docentes.

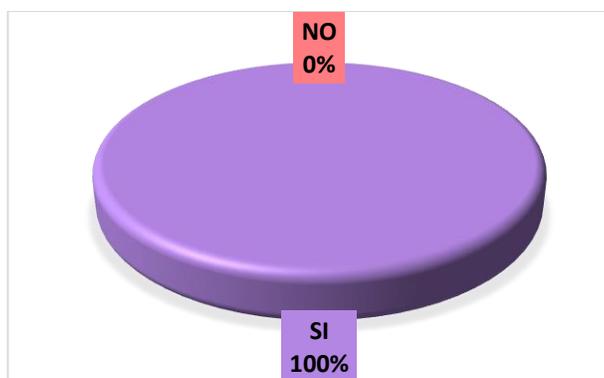


Figura 21. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento docentes.

Tabla 18. Análisis pregunta 9. Nivel de conocimiento docentes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	15	100%
NO	0	0%
TOTAL	15	100%

Análisis: Del total de encuestados, el 100% contestaron que, si apoyarían este tipo de iniciativas propuestas para el colegio, lo cual va a ayudar a la mejora continua tanto de sus estudiantes como de docentes. Además, se puede concluir que los profesores se encuentran en la mejor disposición para desarrollar iniciativas que apoyen la cultura empresarial.

4.2 Identificación de las causas por las que no se realizan proyectos de emprendimiento por los estudiantes

Por medio de una encuesta realizada a la población estudiantil identificada en la muestra del proyecto, los cuales fueron 200 estudiantes, se identificaron los siguientes resultados.

Como primera pregunta de la encuesta aplicada se tiene.

- ¿Cuáles son las principales causas por las que pensaría usted en no emprender?
Seleccione una o varias opciones.

A continuación, se puede ver la figura 22 y tabla 19 del análisis de la pregunta 1 de la encuesta a estudiantes

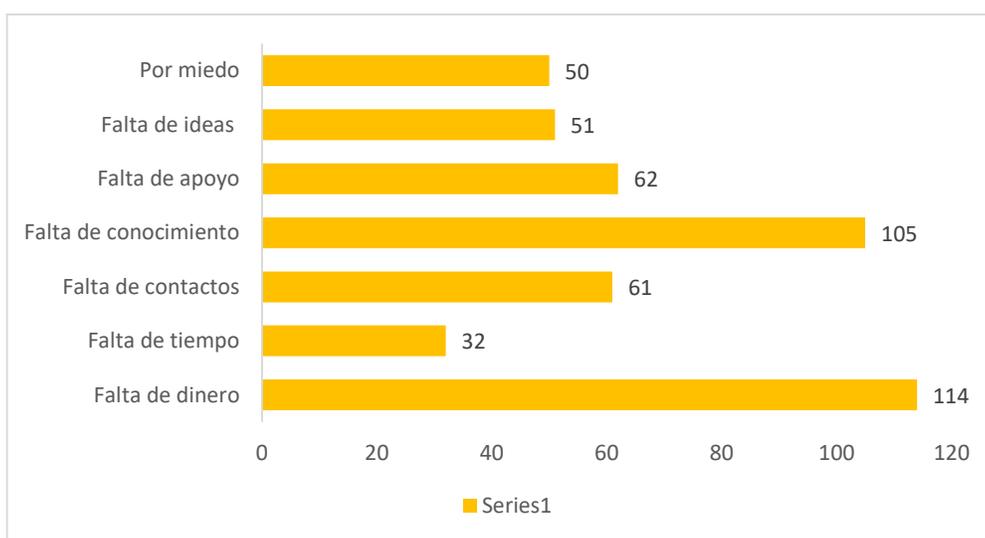


Figura 22. Análisis pregunta 1. Causas de deserción

Tabla 19. Análisis pregunta 1. Causas de deserción

Causa	Cantidad
Falta de dinero	114
Falta de tiempo	32

Falta de contactos	61
Falta de conocimiento	105
Falta de apoyo	62
Falta de ideas	51
Por miedo	50

Análisis: De los estudiantes encuestados, 114 contestaron que algunas de las causas por las cuales no emprenden es por falta de dinero, 32 de ellos por falta de tiempo, 61 respondieron por falta de contactos, 105 estudiantes contestaron por falta de conocimiento, 62 de ellos por falta de apoyo, 51 respondieron por falta de ideas y 50 por miedo. Se puede determinar que la mayor reincidencia de la encuesta por la cual, los estudiantes no pensarían en emprender es por la falta de dinero y falta de conocimiento, lo cual representa una falta de educación respecto al tema a los estudiantes de los grados 9º, 10º y 11º para así mismo crear una cultura empresarial.

- ¿Se siente usted temeroso del fracaso?

A continuación, se puede ver la figura 23 y tabla 20 del análisis de la pregunta 2 de la encuesta a estudiantes.

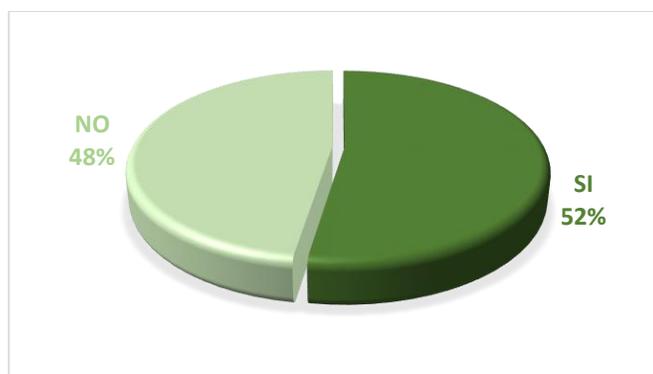


Figura 23. Análisis pregunta 2. Causas de deserción

Tabla 20. Análisis pregunta 2. Causas de deserción

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	105	52%
NO	95	48%
TOTAL	200	100%

Análisis: Para un total de 200 estudiantes encuestados, el 52% de ellos contestaron que, si se sienten temerosos al fracaso, lo que equivale a 105 estudiantes y el 48% respondieron que no se sienten temerosos, representando a los 95 de la parte restante. Cabe resaltar que son más los estudiantes que se sienten con temor a emprender e innovar cualquier idea de negocio, sin embargo, no se refleja una mayor diferencia con los estudiantes que no sienten temor al fracaso. Esta pregunta nos permite identificar que muchos de los estudiantes tienen el valor de sacar adelante un emprendimiento solo necesitan las herramientas correctas para iniciar.

- ¿Se siente usted incapaz de sacar adelante una idea de negocio?

A continuación, se puede ver la figura 24 y tabla 21 del análisis de la pregunta 3 de la encuesta a estudiantes.

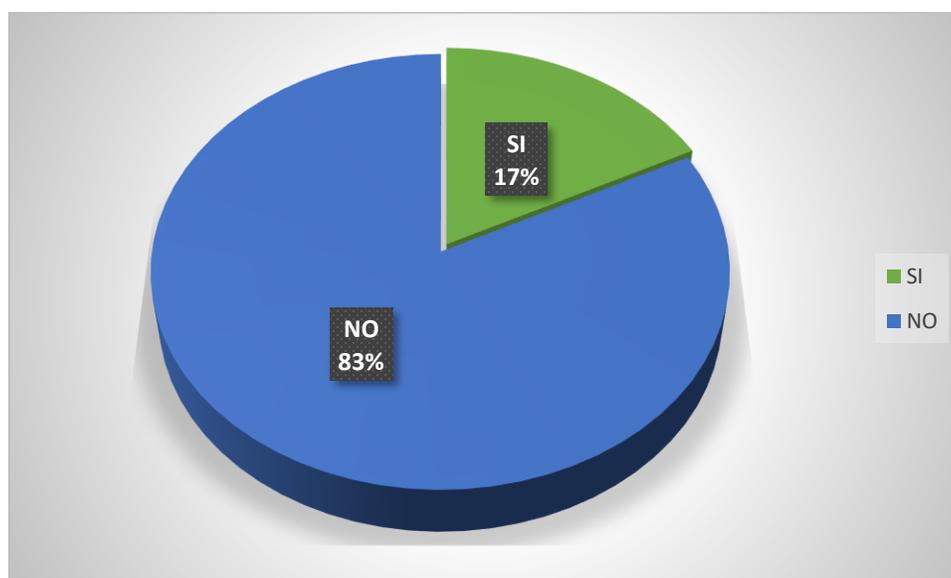


Figura 24. Análisis pregunta 3. Causas de deserción

Tabla 21. Análisis pregunta 3. Causas de deserción

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	35	17%
NO	165	83%
TOTAL	200	100%

Análisis: Se puede identificar en la encuesta, que 35 estudiantes respondieron que, si se sienten incapaces de sacar adelante una idea de negocio, lo que equivale a un 17% de ellos y 165 estudiantes contestaron que no se sienten incapaces, representando el 83%. Como resultado, se puede observar un impacto positivo, ya que la mayoría se siente con la capacidad y habilidades

de emprender y desarrollarse laboral y competitivamente, pero les hace falta obtener los conocimientos y herramientas necesarias para llevarlo a cabo.

- ¿Considera que sin dinero no hay opciones de emprender?

A continuación, se puede ver la figura 25 y tabla 22 del análisis de la pregunta 4 de la encuesta a estudiantes.

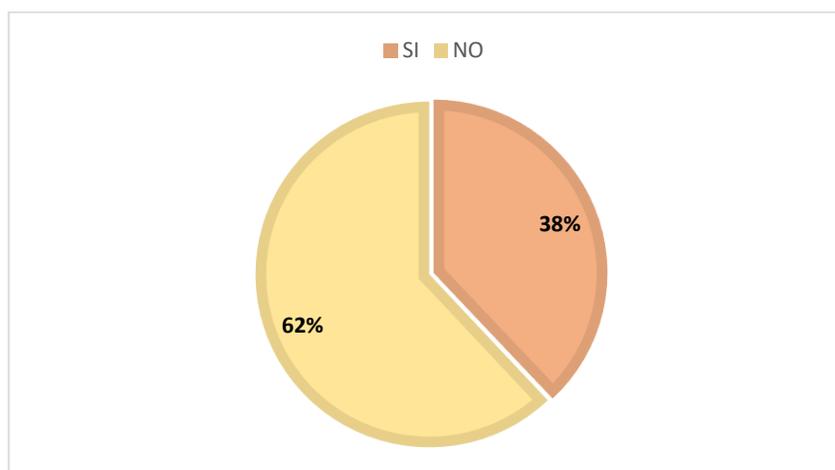


Figura 25. Análisis pregunta 4. Causas de deserción

Tabla 22. Análisis pregunta 4. Causas de deserción

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	76	38%
NO	124	62%
TOTAL	200	100%

Análisis: De los 200 estudiantes encuestados, 76 de ellos si consideran que sin dinero no hay opciones de emprender, lo que equivale al 38% y 124 respondieron que no, lo que representa un

62% de la parte restante. Se puede concluir que, para la mayor parte de los estudiantes el dinero no es un obstáculo para desarrollar un emprendimiento, lo que es algo muy importante y valioso ya que, para ellos existen otros mecanismos de innovación que saque adelante su idea de negocio.

- ¿Cuáles son los motivos por los que usted considera que los jóvenes rechazan el emprendimiento? Seleccione una o varias opciones.

A continuación, se puede ver la figura 26 y tabla 23 del análisis de la pregunta 5 de la encuesta a estudiantes.

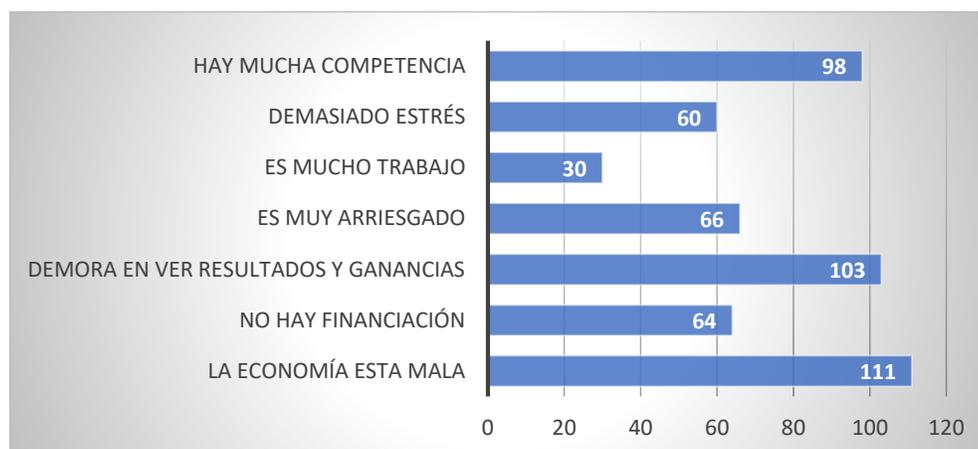


Figura 26. Análisis pregunta 5. Causas de deserción

Tabla 23. Análisis pregunta 5. Causas de deserción

Motivos	Cantidad
La economía está muy mala	111
No hay financiación	64
Demora en ver resultados	103

Es muy arriesgado	66
Es mucho trabajo	30
Demasiado estrés	60
Hay mucha competencia	98

- ¿Quiere usted conocer más sobre emprendimiento y cómo sacar adelante su idea de negocio innovadora dejando atrás los obstáculos que se presenten?

A continuación, se puede ver la figura 27 y tabla 24 del análisis de la pregunta 6 de la encuesta a estudiantes.

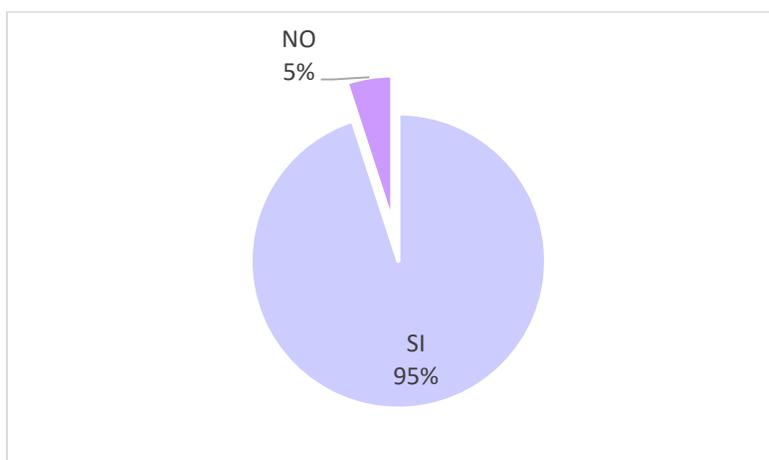


Figura 27. Análisis pregunta 6. Causas de deserción

Tabla 24. Análisis pregunta 6. Causas de deserción

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	190	95%

NO	10	5%
TOTAL	200	100%

Análisis: Teniendo en cuenta toda la población encuestada, 190 estudiantes contestaron que, si están dispuestos y quieren conocer más sobre emprendimiento y como sacar su idea de negocio adelante, correspondientes al 95% y 10 de ellos respondieron que no quieren conocer sobre estos temas, representando al 5% de los encuestados. Se puede concluir que la gran mayoría de los estudiantes quieren conocer más sobre emprendimiento y como sacar adelante su idea de negocio, lo cual es positivo ya que están dispuestos a conocer más y así mismo crear una cultura empresarial.

4.3 Establecer factores estratégicos críticos que mejoren el emprendimiento y la innovación en el colegio Municipal María Concepción Loperena.

Los factores críticos son todos aquellos puntos claves, que bien ejecutados, definen y garantizan el desarrollo y crecimiento de una idea. Estos factores críticos van ligados a los objetivos, en especial al primer y segundo objetivo específico, para ello se realizó un análisis FODA, en los cuales se definieron dichos factores críticos, los cuales ayudaran a mejorar el emprendimiento y la innovación en la institución.

El cuadro FODA se puede ver en la siguiente imagen y en el anexo 1.



Figura 28. Análisis DOFA factores Críticos para mejorar el emprendimiento.

Los factores que se trataron de mejorar con el fin motivar e incentivar el emprendimiento e innovación en los estudiantes fueron: La formación académica y práctica a estudiantes y formación técnica de docentes.

4.4 Diseñar la estrategia que aumente el interés hacia proyectos de emprendimiento e innovación en la institución

El plan estratégico para motivar el emprendimiento y la innovación en los estudiantes de 9°, 10° y 11° grado, se desarrolló teniendo en cuenta las encuestas realizadas en cuanto al nivel de conocimiento tanto de estudiantes como de docentes, con el fin de diseñar un plan completamente acorde a las fortalezas y debilidades de los involucrados en el presente proyecto y de igual manera se tuvo en cuenta la encuesta realizada a estudiantes donde se pudo identificar las causas y motivos de deserción al emprendimiento, todo esto con el objetivo de establecer las

estrategias más acordes para crear una cultura empresarial en la institución y así mismo motivar a los estudiantes a innovar y emprender.

Este plan estratégico se basa en dos partes fundamentales en las cuales se deben trabajar; la primera es la formación académica y la segunda es la formación práctica, en donde en cada una se establecieron diferentes estrategias para la mejora y motivación de los estudiantes en los temas tratados.

4.4.1 Formación académica

Como bien se sabe la formación académica es muy importante para el crecimiento de una persona, y más para una institución en donde su base y función principal es ofrecer una educación y formación académica integral y excelente a sus estudiantes, para que con ello puedan desarrollarse como personas de bien y grandes profesionales.

En esta primera parte se establecen las siguientes estrategias:

4.4.1.1 Apoyo de clases en el programa académico.

En esta primera estrategia se agregó al programa académico de los estudiantes de 9 y 11 clases de emprendimiento e innovación, creación de empresas y manejo de las redes sociales, esto debido a que lo que se desea es aumentar los conocimientos que ya tienen los estudiantes en los temas y proporcionarles mucha más información necesaria e importante para la creación de proyectos, como lo son los apoyos financieros a los que pueden acceder como emprendedores y demás temas relacionados y que sean relevantes al emprendimiento.

Las materias que se verán serán incluidas en la formación académica de los estudiantes para incentivar la propuesta planteada para el colegio Municipal María Concepción Loperena en los alumnos de 9° y 11°, esto ayudara en su crecimiento personal y profesional. Los estudiantes de

10° no tendrán clases adicionales ya que presentan una carga académica mayor que los demás grados, por lo tanto, estos estudiantes aplicaran para otra estrategia mencionada más adelante.

Las materias fundamentales para emprender cualquier idea de negocio y que ayudara a la formación de personas integra y con excelente calidad académica son:

- Emprendimiento e innovación
- Creación de empresas
- Manejo de redes sociales

Metodología

Estas materias se incluirán en el proceso académico de los estudiantes, para así ir incentivando al alumnado. **Es una estrategia secuencial** en la que los estudiantes verán la materia dependiendo del grado que cursa, es decir, el grado noveno vera las materias de emprendimiento e innovación y creación de empresas, cuando pasen a décimo tendrán unos espacios definidos para disfrutar de otra estrategia planteada (capacitaciones) debido a que los estudiantes en 10 grado comienzan la técnica y manejan una carga académica elevada y cuando estos estudiantes estén en once verán la materia de manejo de redes sociales.

Nota: Para los estudiantes que inician la propuesta en decimo se les darán una capacitación virtual que será grabada, de inducción de la materia faltante para tratar de equilibrar los conocimientos y que inicien la clase correspondiente a la propuesta. Se realizará una capacitación virtual con el fin de que, si ingresa algún alumno nuevo en 10 grado, el alumno pueda ver la inducción y alinear sus conocimientos con los demás estudiantes.

Los docentes que dictaran dichas clases serán los mismos docentes de la institución, a los cuales se les brindaran unas jornadas de capacitación a los temas mencionados anteriormente, para que así tengan un conocimiento claro y completo para ofrecerles a los estudiantes al momento de comenzar el año escolar. Estas capacitaciones se realizarán un año antes de iniciar con la propuesta a los estudiantes.

A continuación, los temas y actividades que se relacionan con cada materia: Ver tabla 25

Tabla 25. Descripción de Temas al Programa Académico

Materia	Temas	Descripción
Emprendimiento e innovación	Conceptos básicos	¿Qué es emprendimiento?
		¿Qué es innovación?
	Emprendimiento	Evolución del emprendimiento e innovación. Técnicas de emprendimiento.
		Gestión de emprendimiento en las organizaciones. Autores emprendedores como fuente de inspiración.
Emprendimiento e innovación	Dirección estratégica	Concepto de dirección estrategia y evolución. Enfoques y técnicas de diagnóstico estratégico.
		Diseño, implementación y evaluación de modelos estratégicos. Tecnología, tipos, posicionamiento y gestión empresarial. Gestión de la innovación y pensamiento creativo en las organizaciones. Ideas de negocios, definición y perfiles básicos de pymes. Perfil del emprendedor.
Creación de empresas	Creación de pymes.	Causas de fracaso de pequeñas empresas. Oportunidades de negocio. Modelos de negocios. Pasos y estructura para la creación de una idea de negocio.

		Plan de negocio y marketing
		Desarrollo del liderazgo.
		Formas de usar redes sociales para aumentar la rentabilidad del negocio.
Redes sociales	Manejo de las redes sociales en los emprendimientos	Cuáles son las redes sociales más usadas y cuál es la ideal para cada tipo de negocio. Como hacer post publicitarios llamativos.
		Como promocionar mi negocio para atraer más clientes.
	Manejo de redes sociales	Qué tipo de contenido subir y cómo hacerlo.

Nota: Se propuso el micro currículo para cada una de las materias planteadas en esta estrategia. Ver anexo 2

4.4.1.2 Capacitaciones.

En esta estrategia diseñó un plan de capacitaciones anual a los estudiantes por medio de los docentes y con emprendedores colombianos o personas expertas en los temas, para que tengan mayores conocimientos y así mismo estos expertos les brinden sus historias y los motiven a emprender.

Además, se les brindaran capacitaciones a los estudiantes sobre el uso de las redes sociales con los emprendimientos ya que hoy en día las redes son el medio por el cual se mueven más los proyectos e ideas de negocio.

Así mismo se plantearon capacitaciones exclusivamente para docentes en donde se manejen estos temas con mayor profundidad para que ellos mismos puedan después transmitir esos conocimientos a sus estudiantes.

4.4.1.2.1 Plan de capacitaciones a estudiantes.

Este plan está diseñado para los estudiantes que inician con la propuesta desde el grado noveno, los cuales tendrán una secuencia de actividades y conocimientos mucho más profundos y con más tiempo a desarrollar hasta el grado once.

En esta estrategia entran los estudiantes de grado 10 ya que no tendrán clases, pero si entraran a las capacitaciones que se brindaran a los estudiantes durante el año escolar.

El plan cuenta con 5 capacitaciones cada dos meses en cada año escolar, es decir, en el grado noveno los estudiantes tendrán 5 capacitaciones, seguidamente cuando pasen al grado decimo tendrán otras 5 capacitaciones más completas y finalmente cuando lleguen a grado once tendrán otras 5 capacitaciones finales donde se terminará de desarrollar ese potencial emprendedor en cada estudiante.

Las capacitaciones se desarrollarán en los horarios de las clases agregadas al plan académico de cada grado. En el caso de 10, estas capacitaciones se darán en un espacio acordado con el docente titular.

Cada una de esas capacitaciones tendrá temas acordes a cada grado y se verán casos de éxito con personas externas.

Las 5 primeras capacitaciones para los estudiantes del grado noveno abarcan los siguientes temas:

- Como generar ideas de negocio
- Caso de éxito (persona externa)
- Herramientas y técnicas para emprender
- Como conocer al cliente. (clientes)
- Innovación tecnológica.

Seguidamente cuando estos estudiantes pasen a grado decimo disfrutarán de una serie de capacitaciones mucho más profundas en el tema y acordes a su nivel de conocimientos en los

temas de emprendimiento. Los temas que se asumirán en estas capacitaciones de los grados decimos serán:

- Como superar los miedos y barreras al emprender y Factores de éxito y fracaso.
- Uso de las redes sociales en los emprendimientos
- Creación de valor y propuesta de valor al cliente
- Caso de éxito (persona externa)
- ¿Cómo saber si mi proyecto es rentable o no?

Finalmente, los estudiantes que pasaron a grado once participaran nuevamente de 5 capacitaciones durante el año escolar las cuales abordan temas completos al emprendimiento y así mismo ayudaran al desarrollo del proyecto final que deben desarrollar para la feria empresarial. Los temas de cada una de las capacitaciones son los siguientes:

- Reglas de oro para emprender con éxito
- Casos de éxito (regional, nacional o internacional)
- Métodos de apoyo financieros para emprender
- Marketing digital
- Nichos de mercado (cliente)

De esta forma los estudiantes tendrán un plan de capacitaciones secuenciales durante los 3 años de estudio, lo que proporcionara una enseñanza adecuada y más profunda de cada uno de los temas que se mencionan, con el fin de brindarle al estudiante la mejor educación en emprendimiento y así mismo crear una cultura empresarial.

Nota: Durante cada capacitación se le dará al estudiante un folleto con la información acorde al tema capacitado, con el fin de que tenga una ayuda más en la comprensión de los temas tratados.

4.4.1.2.2 Plan de capacitaciones a docentes.

Por medio de un convenio con el Sena se realizarán capacitaciones a los docentes con respecto a la temática mencionada, es decir emprendimiento e innovación, creación de empresas y manejo de redes sociales (marketing digital), con el fin de capacitarlos más en estos temas y que puedan brindar mayor apoyo a los estudiantes en las diferentes situaciones que se presenten.

Para realizar el convenio la institución deberá enviar un oficio solicitando realizar estas capacitaciones a los docentes con los temas que se van a tratar.

Los docentes recibirán esta formación antes de iniciar el ciclo escolar de los estudiantes con el fin de que los docentes tengan la capacidad de dictar las clases que se van a agregar al ciclo escolar y las capacitaciones que se tienen planeadas para cada grado durante el año escolar.

Las capacitaciones se realizarán en la misma institución, por lo que se facilitara para los docentes asistir a las capacitaciones y recibir la información necesaria.

4.4.1.3 Actividades lúdicas.

Se realizarán actividades lúdicas en donde se manejen las causas y motivos más comunes por los que los estudiantes piensan en desertar del emprendimiento.

Las actividades lúdicas se desarrollarán una vez al mes, en 1 hora de las clases agregadas al calendario académico de los estudiantes.

Ejemplo 1: Enfrentar y superar el fracaso con juegos cooperativos: Los alumnos acompañados de sus docentes, deberán recrear una dinámica Grupal, la cual consiste en que el alumno a través del error se forme y recree ciertas estrategias que ayuden a vencer esos errores.

El juego consiste en:

- Seleccionar un tema de aprendizaje (matemáticas, ciencias, ortografía, historia...).
- Hacer una prueba en forma de preguntas cortas.
- Seleccionar al azar a dos jugadores.
- Explicar la dinámica del juego: “Esto es una competencia en el que hay dos jugadores que poco a poco irán formando equipos, se hará una pregunta cada uno de ellos, el que la acierte, pasa a la siguiente pregunta el que no la acierte tiene derecho a seleccionar a un nuevo miembro para su equipo y tratar así de alcanzar la respuesta correcta”.

Esta dinámica funciona exactamente al revés de lo que estamos acostumbrados, es decir, el que más se equivoca más posibilidades tiene de no equivocarse en el futuro porque construye un grupo que le pueda apoyar.

Es una dinámica que nos ayuda a entender que para aprender muchas veces tenemos que equivocarnos primero para luego salir “vencedores”.

Después se hace una dinámica reflexionando sobre la actividad.

- ¿Quién tenía más miembros en su equipo?
- ¿Quién ha ganado?
- ¿Por qué?
- ¿Quién acertó más, quien tuvo mayores errores?
- Y que les deja como reflexión el juego.

Ejemplo 2: Lectura de biografías y reflexión posterior: El estudiante deberá indagar sobre autores exitosos de la historia, pero en donde no fue fácil alcanzar dicho éxito, debido a ciertos factores y situaciones, pero que aun así no desistieron de sus ideas y sueños. Posterior a ello, deben realizar una reflexión ante el grupo, exponiendo lo leído y que aportes y aprendizaje le deja. También podrán acordar con el docente una sesión para ver películas o videos donde se vean este tipo de situaciones.

Ejemplo 3: Situaciones de dificultad: En esta actividad los estudiantes participaran en grupos de 5 personas y el docente deberá darle a cada grupo una situación diferente en la que ellos deberán actuar ya sea una fonomímica u obra de teatro representando esa situación y dando una solución a dicho problema.

4.4.1.4 Actividades con las redes sociales.

En este espacio se realizarán actividades en donde los estudiantes demuestren lo aprendido con respeto al manejo de las redes sociales con cada uno de sus emprendimientos, como lo será realizar post publicitarios, historias para redes sociales mostrando su emprendimiento, entre otros. Esta estrategia la llevarán a cabo solo los estudiantes de grado 11 debido a que ellos tendrán la formación básica para llevar a cabo las actividades.

Durante las clases de manejo de redes sociales, los estudiantes tendrán que realizar actividades como, por ejemplo:

- Crear una cuenta en alguna red social. (puede ser promoviendo su producto de la técnica o cualquier otra idea que desee el estudiante)
- Diseñar posts para esa cuenta.
- Crear contenido que motive a las personas a seguir su producto o idea de negocio.
- Manejar la cuenta durante el tiempo estipulado.

4.4.1.5 Metodología del desarrollo de las estrategias.

Para el desarrollo de las actividades se presentó la siguiente tabla, con la propuesta de horas estipuladas para cada actividad en cada uno de los grados estudiados. Ver tabla 26.

Tabla 26. Desarrollo de las actividades propuestas.

Grado	Actividad	Horas clase teórica	Actividades lúdicas	Proyecto	Capacitaciones	Total
9°	Clase Emprendimiento	3 horas/mes	1 hora/mes	N.A		4 horas/mes
	Creación de Empresas	3 horas/mes	N.A	1 hora/mes		4 horas/mes
10°	N.A	N.A	N.A	N.A	1 hora	1 hora/mes
11°	Clase Redes sociales (Marketing digital)	2 horas/mes	1 hora/mes	N.A	1 hora/mes	4 horas/mes

Las capacitaciones para grado 9° se realizarán alternamente entre cada materia, es decir la fecha de la primera capacitación se utiliza una hora de la clase de emprendimiento, la segunda fecha se utilizará de la clase de creación de empresas y así sucesivamente.

4.4.2 Formación práctica (*Miniferia empresarial y visitas a empresas*)

Esta segunda etapa se basa en poner en práctica todos esos conocimientos adquiridos mediante las estrategias mencionadas en la formación académica. Como se sabe esta parte es muy importante en la formación completa de un profesional, por lo tanto, será importante llevarla a cabo en los estudiantes de la institución para que así vivan y demuestren todo lo aprendido en su proceso académico.

Para la formación práctica se plantea una miniferia empresarial para los estudiantes de 9 grado donde se establecen los siguientes parámetros para la realización de esta:

4.4.2.1 Preparación de la feria por los docentes encargados.

Para el desarrollo de la feria empresarial cada curso del grado 9 deberá recoger una cuota de 30 mil pesos para la puesta en marcha de la feria y demás gastos que se necesiten.

La primera parte es aquella en donde los docentes deben realizar ciertas actividades para la organización de la feria empresarial, estas actividades son las siguientes:

4.4.2.1.1 Elección del lugar.

Los docentes encargados deben seleccionar un lugar para el desarrollo de la feria empresarial, en donde se pueda llevar a cabo la misma de una forma agradable y cómoda para todos los involucrados, debe ser una zona amplia para que así cada stand tenga el espacio suficiente para su montaje.

4.4.2.1.2 Mobiliarios necesarios.

Para el montaje de la feria, los docentes deben encargarse de la distribución específica de cada stand y así mismo de la separación de cada uno de ellos.

4.4.2.1.3 Logística.

La logística se divide en dos partes:

Logística antes de la feria

Los docentes deben encargarse de que todo se esté organizando de la mejor manera y si se llega a presentar algún inconveniente durante la preparación y montaje de la feria ellos son los responsables de solucionar lo que se presente.

Logística durante la feria

Durante la feria se tendrán tiempos específicos para las exposiciones y descansos. Los docentes son los encargados de planificar estos tiempos y de igual forma durante la feria avisar cuando empieza y cuando termina cada espacio de tiempo para cada actividad.

4.4.2.1.4 Jurados.

Para definir y escoger los jurados, los docentes elegirán personas de la institución con el fin de obtener un grupo calificado de jurados que analicen el desempeño y desarrollo de los proyectos de los estudiantes, para así dictaminar un ganador.

4.4.2.1.5 Invitados.

Debido a que es una miniferia empresarial por parte de los estudiantes de 9, los invitados solo serán personas que hagan parte de la institución, como estudiantes, docentes y personal administrativo si desean.

4.4.2.1.6 Recepción de invitados.

Los docentes deben realizar un cronograma para recibir a cada curso o grupo de estudiantes a la miniferia con el objetivo de que haya un orden y todos puedan presenciar de cada proyecto presentado por los estudiantes de 9.

4.4.2.1.7 Premiación.

El premio que se dará al mejor proyecto será una placa donde se felicita por obtener el primer puesto en la miniferia empresarial de grado 9.

Los parámetros para evaluar por los jurados durante la feria empresarial serán los siguientes:

- Dominio del tema
- Creatividad del stand
- Encuesta de satisfacción a invitados.
- Buena estructura del proyecto y enlace de temas.

Teniendo en cuenta el presupuesto recogido se mandará a hacer la placa para el grupo ganador.

4.4.2.2 Preparación de la feria por el estudiante.

Esta segunda parte es igual de importante que la primera ya que del estudiante depende que la feria se lleve a cabo, ya que cada uno de ellos son los que expondrán sus proyectos y de igual manera el estudiante obtendrá una nota definitiva para la aprobación de su año escolar.

Las actividades que debe desarrollar el estudiante son las siguientes:

4.4.2.2.1 *Idea del proyecto.*

El estudiante de grado 9 debe desde su inicio escolar buscar un grupo de trabajo en el cual pueden ser de 3 a 5 estudiantes máximo por grupo, para seguidamente pensar en una idea de negocio que sea de su agrado, debido a que esta es la que desarrollaran durante todo el año escolar, ya que la feria se llevara a cabo al terminar el año. El estudiante deberá determinar si el proyecto será un servicio o un producto, para a partir de eso trabajar en el desarrollo de la idea de negocio.

Para el desarrollo del proyecto los estudiantes dispondrán de las clases de creación de empresas que se ha estipulado en la formación académica, junto con los docentes quienes estarán apoyándolos durante todo el proceso. Los estudiantes tendrán 1 hora al mes para trabajar en su proyecto durante todo el año, aunque podrán agendar más espacios de esta materia para complementar el desarrollo de este.

Para el desarrollo del proyecto se tiene una estructura que el estudiante debe seguir teniendo en cuenta la idea de negocio que desarrolle. La estructura del proyecto es la siguiente:

Introducción, planteamiento del problema, objetivos, justificación, antecedentes, cronograma de actividades, técnicas de recolección, análisis del sector, análisis del mercado, análisis técnico, organización, gastos administrativos, presupuestos, aspectos legales, conclusiones, bibliografía y demás ítems que cada idea de negocio necesita para ser desarrollada de la mejor manera.

4.4.2.2 Preparación del stand.

Los estudiantes pondrán toda su creatividad e ingenio para el montaje de su stand. Aquí ellos son los encargados de la decoración, presentación del stand y todo lo correspondiente a su proyecto. Los estudiantes deben costear los gastos de la decoración de su stand el cual se sugiere un costo de 50.000 mil pesos por grupo, pero cada equipo es independiente de montar su stand como desee.

4.4.2.3 Preparación de la exposición.

Aquí los estudiantes deben estructurar la exposición de su proyecto, detallando lo más importante para vender su idea de negocio en el tiempo estipulado por los docentes, de tal forma que sea fácil de explicar ya que se deberá exponer varias veces para cada persona o grupo de personas que pasen por el stand.

Visitas a empresas

Por otro lado, para los estudiantes de grado 11 se planteó una propuesta de visitar diferentes empresas durante el año, con el objetivo de mostrarles y que vivan la experiencia de cómo se crearon y la historia de estas empresas, las cuales los pueden motivar e incentivar a iniciar con su propio proyecto. La idea es visitar empresas cucuteñas que aún no tengan mucha evolución para que el estudiante pueda crear una estrategia o idea de mejora.

Para la puesta en marcha de esta propuesta el colegio deberá pasar una carta solicitando el permiso y la oportunidad de visitar dicha empresa con los estudiantes con el objetivo de que vean cómo fue su creación y evolución.

Una vez los estudiantes visiten las empresas deberán realizar estrategia o plantear una idea de mejora que ellos puedan percibir para cualquiera de las empresas visitadas, con el fin de que sigan creando un ambiente empresarial y manejen esa mente creativa e innovadora.

Tanto las empresas como la institución se pueden beneficiar de esta estrategia ya que para las empresas puede ser buena idea el que le muestren nuevas propuestas o ideas de mejora, y para la institución ya que sus estudiantes tendrán una actividad y experiencia increíble que les puede proporcionar una gran visión para iniciar con su propio emprendimiento.

Se propuso realizar dos jornadas de visitas, con el fin de que en cada jornada se visiten de 2 a 3 empresas según la disponibilidad de empresas que se tengan.

4.4.3 Gastos de la implementación de la Propuesta.

Las tablas de gastos se pueden ver en las figuras 29, 30 y 31 y en el anexo 3.

GASTOS TOTALES		
VARIABLES	VALOR U	VALOR
Capacitaciones con personas externas (x3) 1 por grado	130.000	390.000
Papeleria (Actividades Ludicas y Capacitaciones)		100.000
Mini Feria Empresarial (grado 9)		80.000
Visita a Empresas (grado 11)		150.000
Otros Varios		100.000
TOTAL		820.000

Figura 29. Costos Generales de la propuesta

CUADRO DE COSTOS MINI FERIA GRADO 9º		
VARIABLE	DESCRIPCION EN GASTOS	VALOR
1. PREPARACION DE LA FERIA	Para el desarrollo de la feria empresarial cada curso del grado 9 deberá recoger una cuota para la puesta en marcha de la feria y demás gastos que se necesiten.	\$30.000
2. ELECCION DEL LUGAR	No implica Costo, ya que la feria se llevara acabo en la institucion.	\$0
3. MOBILIARIOS NECESARIOS	No implica Costo, ya que estos moviliarios seran mesas o escritorios que esten dentro de la institucion.	\$0
4. LOGISTICA	No implica Costo, ya que este item hace referencia a la responsabilidad tanto del estudiante como del docente en la preparacion, desde un comienzo hasta el final.	\$0
5. JURADOS	No implica Costo, ya que estos jurados van hacer los mismos docente, ya sean del mismo grado o de otros grados.	\$0
6. INVITADOS	No implica Costo, ya que los invitados solo serán personas que hagan parte de la institución, como estudiantes, docentes y personal administrativo si desean.	\$0
7. RECEPCION DE INVITADOS	No implica Costo, Los docentes deben realizar un cronograma para recibir a cada curso, con el objetivo de que haya un orden y todos puedan presenciar de cada proyecto presentado por los estudiantes de 9.	\$0
8. PREMIACION	La placa o el incentivo como premiacion al mejor stand y demas, esta en la cuota inicial que se pidio por grado.	\$0
9.PREPARACION DE LA FERIA POR EL ESTUDIANTE	Este Item corre por cuenta de los estudiantes, ya que sería su proyecto final, con un promedio base para cada grupo.	\$50.000
TOTAL		\$80.000
NOTA: Cabe resaltar que seran grupos de 5 personas por cada grado, y la cuota promedio por cada estudiante sera de \$11.000		

Figura 30. Costos Mini feria grado 9

CUADRO DE COSTOS VISITAS GRADO 11º		
VARIABLE	DESCRIPCION EN GASTOS	VALOR
1. LOGISTICA	Gastos de carnets, escarapelas, que lleva el nombre del estudiante y la institucion que lo representa.	\$30.000
2. GASTOS DE TRANSPORTE	Implica el alquiler de un bus, para el traslado de la institucion a las visitas.	\$80.000
3. REFRIGERIO	Implica un aporte para refrigerio a los estudiantes.	\$40.000
TOTAL		\$150.000
NOTA: Este aporte sera por cada grado 11º, lo cual la cuota promedio por cada estudiante sera de \$5.000 para la visitas programadas.		

Figura 31. Costo visitas grado 11

5. Conclusiones

- Los estudiantes tienen un manejo básico de los temas tratados en el proyecto, pero hace falta mayor aprendizaje para crear una cultura empresarial en la institución, sin embargo, los estudiantes están dispuestos a conocer y aprender más del tema.
- Por parte de los docentes se identificó que algunos tienen conocimientos de los temas relacionados al emprendimiento y se sienten a gusto explicando los temas a sus estudiantes, pero también hay otros que no tienen los conocimientos claros, no obstante, los docentes están dispuestos a capacitarse en los temas para aportar más a la institución y a sus estudiantes apoyando estas iniciativas.
- Para los estudiantes las causas más comunes por las que abandonan la idea de emprender son por la falta de conocimiento y la falta de dinero, por ello se crearon estrategias para que los estudiantes tengan más confianza y conocimiento a la hora de iniciar con un proyecto innovador.
- Los motivos más frecuentes que mencionan los estudiantes al momento de hablar de emprendimiento, es que no toman la decisión de iniciar porque la economía está mala y ver resultados y ganancias es bastante demorado, esto quiere decir que los estudiantes necesitan mayor conocimiento y familiarizarse más con el tema de emprender, para que puedan comprender que tener un negocio propio requiere de esfuerzo, trabajo y tiempo, por lo que se tuvo en cuenta esta información al momento de plantear la propuesta.
- Por medio de un cuadro FODA se identificaron los factores críticos para mejorar el emprendimiento y la innovación en la institución, lo cual fue de gran apoyo para plantear las mejores estrategias del presente proyecto.

- Los factores críticos en donde se identificó mayor deficiencia con respecto a los temas del proyecto fueron en la formación académica y práctica, por lo que nos basamos en estos factores para mejorar el emprendimiento y la innovación en los estudiantes de la institución.
- El diseño de la propuesta para mejorar el emprendimiento y la innovación en los estudiantes de la institución Municipal María Concepción Loperena fue una experiencia muy gratificante ya que se pudo aportar ideas para ayudar y mejorar la cultura empresarial en el colegio, permitiéndonos así aprender y afianzar nuestros conocimientos en la creación de estrategias para la mejora de una organización.
- Se diseñaron diferentes estrategias para cada grado teniendo en cuenta las debilidades y fortalezas de cada uno, con el fin de brindar la mejor atención y apoyo a los estudiantes, para mejorar en su formación académica y practica lo que es la cultura empresarial en la institución y crear jóvenes emprendedores y exitosos.

6. Recomendaciones

- Al momento de implementar la propuesta informar a los docentes para que estén al tanto de las estrategias que se plantearon y que estén en disposición de adquirir los conocimientos y ayudar a sus estudiantes a crecer como personas y profesionales.
- Acordar con los docentes encargados en que horarios se acomodaran las clases agregadas al cronograma académico de los estudiantes.
- Buscar personas expertas en los temas y capacitados para dar charlas donde motiven a los estudiantes y les cuenten cómo surgió la empresa de ellos y cómo fue su éxito.
- Brindar todo el soporte a los estudiantes por parte de los docentes para que sientan ese apoyo continuo y ese deseo de salir adelante con su emprendimiento.
- Tener presente que para motivar a los estudiantes a emprender se deben llevar a cabo estrategias, como las planteadas en el proyecto y que es necesario mantener siempre la mejor disposición para aplicarlas y mantenerlas, para así crear en la institución una cultura empresarial.

Referencias

- Aguilar, S. (2005). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>. *Salud En Tabasco, 11*, 333–338. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Cantillon, R. (2020). *Teorías de emprendimiento : revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones*.
- Características del emprendedor. (n.d.). *POR QUÉ EMPRENDER Y CÓMO EMPRENDER - portafolio Curso Virtual Mundo de Negocios de capital individual y asociativo*. Retrieved September 16, 2021, from <https://sites.google.com/site/portafoliocursovirtualelvira/home/pagiiina>
- Cardona López, P. (2014, August 11). *Emprendimiento, creatividad y TIC | Magisterio*. <https://www.magisterio.com.co/articulo/emprendimiento-creatividad-y-tic>
- Chiavenato, I., Villamizar, G., & Aparicio, J. (1983). *Administración de recursos humanos*. <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r91760.PDF>
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014/2006*. 2006(enero 26), 1–14. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Corredera Larios, A. (n.d.). *-= crecimientopositivo.es : la web de psicología positiva =-*. Retrieved September 16, 2021, from <http://www.crecimientopositivo.es/teoriafredrikson.html>
- De, E., Sabino, C., Sabino, C., & Panapo, E. (1992). *El proceso de investigación, Carlos Sabino EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN*. 1–154.
- EALDE. (2019, August 22). *Teorías del emprendimiento para emprender*.

<https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>

Educaweb. (2014, April 10). *Capacidad para innovar, capacidad para emprender - educaweb.com*. <https://www.educaweb.com/noticia/2014/04/07/capacidad-innovar-capacidad-emprender-8156/>

Etkin, J., & Schvarstein, L. (2007). *Cultura TPM Argentina*, 1–9.

Everest Services. (2018, November 12). *Cultura Corporativa: La esencia de tu compañía. – Everest Services*. <https://everestservices.com.ve/blogeverest/2018/11/12/cultura-corporativa-la-esencia-de-tu-compania/>

Evolución histórica del emprendimiento. (n.d.). Retrieved September 17, 2021, from <https://aprenderaemprender.wordpress.com/evolucion-historica-del-emprendimiento-3/>

Fachelli, S. (2018). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa (2015). *Revista de Educación y Derecho*, 17. <https://doi.org/10.1344/reyd2018.17.13>

Fernández, L. S. (2005). El diagnóstico educativo en contexto sociales y profesionales. *Revista de Investigación Educativa*, 23, 85–112.

<http://www.redalyc.org/pdf/2833/283321951006.pdf>

fxtrader. (2010, August 14). *Teoría de la estrategia*. <https://www.emprendices.co/teoria-de-la-estrategia/>

Guerrero, D y Arias, Y (2019). *Proponer el fomento del emprendimiento artístico y cultural en los estudiantes de noveno a décimo grado del colegio artístico Rafael contreras navarro en la ciudad de Ocaña Norte de Santander*. [Trabajo de grado, Universidad Francisco de Paula Santander]. <http://repositorio.ufpso.edu.co/bitstream/123456789/2412/1/32104.pdf>

Herrera, C. (2012). Investigación en Emprendimiento: Caracterización del Emprendedor. [Artículo, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar]

Maestre, R. (2020, November 4). *Finanzas para principiantes: Diferencia entre finanzas y contabilidad*. <https://www.iebschool.com/blog/finanzas-para-dummies-finanzas/>

Mark Cuban. (n.d.). *Mark Cuban: No importa cuántas veces fall*. Retrieved September 16, 2021, from <https://www.literato.es/p/MTA0NjIz/>

Merino, M (2014). *Nivel de Emprendimiento y Espíritu Emprendedor de los Estudiantes de Administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. [Trabajo de investigación, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
https://es.slideshare.net/mirko_merino/trabajo-de-investigacin-sobre-el-nivel-de-emprendimiento-y-espritu-emprendedor-de-los-estudiantes-de-administracin-usat

Muñoz, C. y Vera, D (2011). Fomentando la cultura del emprendimiento en estudiantes del primer ciclo del colegio IED Fernando Mazuera Villegas, sede C. [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana]
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/6692/tesis164.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Otero, A (2005). Diseño de un modelo para promover emprendimiento en estudiantes d secundaria en grados 10 y 11 de estratos 1, 2 y 3 de Colombia [Tesis de maestría, Universidad de Los Andes]
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5295/1/Tesis_maestria.pdf

Peter Drucker. (n.d.). *Emprender ni es una ciencia ni es un arte, es una práctica constante*. Retrieved September 16, 2021, from <https://www.mireyatrias.com/emprender-es-una->

practica-constante/

QUIÑONES, G. B., & FIGUEROA, A. Y. (2019). Situación actual. *Introducción a Los Contratos Tecnológicos*, 41–56. <https://doi.org/10.2307/j.ctvjk2ww7.8>

Quintero, V. (2016, September 17). *TEORIA DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL* by veronica quintero. <https://prezi.com/xoc1tfv8k-xy/teoria-de-la-estrategia-empresarial/>

ROBERT. (1964). No Title (没找到题目) . *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE*, 137(84 m), 641–645.

Skousen, M. (n.d.). *DEFINICIÓN DE ECONOMÍA*. Retrieved September 17, 2021, from <https://www.promonegocios.net/economia/definicion-economia.html>

Suarez, Ro. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, 24(1), 12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735>

Teoría de Chamberlain. (n.d.). *Teoría de la Estrategia (Chamberlain) - Wikipedia, la enciclopedia libre*. Retrieved September 16, 2021, from [https://es.wikipedia.org/wiki/Teoría_de_la_Estrategia_\(Chamberlain\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Teoría_de_la_Estrategia_(Chamberlain))

Tom Kelley. (n.d.). *Tom Kelley: Fracasa seguido para que pueda*. Retrieved September 16, 2021, from <https://www.literato.es/p/MTA0NjEx/>

Trabajo en equipo y motivación. (n.d.).

Trigo Aza, E. (1999). *Creatividad y motricidad - Eugenia Trigo Aza - Google Libros*. <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=W2iGAGszy2IC&oi=fnd&pg=PA9&dq=creatividad+segun+autores&ots=PFtEmJpJZ8&sig=NDGIFG7xIhl21Ga0YAHjqp1zhxU#>

v=onepage&q=creatividad segun autores&f=false

Universidad Isabel I. (2019, November 22). *7 características de jóvenes emprendedores de éxito.*

<https://www.ui1.es/blog-ui1/7-caracteristicas-de-jovenes-emprendedores-de-exito>

Valenciano, J. D. P., Toril, J. U., Castillo H, A., Soto, J. H. De, & Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, 1439(1033), 38.

https://doi.org/https://scholar.google.es/scholar?q=el+concepto+de++emprendimiento+y+su+relaci%C3%B3n+con+la+educaci%C3%B3n&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5

Anexos

Anexo 1: Análisis DOFA factores Críticos para mejorar el emprendimiento.

Anexo 2. Micro currículo de las materias agregadas al calendario académico.

Anexo 3: Tablas de costos de la propuesta.