



**Modelo para el desarrollo de proyectos pedagógicos productivos (PPP) en
Instituciones Educativas Privadas de los niveles secundaria y media para la
localidad Bosa en la ciudad de Bogotá**

Miguel Andrés Caicedo Ramírez

Pablo René Roldán Galeano

Universidad Ean

Facultad de Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

Bogotá, Colombia

04/Julio/2023

Modelo para el desarrollo de proyectos pedagógicos productivos (PPP) en Instituciones Educativas Privadas de los niveles secundaria y media para la localidad Bosa en la ciudad de Bogotá

Miguel Andrés Caicedo Ramírez

Pablo René Roldán Galeano

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Gerencia de Proyectos

Directora:

Johanna Lizzeth Lozano Lozano

Modalidad:

Monografía

Universidad Ean

Facultad ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

Bogotá, Colombia

04/Julio/2023

Nota de aceptación:

Firma del Jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá, 04/Julio/2023

Dedicatoria

A mi madre por guiarme en este camino llamado vida, por orientarme en el proceso académico y enseñarme que todo esfuerzo al final tiene una recompensa.

Miguel Andrés Caicedo Ramírez

A mis padres por inculcarme estudiar para poder tener un mejor futuro.

Pablo René Roldán Galeano

Frase

Una persona que comete pocos errores progresa poco.

Bryant McGill

Agradecimientos

En primera instancia, doy gracias a Dios por permitirme tener una experiencia increíble dentro de mi universidad, a mi madre María Eugenia Ramírez y mi hermana Jessica Paola Caicedo, quienes me motivaron día y noche para salir adelante en este proyecto y creer en mí para desarrollar mis competencias a nivel personal y profesional. Gracias a la Universidad Ean por abrirme sus puertas y aprender de tan benevolentes docentes y compañeros quienes me guiaron e hicieron parte del proceso de formación para ser un excelente magíster en lo que tanto le apasiona. Gracias a nuestra tutora Johanna Lizzeth Lozano Lozano, quien orientó y permitió la elaboración del presente trabajo de investigación, que deja como recuerdo y prueba viviente en la historia esta tesis, que perdurara dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones por llegar. Finalmente, agradezco a quien le esté apartado y más de mi tesis, por permitir contar mis experiencias, investigaciones y aportes al conocimiento, incurriendo dentro de su repertorio de información mental.

Miguel Andrés Caicedo Ramírez

Primero que todo agradezco inmensamente a mis padres Margarita Galeano Pardo y Pablo Roberto Roldán Lozano, por haberme brindado una buena educación y mucho amor en mi vida, a mis amigos que siempre me han motivado a cumplir mis metas, a la Universidad Ean ya que sin sus espacios, facilidades y conocimientos no hubiera podido lograrlo, a mis compañeros de estudio con los que tuve buena afinidad y mucho trabajo en equipo, y finalmente a mí por soñarlo, haber sido disciplinado y finalmente conseguirlo.

Pablo René Roldan Galeano

Resumen

El presente estudio analiza el impacto de implementar el modelo de proyectos pedagógicos productivos (PPP) en seis instituciones privadas de la localidad de Bosa con un total de 549 estudiantes de básica secundaria (6° a 9°) y media (10° y 11°). Fomentando a través de la educación el desarrollo de competencias básicas y habilidades enmarcadas en la temática de emprendimiento bajo la metodología Design Thinking. Incentivando por medio de actividades lúdico-prácticas, la creación de una cultura educativa que favorezca la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo y la capacidad para tomar decisiones e innovar en la solución de retos y necesidades de la sociedad colombiana. Teniendo como precedente que uno de cada cinco jóvenes se encuentra desempleado; en consecuencia, se genera falta de oportunidades de trabajo decente y orientación hacia actividades ilícitas que afectan los parámetros de calidad de vida socioeconómicos de los habitantes del sector. De acuerdo con los resultados, cuando se debe materializar proyectos que solucionen las problemáticas o necesidades de la comunidad educativa, como es el caso de la inseguridad, el mal manejo de residuos, la delincuencia común, problemas de autoestima en los jóvenes, se genera en los estudiantes un cambio de pensamiento orientado hacia el emprendimiento, con base en los conocimientos adquiridos en la formulación y gestión de proyectos, para la creación de productos y/o servicios que puedan contribuir a crear una mejor calidad de vida en la sociedad.

Palabras clave: Competencias, Educación, Emprendimiento, Gestión de proyectos, Innovación, Modelos de emprendimiento.

Abstract

This study analyzes the impact of implementing the model of productive pedagogical projects (PPP) in six private institutions in the town of Bosa with a total of 549 high school (6°- 9°) and middle school (10° - 11°) students. Promoting through education the development of basic competencies and skills framed in the theme of entrepreneurship under the Design Thinking methodology. Encouraging through playful-practical activities, the creation of an educational culture that favors creativity, leadership, teamwork, and the ability to make decisions, innovate in the solution of challenges, and needs of Colombian society. As a precedent, one out of every five young people is unemployed; consequently, there is a lack of decent work opportunities and orientation towards illicit activities that affect the socioeconomic quality of life parameters of the sector's inhabitants. According to the results, when it is necessary to materialize projects that solve the problems or needs of the educational community, as is the case of insecurity, poor waste management, common delinquency, problems of self-esteem in young people, a change of thinking oriented towards entrepreneurship is generated in the students, based on the knowledge acquired in the formulation and management of projects, for the creation of products and/or services that can contribute to creating a better quality of life in society.

Keywords: Competencies, Education, Entrepreneurship, Project management, Innovation, Entrepreneurship models.

Contenido

	Pág.
Lista de Figuras	10
Lista de Tablas	11
Introducción.....	12
<i>Antecedentes</i>	<i>13</i>
<i>Descripción del problema</i>	<i>15</i>
<i>Pregunta de investigación</i>	<i>19</i>
<i>Estructura del documento</i>	<i>20</i>
Objetivos.....	21
<i>Objetivo General</i>	<i>21</i>
<i>Objetivos Especificos</i>	<i>21</i>
Justificación	22
Marco Teórico.....	24
<i>Modelos propuestos en emprendimiento.....</i>	<i>32</i>
Hipótesis	44
Variables.....	44

Modelo para el desarrollo de proyectos pedagógicos productivos (PPP) en Instituciones Educativas Privadas de los niveles secundaria y media para la localidad Bosa en la ciudad de Bogotá	9
<i>Competencias</i>	44
<i>Emprendimiento</i>	45
<i>Ecosistema emprendedor</i>	46
<i>Proyectos Pedagógicos Productivos (PPP)</i>	47
Metodología	49
<i>Enfoque y alcance de la investigación</i>	49
<i>Tipo de investigación</i>	50
<i>Fases</i>	52
<i>Fase de Planeación</i>	52
<i>Fase de trabajo de campo</i>	53
<i>Fase de análisis de resultados</i>	54
<i>Población</i>	55
<i>Muestra</i>	55
<i>Instrumento de medición</i>	57
<i>Procedimientos y técnicas de análisis de información</i>	60
<i>Validación de los instrumentos</i>	60
Trabajo de Campo	61
Análisis de resultados	82
<i>Resultados aplicación de las encuestas y entrevistas</i>	82
Propuesta de solución a la problemática	88

Modelo para el desarrollo de proyectos pedagógicos productivos (PPP) en Instituciones Educativas Privadas de los niveles secundaria y media para la localidad Bosa en la ciudad de Bogotá	10
<i>Situación actual</i>	88
<i>Oportunidades</i>	90
<i>Propuesta de solución al problema planteado</i>	92
Discusión	96
Conclusiones y Trabajo Futuro	101
<i>Conclusiones</i>	101
<i>Trabajo futuro</i>	102
Anexos	110
<i>Anexo A. Entrevista</i>	110
<i>Anexo B. Encuesta</i>	111
<i>Anexo C. Rubrica de aprendizaje</i>	114
<i>Anexo D. Diario de campo</i>	115

Lista de Figuras

	Pág.
<i>Figura 1. Tipos de emprendimiento según Prieto</i>	31
<i>Figura 2. Jóvenes entre 15 y 29 años después de terminar el bachillerato . ¡Error! Marcador no definido.</i>	
<i>Figura 3. Tipos de modelos de emprendimiento</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Figura 4. Plantilla para el planteamiento del cronograma de trabajo.....</i>	52
<i>Figura 5. Instrumentos de medición.....</i>	57
<i>Figura 6. Acceso QR instrumento de medición encuesta.....</i>	63
<i>Figura 7. Diapositivas de explicación del modelo PPP en los colegios</i>	63
<i>Figura 8. Actividades realizadas etapa descubrir.....</i>	66
<i>Figura 9. Evidencias Brainstorming metodología “Hombre de Papel”</i>	69
<i>Figura 10. Actividades realizadas etapa idear</i>	70
<i>Figura 11. Actividades realizadas etapa Actuar parte 1</i>	72
<i>Figura 12. Evidencias bocetos de proyectos.....</i>	74
<i>Figura 13. Actividades realizadas etapa Actuar parte 2</i>	75
<i>Figura 14. Actividades realizadas etapa Comunicar parte 1</i>	78
<i>Figura 15. Lienzo Canvas para proyectos en los colegios</i>	80
<i>Figura 16. Actividades realizadas etapa Comunicar parte 2</i>	81

<i>Figura 17. Rol que desempeña en la institución educativa</i>	83
<i>Figura 18. Grado que cursa actualmente (estudiantes)</i>	83
<i>Figura 19. Definiciones de emprendimiento (estudiantes).....</i>	84
<i>Figura 20. Tipo de sector en que le gustaría emprender</i>	84
<i>Figura 21. Que es lo que potenciaría para llegar al público</i>	85
<i>Figura 22. Cuáles son las motivaciones del emprendedor</i>	86

Lista de Tablas

	Pág.
<i>Tabla 1</i>	54
<i>Sesiones de trabajo</i>	54
<i>Tabla 2</i>	56
<i>Población objetivo</i>	56
<i>Tabla 3</i>	94
<i>Acciones claves para promover el emprendimiento</i>	94

Introducción

La presente monografía, enmarcada desde la investigación, la pedagogía y la didáctica ilustra la elaboración e implementación de un modelo de proyectos pedagógicos productivos denominado (PPP) con los estudiantes de los ciclos de educación básica secundaria y media de las diferentes instituciones educativas privadas de la localidad de Bosa. Quienes presentan problemáticas en temas de desigualdad social y económica, indicadores altos en factores como el desempleo, informalidad, violencia intrafamiliar, sexual y de género, migrantes, embarazo en adolescentes e inseguridad, comparado con las 19 localidades restantes de la ciudad de Bogotá.

A causa de estos referentes, que afectan el proceso de aprendizaje, la baja calidad de bachilleres, los deseos de mejorar los parámetros de calidad de vida, la baja oferta de empleo y las diferentes actividades extracurriculares que incitan el vandalismo, nace el modelo PPP. El cual busca inculcar en los estudiantes a través de gamificación y actividades lúdicas, una aprehensión de conocimientos que les permita desarrollar habilidades que requiere un emprendedor y así producir cambios deseados en el ámbito socioeconómico del estudiante y su círculo social a través de proyectos que tengan un impacto dentro de sus vidas.

A partir del respectivo modelo pedagógico y los instrumentos de medición aplicados, como es el caso de entrevistas, encuestas, trabajo en grupos, observación empírica y capacitaciones, se observe el impacto de su implementación dentro de los colegios y su efectividad en la transmisión de conocimientos en los estudiantes que les permita obtener una visión de un futuro emprendedor de su localidad.

Tema de investigación

Los campos de conocimiento que aborda el presente estudio monográfico son el emprendimiento y gerencia acompañado de su línea de investigación de aprendizaje en emprendimiento y el campo de la pedagogía, didáctica contemporánea con su línea de investigación en la educación inclusiva, social y emocional. Quienes van acorde con los ejes temáticos de la maestría en gerencia de proyectos, centrando los conocimientos transmitidos dentro del programa hacia las futuras generaciones, buscando un impacto social con los estudiantes de las diferentes instituciones educativas de la localidad de Bosa.

Antecedentes

El hombre ha sido un ser de necesidades creadas y su evolución histórica es prueba de ello, debido a sus esfuerzos por avanzar en términos científicos, tecnológicos, económicos y sociales, dando lugar a su innato carácter innovador (Kraus et al., 2017). Partiendo de esto, surge el término emprendimiento, el cual es más que una simple capacidad de generar ideas de negocio (Buitrago Nova, 2014); en realidad, presenta un trasfondo como lo mencionaba uno de los ilustres fundadores de la Universidad Ean emprender es aprender a detectar las oportunidades que ofrece el entorno (Rubio Salas, 2007).

Por tal razón, se busca desde las diferentes instituciones educativas ilustrar a los futuros emprendedores en desarrollar las habilidades de evaluar sus ideas, validar su modelo de negocio, concretar productos, conocer más a sus clientes y diferentes herramientas para lograr éxito en sus proyectos. Sin embargo, no se les imparte a gestionar la puesta en

marcha y la continuidad de su vida útil en las empresas (Domínguez Pardo, 2015). Desde el sector educativo, el objetivo primordial del emprendimiento en los niños y jóvenes es impulsar la generación de ideas ante situaciones distintas, la capacidad de ser propositivos y asumir riesgos; esforzarse por lograr metas, responsabilizarse de sus actos, el impacto que tienen en su entorno, adquirir consciencia y conocimiento sobre sí mismos y su contexto (Colegio Universidad Pontificia Bolivariana, 2022).

Por consiguiente, el Ministerio de Educación Nacional, atendiendo a la Constitución Política de Colombia, La ley general de Educación – Ley 115 de 1994 – los lineamientos curriculares, los estándares básicos de competencias y demás referentes de calidad, busca que todos los niños, niñas y jóvenes cuenten con oportunidades para acceder al conocimiento por medio del desarrollo de competencias y valores necesarios para vivir, convivir, ser emprendedores y seguir aprendiendo a lo largo de su vida (Ministerio de Educación Nacional, 2010).

Además, según el Artículo 13 de la Ley 1014 de 2006, informa que:

[...] *Enseñanza Obligatoria*. Todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal son obligatorios en los niveles de la educación preescolar, educación básica primaria y secundaria y la educación media, cumplir con: transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad fomentando el desarrollo de competencias para generar empresas. (p. 9).

Descripción del problema

En el caso de las sociedades latinoamericanas, el pensamiento emprendedor ha tomado auge por la desaceleración económica, donde uno de cada cinco jóvenes se encuentra desempleado y como consecuencia genera falta de oportunidades de trabajo decente para esta población de la región, lo cual es motivo de preocupación, causando desaliento y frustración en la juventud haciéndola vulnerable y aceptando trabajos informales con bajos salarios y sin las prestaciones laborales, agudizando el círculo de pobreza en estos jóvenes (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2019).

En Colombia y bajo el gobierno del expresidente Iván Duque y su respectivo Plan Nacional de Desarrollo del periodo 2018 – 2022 denominado “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, se establecen los objetivos de la juventud naranja, encaminados hacia promover el empleo juvenil y la generación de emprendimiento con vocación transformadora de las condiciones de vida de los jóvenes y sus comunidades (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2018).

Durante el gobierno del presidente Gustavo Petro, se establece en el Plan Nacional del Desarrollo del periodo 2022-2026 nombrado “Colombia potencia mundial de la vida”, enmarca una política que contribuye a la generación, protección y recuperación del empleo formal y decente, el emprendimiento, la asociatividad y la formación para el trabajo que incluye acciones estratégicas para la ruralidad en temas de formación para el trabajo, emprendimiento, riesgos laborales además de una estimulación en los emprendimientos productivos del sector agropecuario y se adoptará una línea de formación continua y

especializada para el fomento de la economía campesina y las organizaciones que la integran (DNP, 2023).

Desde el sector tecnológico, se busca una estrategia que involucre aspectos técnicos, de financiamiento, cultura empresarial, emprendimiento e innovación, de tal forma que esta industria responda a las demandas de adopción de tecnologías digitales por parte de los sectores productivos, y se consolide a Colombia como un país desarrollador y exportador de bienes y servicios tecnológicos y de información. Y en especial desde el sector educativo, se fortalecerán las estrategias para la ampliación de la atención educativa dirigida a la población joven, adulta y mayor, a través de modelos educativos flexibles, pertinentes, con apuestas de educación virtual, que involucren procesos de emprendimiento (DNP, 2023).

Por esta razón, Colombia se mueve en torno a la educación como uno de los principales factores claves para el progreso y el desarrollo de habilidades, buscando eliminar las brechas que marcan una desigualdad en la población, inculcando en los estudiantes a través de gamificación y actividades lúdicas una aprehensión de conocimientos que requiere un emprendedor y producir cambios deseados en el pensamiento del futuro empresario colombiano (Secretaría Distrital de Planeación [SDP], 2020).

Igualmente, bajo esta misma problemática, se puede evidenciar que la localidad de Bosa alberga el 9,40% de la población total de Bogotá, que son 776.184 habitantes. El plan de desarrollo local 2020-2024 “Un nuevo contrato social y ambiental para Bosa” realiza una caracterización de la localidad, en la que se identificaron problemáticas para la población como el analfabetismo, desempleo, informalidad, violencia intrafamiliar y sexual,

violencia de género, migrantes, embarazo en adolescentes, seguridad, entre otros (SDP, 2020).

Además de las problemáticas que se presentan dentro de la localidad, es válido mencionar las principales situaciones de riesgo que tienen ocurrencia en la zona séptima (Bosa) según lo expreso el comité local durante el año 2022: Restricción a la movilidad. Fronteras invisibles, Desplazamiento interurbano, Narco menudeo, Reclutamiento, uso y utilización de niños, niñas y adolescentes, Amenazas, Amenazas contra defensores de derechos humanos, Estigmatización y discriminación, Delitos contra la libertad de género, Violencia sexual, Trata de Personas, homicidios, riñas y hurtos (Secretaría Distrital de Gobierno [SDG], 2022).

Enmarcado principalmente en tres situaciones que albergan en su mayoría menores de edad, como es el caso del tráfico de estupefacientes, la cual se presentan en las Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ) 84, 85, 49 y 86; entre los barrios San Bernardino, el Jardín, Bosa Carbonell se evidencia la comercialización de sustancias estupefacientes. La modalidad usada es hacerse pasar por vendedores ambulantes de bebidas calientes y compradores de chatarra. Así mismo, en la UPZ 49 señala la comunidad que se evidencian grupos delictivos, que se disputan el territorio, no obstante, no se efectúan denuncias por miedo a represalias (SDG, 2022).

Sumado a lo anterior, señala la comunidad que en los barrios que componen la UPZ 86 la se presenta una fuerte presencia de bandas de microtráfico denominadas “los Paisas”, “los Costeños” y “la nueva revolución Bolivariana” quienes se disputan el territorio, problemática que aumenta dado que se ha efectuado las respectivas denuncias a la

policía, sin embargo, la fuerza pública no hace presencia, pues se resalta con preocupación que la policía nacional cobra dinero a efecto de permitir el tráfico de drogas y armamento (AK-47 y Mini UZI). (SDG, 2022).

En segundo lugar, está el narco menudeo¹, donde señala la comunidad que esta problemática se presenta con mayor frecuencia en los barrios 86, 84 y 87, teniendo como principales actores de la problemática bandas de microtráfico denominadas “los Paisas”, “los Costeños” y “la nueva revolución Bolivariana” viéndose afectada suma de mayormente la población menor de edad, puesto que se está presentando la venta y con estupefacientes en las Instituciones de Educación Distrial (IED) como: Colegio I.E.D. San Bernardino, I.E.D. La Concepción, Colegio Distrital Higueta Torres, Colegio El Porvenir, I.E.D. ciudadela. Se señala por la comunidad que los sitios nucleares de expendio y almacenamiento de armas son las discotecas llamadas “Clandestino” “Templo” y “Londres” de drogas y esta última cuidada por miembros de la banda delincencial “la nueva revolución Bolivariana” alias “Chamo” y alias “Caraqueño” (SDG, 2022).

El problema que se presenta en gran medida es que la policía nacional está implicada en estos negocios, pues permiten la realización de estas actividades siempre que se les pague una comisión del 20 %. Además, se señala que al respaldo del Centro Comercial Gran Plaza Bosa se sitúan personas que manejan la fachada de vendedores de tinto, pero realmente expenden estupefacientes (SDG, 2022).

¹ El narco menudeo es el comercio de drogas ilícitas en pequeña escala, es una actividad ilícita originada con la prohibición de las drogas.

Finalmente, el reclutamiento y manejo de niños, niñas y adolescentes, situación que se presenta en la UPZ 49. Se señala por parte de los presidentes de junta y representantes de la comunidad que se ve la mendicidad ajena con niños, niñas de escasas edades, donde se ven pidiendo limosna en los buses de este sector, en la calle. Así mismo, se evidencia esta práctica mediante la instrumentalización a efecto de transportar y comerciar sustancias estupefacientes y armamento. (SDG, 2022).

Siguiendo con este razonamiento y las problemáticas sociales detalladas de la población estudiantil y juvenil de la localidad de Bosa sumadas con las dificultades económicas, las brechas educativas de la población, la falta de conocimientos y herramientas en temáticas de emprendimiento en Colombia, se presenta el modelo de proyectos pedagógicos productivos en los establecimientos educativos de carácter privado del sector para romper los paradigmas que se viven en la cotidianidad y generar un impacto en los parámetros de la calidad de vida de los habitantes de la zona séptima.

Pregunta de investigación

¿Cuál es el impacto de desarrollar e implementar el modelo Proyectos pedagógicos productivos (PPP) en las instituciones educativas privadas de la localidad de Bosa en la ciudad de Bogotá y su efectividad en la transmisión de conocimientos en los estudiantes de los niveles de educación básica secundaria y media?

Estructura del documento

La organización de la presente monografía está constituida por un objetivo general basado en el desarrollo del modelo PPP, acompañado de la justificación que soporte la realización de la monografía, un marco teórico que contextualiza al lector en temas de proyectos, innovación, educación y modelos de emprendimiento. Seguido de las respectivas hipótesis y variables planteadas para los instrumentos de medición elaborados, acompañados de la metodología propuesta y el trabajo de campo realizado con su respectivo análisis y discusión, las conclusiones pertinentes y el trabajo futuro que se propone con las posibles oportunidades que se derivan a partir del proyecto de investigación y para finalizar los anexos correspondientes que soportan y complementa el trabajo generado para toda la monografía

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un modelo de educación basado en el emprendimiento que potencie y fortalezca las competencias y aptitudes de la población estudiantil de los niveles de básica secundaria y media en los establecimientos educativos de carácter privado para la localidad de Bosa.

Objetivos Específicos

- Identificar las posibles carencias y desinformación en temáticas de emprendimiento de los jóvenes en las diferentes instituciones educativas.
- Establecer estrategias pedagógicas y validar herramientas que fortalezcan la apropiación del conocimiento y capacidades en el área del emprendimiento en el nivel de educación básica secundaria y media para la población estudiantil mediante diferentes proyectos pedagógicos productivos.
- Integrar la teoría y práctica para que los estudiantes diseñen un proyecto que les permita dar ingreso al mundo del emprendimiento y generar una mentalidad de un futuro gerente de proyectos juveniles.

Justificación

Hablar de emprendimiento significa, entre otras consideraciones, tener en cuenta las aportaciones que hace a la comunidad como un factor determinante para el desarrollo económico, el cambio social y estructural, pero también es visto como una fuerza impulsora que estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico, la competitividad y la innovación (Herruzo Gómez et al., 2019).

Teniendo como referente los componentes mencionados, se propone instruir a la población juvenil de las instituciones educativas de carácter privado de la localidad de Bosa en temáticas de proyectos pedagógicos productivos y en el desarrollo de habilidades, capacidades y herramientas que debe adquirir un emprendedor. Se decide trabajar con los estudiantes de este sector de la ciudad debido a que Bosa es la localidad con la mayor percepción de pobreza en Bogotá. El 25,1 % de los hogares de la localidad se consideran pobres (55.892 hogares), el porcentaje más alto de las 19 localidades urbanas de la ciudad; mientras que el restante 74,9 % (166.566 hogares) no se consideran pobres. Entre 2014 y 2017, la cantidad de hogares que se consideran pobres disminuyó 1,7 % y el de los hogares que no se consideran en esta condición se incrementó en 34,4 % (Mosquera Ramírez, 2019).

Alrededor de 100.583 hogares de la localidad informan que realizan sus compras de alimentos con periodicidad mensual, 64.707 hogares con periodicidad quincenal y 56.156 cada tercer día. Solo 6.511 hogares manifestaron tener algún miembro, que por falta de dinero no consumió ninguna de las tres comidas uno o más días de la semana, lo que representa una disminución de 6.080 hogares enfrentando esta situación. La localidad

pasó de ser la tercera con el mayor porcentaje de hogares en donde algún miembro de la familia no consumió ninguna de las tres comidas por falta de dinero, a ser la séptima en este rubro (Mosquera Ramírez, 2019).

Con lo anterior, es conciso afirmar que los habitantes de la zona presentan un déficit alimenticio, problemas económicos y disminución de los parámetros de calidad de vida, por esta razón se espera que, desde la transmisión de conocimientos, el desarrollo de habilidades y la creación de los diferentes proyectos pedagógicos productivos orientados hacia los estudiantes de los niveles de básica secundaria y media académica, generando un impacto positivo desde el horizonte socioeconómico en los núcleos familiares de la población estudiantil de la localidad de Bosa.

Se establece como campo de aplicación la población estudiantil de los niveles educativos de secundaria y media de las instituciones educativas privadas de la localidad de Bosa, debido a la facilidad del acceso a la información, mayor índice de factibilidad en la inmersión del modelo para esta población y poder socializar esas buenas experiencias de la aplicación del proyecto del sector privado al sector público. Es decir, con los resultados de esta intervención se pretende inicialmente replicar el modelo en los diferentes establecimientos educativos privados de las restantes localidades de Bogotá y posteriormente se plantea llevar a la Secretaria de Educación Distrital (SED) para ser implementado en los establecimientos educativos oficiales de la ciudad.

Marco Teórico

La presente monografía se fundamenta en conceptos y teorías del emprendimiento e innovación, una descripción de los diferentes modelos de emprendimiento desde el contexto educativo, generación de una cultura emprendedora, y creación de una herramienta sustancial para el fortalecimiento de las competencias y aptitudes necesarias en el desarrollo de proyectos en la sociedad colombiana.

Para tener un punto de partida se define ¿Qué es emprendedor?, La palabra emprendedor proviene del latín *imprendere*, que significa tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa, poner en ejecución (Amaru, 2008). Bajo este significado se pretende que los estudiantes aprendan a tomar decisiones en sus ámbitos personales, es conciso afirmar lo que dice Scott Belsky, autor y emprendedor que refleja a la perfección el espíritu en el que se basa la presente monografía, que lo importante no es sobre las ideas. Si no sobre como decidir y hacer que estas se vuelvan realidad.

En términos generales, se define al emprendedor como aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, o en algún contexto empresarial. Sin embargo, durante esta investigación se centrará en estudiar al emprendedor empresario, quien se delimita en una persona que identifica alguna oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o desarrolla negocios (Timmons et al., 2004).

Esta definición se encuentra muy asociada al principio de formar empresarios y crear empresa. De igual forma, existen variados conceptos para definir el emprendimiento: Según Prieto (2017) en su libro la detalla como capacidad de diseñar una idea y con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades. Además, es válido mencionar que el emprendimiento es un factor creativo en el proceso económico porque el emprendedor, en solitario, aporta ideas, percibe y explota oportunidades e innova; el progreso tecnológico y la empresa van ligados y no pueden separarse (Shumpeter, 1939).

Desde el aspecto legal se concreta en 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 (Ley 1014 de 2016², Congreso de Colombia).

Durante su proceso de aprendizaje y adquisición de conocimientos, el emprendedor empieza a instaurar hábitos y competencias que conllevan al fortalecimiento de una cultura de emprendimiento. Es aquí donde se observa la importancia de la cultura de emprendimiento como uno de varios factores que inciden en el desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras. Esta se puede definir como un tipo de cultura que determina una forma particular de hacer las cosas, un estilo que distingue a los emprendedores de otros empresarios (Dehter, 2011).

² Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.

Se debe relacionar esto con el concepto de cultura, el cual, en opinión de Galindo y Echavarría: ha sido tradicionalmente definida como el conjunto de creencias, valores, normas y suposiciones compartidas por una comunidad que condicionan su comportamiento, el cual se expresa mediante símbolos, lenguaje y narrativas. Entre los rasgos que caracterizan este modo de hacer o cultura de emprendimiento, los referidos autores establecen en primer lugar al “espíritu emprendedor, al que definen como: capacidad para 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 (Galindo & Echavarría, 2011).

De igual forma, la ley 1014 de 2016 regula el tema de la cultura del emprendimiento, fomentando al desarrollo de personas integrales, con mejoras de sus capacidades, habilidades y destrezas que les permitan generar iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia. Además, el tema del acercamiento de las instituciones educativas en el mundo productivo es muy importante y la enseñanza obligatoria en las mismas. De acuerdo con lo anterior, el emprendimiento tiene que ver con el progreso en términos sociales y económicos.

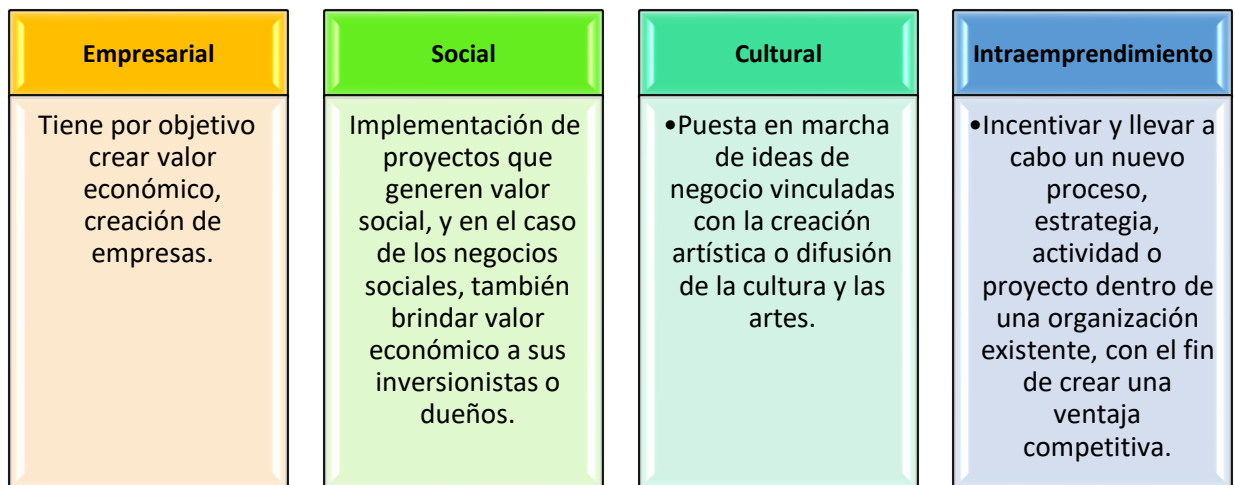
Durante la obtención y apropiación de la cultura del emprendimiento, el emprendedor debe considerar ciertas variables, las cuales se explican más adelante, como son el tipo de emprendimiento, ecosistemas de emprendimiento, modelos (como el modelo PPP utilizado para este trabajo) y la gestión de proyectos, variables que consideramos fundamentales en el proceso de emprendimiento.

El proceso de emprender ocurre en diversas etapas definidas por varios eventos y no de forma fortuita, es decir, que la visión de un emprendedor es saber, evaluar y aprovechar las oportunidades que se le presentan (Hidalgo Proaño, 2015). El proceso de formación de nuevas empresas y de empresarios es el resultado de la interacción de varios actores: situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, etc.; y cada elemento ocurre en un espacio físico y de tiempo determinado que impacta sobre los agentes, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias y herencias culturales y sociales. Así mismo, existen otros factores que afectan el proceso de emprendimiento como son la consideración del riesgo, creatividad e innovación, generación de valor, proactividad y búsqueda de información (Galindo & Echavarría, 2011).

Prieto (2017) menciona que el emprendimiento se puede manifestar en forma de diferentes iniciativas, algunas capaces de generar valor. Los tipos de emprendimiento que relaciona son:

Figura 1

Tipos de emprendimiento según Prieto



Nota. Adaptado de Prieto (2017).

Así mismo, Amaru (2008), promulga una serie de factores que constituyen ventajas y desventajas de ser emprendedor. El autor resalta como ventajas el grado de autonomía, el desafío y el control financiero. Destaca también la dependencia de acuerdo con sus decisiones personales, la posibilidad de innovar, de ser creativo. Como desventajas, se enuncia el alto grado de sacrificio personal, la sobrecarga de responsabilidades y el pequeño margen de error.

La función del emprendedor es entonces asunto de voluntad y de comportamiento; la creación de empresa supone la aparición y desarrollo de nuevas posibilidades en el entorno económico, por ello el emprendedor es el corazón del proceso de innovación y si la creación de empresa no desemboca en innovación en ella no se ejerce la actividad del emprendedor (Rodríguez & Jiménez, 2005).

Se comparte con Galindo y Echavarría (2011) tales criterios y se precisa además que el concepto de cultura de emprendimiento se inserta en una sociedad del conocimiento e innovación que aproveche las oportunidades en un entorno de respeto al ambiente, el primero de cuyos componentes es la persona humana. Para ello, resulta imprescindible la formación de la cultura en emprendimiento, así como el aporte de la academia en este sentido, mediante la formación de profesionales, empresarios emprendedores con altos valores éticos y de responsabilidad social (Hidalgo Proaño, 2015).

En este proceso de emprender se buscan nuevas posibilidades que se pueden presentar en el entorno económico, social y ambiental, para lo cual el tema de la innovación

es fundamental para alcanzar esta meta. De acuerdo con lo anterior, existen variados conceptos de innovación:

Creación de nuevos procesos, descubrimiento de recursos, explotación de nuevos mercados y transformación de la forma en que las empresas se organizan y hacen negocios (Prieto, 2017). Innovar es renovar, introducir una novedad. La innovación se genera a partir de la existencia de productos, procesos o situaciones (Silva, 2008). El emprendimiento es un enfoque de comportamiento que se encuentra vinculado con el dinamismo, la creatividad y la originalidad. Por ello el comportamiento emprendedor es el comportamiento innovador (Prieto, 2017).

Por otro lado, considerando la innovación en términos estratégicos, Porter señala que la innovación incluye no solo nuevas tecnologías, sino también nuevos métodos y formas de hacer las cosas que hasta pudieran parecer irrelevantes. La innovación se manifiesta en un nuevo diseño de producto, un nuevo proceso de producción, una nueva forma de vender, de entrenar, de organizar, etc., haciendo que la innovación se pueda dar en cualquier actividad de la cadena de valor y así la empresa pueda conseguir ventajas competitivas sostenibles (Porter, 1993).

En la búsqueda de la generación de una sociedad emprendedora, la innovación se nutre no solo de conocimiento, sino que requiere también de la capacidad para encontrar la diferencia, para contravenir requiere apertura de espíritu, es decir, la capacidad de salir de las convenciones aceptadas, logrando que estos aspectos acerquen e integren a la innovación y a la investigación, obteniendo como resultado, no solo nuevas explicaciones sino abriendo la puerta a nuevas aplicaciones y escenarios de vida.

De igual forma, además de la innovación, se evidencia la importancia de la investigación como herramienta determinante para el desarrollo de capacidades emprendedoras y generación de nuevas posibilidades. Crissier y Pérez Uribe (2007) nos advierten que, es claro que mientras un país no decida investigar para al menos tener un conocimiento objetivo sobre las posibilidades que le brindan sus recursos y las crecientes oportunidades que presenta el desarrollo tecnológico y de mercados, le resulta muy difícil estimular la iniciativa empresarial de sus gentes.

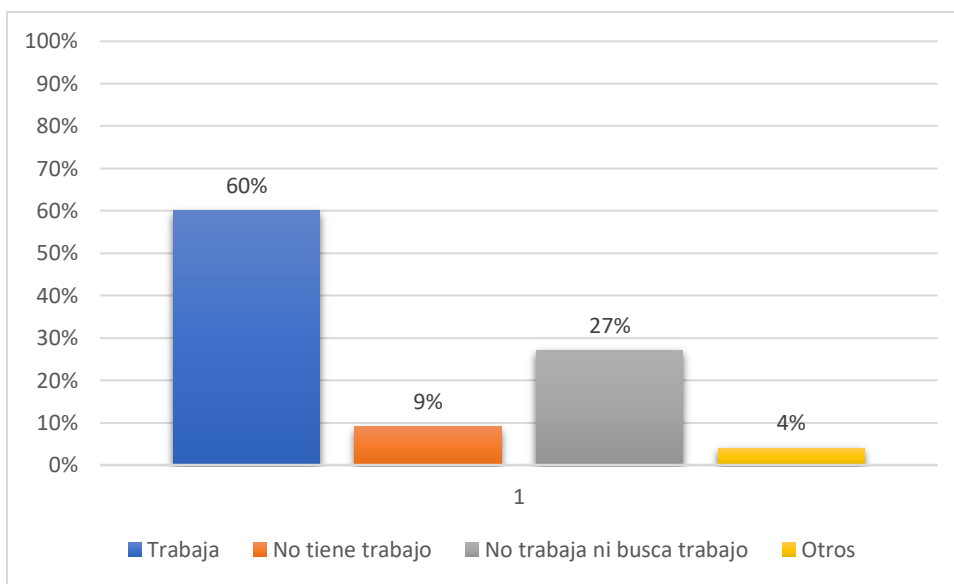
Lamentablemente en Colombia el presupuesto destinado a la investigación y desarrollo (I & D) es muy bajo y aunque se han realizado algunos esfuerzos no es suficiente. El Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 tenía el objetivo de alcanzar en el 2022 una inversión en estas actividades igual al 1,5 % del producto interno bruto (PIB), pero se vieron rezagados con los países más desarrollados, en donde se destinó en promedio el 4 % del PIB. Esto conlleva a la poca inversión de I & D limitando las oportunidades de crecimiento a nivel nacional, local y familiar, y por ende la búsqueda de nuevas alternativas que mejoren los parámetros de calidad de vida y el cumplimiento y satisfacción de las necesidades de la población.

¿Por qué se desencadena el espíritu emprendedor? El informe de la organización internacional del trabajo (OIT) da un panorama laboral de la región de América Latina y el Caribe, en donde para el año 2019 más del 60 % de los jóvenes entre 15 a 29 años no estudiaban después de terminar su colegio. De estos, la mayor parte trabaja (60 %), 9 % están en desempleo y 27 % no estudia, no trabaja, ni busca trabajo (en su mayoría mujeres). Ahora bien, sabemos de las altas tasas de desempleo e informalidad que afectan

a nuestro país, por lo que podemos inferir que la situación interna es aún más grave. Esto demuestra en algunos casos la falta de oportunidades laborales para la población adolescente y en otros casos el inconformismo con las condiciones laborales en la actualidad.

Figura 2

Jóvenes entre 15 y 29 años después de terminar el bachillerato



Nota. Adaptado de OIT (2019).

Buitrago (2014) en su artículo enfatiza que el objetivo de la educación en emprendimiento en los niños y jóvenes, impulsando la generación de ideas ante situaciones distintas, la capacidad de ser propositivos y asumir riesgos; esforzarse por lograr metas, responsabilizarse de sus actos, el impacto que tienen en su entorno, adquirir conciencia y conocimiento sobre sí mismos y su contexto.

Además, en el proceso de formación de emprendedores se buscan estimular aptitudes emprendedoras como lo son el gusto por el trabajo, capacidad por la dirección, deseo de

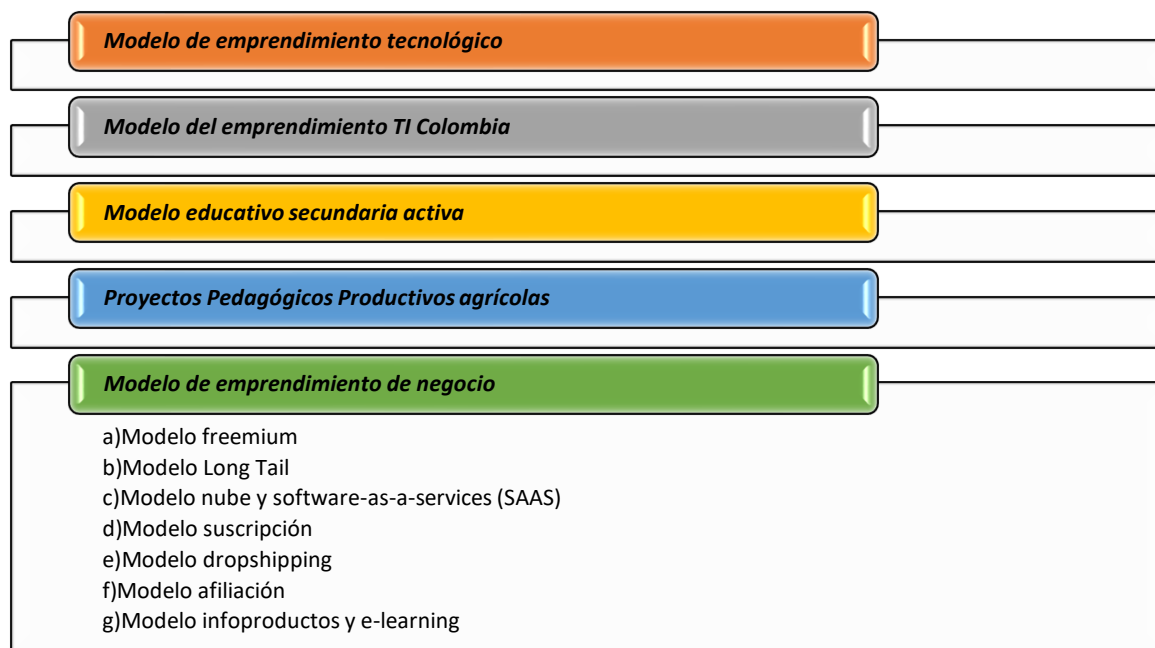
innovación, amor por la libertad, alto grado de responsabilidad, deseo de éxito más que de ganancias, capacidad de buscar solución a los problemas, capacidad de negociación, solidaridad humana, capacidad de análisis y de crítica, inconformidad con lo rutinario, facilidad para simplificar las acciones, sentido de la sociedad, de la política y de la historia (Crissier y Pérez Uribe, 2007). En este proceso de formación se implementan modelos que permitan desarrollar la actividad emprendedora, la creación de competencias y conocimientos necesarios para lograr crear un proyecto exitoso, por esta razón es necesario establecer etapas o fases que conlleven a la efectividad del emprendimiento.

Modelos propuestos en emprendimiento

Cuando estudiamos qué es el emprendimiento debemos considerar los diferentes modelos que abarcan el proceso de emprender hasta su ejecución. Para el desarrollo de estas capacidades emprendedoras, existen diversos modelos que miden aspectos como el espíritu emprendedor, la actividad empresarial, competencias personales y conocimientos, comportamientos esperados, entre otras. A continuación, se describen algunos modelos de emprendimiento que se ajustan a la presente investigación desde el sector educativo:

Figura 3

Tipos de modelos de emprendimiento



Nota. Adaptado de MinTIC (2021); MEN (2012); ABC Tenology (2013), Pérez Arroyo (2009); Varela & Bedoya (2005).

El primero se denomina **modelo para el desarrollo de programas orientados a la formación de nuevos empresarios** en el cual, se deben generar una serie de procesos que involucrar acciones de capacitación, de formación y de apoyo para poder llegar al objetivo final de lograr formar un empresario. En el modelo conceptual para un programa de desarrollo empresarial se deben tener las siguientes características:

- a) La definición de las competencias que se busca desarrollar.
- b) La definición de los procesos formativos que son necesarios.
- c) Las etapas de acción y sus metodologías

- d) Las etapas de evaluación y decisión y sus herramientas
- e) Los recursos de apoyo
- f) La retroalimentación

Estas características deben trabajarse en sinergia para el respectivo desarrollo del programa y no ser elementos aislados sin que presenten alguna conexión entre ellos (Varela & Bedoya, 2005).

En el tema de competencias se espera que al final del proceso los participantes hayan logrado un conjunto de competencias de conocimientos (CC) y de competencias personales (CP) requeridas para poder llegar a ser un emprendedor con grandes posibilidades de éxito. Por ello, el modelo debe tener la capacidad de facilitar en diversas formas el aprendizaje de conocimientos y el desarrollo de: valores, actitudes y habilidades que debe poseer un emprendedor.

En lo que hace relación a los procesos formativos, es necesario reconocer que la formación y la acción empresarial requiere tanto de procesos divergentes que se caracterizan por estar basados en: imaginación, respuestas múltiples, combinación de elementos, conductas analógicas no temporales, decisiones no basadas en razones y hechos objetivos, uso de la intuición, visión holística y aplicación de hechos cualitativos; como de procesos convergentes que se caracterizan por estar basados en: análisis, abstracción, respuestas únicas, lógica, decisiones temporales y basadas en hechos objetivos, de forma racional y sobre hechos cuantitativos.

Durante el proceso formativo es fundamental reconocer en cada etapa la interacción permanente de estos dos procesos de formación, pensamiento y acción: el divergente y el

convergente. Indudablemente, el proceso de formación debe ser el elemento que permita el desarrollo de las competencias tanto las personales como las profesionales (Varela & Bedoya, 2005). Dada la naturaleza propia del proceso empresarial, es necesario involucrar en el modelo una serie de etapas de evaluación y de decisión que permitan, tanto a los participantes, como a los formadores, los asesores y los mentores, definir quienes avanzan a la etapa siguiente en forma inmediata, quienes deben hacer un proceso previo de mejoramiento antes de seguir, y quienes no deben continuar en el proceso.

El perfeccionamiento de este proceso requiere la existencia de una serie de recursos, que le permitan su funcionamiento, y estos recursos deben ir desde los recursos humanos de formación, capacitación, asesorías, mentorías, tutorías, coaching, etc. hasta los recursos físicos, financieros, de infraestructura, ambientales, etc. El desarrollo de la cultura empresarial y el logro de la aparición de empresas, a través de la integración del empresario y la circunstancia, son fenómenos multivariados con una gran cantidad de variable controlables y no controlables y por ello es fundamental mantener una acción de retroalimentación que permita integrar los diversos componentes del modelo (Varela & Bedoya, 2005).

Además, con la innovación en los mercados actuales, han surgido nuevos modelos de emprendimientos que se han implementado y logrado tener éxito alrededor del mundo. Kenneth Morse, director académico del programa Selling To CEO and Top Management, de INCAE, afirma que se deben concretar las ideas en un producto o servicio y lograr rentabilidad requiere de una serie de elementos que todo emprendedor debe tener presente en cada uno de los pasos que se dé (Solano, 2016). Y explica que estos modelos de emprendimientos nacientes se están utilizando en la actualidad.

Según ABC Tecnología, uno de los modelos de emprendimiento recientes es el **modelo de emprendimiento tecnológico**, supone perseguir oportunidades en el espacio en blanco del 'océano azul'; oportunidades que se abren a través de avances tecnológicos que antes eran irrealizables. Algunos ejemplos de este emprendimiento lo representan Watson con su primer teléfono, Edison con las bombillas, Ford con la fabricación de automóviles, Mitch Kapor con LOTUS 123, Larry Ellison con las bases de datos relacionales en Oracle (Tecnología, 2013)

Sin dudas la tecnología ha generado cambios revolucionarios en nuestra manera de vivir, de relacionarnos con los demás; de generar transacciones, negocios y compras. De estudiar y progresar. Bajo esta premisa, un emprendimiento tecnológico es un proyecto que nace desde la iniciativa de generar un nuevo negocio, basado en las crecientes herramientas digitales que provee la moderna tecnología de los últimos años. Mediante un plan de marketing y una gestión de proyectos exitosa, una idea de negocio puede dar como resultado en un proyecto triunfante destinado al crecimiento y la innovación, a través de un proceso productivo controlado (edX For Business, 2023).

A partir del uso de herramientas como las redes sociales, el desarrollo web, tener presencia en Google, un plan de marketing digital y una buena gestión de los recursos humanos, para gestionar modelos de negocios tecnológicos viables y exitosos. El conocimiento de tendencias en el universo digital, las nuevas tecnologías y las posibilidades del Design Thinking³ (Innovaciones centradas en el usuario). Además de la

³ Método de trabajo que enfrenta y soluciona los retos y problemas que surgen en las empresas a base de creatividad, multidisciplinariedad y trabajo en equipo

importancia de conocer los procesos legales, administrativos y financieros para que una empresa unipersonal o familiar pueda convertirse en un proyecto serio, rentable y responsable en el formato de startup⁴ (edX For Business, 2023).

El siguiente modelo que se encuentra en crecimiento, según ABC Tecnología, es el **modelo de emprendimiento de negocio**, consiste en innovar y emprender, cambiar el juego, creando nuevas oportunidades de negocio. ¿Cómo? Solucionando un problema del consumidor a través de una forma diferente de actuar. Un ejemplo de este modelo es Dell, que posibilitó un modelo de venta directa de PC para aquellos usuarios que ya sabían lo que querían (y que probablemente ya tenían un PC). Otro es Amazon con su aproximación 24/7 en la venta de productos y que ha cambiado por completo nuestra forma de comprar (Tecnología, 2013).

Este modelo se puede definir como la herramienta, que precede al plan de negocio, la cual permite definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, qué valor vas a aportar, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos, además con el surgimiento de nuevas tendencias en el mundo y creación de necesidades en la sociedad se han catalogado siete nuevos modelos del emprendimiento de negocio, los cuales se mencionan a continuación (Pérez Arroyo, 2019):

a) Modelo freemium

Se trata de ofrecer el producto gratis, de ahí el “free” de delante, para luego cobrar por características especiales (premium) o por quitar anuncios. Son modelos que cada vez se

⁴ Startup se define como una empresa emergente o con crecimiento acelerado dentro del mercado

usan más. Spotify, Candy Crush o Pokémon Go son claros ejemplos de este nuevo modelo de negocio (Pérez Arroyo, 2019).

b) Modelo Long Tail

Este nuevo modelo de negocio trata de hacerse con el mercado más pequeño (nicho) a través de tener muchos productos o servicios disponibles que son difíciles de encontrar. Una librería especializada en libros en otros idiomas y de otros países sería un modelo de negocio Long Tail, ya que no tienen los típicos Best Sellers, sino que se dedica a tener muchas referencias que difícilmente se encontraría en otras librerías. Amazon empezó siendo un modelo de negocio Long Tail, puesto que se dedicaba a vender el resto de las referencias de libros que no se podían encontrar en las librerías (Pérez Arroyo, 2019).

c) Modelo nube y software-as-a-services (SAAS)

Este modelo de negocio hace referencia al servicio que ofrecen empresas (de tecnología normalmente) desde la nube sin la necesidad de instalaciones complejas en los equipos o hardware adicional, en la que se cobra una mensualidad por todos los servicios prestados. Servicios como Shopify, HubSpot, Sales Force, Google G Suite o Microsoft 365 son ejemplos de este nuevo modelo de negocio (Pérez Arroyo, 2019).

d) Modelo suscripción

Este modelo implica una recurrencia en la compra por parte del usuario que debe hacer un desembolso económico todos los meses para recibir una serie de productos o servicios, pudiendo darse de baja del servicio en cualquier momento. Un ejemplo de este nuevo modelo de negocio (que cada vez tiene más adeptos) es Winebie, que envía

mensualmente su caja de vinos por mensajería, o HBO, que pagas una suscripción mensual para tener acceso a todos sus contenidos multimedia (Pérez Arroyo, 2019).

e) Modelo dropshipping

En un modelo de negocio dropshipping, la empresa no almacena ningún tipo de producto, sino que hace de intermediario entre el comprador y el almacén. El usuario compra en la web de la empresa, el almacén recibe el aviso de compra y lo envía a la dirección del cliente final. Es un modelo de negocio cada vez más usado en e-commerce debido a los escasos costes que tiene y al poco riesgo, debido a que únicamente hay que montar la web y conectar los productos directamente con el almacén para venderlos (Pérez Arroyo, 2019).

f) Modelo afiliación

En este tipo de modelo de negocio, la empresa (o autónomo) crea contenidos (vídeos, artículos, imágenes, entre otros) lo suficientemente interesante para que el usuario haga clic en un enlace, y acabe comprando un producto o servicio. El negocio obtiene ingresos, en forma de comisión, por cada venta que se haga a través de su enlace (Pérez Arroyo, 2019).

g) Modelo infoproductos y e-learning

Este modelo consiste en crear contenidos de mucha calidad a los usuarios para poder cobrar por la descarga y/o uso de esos contenidos. Suelen ser libros y vídeos de formación que se alojan en las webs de los profesionales. Este nuevo modelo de negocio surge a raíz de los blogueros y los profesionales freelance que deciden enseñar y/o poner a la

venta todo su conocimiento a aquellas personas que quieran aprender nuevas habilidades o desarrollar sus negocios (Pérez Arroyo, 2019).

Por otro lado, se encuentra **el modelo de emprendimiento geográfico** para empresas que emergen rápidamente en los países. Estos aprenden rápido los modelos de negocio y tecnología innovadores que llegan del extranjero y los adaptan a su mercado local en función de las necesidades y requisitos de este. En la actualidad, los jóvenes emprendedores tecnológicos, que buscan llegar a nuevos mercados, necesitan saber cómo mejorar las ventas y la gestión de estas. Al principio raramente son capaces de comercializar sus ideas rompedoras por sí mismos. Deben formar equipo con empresarios e intraemprendedores para llevar sus invenciones del laboratorio al mercado (Tecnología, 2013).

Desde el ámbito colombiano se ha creado e implementado desde el ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), una estrategia de denominada **modelo del emprendimiento TI Colombia**, denominado METI por sus siglas busca aportar a las instituciones de apoyo al Emprendimiento, a quienes tienen la misión de impulsar a emprender y a los emprendedores, un modelo cuya base de conocimiento parte de la experiencia de emprender y conocer desde adentro los retos que involucra la creación de empresa para la industria TI. Por lo tanto, es un conjunto de propuestas inspiradoras para llevarlas a la práctica en el trabajo en vísperas de apoyar y gestar ideas de negocios potencialmente exitosas (MinTIC, 2021).

El modelo de emprendimiento tecnológico en Colombia, así como los conceptos ecosistema e innovación, son palabras claves en las iniciativas TI. Estas definiciones

inspiran en el soporte de las estrategias claves del modelo de emprendimiento: de una parte, el ABC necesario para acompañar los emprendimientos: Infraestructura y soporte para la innovación; la mejor gente para la industria; productos innovadores, competitivos y confiables; fortaleza financiera; desarrollo de negocios; responsabilidad social y empresarial. Y finalmente, aquella referida a la filosofía de emprender, esto es, los valores intrínsecos de los emprendedores, necesarios para impulsar sus ideas (MinTIC, 2021).

La pedagoga de la Escuela de Ciencias del Lenguaje de la Universidad del Valle, Rincón Bonilla, afirma que: la estrategia para la formación de personas que apunta a la eficacia y eficiencia de los aprendizajes es por medio de un trabajo de co-elaboración, co-realización y co-teorización que debe involucrar a todos los actores (Rincón Bonilla, 2021). La relación entre la pedagogía por proyectos y esta propuesta para el modelo de emprendimiento TI se basa en la necesaria participación de todos los actores que hacen posible cada una de las estrategias en un ecosistema basado en el emprendimiento, con el fin de alcanzar empresas exitosas para los mercados de hoy (MinTIC, 2021).

La guía para el modelo de emprendimiento en TI se compone de dos elementos fundamentales en correspondencia permanente: una dimensión estratégica compuesta por un cuerpo de valores que gobierna el actuar de los emprendedores, y, por ende, el fundamento ideológico de las instituciones de apoyo al emprendimiento; y una dimensión táctica, que soporta el modelo operativo base para la gestión del emprendimiento, a través de seis programas mencionados a continuación.

- Infraestructura y soporte, para la innovación, productividad y competitividad
- La mejor gente para la industria
- Productos innovadores, competitivos y confiables
- Fortaleza financiera

- Desarrollo de negocios
- Responsabilidad social y empresarial (MinTIC, 2021).

Frente a experiencias previas en proyectos pedagógicos productivos, durante el año 2012 el Ministerio de Educación Nacional (MEN) y con el Programa Colombia Aprende resalta que la educación es un derecho establecido en la Constitución Política de Colombia. En cumplimiento de ese mandato, el Ministerio de Educación ha diseñado y cualificado diferentes modelos educativos flexibles⁵ como alternativas a la oferta educativa tradicional, para responder a las características y necesidades particulares de los grupos poblacionales. Es así como el MEN presenta el **modelo educativo secundaria activa** dirigido a los estudiantes de básica secundaria de las zonas rurales y urbanas marginales (Ministerio de Educación Nacional [MEN], 2012).

Una alternativa de alta calidad, encaminada a disminuir las brechas en cuanto a permanencia y calidad en este nivel educativo. La propuesta pedagógica de secundaria activa privilegia el aprendizaje mediante el saber hacer y el aprender a aprender. En procura de este objetivo, los textos están orientados al desarrollo de procesos relacionados con los saberes conceptuales, procedimentales y actitudinales que, de manera significativa y constructiva, van configurando las habilidades de los estudiantes para alcanzar el nivel de competencia esperado en cada grado (MEN, 2012).

Por esa razón, estos módulos de aprendizaje están diseñados sobre una ruta didáctica y editorial pensada para que los estudiantes, a partir del análisis e interpretación de

⁵ Los modelos educativos flexibles son propuestas de educación formal que permiten atender a poblaciones diversas o en condiciones de vulnerabilidad, que presentan dificultades para participar en la oferta educativa tradicional. (Ministerio de Educación Nacional, 2021).

diversas situaciones problema, puedan aproximarse a su realidad y a su cotidianidad, y le encuentren significado a los contenidos planteados. Secundaria activa cuenta entre sus componentes con módulos para los grados 6º, 7º, 8º y 9º de la básica secundaria, en las áreas de Matemáticas, Lenguaje, Ciencias Naturales y Educación Ambiental, Ciencias Sociales, Educación Ética y Valores Humanos, Educación Artística, Educación Física, Recreación y Deporte y orientaciones para la formulación e implementación de proyectos pedagógicos productivos. Esta propuesta fue una oportunidad educativa para que muchos jóvenes pudieran continuar sus estudios de básica secundaria y ampliar sus posibilidades de vida digna, productiva y responsable, como ciudadanos colombianos (MEN, 2012).

Durante el año 2020, el Ministerio de Educación Nacional, atendiendo a la Constitución Política de Colombia, la Ley General de Educación - Ley 115 de 1994, los lineamientos curriculares, los estándares básicos de competencias y demás referentes de calidad, busca que todos los niños, niñas y jóvenes cuenten con oportunidades para acceder al conocimiento por medio del desarrollo de competencias y valores necesarios para vivir, convivir, ser emprendedores y seguir aprendiendo a lo largo de su vida. Para ello, creo una cartilla como estrategia para el aprendizaje escolar y el proyecto de vida hacia el sector rural del país, en donde se conceptualiza acerca de **los Proyectos Pedagógicos Productivos agrícolas**, observar sus características, comprender la relevancia que adquieren para la nueva ruralidad y el ciclo que les da vida. Además, resalta la importancia de la sostenibilidad ambiental, la ruta pedagógica y la participación de todos los agentes educativos en su desarrollo (MEN, 2020).

Hipótesis

- Fomentar el emprendimiento en jóvenes es muy importante para promover competencias básicas y habilidades que favorecen la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo y la autonomía, así como la capacidad para tomar decisiones e innovar en la solución de retos y necesidades de sus comunidades y entornos.
- Con base en la implementación del modelo PPP se busca incentivar una cultura educativa enfocada en temática del emprendimiento, donde se desarrolle el diseño e implementación de proyectos y nuevas opciones de negocio para la población estudiantil de las instituciones educativas de carácter privado en la localidad de Bosa.

Variables

De acuerdo con lo anterior se identifican diferentes variables en la presente investigación las cuales se detallan a continuación:

Competencias

Durante la formación del emprendimiento se busca desarrollar una cultura con acciones basadas en competencias básicas, profesionales, ciudadanas y empresariales, dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo (Hidalgo, 2015).

Desde la socioformación (vista como la comprensión de las competencias en las prácticas educativas), se abordan las competencias como desempeños integrales a fin de

lograr la formación de personas que enfrenten los retos que se presentan en su contexto con creatividad, idoneidad, mejoramiento continuo y ética (Tobón, 2012).

Esta variable se ve afectada por diferentes dimensiones relacionadas con temas como actitudes, destrezas, conocimientos, habilidades y realización personal.

También hay variados instrumentos para medir y evaluar las competencias, principalmente desarrollados en el campo de la gestión de personal, en donde se ha vuelto un tema muy importante para el desarrollo en áreas de formación y capacitación para las empresas. La medición más común para esta variable se da por medio de matrices de competencias elaboradas por las empresas, las cuales posibilitan su seguimiento a largo plazo. También son utilizadas las evaluaciones por competencias y las evaluaciones de desempeño, las cuales son muy comunes de aplicación en el sector público de Colombia.

Emprendimiento

En términos generales, el emprendedor es aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, en diferentes ámbitos laborales. Esta investigación se centra en el estudio del emprendedor, quien es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o desarrolla negocios (Timmons et al., 2004).

El emprendimiento puede ser considerado como un factor creativo en el proceso económico de toda empresa debido a que el emprendedor, en solitario, es la persona que aporta las ideas, percibe y explota oportunidades de negocio e innova en el mercado. El progreso tecnológico y la empresa van ligados y no pueden separarse (Schumpeter, 1939).

Las dimensiones que impactan a esta variable se dan en términos personales, en temas como el conocimiento, comunicación, identidad, reconocimiento, confianza. En cuanto a la medición del emprendimiento no es fácil de cuantificar, aunque desde el año 2020 se ha establecido una unidad de medida en términos de creación de empresas o en términos de resultados que pueden producir los emprendimientos denominada Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Gracias a estas variables, los análisis de la medición pueden contribuir a la generación de políticas públicas favorables (Cámara de Comercio de Bogotá [CCB], 2022).

En una de las mediciones concluyó que Bogotá es la ciudad con mayor tasa de actividad emprendedora del país (19.2 %), superior a la de muchas ciudades de América latina (GEM). En consecuencia, se proponen algunos indicadores para medir el emprendimiento:

- Rentabilidad sobre la inversión: Ganancias (ventas) / Costo de inversión
- Clientes nuevos: Con cuantos clientes ingresan durante el periodo
- Tasa Abandono: Con cuantos clientes acabamos en el periodo / Con cuantos clientes iniciamos el periodo
- Retención: Cuantas veces al mes el cliente utiliza nuestro producto

Ecosistema emprendedor

Un ecosistema de emprendimiento se define como el conjunto de emprendedores interconectados (potenciales y existentes), organizaciones emprendedoras (empresas, fondos de inversión, bancos, ángeles inversionistas), instituciones (universidades, agencias del sector público, organismos financieros) y procesos de seguimiento al emprendimiento (tasa de creación de empresas, número de firmas con alto crecimiento, porcentaje de éxito empresarial) que formal e informalmente se fusionan para conectar,

mediar y dirigir el rendimiento del emprendimiento en una región (Mason y Brown, 2014) (p. 8).

Para generar un ecosistema emprendedor se deben identificar muy claramente las oportunidades en el mercado, la normatividad y políticas y hasta la cultura, entre otros aspectos claves que ayudaran a la creación del ecosistema. Diversas dimensiones se ven relacionadas con esta variable, principalmente en términos de oportunidades de mercado, cooperación, reconocimiento e innovación entre las más importantes.

Según el Global Startup Ecosystem Report (GSER, 2022), Bogotá está en el cuarto lugar de América latina, dentro de los 100 ecosistemas emergentes en emprendimiento más importantes en el mundo. De igual manera, Bogotá fue seleccionada por Financial Times como la segunda ciudad del futuro en América latina (Cámara de Comercio de Bogotá, 2022). Algunas empresas utilizan metodologías de análisis de redes y herramientas de mapeo para identificar y medir las relaciones entre los actores de los ecosistemas de emprendimiento, con lo cual se brinda información relacionada con la madurez del ecosistema y la incorporación de nuevos actores en el mismo (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2022).

Proyectos Pedagógicos Productivos (PPP)

Un proyecto es un esfuerzo que se va a realizar, delimitado en el tiempo, es decir, con un inicio y un fin totalmente identificados y que va a producir un resultado único (Domínguez, 2015). Por otra parte, un Proyecto Pedagógico Productivo se define como una estrategia educativa que ofrece a estudiantes, docentes e instituciones educativas, oportunidades para articular la dinámica escolar con la de la comunidad, considerando el

emprendimiento y el aprovechamiento de los recursos existentes en el entorno, como una base para el aprendizaje y el desarrollo social (MEN, 2010).

Los PPP pueden ser vistos como modelos de emprendimiento que están articulados con las instituciones educativas y que ayudan al desarrollo de competencias y habilidades para la creación de negocios sostenibles.

Los PPP ofrecen diversas posibilidades y oportunidades para otras variables dependientes que intervienen en su aplicación:

Estudiantes: Les permiten la adopción de conocimientos, habilidades, destrezas y valores útiles para su proyecto de vida en escenarios productivos, mediante el trabajo en comunidad.

Docentes: Les presentan una oportunidad para transformar y desarrollar sus prácticas pedagógicas e interdisciplinarias al establecer relaciones entre el conocimiento escolar, la vida cotidiana y el mundo productivo.

Establecimientos educativos: Les ayuda a fortalecer y dinamizar los procesos internos de la gestión institucional y a viabilizar los procesos formativos pertinentes con respecto a las realidades socioeconómicas de los contextos y a las demandas contemporáneas (MEN, 2010).

Las dimensiones que están relacionadas con esta variable son principalmente temas como la autonomía, responsabilidad, autorrealización, desafío, cooperación entre los más importantes. En cuanto a la medición, la base de los PPP es el proceso de formación, el aprendizaje de todas las habilidades y competencias que se dan desde el establecimiento educativo. Si ya después, hay un rendimiento financiero, es un valor agregado, un extra, pero lo principal es el proceso formativo (Radio Nacional de Colombia, 2022). Es decir, que los resultados se dan en términos de conocimiento educativo en donde se realizan

evaluaciones periódicas, exposiciones y todo tipo de herramientas que ayuden a evaluar el aprendizaje. También se puede medir en relación con el número de proyectos que se formulan y se presentan en las diversas entidades nacionales con el fin de ser avalados y por consiguiente aplicar a los beneficios, obteniendo apoyo técnico y financiero principalmente.

Metodología

En el diseño metodológico se define el enfoque y tipo de investigación, el alcance, las fases que permiten alcanzar cada uno de los objetivos planteados, la población y muestra, los instrumentos y su validación, procedimientos y técnicas aplicadas para recoger y analizar la información. A continuación, se describe el procedimiento a llevar a cabo.

Enfoque y alcance de la investigación

De acuerdo con el problema planteado, es necesario delimitar los resultados que se obtienen de la aplicación del presente trabajo. Como eje central, lo que se pretende, es identificar las falencias conceptuales de la población objetivo en temas de emprendimiento, metodología Design Thinking, proyectos y generación de ideas de negocio, y poder determinar el grado de aptitudes y conocimientos que tienen. Posteriormente, una vez identificadas las falencias y conocimientos, se pretende realizar la respectiva transmisión de conocimiento lúdico-práctica a los estudiantes mediante la aplicación del modelo desarrollado para impulsar la creación y el fortalecimiento de habilidades y aptitudes en emprendimiento.

De igual forma, y en conjunto con los colegios, se busca establecer estrategias pedagógicas que fortalezcan la apropiación del conocimiento y capacidades en el área del emprendimiento, y por ende generar nuevas oportunidades y mejores realidades a la situación actual de los jóvenes de la localidad, enfatizando en problemáticas, necesidades, dificultades y preocupaciones de la comunidad con base en los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible.

En el desarrollo de este trabajo se realizarán cuatro sesiones presenciales por colegio basándose en la metodología Design Thinking para llegar a un estimado de Quinientos ochenta y cuatro estudiantes en seis establecimientos educativos con los grados de 6° de bachillerato hasta 11° de educación media (ver población y muestra). En cada una de estas capacitaciones se implementarán las fases del modelo con los estudiantes de los diferentes niveles, desde la sesión denominada descubrir la necesidad o problemática hasta comunicar y presentar el proyecto en la feria de emprendimiento institucional de cada establecimiento educativo.

Tipo de investigación

Para este trabajo se utilizará la investigación descriptiva, teniendo en cuenta que esta metodología permite analizar cómo es el comportamiento de un fenómeno y sus componentes (por ejemplo, el nivel de transmisión de conocimientos en los estudiantes de los diferentes colegios en temáticas de los proyectos productivos)

La investigación descriptiva busca especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Mide o evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes del objetivo de estudio. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Durante el proceso de investigación se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente para así describir lo que se investiga (Hernández y Col, 2006).

La investigación pretende relacionar los conocimientos adquiridos durante su educación básica y media, y las principales características de una persona emprendedora con las siguientes hipótesis: Fomentar el emprendimiento en jóvenes es muy importante para promover competencias básicas y habilidades que favorecen la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo y la autonomía, así como la capacidad para tomar decisiones e innovar en la solución de retos y necesidades de sus comunidades y entornos o Con base en la implementación del modelo PPP se busca incentivar una cultura educativa enfocada en temática del emprendimiento donde se desarrolle el diseño e implementación de proyectos y nuevas opciones de negocio para la población estudiantil de las instituciones educativas de carácter privado en la localidad de Bosa.

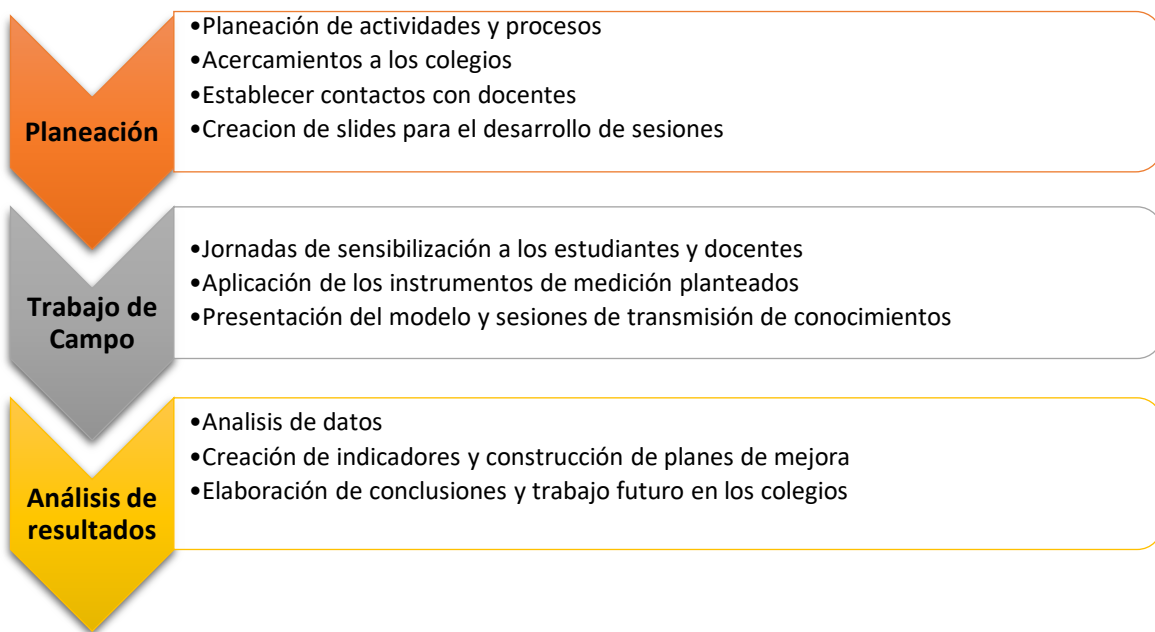
Para esto, abordamos la investigación desde dos tipos de concepciones: Objetiva (modelo cuantitativo) y subjetiva (modelo cualitativo). El modelo cuantitativo tiene un carácter nomotético, ya que su objetivo es llegar a formular leyes generales. Por lo general, emplea estudios de muestreo probabilístico y aplicación de cuestionarios, lo que quiere decir que se enfoca en obtener datos que puedan ser medidos y abordados de forma estadística. En cambio, el modelo cualitativo es de tipo ideográfico y hace hincapié en lo particular e individual. Se orienta a encontrar cualidades específicas en aquello que se pretende comprender y se inscribe en la subjetividad (Martínez, 2018).

Fases

Las fases que se plantean durante la investigación están encaminadas a cumplir los objetivos de la investigación, por esta razón se desea establecer tres fases generales que permitan desarrollar un modelo de educación basado en el emprendimiento, además de potenciar y fortalecer las competencias y habilidades de la población estudiantil de los establecimientos educativos de carácter privado en la localidad de Bosa.

Figura 4

Plantilla para el planteamiento del cronograma de trabajo.



Fase de Planeación

En esta primera fase, como lo menciona su nombre, se desea realizar una planeación de los diferentes procesos y actividades que se llevaran a cabo en los establecimientos educativos, desde establecer contacto con los diferentes estamentos (directivos, docentes

y estudiantes) de las instituciones, igualmente se generan las jornadas de sensibilización de proyectos con toda la comunidad educativa, con el propósito de instaurar una línea base frente a los conocimientos que poseen en temática frente a la gestión de proyectos y el emprendimiento.

Fase de trabajo de campo

La presente fase inicia desde la línea base para la aplicación de los diferentes instrumentos, estableciendo las estrategias pedagógicas y validación de herramientas que fortalezcan la apropiación del conocimiento y capacidades en el área del emprendimiento. Dentro de esta fase de planeación existen cuatro sesiones asincrónicas directamente relacionadas con el modelo Proyectos Pedagógicos Productivos, denominadas la planeación, ejecución, seguimiento y finalmente la evaluación. Una vez implementado, el PPP se continúa en el siguiente ciclo.

Teniendo en cuenta el planteamiento y objetivo del proyecto de emprendimiento bajo la metodología Design Thinking con intensiones netamente académica para los estudiantes de la institución educativa de los grados de educación básica y secundaria, se establecen cuatro sesiones de trabajo pactadas a continuación:

Tabla 1

Sesiones de trabajo

Numero de sesión	Tema por trabajar
Sesión #1 – Descubrir	ODS Problemáticas sociales Agenda 2030 Carrera de observación Para donde va el mundo Descomposición de problemas Storyboard
Sesión # 2 - Idear	Del problema a la oportunidad Mapa de empatía Entrevistas Brainstorming Hombre de papel Evaluación de ideas
Sesión # 3 – Actuar	Objetivos SMART Boceto Prototipo – Mockup Mapa conceptual Matriz de soluciones
Sesión # 4 – Comunicar	Imagen Nombre Lienzo Canvas Plan de acción Pitch Presentación final e infografía

Fase de análisis de resultados

Durante esta etapa, se analiza la información con los instrumentos de rúbrica de avance y aprendizaje, para obtener datos del progreso obtenido por los estudiantes de las diferentes instituciones educativas, dentro de esta fase se establece una socialización de los resultados obtenidos con los proyectos según el modelo, para finalmente redactar el informe y las respectivas conclusiones de la investigación.

Población

La presente investigación está centralizada hacia la población estudiantil de los colegios privados en la localidad de Bosa de los niveles de educación básica secundaria y media de la ciudad de Bogotá. Como la cantidad de estudiantes es considerable, al ser una de las localidades más grandes de Bogotá, se establece que la población se enfoque a 6 colegios de la localidad (uno por cada UPZ). Se decidió por este segmento de personas debido a la accesibilidad de la información, el contacto con los directivos de los establecimientos educativos para poder realizar e implementar el modelo y que dentro de estas instituciones se posee una cátedra de emprendimiento o bases en temática de proyectos.

Muestra

Se da la aplicación en los seis colegios con el propósito de obtener datos de la implementación del modelo según indicadores socio demográficos, nivel de enseñanza en básica, secundaria y media y demás variables socioeconómicas que influyen dentro de las UPZ. Del mismo modo, y para la constitución de la muestra, se toma una muestra probabilística basada en un cálculo de regla de tres, teniendo en cuenta el porcentaje establecido para muestras representativas, ósea entre el 25% y el 35% de la población (Valbuena, 1974).

Los siguientes datos son insumos para calcular el tamaño de la muestra:

Matricula de los 6 colegios seleccionados en la población:

Tabla 2.

Población objetivo

INSTITUCION	GRADOS						TOTAL
	6°	7°	8°	9°	10°	11°	
LICEO OCTAVIO PAZ	21	30	28	24	26	27	156
GIMNASIO REAL AMERICANO	134	118	119	129	105	124	729
LICEO MIXTO LOS CENTAUROS	25	37	36	26	25	18	167
COLEGIO JOSE ORTEGA Y GASSET	28	27	34	36	47	27	199
LICEO ANTONIO DE TOLEDO	39	55	63	73	80	63	373
INSTITUTO ALVARO MUTIS	23	25	29	33	21	16	147
TOTAL							1.771

Nota. Adaptado de Sistemas de matrículas SIMAT (2023).

Si aplicamos la regla de 3 se obtiene:

100% ----- 1.771

31% ----- X

X = 549

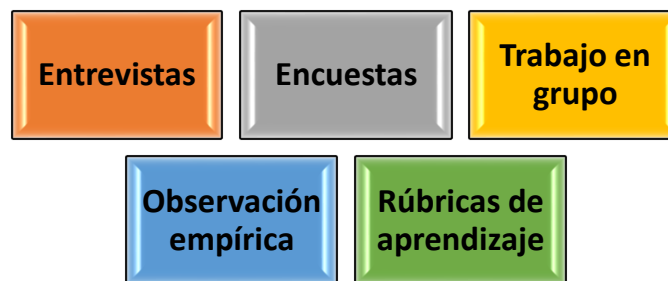
De acuerdo con lo anterior, aplicando un porcentaje representativo para determinar el tamaño de la muestra del 31 %, se utilizarán las herramientas para un estimado de 549 personas de la comunidad educativa, entre ellos estudiantes, docentes y directivos en los niveles de secundaria y media, con un promedio de 97 aplicaciones en cada uno de los colegios seleccionados.

Instrumento de medición

Para la recolección de la información se realizará trabajo de campo en donde se aplicarán los instrumentos de medición para la investigación, se desea incluir los métodos cualitativos y cuantitativos debido al enfoque y objetivos establecidos dentro del proyecto, los cuales se mencionan a continuación:

Figura 5

Instrumentos de medición



- Entrevistas: Esta herramienta de enfoque cualitativo permite recopilar información personalizada para obtener un contexto detallado de la población de los diferentes establecimientos educativos. Para el presente documento se ha generado un formato de entrevista que consta de 15 preguntas, las cuales ya han sido validadas por expertos. Las entrevistas son de carácter más personalizado y de tipo conversación, y dan al entrevistado un mayor espacio para dar su respuesta (preguntas abiertas). Ver [Anexo A](#)

La expectativa con la aplicación de este instrumento es conocer el nivel de competencias y habilidades de los estudiantes de las diferentes instituciones

educativas en temas de emprendimiento. Esta técnica de recolección de información permite realizar un diagnóstico y formular acciones que conlleven a desarrollar temáticas favorables para los estudiantes para el desarrollo de su proyecto de vida.

- Encuestas: Este instrumento logra que la población responda con amplitud en lugar de elegir entre un número determinado de respuestas y suele darse espacio para que la gente responda de forma descriptiva, en lugar de limitarse a darles una selección específica de respuestas entre las que elegir. De igual forma, se ha elaborado un formato de encuesta con 15 preguntas cuyos resultados son más precisos para lo que requerimos. Ver [Anexo B](#)

Las encuestas tienen la misma finalidad que las entrevistas, recolectar información, aunque se diferencia en que se delimita la respuesta dando varias opciones de acuerdo con lo que se requiere, por lo que es más objetiva. Lo que se pretende con la aplicación de las encuestas es entender las causas del problema de investigación y poder brindar soluciones al mismo. También nos permiten analizar los hechos y crear estrategias para implementar las mejores alternativas.

- Trabajo en grupos: Este instrumento permite que la gente comparta sus puntos de vista, conocimientos y de aportes acerca de la temática de emprendimiento y proyectos, para dar una visión más amplia, además de poder elaborar un proyecto con las habilidades y capacidades conjuntas de los participantes del modelo PPP.

Lo que se pretende con esta herramienta de tipo cualitativa es construir y consolidar redes de conocimiento, intereses colectivos en la comunidad y fortalecimiento de la cultura del emprendimiento, para lo cual se trabajará en grupos de tres o cuatro personas del mismo grado y con un rango de edades entre los doce hasta los diecisiete años.

- Rubricas de aprendizaje: Este instrumento de evaluación, cuya finalidad es compartir criterios o indicadores, permitan evaluar de manera objetiva y crítica el aprendizaje adquirido por los estudiantes, las habilidades desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados y las temáticas de proyectos, plasmado en la observación empírica y con los registros fotográficos de las actividades desarrolladas como soporte de validación. Como instrumento de medición se ha elaborado una rúbrica de aprendizaje que nos permite evaluar la gestión del conocimiento en la aplicación de los modelos. Ver [Anexo C](#)

Lo que se pretende con este instrumento es evaluar a los estudiantes acerca del aprendizaje obtenido con el modelo en temáticas relacionadas con el emprendimiento y la elaboración de PPP.

- Observación empírica: Permite observar el entorno en el que se encuentran la población estudiantil mientras los investigadores forman parte activa de las situaciones. En muchas ocasiones considera que la observación puede tener un sesgo en la investigación, ya que la participación puede influir en las actitudes y opiniones del investigador, lo que dificulta su objetividad. Sin embargo, se establece llevar un diario de campo con fotografías de las diferentes actividades

y avances del proyecto para garantizar la veracidad de la información, esto se verá plasmado dentro de la rúbrica de aprendizaje. Ver [Anexo D](#)

Con este instrumento pretendemos llevar un proceso fotográfico de las diferentes actividades realizadas durante cada una de las sesiones para garantizar la veracidad en la transmisión de conocimientos en los estudiantes de los diferentes grados y su avance con los PPP.

Procedimientos y técnicas de análisis de información

Durante esta investigación se establece la técnica de análisis de contenido, la presente herramienta es de gran utilidad basada en el análisis y la interpretación de fuentes documentales y en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, para descubrir y evidenciar sus contenidos latentes. El objetivo es conocer no solo lo que se transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir o condicionar el mensaje implícitamente (Oliver, 2008).

Validación de los instrumentos

Respecto a los instrumentos de medición, se tuvo en cuenta los siguientes criterios para su respectiva validación. En primera medida, estuvo revisado por cinco evaluadores expertos en temas relacionados con la gerencia de proyectos y sector educativo, quienes van a ser parte de la muestra en los diferentes establecimientos educativos y dieron las respectivas observaciones que se informan a continuación.

- Durante el proceso de validación se debe contextualizar al encuestado frente a lo que se está preguntando para crear un ambiente relacionado en pedagogía y la gestión de proyectos.
- La mayoría de las preguntas fueron calificadas como claras, relevantes y pertinentes.
- A pesar de que las preguntas están bien estructuradas, se recomendó ser más específicos en temas de proyectos y de pedagogía, basándose en las habilidades y conocimientos que debería tener una persona para enmarcarse en el mundo del emprendimiento.
- Comentarios referentes a la redacción y claridad de las preguntas de los diferentes instrumentos de validación.
- Las preguntas están acordes a las variables establecidas, logrando así una sinergia entre la variable a medir y el instrumento a utilizar.
- En las preguntas abiertas se debe justificar para poder obtener una visión más detallada de la población y sus características para cada una de las muestras en las diferentes instituciones educativas.

Trabajo de Campo

El trabajo de campo realizado para efectuar el análisis de recepción del modelo denominado Desarrollo de proyectos pedagógicos productivos (*PPP*) en cada una de las seis Instituciones Educativas Privadas de los niveles secundaria y media de la localidad de Bosa, se llevó a cabo durante el periodo que comprende desde el mes de febrero a mayo de 2023.

Se realizó una visita para cada establecimiento educativo con el propósito de concretar la vinculación directa del proyecto, la entrega de la planeación propuesta y las fechas tentativas de las cuatro sesiones planteadas con los estudiantes, estas reuniones de comunicación y aceptación de la implementación del modelo se realizaron con los rectores, coordinadores académicos y docentes encargados del área de emprendimiento o fundamentos empresariales según se denomina la asignatura en los programas curriculares de cada institución; es bueno resaltar que cada una de las sesiones de trabajo con los diferentes grados tiene una duración de tres horas y una periodicidad de una semana entre ellas, en donde se trabaja independiente las etapas (descubrir, idear, actuar y comunicar) mencionadas anteriormente en la sección de metodología propuesta.

Una vez concretado y aceptado el proyecto por parte del colegio, se procedió a utilizar el primer instrumento denominado encuesta, con el propósito de obtener una perspectiva frente a la temática del emprendimiento por parte de la comunidad educativa en la localidad de Bosa, antes de iniciar la primera sesión de transmisión de conocimientos con los estudiantes. Para mayor facilidad y accesibilidad en el proceso de recolección de la información se envió el respectivo enlace y código QR de la encuesta a los correos institucionales de los estudiantes de los diferentes colegios. Para una mejor visualización del instrumento y su estructura se debe escanear el siguiente código o ver el [Anexo B](#) del respectivo trabajo.

Figura 6

Acceso QR instrumento de medición encuesta



Con base a los datos recolectados se elaboró la respectiva presentación para la sesión uno, en donde se abarcaron los siguientes temas: Presentación del modelo, sesiones de trabajo y los temas que se van a trabajar en cada sesión; además de la explicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), conceptos de proyectos, emprendimiento, metodología Design Thinking y se establecieron los grupos de trabajo que estarían conformados por cuatro personas de cada salón.

Figura 7

Diapositivas de explicación del modelo PPP en los colegios

Emprendimiento Juvenil

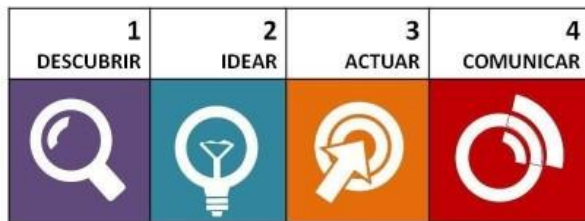
Objetivo:

- Promover el desarrollo del espíritu emprendedor en los jóvenes, fomentando el desarrollo de habilidades, talentos y competencias necesarias para enfrentar nuevos retos de su entorno y solucionarlos de manera ágil y creativa, sentando las bases de futuros empresarios socialmente responsables, éticos e innovadores.
- **Dirigido a:** Estudiantes y docentes de grados 6° a 11° de colegios privados de calendario A, de la localidad de Bosa que estén interesados en promover el emprendimiento en la institución, o que tengan en su programa educativo institucional iniciativas en pro del fomento de la cultura emprendedora

A photograph of three young boys in blue soccer uniforms sitting on a grassy field. They are smiling and looking towards the camera. The background shows a soccer field and trees.



METODOLOGÍA DESIGN THINKING



Problema definido

Idea innovadora para solución

Prototipo de la solución

Proyecto de emprendimiento

Nota. Adaptado de CCB (2022).



Durante la primera sesión denominada **descubrir** con cada colegio, se realizaron cuatro actividades con los equipos de trabajo. La primera actividad llamada me encantaría tenía como propósito que los equipos reconocieran sus habilidades, puntos de oportunidad e intereses personales de cada estudiante en diversos campos y sus posibilidades de desarrollo y que estos puedan ser aportados al proyecto. En segunda instancia se realizó la actividad denominada Carrera de Observación con actitud de principiante, cada equipo saldrá a observar en su entorno educativo, situaciones de desajuste diez (10): problemas, necesidades, dificultades, deseos no satisfechos, inconformidades, carencias, contradicciones o preocupaciones.

Es decir, algo que no esté bien y que crean que merece un mejor tratamiento o que vale la pena cambiar para la comunidad educativa. Durante la tercera parte de la sesión se trabajó la actividad descomposición de problemas en donde el grupo de trabajo selecciona tres (3) de las situaciones de desajuste, vistas en la carrera de observación, que consideren más llamativas posterior a la carrera de observación. Los equipos, primero, ejecutarán una descomposición de los tres problemas hallados, teniendo presentes las causas en la parte superior, la problemática en el centro y los efectos en la parte inferior

del mapa. Para finalizar la sesión y con base en los resultados de cada problema, deberán construir una narración o una historia en la última actividad denominada *Storyboard*.

Figura 8

Actividades realizadas etapa descubrir

Actividad 1: Me encantaría

Con el taller corto “Me encantaría” se busca identificar los intereses personales de los estudiantes en diversos campos y sus posibilidades de desarrollo.

Se espera que el estudiante reconozca su equipo de trabajo a partir de las habilidades que le pueda aportar al proyecto

Cómo hacerlo:

- Tomen una hoja en blanco
- Dóblenla en seis partes
- Para cada una de las preguntas que vienen a continuación, escriba la respuesta, una respuesta por cada sección de la hoja.
- Responda de forma concreta, sin pensarlo tanto, no deje ninguna pregunta sin contestar.

1. ¿Qué te gustaría hacer por el resto de tu vida, incluso si no te pagaran por ello?
2. ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre? ¿Por qué?
3. ¿Cuál es tu trabajo ideal? ¿Por qué?
4. ¿Qué te gustaba hacer cuando eras niño/niña? ¿Ha cambiado?
5. ¿Qué asignatura te gustaba más en el colegio? ¿Por qué?
6. ¿Cómo sería un trabajo que no te gustaría hacer? ¿Por qué?

Actividad 2: Carrera de observación

Con “actitud de principiante”, cada miembro del equipo saldrá a observar en su entorno cercano, situaciones de desajuste (10): problemas, necesidades, dificultades, deseos no satisfechos, inconformidades, carencias, contradicciones, preocupaciones, etc. Es decir, algo que no esté bien y que crean que merece un mejor tratamiento o que vale la pena cambiar.

Cómo hacerlo:

- De manera individual o en grupo
- La meta es obtener la mayor cantidad de situaciones identificadas.
- Una vez terminado el ejercicio, se reunirán en grupo nuevamente y registrarán sus observaciones en una hoja en blanco usando como guía el cuadro que está abajo

Conceptos Clave

- Actitud de Principiante
- No juzgues
- Pregúntalo todo. Como un niño. ¿Por qué?
- Sé curioso
- Encuentra patrones
- Escucha

LUGAR	SITUACIÓN	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
1.			
2.			
3.			

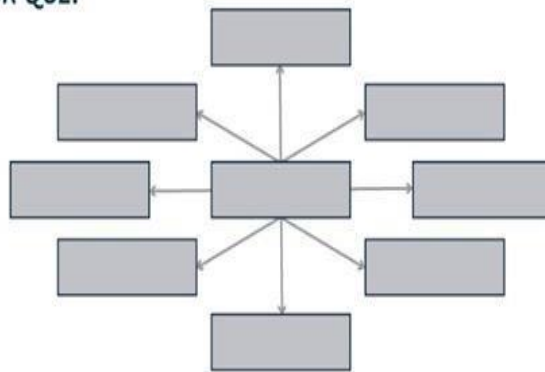
Actividad3: Historia a través de la descomposición de problemas

El grupo de trabajo seleccionará tres (3) de las situaciones de desajuste, vistas en la carrera de observación, que consideren más llamativas, posterior a la carrera de observación. Los equipos, primero ejecutarán una descomposición de los tres problemas hallados, respondiendo las preguntas orientadoras. Con base en los resultados de cada problema, deberán construir una narración o una historia

Cómo hacerlo:

- Seleccionar tres (3) de las situaciones de desajuste
- Descomponerlos aplicando mapa de causas y efectos - ¿Por qué?
- Identificar el problema asociado a cada una de las tres (3) situaciones de desajuste
- Con base en los resultados de cada problema, construir una narración o una historia

¿POR QUÉ?



Actividad4: Storyboards

Para cada una de las tres (3) situaciones escogidas en la etapa anterior, la liga emprendedora deberá elaborar un storyboard.

¿Has leído un cómic? el **storyboard**, se trata de un guion gráfico, un conjunto de imágenes que aparecen en secuencia y que se utilizan como guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de una película o producción audiovisual antes de realizarla o filmarla. Su función es narrar la historia con pocas imágenes secuenciadas, que van acompañadas de textos.

Cómo hacerlo:

- **Define un tema.** En este caso, las situaciones de desajuste escogidas en la etapa anterior
- **Escribe un corto "libreto"** que resuma la historia del ejercicio anterior en mínimo 6 y máximo 10 cuadros como en la ilustración. Debes usar cada cuadro para describir algo relevante de la historia.
- **Piensa cuales serían las imágenes** que corresponderían a las situaciones relevantes y esbózalas cuadro a cuadro. Incorpora los textos que consideres importantes para consolidar el storyboard
- ¡Hazlo! **No te preocupes por la calidad del dibujo**, pero haz tu mejor esfuerzo.



Nota. Adaptado de CCB (2022).

Es pertinente resaltar que durante cada una de las sesiones se aplicaron los instrumentos denominados entrevistas para recopilar información personalizada y obtener un contexto detallado de la población de los diferentes establecimientos educativos y la rúbrica de aprendizaje para evaluar de manera concisa la curva de aprendizaje adquirido por los estudiantes en cada una de las etapas, y las habilidades desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados y las temáticas de proyectos. Para una mejor visualización de los instrumentos y su estructura ver el [Anexo A](#) y [Anexo C](#) del respectivo trabajo.



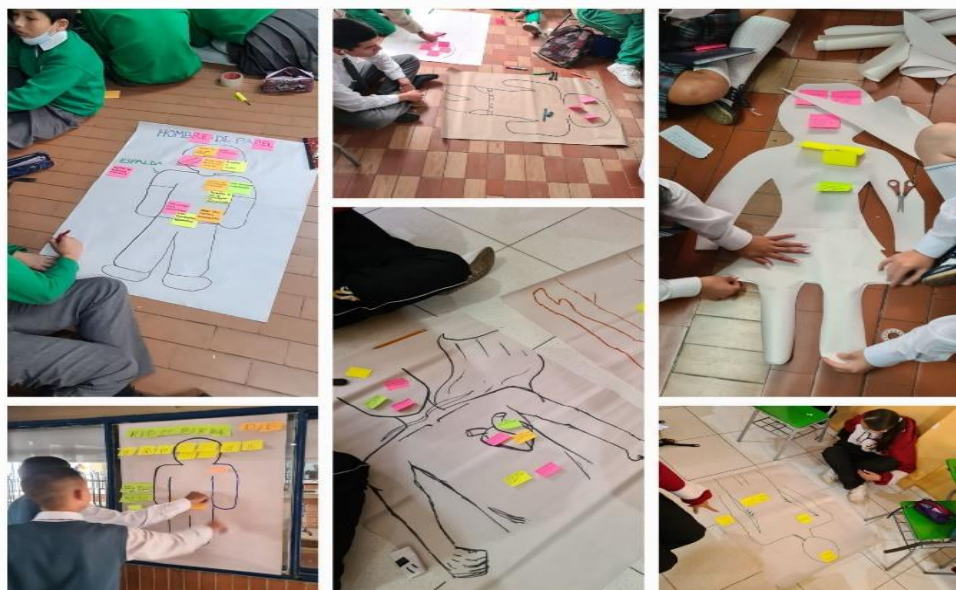
En la segunda sesión de trabajo, denominada **idear**, los jóvenes analizaron, definieron y profundizaron en la problemática o necesidad escogida, descubriendo qué los llevó a seleccionar la situación de desajuste y en ese sentido, cómo generar ideas para solucionarlo. Entretanto, la transmisión de conocimientos se centró en generar ideas y de ponerlas en acción.

Las actividades realizadas durante el segundo encuentro fueron, el mapa de empatía, herramienta que busca profundizar en la problemática, aproximándose de nuevo a las personas que están alrededor del problema que se escogió y elaborar una entrevista profunda para conocer sus perspectivas. Después de elaborar el respectivo

mapa, se procedió a realizar la actividad denominada el hombrecito de papel, donde por medio de un brainstorming (lluvia de ideas) se establecieron las posibles ideas que planteaban los estudiantes para dar una solución a la problemática, clasificadas de la siguiente forma: en la cabeza las más racionales y obvias, el estómago las más divertidas e interesantes, en el corazón las que preferimos o nos gustan y la espalda las más audaces y arriesgadas.

Figura 9

Evidencias Brainstorming metodología “Hombre de Papel”



Posteriormente, se procedió a realizar el póster como entregable de la sesión, donde se explican e ilustran las cuatro ideas más interesantes surgidas en esta etapa, una idea por cada extremidad. Y para finalizar la sesión se explicó el método DELPHI, el cual permite realizar una selección de varias ideas y elegir solo las ideas más sobresaliente por medio de una ponderación y una rúbrica de preguntas puntuales.

Figura 10

Actividades realizadas etapa idear

Actividad: Mapa de empatía

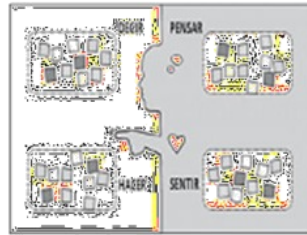
En el mapa de empatía, se tienen en cuenta las siguientes 4 situaciones de las personas, en las que encuentras preguntas orientadoras:

PENSAR: ¿Qué podría estar pensando la persona? ¿Qué es lo que lo motiva? ¿Cuáles son sus preocupaciones? ¿Cuáles son sus aspiraciones y expectativas? ¿Qué es lo que le importa realmente? ¿Qué obstáculos encuentra en el camino de sus objetivos?

DECIR: ¿Qué es lo que le parece importante? ¿Qué cree? ¿Con quién habla? ¿Influencia a alguien? ¿Existen diferencias entre lo que dice y lo que piensa? ¿Cuáles son las citas y palabras que definen lo que el usuario ha dicho?

HACER: ¿Cómo se comporta habitualmente?

SENTIR: ¿Qué emociones pueden ser las que la persona siente? ¿Qué le frustra? ¿Qué es lo que de verdad le gustaría conseguir? ¿Qué lo hace sentir ganador?



Actividad: El hombrecito de papel

El equipo debe organizarse eligiendo un **moderador**, un grupo de **expertos** y un **“hombrecito de papel”** a quién disfrazarán con las ideas. Al final registrar las ideas en el cuadro.

<p>CABEZA Las más racionales y obvias</p>	<p>ESTÓMAGO Las más divertidas e interesantes</p>
<p>CORAZÓN Las que preferimos o nos gustan</p>	<p>ESPALDA Las más audaces y arriesgadas</p>



ENTREGABLE PÓSTER

La Meta

Realizar la Entrega del Avance 2, el cual se realizará en plenaria a manera de exposición general. Cada equipo deberá elaborar 1 póster donde se explican e ilustran las 4 ideas más interesantes surgidas en esta etapa. Cada idea deberá ser introducida por la frase “Se trata de...”.

Cómo hacerlo:

- El póster se deberá colgar en la pared y dos miembros del equipo deberán permanecer frente a él, para explicar a los visitantes las ideas y preguntarles cuáles consideran más interesantes. Los demás miembros del equipo deberán visitar a los otros equipos para preguntar y retroalimentar.
- El póster será un pliego de papel periódico o cartulina en formato vertical. Pegarán del mejor modo, cinco hojas tamaño carta como se ve en el gráfico
- Prepara tu presentación para atender las inquietudes de los visitantes y durante el evento toma atenta nota de sus observaciones y recomendaciones.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN	IDEA 1	IDEA 2	IDEA 3	IDEA 4
1. ¿Es una idea concreta?.				
2. ¿Resolvería un problema real?				
3. ¿Conocemos suficiente sobre el problema que buscamos cambiar?				
4. ¿Es importante para las personas beneficiadas?.				
5. ¿Genera un beneficio a otros?.				
6. ¿es una idea alcanzable?.				
7. ¿Se puede medir?.				
8. ¿Es una forma nueva de hacer la cosas?.				
9. ¿ Es una idea completamente original?.				
10. ¿Es desafiante para nosotros?.				
11. ¿Nos gusta el tema?.				
12. ¿Estamos dispuestos a llevarla a cabo?.				
13. ¿Contribuye al desarrollo de nuestra comunidad?.				
TOTAL				

Nota. Adaptado de CCB (2022).



Se define la tercera sesión **actuar**, como el momento de pasar a la acción, el momento en que las propuestas de cambio se van a llevar a la realidad a través de prototipos (visualizaciones, ilustraciones, representaciones o modelos de la solución). En esta etapa se especifica y materializa la idea que propone la solución a la que eligieron los estudiantes y lo más interesante es que con algo concreto, pueden comprobar con las personas para quienes pensaron la solución, si la idea va por buen camino.

Para iniciar la transferencia de conocimiento, se explicaron los objetivos SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time – Bound), que su traducción al español significa (Específico, medible, alcanzable, relevante y en un límite de tiempo). Los cuales se trabajan en los diferentes proyectos y emprendimientos. A partir de ahí, se empezó a realizar la primera actividad denominada “del dicho al hecho”, en donde los estudiantes establecían su objetivo principal y sus objetivos específicos, teniendo presente la metodología SMART.

Además, durante esta etapa se trabajó en afianzar las competencias de comunicación y en temáticas de cómo dirigirse a un público, evidenciando con los estudiantes algunas estrategias de cómo exponer y explicar su respectivo proyecto por medio de la metodología *Pitch*, esta temática se basa en realizar una presentación breve en la que se describe una empresa, su actividad, y el estado de desarrollo para la idea de negocio.

Figura 11

Actividades realizadas etapa Actuar parte 1

Actividad: Del Dicho al hecho

Preparación de la actividad

Se realizará una síntesis de lo realizado hasta ahora
Se redactarán el objetivo general y los objetivos específicos SMART

Cómo hacerlo:

- Trabajo por equipos
- **La meta es escribir con claridad la síntesis de lo realizado**
- Para el objetivo general preguntarse: ¿Qué es lo que quiero alcanzar? ¿Dónde? ¿Para qué? / Acción (verbo) + Contenido = Objetivo
- Para los objetivos específicos: ¿Cuáles son los pasos que se deben realizar para llegar al objetivo general) / Acción (verbo) + Contenido = Objetivo. Una vez terminado el ejercicio, deben tener redactado el reto de diseño de cada equipo.



Actividad : EL PITCH

EL PITCH

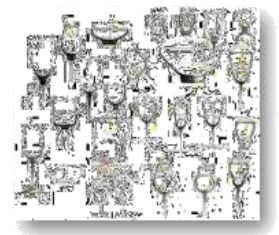
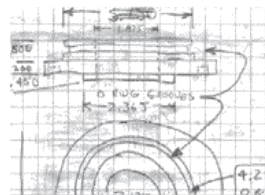
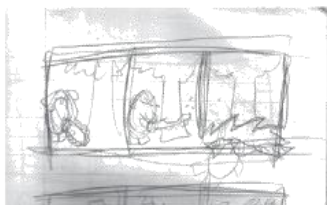
En el espacio a continuación, redacta un corto “discurso” que dará un equipo con grandes habilidades y con la verdadera posibilidad de resolver el problema conectando los tres elementos anteriores, el discurso lo dará nuestra liga de emprendimiento, indicando cual es el valor real que recibirán los actores dentro del problema.

“En nuestro trabajo de campo, nos dimos cuenta de.... (problema o necesidad y personas afectadas) razón por la cual nos preguntamos ¿cómo podríamos... (reto de diseño), para lo cual miramos diferentes posibilidades que nos llevaron a definir nuestra idea de solución, la cual se trata de.... (la idea escogida).”

Actividad: Bocetar

Recomendaciones:

- Realiza muchos bocetos, no te quedes con la primera idea.
- No te preocupes por la ejecución o calidad de los dibujos.
- Escribe textos, flechas, rayas, llamados, observaciones



Nota. Adaptado de CCB (2022).

A continuación, se realizó la actividad denominada “Bocetear” donde se detalla la propuesta de solución a través de dibujos, incorporando aspectos explicativos de la solución como los requerimientos básicos o aspectos para tener en cuenta para el diseño final.

Figura 12

Evidencias bocetos de proyectos



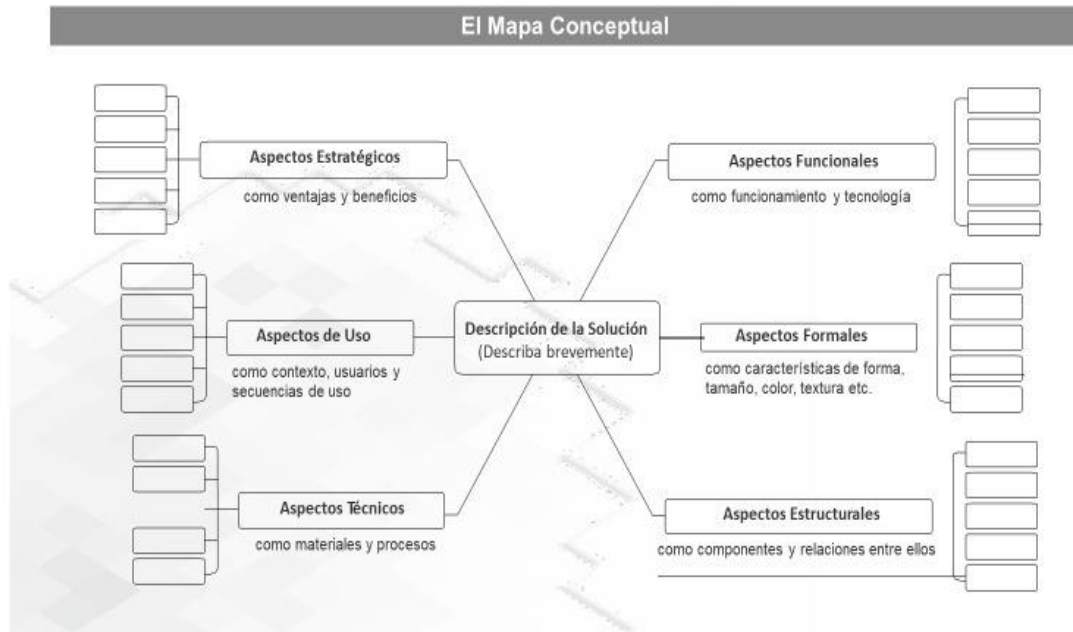
Para concluir la sesión, se realizan dos actividades, la primera denominada *Mockup*, traducido del inglés como bosquejo o prototipo, es un fotomontaje a través del cual los estudiantes pueden presentar sus propuestas a los clientes. Los mockups cuentan con mucho uso. No solo sirven para presentar las propuestas del diseño de logos, sino también se utilizan con mucha frecuencia en el diseño web y el diseño de aplicaciones. Y la segunda actividad nombrada mapa conceptual, esta herramienta de pensamiento visual posibilita organizar y representar de manera gráfica y mediante un esquema el conocimiento.

El objetivo de este mapa conceptual es representar vínculos entre distintos conceptos como lo son los requerimientos básicos y aspectos a tener en cuenta durante el diseño del proyecto. Finalmente, se les solicita a los estudiantes en realizar una prueba concepto de su prototipo y perfeccionarlo durante las semanas siguientes con el propósito de presentarlo durante la feria de emprendimiento con los colegios, donde se expondrán las respectivas soluciones a los problemas propuestos.

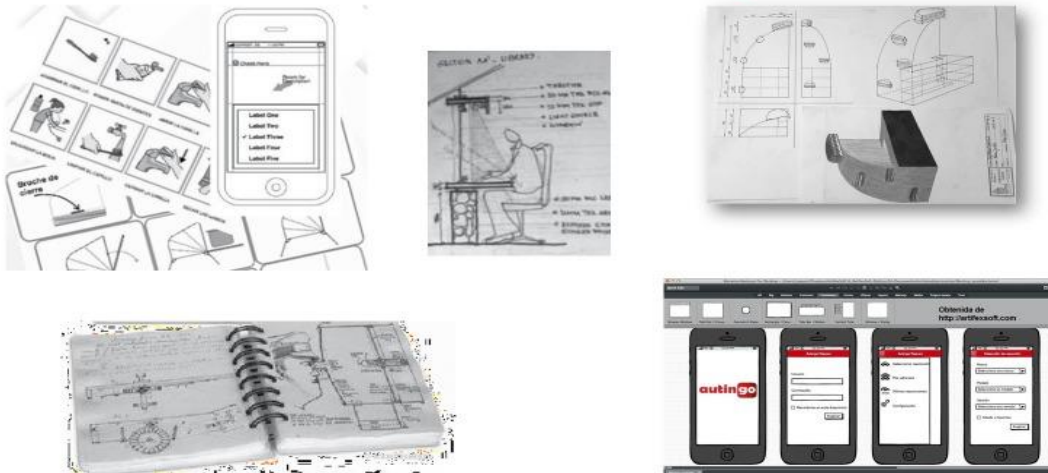
Figura 13

Actividades realizadas etapa Actuar parte 2

Actividad : Mapa Conceptual



Actividad: VISUALIZAR. Ilustrar - Mockup



Actividad : Prueba de concepto

¿Qué quiere saber?	¿Qué podría preguntar?	Las personas respondieron..
1. Si el concepto está claro. ¿Qué tanto se comprendió?	Acabo de presentarle nuestra idea. ¿Qué entendió sobre el producto/servicio? ¿En qué consiste?	
2. El impacto que tuvo su idea. Vislumbrar la fuerza, bien "racional" o "emocional".	¿Qué opinión tiene sobre la idea? En general, ¿Cómo le pareció?	
3. Los aspectos positivos y negativos que ven en los productos/servicio de su proyecto	Sabemos que todas las ideas tienen aspectos positivos y negativos. Ayúdeme a ver ambas partes: Empecemos por los negativos: ¿Qué aspectos no le llamaron la atención? ¿Qué inconvenientes le encuentra? ¿Qué cosas cambiaría? Y ahora, los positivos: ¿Qué le gustó? ¿Qué destacaría de este producto/servicio?	
4. Cuáles son los beneficios del producto/servicio.	¿Cuales beneficios de mi producto/servicio para el usuario usted destacaría?	
5. Interés en la propuesta.	¿Qué tan interesado estaría en usar productos/servicios como los que le acabo de presentar?	

Actividad : Las soluciones

La meta

En este momento realizarás la entrega en plenaria a manera de exposición general. Cada equipo deberá elaborar un (1) prototipo de baja resolución de la propuesta de solución. Para este día, también deberás llevar la bitácora al día, incluyendo bocetos, Mock-up, prueba de concepto y, por supuesto, el prototipo que es la maqueta.

Recomendaciones

- Los prototipos deberán ser expuestos de la mejor manera posible por dos miembros del equipo, quienes deberán permanecer frente a su prototipo y con su bitácora en mano, explicar a los visitantes las soluciones
- Solicitándoles que evalúen los aspectos positivos, las críticas constructivas, las dudas o preguntas y las nuevas ideas que surjan
- Los demás miembros del equipo deberán visitar a los otros equipos para preguntar y retroalimentar.
- Durante la visita de los pares y los facilitadores a los proyectos, los "visitantes" deberán evaluar los aspectos positivos, las críticas constructivas, las dudas o preguntas que surjan y las nuevas ideas que surjan
- Cada liga emprendedora deberá tomar nota de cada uno de los aspectos en el siguiente formato:



Nota. Adaptado de CCB (2022).



Al llegar a la última etapa y sesión de transferencia de conocimientos denominada **comunicar**, se realizó el proceso de construir y modelar la plataforma del proyecto de emprendimiento, elaborando una presentación efectiva con argumentos poderosos. El cual definido como el momento de pasar a limpio toda la experiencia para presentarla al público.

En la primera actividad, se trabajó en los diferentes grupos de estudiantes diseñando el respectivo nombre e imagen del proyecto, teniendo como base preguntas orientadas al producto o servicio a presentar. Durante la siguiente actividad, se explicó el respectivo lienzo de modelo de negocio denominado Lienzo Canvas, la cual es una herramienta de pensamiento visual que facilita organizar en una sola hoja los diferentes componentes del proyecto y comprender sus múltiples relaciones. Se llama Canvas porque hace una analogía con el lienzo en el que se pinta (literalmente Canvas traduce lienzo, que es donde un artista pinta su obra). En el caso del proyecto se pintó la estructura del emprendimiento de los grupos de los diferentes colegios. La herramienta ha sido elaborada por Alexander Osterwalder en el libro generación de Modelos de Negocio.

Figura 14

Actividades realizadas etapa Comunicar parte 1

Actividad: ¿Cómo lo identifico?

Creación del nombre

- Existen varios modelos de construcción sintáctica del nombre, y con base en nuestros análisis previos, descartaremos aquellos que no vayamos a utilizar:
- Descriptivos: Cuando el nombre se basa en la descripción literal. (Crepe & Waffles).
- Neologismo: Cuando construimos un nuevo nombre partiendo de varios existentes (Servientrega, Servicio + Entrega) Abstracto: Creamos un nombre inexistente. (Kokoriko) Sugerente: Cuando es un nombre que habla del beneficio directo (Paga Todo).
- Evocativo: Cuando partimos de una raíz conocida y construimos algo nuevo. (Bancolombia).
- Asociativo: Cuando nos describe algo de forma conceptual (Alkosto).

Recomendaciones para evaluación del nombre

- ¿Muestra los beneficios? ¿Es diferenciador? ¿Es suficientemente flexible? ¿Se conecta con el usuario o beneficiario?
 ¿Tiene sonoridad? ¿Otorga relevancia al proyecto? ¿Es fácil de recordar? ¿Es morfológicamente agradable?
 ¿Es pronunciable por todas las audiencias? ¿Carece de asociaciones negativas?

Actividad: ¿Cómo lo identifico?

Las preguntas orientadoras del nombre	
Pregunta	Escribe aquí la respuesta (de manera breve, casi que con una palabra)
a. Producto o servicio; ¿De qué se trata?	
b. Característica principal. ¿Cómo es?	
c. Principal beneficio. ¿Qué es lo que le resuelve a las personas?	
d. Usuario, beneficiario o consumidor ¿Para quién es?	
e. Usuario beneficiario o consumidor. ¿Cómo es?	
f. Una emoción. ¿Qué quiere transmitir?	

Actividad ¿Cómo lo identifico?

La meta

Ya somos una liga de emprendimiento, tenemos todo claro en la ejecución de nuestro proyecto, es momento de identificarlo, debemos definir el nombre y la imagen que tendrá el producto o servicio de nuestro proyecto o nuestro proyecto en sí, atendiendo a las recomendaciones anteriores y algunas técnicas que te sugerimos a continuación.

Recomendaciones para la imagen:

- **Versatilidad.** Tener en cuenta que será utilizado en varios tipos de medios, es decir que puede aplicarse sobre presentaciones digitales, en sitios webs, etc.
- **Sencillez.** El objetivo primordial de la imagen es ser recordada por el poder del símbolo en sí mismo.
- **Color.** Los colores están asociados a emociones, recuerdos, lugares e imágenes visuales en nuestro cerebro.
- **Forma.** No debe ser una forma demasiado compleja, porque el mensaje seguramente será difícil de entender por las personas.
- **Conexión.** Debe responder a las preguntas ¿Cuál es el propósito? ¿Para quién es? y ¿Qué mensaje queremos transmitir?

Actividad: ¿CÓMO LO ARGUMENTO? LIENZO CANVAS



Nota. Adaptado de CCB (2022).

Una vez elaborado el modelo de negocio del Emprendimiento, se elaboró el plan de acción básico que indica las iniciativas y acciones más importantes para alcanzar los

objetivos y las metas definidas, teniendo presentes recursos, duración de acciones y priorización de las diferentes actividades que se deben llevar a cabo.

Figura 15

Lienzo Canvas para proyectos en los colegios

<p>ALIANZAS</p> <p>1. ¿Cuáles empresas, personas o instituciones podrían ser los aliados de nuestro emprendimiento?</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>1. ¿Cuáles actividades son claves para manejar de manera racional y eficiente nuestros recursos para sostener nuestra propuesta de valor?</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>1. ¿Cuáles son las características de la solución? (descripción breve y clara del producto o servicio que hemos diseñado: "Se trata de...")</p> <p>2. ¿Qué es lo valioso de esta solución para nuestro usuario o beneficiario? (descripción de manera breve y clara de las razones por las cuales nuestra propuesta resulta valiosa para nuestro cliente).</p>	<p>RELACIONES</p> <p>1. ¿De qué manera serán tratados? (descripción del tipo de lenguaje, aproximación y manejo que utilizaremos con nuestros usuarios o beneficiarios)</p>	<p>USUARIOS O BENEFICIARIOS</p> <p>1. ¿A quién vamos a atender? (son las personas para las que hemos pensado la propuesta: género, edad, nivel de estudios, nivel de ingresos).</p> <p>2. ¿Cómo son? (son las características principales de estas personas: que piensan, sienten, hacen y dicen).</p> <p>3. ¿Cuál es el problema o necesidad? (es la situación específica de desajuste que dio origen a la propuesta).</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>1. ¿Qué tipo de infraestructura se requeriría para llevar a la realidad la propuesta? (establecimientos, equipos, máquinas, herramientas, muebles).</p> <p>2. ¿Qué personas se necesitarían para que funcionara? (cómo serían estas personas y cuántas se requerirían para arrancar).</p> <p>3. ¿Cuánto dinero podría necesitar para realizar el producto o servicio? (materiales, insumos, servicios externos).</p>		<p>CANAL</p> <p>1. ¿Cómo llegará nuestro producto o servicio a manos de nuestro cliente? (es el canal de distribución: descripción de cómo se podría obtener o disfrutar el producto o servicio).</p> <p>2. ¿De qué manera nos vamos a dar a conocer? (es el canal de comunicación: descripción de las actividades que debemos realizar para que las personas sepan de nuestro producto o servicio –avisos, correos, publicidad etc.).</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>1. ¿Cuáles son los costos más importantes del emprendimiento?</p>		<p>FLUJOS DE INGRESOS</p> <p>1. ¿Cómo se obtendrían ingresos para sostener el proyecto?</p>		

Nota. Adaptado de CCB (2022).

Para dar cierre a la sesión se explicó la respectiva presentación que se debía hacer con diapositivas, para acompañar el discurso o pitch y el entregable final que fue la elaboración de una infografía que resumía los aspectos claves del proyecto y que facilitara comunicarlo de manera eficaz sin necesidad de hablar. Esto con el propósito de tener evidencia y material de apoyo para la feria de emprendimiento de cada colegio que dará cierre al trabajo de campo con las diferentes instituciones educativas. para profundizar acerca del trabajo realizado se puede observar el [Anexo D](#) denominado diario de campo.

Figura 16

Actividades realizadas etapa Comunicar parte 2

Actividad: ¿Cómo lo implemento? Plan de Acción

La meta

Una vez elaborado el modelo de negocio del Emprendimiento, con tu equipo tendrás que elaborar un plan de acción básico que indique las iniciativas y acciones más importantes para alcanzar los objetivos y las metas definidas

Un plan de acción básico debe especificar al menos:

- **Objetivos:** que expresen con claridad lo que queremos conseguir.
- **Actividades o acciones:** ¿Qué hay que hacer? que nos permita alcanzar esos objetivos.
- **Responsables:** ¿Quiénes serán las personas? que se encarguen de hacer cumplir cada acción.
- **Recursos:** ¿Qué se necesita? Recursos con los que se cuenta y recursos por conseguir.
- **Duración de las acciones:** ¿Cuándo y cuánto tiempo? el inicio y el término de cada actividad Además existen tres criterios que se deben tener presentes en el plan de acción:
- **Priorización:** se debe dar un orden jerarquizado a las acciones.
- **Coherencia:** todos los elementos del plan de acción deben relacionarse entre sí como una totalidad o sistema.
- **Pertinencia:** cada idea, recurso o acción debe aportar directamente al logro del objetivo

Actividad: Infografía

La meta

Con tu equipo de trabajo deberás elaborar una infografía que resuma los aspectos claves del proyecto y que facilite comunicarlo de manera eficaz sin necesidad de hablar.

¿Qué es una infografía?

La Infografía es una combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender (fotografías, mapas, tablas, gráficos, símbolos, diagramas y textos) con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente con un simple golpe de vista y además son más fáciles de asimilar y recordar



Actividad: Presentación

La meta

La meta es realizar una presentación con diapositivas o slides, para acompañar el discurso, esta se puede realizar en power point que es la aplicación más conocida, sin embargo, hay otras herramientas virtuales que pueden usar y pueden ser más llamativas: Prezi, Canva, Powtown u otras.

Guía para la presentación final del proyecto.

a. PORTADA

- Nombre del proyecto
- Imagen del proyecto
- Equipo emprendedor

b. PROBLEMA

- Imagen o tablero de imágenes que muestre de manera relevante el problema.
- Descripción breve del problema

c. USUARIO O BENEFICIARIO

- Imagen de un usuario tipo
- Breve descripción y caracterización del usuario.

d. La SOLUCION

- Imagen de la última versión de la propuesta (producto o servicio).
- Descripción general y clara del producto o servicio que hemos diseñado.

f.

e. PROPUESTA DE VALOR

- Imagen de un usuario tipo en presencia de la solución
- Descripción breve y clara de las razones por las cuales nuestra propuesta resulta valiosa para nuestro usuario o beneficiario.

f. CANAL

- Distribución. Descripción de la manera cómo llegaría nuestro producto o servicio a manos de nuestro cliente.
- Comunicación. Descripción de la manera como nos daríamos a conocer.
- Imagen que ambiente el tema

g. RECURSOS CLAVE

- Infraestructura Descripción general del tipo de infraestructura se requeriría para llevar a la realidad la propuesta.
- Talento Humano Descripción general de las personas que se necesitarían para que funcione.
- Imagen que ambiente el tema

h. ALIANZAS CLAVE

- Mención de las empresas, personas o instituciones que podrían ser los aliados de nuestro emprendimiento
- Imagen que ambiente el tema

Actividad: La entrega final

La meta

Preparar la entrega final, es hora de dar a conocer nuestro emprendimiento!

La Entrega Final se realizará en plenaria a manera de exposición general. Cada equipo deberá elaborar:

- Un (1) **prototipo** de baja resolución de la propuesta de solución: **maqueta** con las mejoras y ajustes derivados de las comprobaciones.
- Un (1) ejemplar impreso de la versión final el documento Modelo del Emprendimiento adjuntándole el plan de acción. **Lienzo canvas y plan de acción**
- Una (1) **presentación** a través de herramientas audiovisuales, para presentación pública del proyecto.
- Una (1) **infografía** o póster de presentación del proyecto en medio pliego vertical (100 x35)



Nota. Adaptado de CCB (2022).

Análisis de resultados

El análisis de resultados que se evidencia a continuación está basado en los instrumentos, encuestas y entrevistas aplicados a los estudiantes de las instituciones educativas según la población mencionada anteriormente. De igual forma, se realiza un análisis del trabajo de campo realizado en los establecimientos educativos frente al modelo PPP.

Resultados aplicación de las encuestas y entrevistas

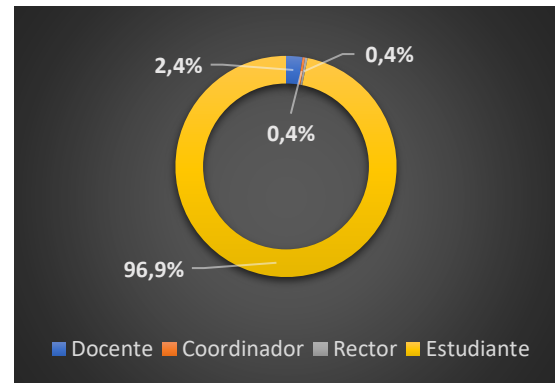
En relación con la aplicación del instrumento relacionado en el anexo B denominado encuesta se lograron realizar 541 aplicaciones principalmente en la población estudiantil.

Los roles de los diferentes participantes que realizaron la encuesta se detallan a continuación:

Figura 17

Rol que desempeña en la institución educativa

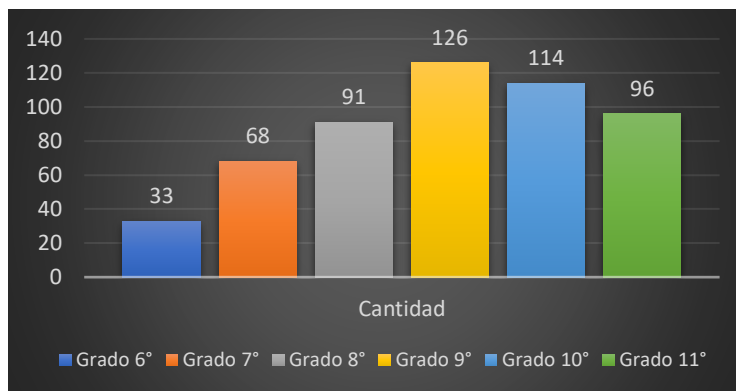
Rol	Cantidad	%
Docente	13	2,4%
Coordinador	2	0,4%
Rector	2	0,4%
Estudiante	524	96,9%
Total	541	



En la siguiente figura se detalla la composición de los grados que cursan los estudiantes que realizaron la encuesta y se evidencia que la mayor muestra se encuentra en los grados novenos y décimos:

Figura 18

Grado que cursa actualmente (estudiantes)



Grados	Cantidad	%
Grado 6°	33	6%
Grado 7°	68	13%
Grado 8°	91	17%
Grado 9°	126	24%
Grado 10°	114	22%
Grado 11°	96	18%
Total	528	

Analizando los resultados obtenidos de la encuesta se deduce que una proporción de los encuestados tiene nociones sobre emprendimiento y cerca del 40 % ha recibido alguna

vez en su vida capacitación en este tema. Entre los principales conceptos que tienen los estudiantes en relación con el termino emprendimiento tenemos:

Figura 19

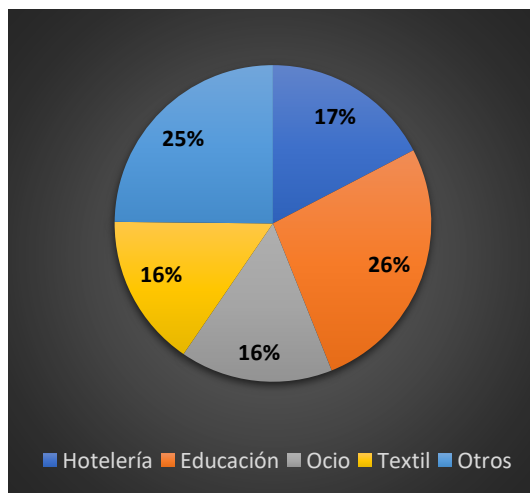
Definiciones de emprendimiento (estudiantes)

ID ↑	Nombre	Respuestas
1	anonymous	La iniciativa para crear nuevas oportunidades economicas
2	anonymous	Tomar la decisión de sacar un proyecto con lineamientos y con resultados eficientes en una comunidad.
3	anonymous	Es crear o innovar en un producto o servicio
4	anonymous	Capacidad de identificar, idear y ejecutar un proyecto con la finalidad de suplir una necesidad colectiva y/o individual.
5	anonymous	Vender un producto para buscar soluciones a problemas o situaciones que se evidencia teniendo un impacto positivo
6	anonymous	Buscar nuevas ideas para progresar en la sociedad empezando desde cero.
7	anonymous	Llevar a cabo la ejecución de ideas o proyectos a través de métodos eficientes para la realización de este y que contenga un bien colectivo
8	anonymous	Es una actividad laboral/proyecto/negocio que desarrolla uno o varios usuario en donde se crean y forman ideas, se trazan metas en pro de presentar un producto o servicio a un cliente o sector específico.

De igual manera se observan los sectores más importantes para emprender encontrando que hay bastante diversidad en las áreas seleccionadas:

Figura 20

Tipo de sector en que le gustaría emprender



Sector	Cantidad	%
Hotelaría	109	17%
Educación	167	27%
Ocio	98	16%
Textil	98	16%
Otros	156	25%
Total	628	

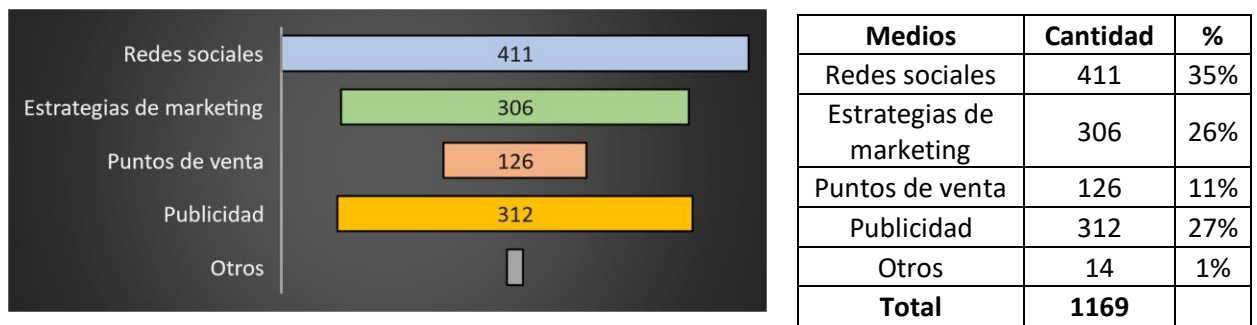
Además de los sectores mencionados anteriormente, se evidenciaron otros sectores donde les gustaría emprender a los encuestados detallados a continuación:

- ✓ Gastronomía
- ✓ Tecnología
- ✓ Moda
- ✓ Transporte
- ✓ Salud

Así mismo, los encuestados manifiestan que el mejor método para llegar al público objetivo es a través de las redes sociales (ecommerce)⁶ las cuales están al alcance de todos. De igual forma las estrategias de marketing y la publicidad son consideradas muy importantes para la publicidad, distribución y comercialización de los productos y servicios.

Figura 21

¿Qué es lo que potenciaría para llegar al público?



Finalmente, se enmarcan las principales razones y motivaciones que tienen los emprendedores. Para esta investigación, los resultados muestran que la independencia, los retos personales y la ejecución de ideas propias son los motivos más importantes para emprender.

⁶ Conocido como comercio electrónico o compras por internet.

Figura 22

¿Cuáles son las motivaciones del emprendedor?



Motivaciones	Cantidad	%
Independencia	369	16%
Reconocimiento	266	11%
Rentabilidad	222	9%
Reto Personal	366	15%
Satisfacción	267	11%
Tradición Familiar	51	2%
Dificultad de encontrar trabajo	86	4%
Ejecución de ideas propias	383	16%
Dirigir una organización	221	9%
Invertir su patrimonio	139	6%
Total	2370	

En relación con las hipótesis planteadas en la presente investigación, el análisis de resultados obtenidos y el trabajo de campo realizado, se logró establecer conclusiones que evidencian y soportan la validación de las mismas.

Respecto a la primera afirmación relacionada con el fomento del emprendimiento en los estudiantes y la promoción de competencias y habilidades que favorecen la creación de un ecosistema emprendedor en sus entornos, se ha demostrado por medio de la aplicación de los instrumentos, la carencia de conocimientos que tienen los estudiantes en temáticas de emprendimiento.

Con las sesiones de trabajo de campo se evidenció la importancia del empoderamiento de los estudiantes en conocimientos relacionados con el emprendimiento, los cuales han promovido competencias y habilidades en los estudiantes, y han motivado a que los

estudiantes estén pensando a futuro en la creación de empresas y negocios que ayuden al progreso de la población y a solucionar las problemáticas de sus entornos. Esto se vio reflejado en las sesiones de trabajo en grupo donde se resaltaban rasgos, características y talentos ocultos de los estudiantes que no se habían dado a conocer anteriormente (liderazgo, empatía, ingenio entre otros). El interés demostrado por los estudiantes al recibir este nuevo conocimiento ha llevado a que investiguen más sobre el tema, que se incentiven y motiven y del mismo modo inicien el proceso de construcción de su proyecto.

Igualmente, con relación a la segunda hipótesis en la que se busca incentivar la cultura del emprendimiento, donde se promueve el desarrollo e implementación de proyectos que generen nuevas opciones y oportunidades para la comunidad, la adquisición de conocimientos en temáticas de elaboración y gestión de proyectos (con especial énfasis en los proyectos PPP) han sido de gran ayuda para desencadenar su espíritu emprendedor, para poner en práctica sus ideas y sueños. Por lo que se concluye, que se logró cumplir con los objetivos propuestos en esta investigación, al motivar a los estudiantes a querer poner en práctica este conocimiento adquirido.

Como se analizará posteriormente en el apartado de las discusiones, se pretende que en el futuro el modelo propuesto sea considerado para ser implementado en la población de las instituciones educativas de carácter oficial y no oficial de la ciudad de Bogotá, quienes son el futuro de nuestra nación. Es una apuesta grande pero actualmente se observa un creciente interés en la economía por el desarrollo de empresas y negocios que provienen del emprendimiento (por el momento mayormente startups), como lo demuestra un artículo de la Alcaldía Mayor de Bogotá en donde se informa que los emprendimientos

bogotanos en el año 2020 lograron generar recursos por 650 millones de dólares (Cortés, 2021).

Finalmente, es importante resaltar la aspiración de más y mejores oportunidades de progreso que tiene esta población objeto de la investigación y las necesidades que tienen, al ser familias de bajos recursos, por lo que el presente trabajo tiene la intención de concientizar y ser un aporte más para darle más importancia al tema del emprendimiento.

Propuesta de solución a la problemática

Situación actual

De acuerdo con el problema planteado, donde se resaltan parámetros como la calidad de vida, la falta de oportunidades y las altas tasas de desempleo que se han presentado en el país; estos principales detonantes impulsan en la población el espíritu emprendedor, generando nuevas oportunidades en el aspecto laboral y socioeconómico de los colombianos.

El gobierno en su plan nacional de desarrollo 2022-2026, quien ha venido estimulando el emprendimiento en temas como la creación de políticas y formación para el trabajo, la apropiación y uso de tecnologías de la información que estimulen la innovación, la creación de estrategias y que aumenten e involucren la atención educativa dentro de los procesos de emprendimiento. Sin embargo, existe una gran percepción de falta de conocimiento en temas claves relacionados con sus modelos de negocio, metodologías ágiles y herramientas encaminadas en la creación de modelo de negocio. Del mismo modo, se evidencia que la mayoría de las empresas y negocios no logran el desarrollo esperado debido a diversos factores que pueden influir y conllevar al fracaso.

Desde la perspectiva de los emprendedores colombianos, se evidencian desafíos para lograr que las empresas nacientes sobrevivan al denominado «valle de la muerte⁷», teniendo en cuenta que dos tercios de las empresas en etapa temprana no logran existir por más de cuarenta y dos meses (GEM Colombia, 2018). Así mismo, existen diversos obstáculos que enfrentan los emprendedores respecto a sus obligaciones entre los cuales podemos nombrar las declaraciones anuales del impuesto sobre la renta, Retefuente e IVA, impuesto de industria y comercio y otros costos en que incurren los emprendedores dentro del país.

Centrando con el objeto de esta investigación, la situación actual colombiana y los resultados de la aplicación de los instrumentos definidos anteriormente, se han identificado diversas carencias de la población estudiantil en temas de emprendimiento. Los resultados concluyen que la mayoría de la población no ha recibido formación o capacitaciones en emprendimiento (según los resultados de la encuesta alrededor de 302 participantes que equivalen al 55.8 % de la población que realizó la encuesta no han recibido capacitación en temas de emprendimiento).

De igual forma se presentan otros obstáculos para emprender como lo son la falta de dinero, falta de financiación, falta de ideas, trámites e impuestos. Agregando a lo anterior, y en concordancia con la descripción del problema, se ha evidenciado históricamente que el emprendimiento no fue una de las prioridades de los gobiernos anteriores, que ha repercutido en el poco apoyo de incentivos recibidos por los emprendedores.

⁷ Periodo comprendido entre la creación y los 3,5 años.

Aunque en los últimos años se han visto esfuerzos para regular el tema en el país (ley del emprendimiento, ley de la cultura del emprendimiento), aun es necesario seguir trabajando en conjunto con los diversos actores y sectores relacionados para lograr los cambios deseados en el campo del pensamiento emprendedor de nuestros futuros empresarios. Paralelamente se ha evidenciado una creciente aceptación social sobre la necesidad de emprender y se ha venido transformando el ecosistema emprendedor, con lo cual se ha logrado llamar la atención de inversionistas de empresas internacionales.

La situación actual de las empresas muestra que un gran porcentaje de estas son micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales están ubicadas en las grandes ciudades. El potencial que se tiene en todo el país no ha sido explotado, y esto repercute directamente en el crecimiento económico y el mejoramiento de la productividad a nivel nacional. Sin embargo y a pesar de todos los obstáculos que se presentan al emprender, las personas han demostrado su capacidad de resiliencia y adaptación a los escenarios poco favorables.

Oportunidades

Durante la emergencia sanitaria del año 2020, el gobierno de turno buscó diversas estrategias para reactivar la economía. Durante este proceso se creó la ley de emprendimiento la cual busca regular y ofrecer beneficios a aquellos que empiezan a formar empresa. Esta estrategia busca dinamizar el sector y ofrecer un panorama más amigable para aquellos que buscan emprender e innovar (Tecnosfera, 2021).

Dentro de esta ley se encuentran diversos factores que benefician a los emprendedores como son las tarifas diferenciales para las pymes y microempresas en cuanto a su

constitución y funcionamiento, beneficios en el pago de impuestos, implementación de sandbox⁸, prioridad a las propuestas lideradas por mujeres y que tengan un impacto rural, participación de microempresas en procesos de mínima cuantía, financiación, incentivos tributarios y fomento a la inversión.

Desde la normatividad también se contempla un fondo del Icetex para personas que estén formando empresa y ya hayan obtenido créditos educativos con la entidad. Al tiempo de una integración de las redes regionales para el emprendimiento al Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI), con el fin de unificar las políticas y programas para fortalecer este sector. Por último, se tiene un énfasis en el tema de la educación y el desarrollo de habilidades para el emprendimiento. Incluyendo tanto a los colegios como instituciones de educación superior. Por eso, se promueve la enseñanza de este campo en la educación básica, media y secundaria del país. Así como la inclusión de proyectos de emprendimiento e innovación como opción de grado en las universidades (Tecnosfera, 2021).

Además, la transformación digital que ha estado en auge durante los últimos tres años ha permitido desarrollar un alto grado de conectividad en el país, lo cual ha optimizado los procesos de los negocios y el aumento de valor agregado para los clientes. Otra oportunidad en el sector educativo es la inmersión de la cultura del emprendimiento que ha venido creciendo con la promoción de la creación de empresa en las instituciones educativas (colegios y universidades) en donde se encuentran inmersas dentro de las

⁸ Escenarios de exploración para la regulación de modelos innovadores.

mallas curriculares y asignaturas que se incluyen en PEI⁹ de los colegios y en los pensum de las universidades.

Por otro lado, el programa Emprende Colombia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) ha implementado las Redes Regionales de Emprendimiento, definidas como instancias de coordinación entre los diferentes actores locales y departamentales involucrados en el fomento del emprendimiento, presididos por la Gobernación del departamento y que tienen por objetivo de establecer y desarrollar políticas, directrices y estrategias regionales en materia de emprendimiento. Las redes cada día se consolidan como los espacios naturales de articulación en temas de emprendimiento, contando actualmente con la participación de más 660 instituciones entre gobernaciones, alcaldías, cámaras de comercio, universidades, cajas de compensación, fundaciones, colegios, instituciones de apoyo al emprendimiento e incluso emprendedores en todo el territorio nacional (MINCIT, 2023).

Propuesta de solución al problema planteado

De acuerdo con lo anterior, se plantea que la educación es la base para el desarrollo de competencias y habilidades emprendedoras, logrando producir un cambio de mentalidad en la población e impulsando el desarrollo personal y colectivo. Históricamente se ha comprobado que la educación es el principal factor que genera progreso y reduce las brechas de desigualdad que afectan a la región. Es por esto, que los proyectos pedagógicos productivos PPP descritos al inicio del documento, ofrecen a los estudiantes y a las instituciones educativas oportunidades para articular la dinámica escolar con la de

⁹ Proyectos educativos institucionales.

la comunidad, considerando el emprendimiento y el aprovechamiento de recursos existentes en el entorno, como una base para el aprendizaje y el desarrollo social (MEN, 2019). En esa misma línea, la formación en gestión de proyectos y emprendimiento realizados con los diferentes estudiantes de las instituciones educativas genera competencia y habilidades para crear proyectos y llevar sus ideas al Fondo Emprender del SENA y de la Cámara de Comercio con el fin iniciar su etapa emprendedora y orientar su proyecto de vida.

Otra solución para el problema planteado en el presente trabajo esta propuesta por el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones MINTIC, el cual promueve el emprendimiento digital en todos los departamentos del país. Desde el año 2019, el ministerio ha venido capacitando a las personas.

A través de Apps.co, recorrió todas las regiones del país con los talleres de emprendimiento digital, con los cuales fortaleció las habilidades de más de 2.800 colombianos a través de 42 jornadas teórico - prácticas, en las que brindó diferentes mecanismos y metodologías que les permiten a los asistentes implementar ideas y negocios digitales en su región. Del mismo modo, se realizó sesiones de transferencia de metodología a las entidades municipales y departamentales con el fin de articular el ecosistema de emprendimiento digital.

Con los cursos virtuales, más de 45.000 personas desarrollaron sus habilidades digitales a través de las siete capacitaciones ofrecidas: Introducción al financiamiento de startups; Curso profesional de Git y GitHub; Programación básica; Marketing voz a voz; Marca personal; Fundamentos de ingeniería de software e Introducción al marketing digital

(MINTIC, 2019). Se debe incentivar una mayor unión entre todas las partes, gobierno, organizaciones promotoras, entidades como la Dian, la Cámara de Comercio, y los emprendedores, para que el camino que se recorre para formar empresa sea más fácil, como ya ocurre en otros países (Tecnosfera, 2021).

De igual forma, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), quienes son los encargados de fomentar el tema del emprendimiento en Colombia, existen acciones claves que ayudan a promover el emprendimiento como son:

Tabla 3

Acciones claves para promover el emprendimiento

ACCIONES PROMOVER EMPRENDIMIENTO	CLAVES PARA EL	DESCRIPCIÓN
Programa de crecimiento empresarial para la formalización		Iniciativa que promueve mejores prácticas empresariales en micro y pequeñas empresas a través de procesos de acompañamiento, formación, asistencia técnica especializada y herramientas de gestión, para mejorar su oferta de valor y contribuir en su proceso de crecimiento con un enfoque hacia la formalización empresarial
Expansión de la Ventanilla única empresarial – VUE		Estrategia que busca promover y facilitar la actividad empresarial en el país, a través de la simplificación y virtualización progresiva de trámites relacionados con la apertura, operación y liquidación de empresas

Política Nacional de Emprendimiento	de	Iniciativa que tiene como propósito definir un marco de política para atender emprendimientos de distinta naturaleza tales como unidades productivas desarrolladas por población en condición de pobreza monetaria, unidades productivas o microempresas orientadas a la creación de valor, sostenibilidad y conexión con el sistema y unidades productivas de alta generación de valor basadas en innovación. Esta iniciativa, a su vez, persigue cuatro propósitos: (i) generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor, (ii) facilitar la experimentación rápida y de bajo costo, (iii) ofrecer atención oportuna a través de servicios modulares por demanda, y (iv) fomentar el desarrollo de competencias y concurrencia de habilidades emprendedoras
Aceleración, escalamiento y financiamiento del emprendimiento de alto impacto (ai)	del	Es una iniciativa enfocada al diseño y la implementación de instrumentos y/o programas de acompañamiento y/o financiación que apalanquen el crecimiento de las empresas en etapa temprana y empresas de alto crecimiento, con el fin de acelerar y/o escalar sus modelos de negocio
Mentalidad y cultura para el emprendimiento	del	Estrategia orientada a impulsar entre los colombianos la mentalidad y cultura para el emprendimiento y la innovación, superando barreras y cerrando brechas en las conductas y percepciones en torno a la innovación y el emprendimiento, derivadas de sus valores, creencias y principios, para construir entornos más favorables hacia el crecimiento empresarial
Economía para la gente		Su objetivo es apoyar la reactivación productiva y comercial de los micronegocios formales e informales, en contextos urbanos y rurales, a través de capacitación, asistencia técnica y acompañamiento, acceso al financiamiento y gestión comercial, contemplando 5 ejes programáticos: i) generación de ingresos, emprendimiento y formalización; ii) desarrollo productivo, asociatividad y acceso a mercados; iii) innovación y tecnología; iv) acceso al financiamiento, y v) entorno competitivo

Ley de emprendimiento y MiPymes	Iniciativa legislativa que busca establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y la sostenibilidad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, que constituyen el 99,6% del tejido empresarial, con un enfoque incluyente, en beneficio de todo tipo de emprendedores, para fortalecer empresas de distintos segmentos y sectores, en contextos tanto urbanos, como rurales
Centros de Desarrollo Empresarial	Programa que tiene como propósito promover el crecimiento, la innovación, la productividad y la rentabilidad de las MiPymes, a través de mejoras en la administración de los negocios. Los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE-SBDC) ofrecen servicios de asesoría personalizada que buscan desarrollar capacidades en las empresas e impulsar la creación de nuevas unidades productivas; y cuenta con un sistema de seguimiento y monitoreo a cada empresa que permite la medición del impacto y efectividad de sus servicios
Reorganización e insolvencia de empresas	Estrategia orientada a la identificación y diagnóstico de trámites y costos asociados a la liquidación y cierre de empresas, tanto en los aspectos procedimentales como normativos

Nota. Adaptado de MINCIT (2019).

Finalmente, se busca que desde el sector local se puedan promocionar los proyectos llevados a cabo por parte de los estudiantes de las diferentes instituciones educativas para satisfacer necesidades, problemáticas e inconformidades presentadas dentro de la localidad y así incentivar a los estudiantes a poner en práctica sus proyectos.

Discusión

Esta investigación tuvo como propósito potenciar y fortalecer las competencias y aptitudes de la población estudiantil de los establecimientos educativos de carácter privado en la localidad de Bosa a través del modelo de proyectos pedagógicos productivos

elaborado por los autores de la presente monografía. En primera instancia, se pretendió crear una mentalidad y cultura basada en el emprendimiento en las diferentes sesiones de trabajo con los estudiantes inmersos en el proyecto. Sin embargo, a medida que las actividades se empezaron a desarrollar y los grupos de trabajo iniciaron con la primera etapa, se evidenció que los jóvenes buscaban una necesidad específica en su comunidad educativa, quienes querían emprender desde las problemáticas descubiertas con las respectivas herramientas de trabajo.

A partir de ahí, se identificó que los estudiantes se sentían motivados por tres razones: la primera estaba basada en la independencia, buscaban ser “su propio jefe” como se le dice coloquialmente, además que tenía relación con la segunda razón que era tener la independencia de poder manejar su propia empresa, con el propósito de trabajar en lo que les gusta, apasiona y así generar empleo a las personas, para este contexto es bueno afirmar la siguiente frase “Nunca empieces un negocio solo para hacer dinero, empieza un negocio para hacer una diferencia” (Forleo, 2019).

Con esta información se menciona la tercera motivación indicada por los estudiantes, que es lograr el reconocimiento a nivel profesional y personal con el objetivo de generar la rentabilidad que esperan para mejorar su vida financiera y calidad de vida; teniendo en cuenta estas razones encontramos relación y similitud con los resultados obtenidos de las encuestas frente al tema de las motivaciones de los emprendedores, donde se encuentran inmersas las variables mencionadas anteriormente entre las opciones más seleccionadas por los encuestados.

Por otro lado, se encontró que los estudiantes buscan emprender con productos o servicios a través de aplicaciones y plataformas digitales, como es el caso de las redes sociales para su estrategia de marketing; se infiere que el uso de aplicaciones a nivel laboral es inmenso, por lo que identificar y planear estrategias de negocio en torno al uso de dispositivos móviles será clave en las salas de juntas de las empresas. Estamos en una era en la que debemos adaptarnos a los cambios tecnológicos y usarlos a nuestro favor, para seguir siendo competitivos en un mercado cada vez más exigente, en otras palabras, podemos decir que es imprescindible entender que el movimiento tecnológico es tan rápido que equivocarse en la próxima ola te puede ser contraproducente (Jodal, 2015).

Desde el ámbito educativo se concluye que los estudiantes aprendieron nuevas estrategias y herramientas para emprender desde una necesidad o problemática enmarcada, generar unas posibles ideas o soluciones, clasificar y escoger la mejor idea, elaborar bocetos y prototipos para materializarlos y así poder presentar y argumentar su producto o servicio frente a un auditorio; esto con el propósito de que desarrollaran habilidades no solo desde el eje emprendedor sino desde el aspecto humano, con el desarrollo de la expresión y fluidez verbal, el tono de voz, el manejo de un público, la elaboración de un discurso, la seguridad al hablar y fortalecer las habilidades blandas que todo humano debe desarrollar para la vida.

A inicios del siglo IV A.C. se ha reconocido la importancia que tiene la educación desde la adquisición de conocimiento y el aprendizaje. Platón escribió: “Si un hombre deja de lado la educación, camina cojo hasta el final de su vida”. Pero fueron realmente los economistas ganadores del Premio Nobel los que impusieron el argumento de la educación como inversión. T. W. Schultz, quien sostuvo que la inversión en la educación explica el

crecimiento y Gary Becker, nos dio la teoría del capital humano. En pocas palabras, la teoría del capital humano postula que invertir en la educación ofrece beneficios en términos de la obtención de salarios más altos y retribuciones en ámbitos personales como profesionales (Patrinos, 2016).

En torno al aspecto social, los estudiantes manifestaban que el tiempo de ocio o libre que utilizaban antes para actividades ilícitas, para estar en redes sociales o como lo dicen ellos para “actividades que hacían perder el tiempo”, lo utilizaban para leer acerca del emprendimiento, realizar las actividades planteadas durante las diferentes sesiones de trabajo y en especial sembrar en ellos la importancia de salir adelante independiente de su contexto social y de las problemáticas que afectan su entorno, cabe resaltar que el entorno social, representa una serie de elementos que hacen referencia al ambiente en el que se desenvuelve el individuo (social y cultural), los cuales tienen una influencia en su conducta, ya que son parte de sus costumbres y modos de vida (Davila & Martínez, 2015).

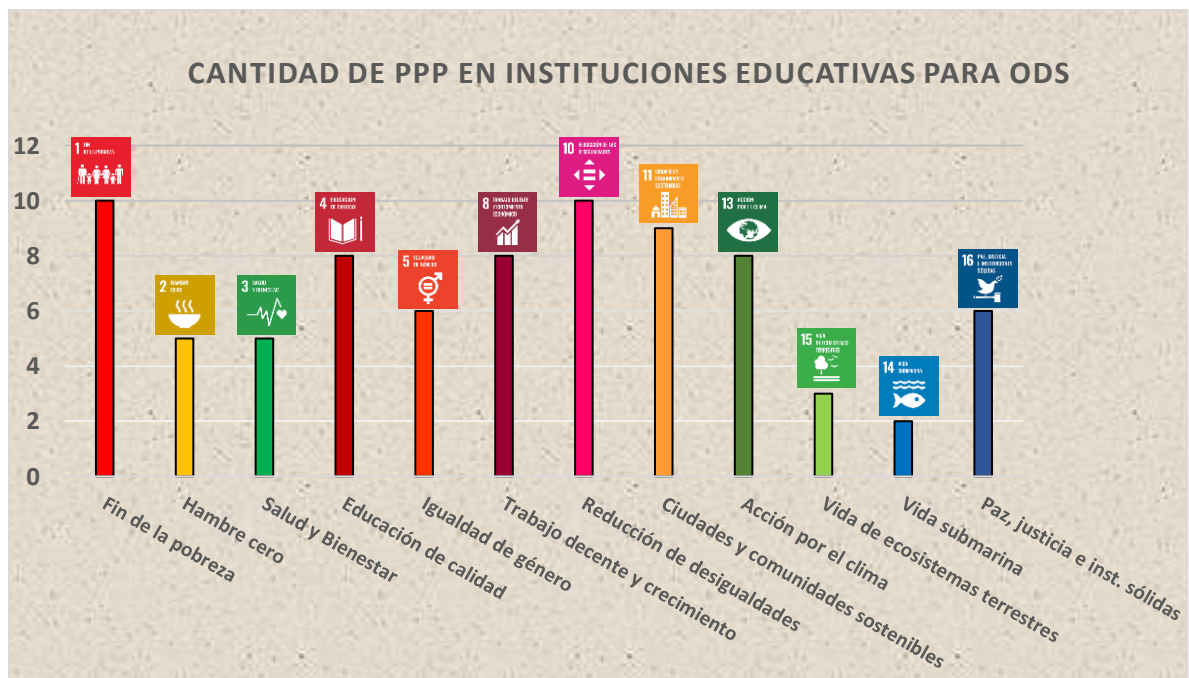
Es necesario señalar que los resultados de esta investigación no deben ser adjudicados a la población estudiantil total de la localidad de Bosa. La muestra utilizada en este estudio, aunque es representativa, no representa la población total de la localidad séptima, ya que excluye varias instituciones educativas privadas del sector. Por lo tanto, no se puede llegar a afirmaciones concluyentes sobre la población estudiantil de secundaria y media en general.

Al final del trabajo de campo y del análisis de los datos obtenidos con los diferentes instrumentos de medición y las respectivas sesiones de trabajo, se evidencio el impacto significativo que logro la implementación del modelo PPP en la población estudiantil de las

diferentes instituciones educativas, diseñando y elaborando alrededor de ochenta proyectos en mercados en el cumplimiento de los ODS bajo la metodología Design Thinking y en especial con las diferentes problemáticas y necesidades que encontraron los estudiantes en sus respectivos entornos académicos y sociales.

Figura 23

Cantidad de proyectos pedagógicos productivos en instituciones educativas según ODS



Es válido resaltar que los proyectos en donde los estudiantes más se centraban eran en la erradicación de la pobreza y la reducción de desigualdades como objetivos primordiales, teniendo presente las problemáticas socioeconómicas que abordan en la localidad que habitan. Generando así, posibles soluciones que se pueden materializar para construir una mejor sociedad y dar un impacto positivo dentro de las comunidades educativas y en especial en los núcleos familiares de los futuros emprendedores que tiene la zona séptima de la ciudad de Bogotá.

Conclusiones y Trabajo Futuro

Conclusiones

El emprendimiento en la juventud hace referencia a la actitud y aptitud para llevar a cabo un proyecto a través de ideas y oportunidades frescas, afrontando las adversidades que se puedan presentar en el mundo; desde la educación no solo se tiene el propósito de enseñar a montar un negocio, sino que realmente se trata de dotarlos de herramientas para desarrollarse en un mundo altamente competitivo, ayudarlos a descubrir dónde están sus intereses y talentos a una edad temprana, para que logren desarrollar y aprovechar mejor sus capacidades. Con base a los instrumentos aplicados, se identificó que los estudiantes contaban con vacíos de información y pocas bases en temas de emprendimiento en sus instituciones educativas, enmarcadas en que emprender era vender productos o servicios y que era bastante difícil en la sociedad colombiana.

Por lo tanto, se establecieron estrategias pedagógicas en las respectivas sesiones de transmisión de conocimientos, donde por medio de actividades lúdico-prácticas, el trabajo colectivo, ejercicios de discurso, creación de bocetos y Mock Ups por medio de aplicaciones; se logró enseñar y explicar la metodología Design Thinking, los diferentes modelos y herramientas para la creación de negocios y proyectos exitosos, como es el caso del lienzo Canvas. Igualmente, construir y generar una buena investigación de mercados por medio de entrevistas y mapas de empatía. El aprendizaje en los estudiantes se evidenció en la sustentación final de los diferentes proyectos pedagógicos productivos

que fueron expuestos en sus respectivas clases o ferias de emprendimiento que permitió cada colegio.

Logrando así, materializar proyectos que solucionaran las problemáticas o satisficieran necesidades de la comunidad educativa, como es el caso de la inseguridad, el mal manejo de basuras, la delincuencia común, problemas de autoestima en los jóvenes generando en los estudiantes un cambio de pensamiento orientado hacia el emprendimiento, con base en los conocimientos adquiridos en la formulación y gestión de proyectos, para la creación de productos y servicios que puedan contribuir a crear una mejor sociedad.

Trabajo futuro

La carencia de investigaciones y de conocimiento público relacionado con el emprendimiento en instituciones educativas de carácter privado en las diferentes localidades de la ciudad de Bogotá, ha impedido que se pueda entender el posible alcance y la magnitud de su impacto en nuestra sociedad en temas de educación y proyectos que contribuyan a mejorar los parámetros de calidad de vida desde el ámbito socioeconómico de los estudiantes y de sus familias.

Este desconocimiento ha impedido que se realice política pública, creación de fondos de emprendimiento para jóvenes y se garanticen recursos por parte del estado para impulsar a las futuras generaciones a emprender y mejorar la condición laboral actual de la ciudad y en general del país. Además, es necesario promover el espíritu emprendedor en la población estudiantil, generar estrategias de aprendizaje, instaurar cátedras de emprendimiento y apoyar a través de fondos semillas para que los proyectos creados por

los estudiantes puedan tener un mayor alcance y aumentar los beneficios ante toda la comunidad, esto impartiendo desde la escuela para que sea replicado hacia toda la comunidad.

Por otro lado, de estos resultados y de la presente investigación sobre el emprendimiento en instituciones educativas se desprende información que puede ser de utilidad para futuros proyectos, monografías o referencias en cuanto el emprendimiento en establecimientos educativos privados de la ciudad de Bogotá, de tal modo que se pueda promover la cultura emprendedora desde el ámbito educativo, el ajuste en los programas curriculares de las instituciones, la inclusión del emprendimiento y la apropiación de este tema en la población estudiantil.

Es necesario que se continúe investigando acerca del emprendimiento y la creación de nuevos modelos de proyectos pedagógicos productivos o perfección del presente modelo para que sea replicado en las instituciones educativas de carácter privado que no estuvieron incluidas en la muestra de la localidad de Bosa, y así poder tener un comparativo entre la reacción y el impacto frente a este primer estudio. Con el propósito, de concretar los posibles resultados de la localidad séptima en general desde el ámbito privado y poder replicarlo en las diecinueve localidades restantes de la ciudad. Esto con el fin de perfeccionar el respectivo modelo de emprendimiento para llevarlo al sector oficial y presentarlo a las diferentes entidades públicas, como es el caso de la Secretaria de Educación Distrital (SED) y la Secretaria de Desarrollo Económico para ser ejecutado en establecimientos educativos oficiales del distrito y en un futuro a mayor escala frente al Ministerio de Educación Nacional (MEN) para todos los colegios del país.

Referencias

ABC Tecnología. (2013, 08 de noviembre). Un CEO debe crear como un dios, mandar como rey y trabajar como esclavo. Emtech España, Valencia.

<https://www.abc.es/tecnologia/redes/20131108/abci-crear-emprender-201311072200.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Arias, J. (2021). *¿Qué son las Unidades de Planeamiento Zonal – UPZ?*

<https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Transformar-Bogota-Articulacion-publico-privada/Preguntas-frecuentes-sobre-Desarrollo-Urbano-y-Regional/Que-son-las-Unidades-de-Planeamiento-Zonal-UPZ>

Banco Interamericano de Desarrollo. 2022. Como mapear y medir ecosistemas de emprendimiento.

https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrJ_FCWuKRkNaYPHMircgx.;_ylu=Y29sbwNiZjEEcG9zAzQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1688545558/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fpublications.iadb.org%2Fpublications%2Fspanish%2Fdocument%2FComo-mapear-y-medir-ecosistemas-de-emprendimiento-Metodologia-y-aplicacion-para-el-ecosistema-de-emprendimiento-innovador-de-Lima.pdf/RK=2/RS=9k8KwgWaDGTccYvgMFPbdafdlic-

Buitrago Nova, J. A. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), 7–21. <https://doi.org/10.22431/25005227.101>

Colegio Universidad Pontificia Bolivariana. (2022, 29 de octubre). *Emprendimiento y la importancia de promoverlo en menores*. Universidad Pontificia Bolivariana:

<https://www.upb.edu.co/es/colegio/emprendimiento-importancia-de-promoverlo-en-menores>

Cortes, J. (2021, 02 de febrero). *Alcaldía Mayor de Bogotá*. Alcaldía Mayor de Bogotá:

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/asi-le-fue-los-emprendimientos-bogotanos-en-2020>

Davila, A., & Martínez, N. (2015). El entorno social como elemento a considerar parapredecir la ciudadanización de los trabajadores dentro de la organización.

Innovaciones de Negocios, 12(23), 133-151.

http://eprints.uanl.mx/12616/1/12.23%20Art%207%20133_151.pdf

Dehter, M. (2011). *Intrapreunership*. Diez Gutierrez.

https://mariodehter.com/aprender/que-es-la-formacion-de-emprendedores_3303/

Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo*.

Departamento Nacional de Planeación.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2023). *Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026*.

<https://2022.dnp.gov.co/Paginas/plan-nacional-de-desarrollo-2023-2026.aspx>

Domínguez Pardo, A. (2015). *La gestión de proyectos, la herramienta de los emprendedores*. Beinn Successful Project Management.

<https://beinn.es/general/la-gestion-de-proyectos-la-herramienta-de-los-emprendedores/>

edX For Business. (2023). *edX For Business*. edX a 2U company.

<https://www.edx.org/es/aprende/emprendimiento-tecnologico#:~:text=Bajo%20esta%20premisa%2C%20un%20emprendimiento,tecnolog%C3%ADa%20de%20los%20%C3%BAltimos%20a%C3%B1os.>

Forleo, M. (2019). *Everything Is Figureoutable*. Portfolio.

Galindo, R., & Echavarría, M. V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. *Revista EIA*, (15), 85-94.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372011000100008&lng=en&tlng=es

Herruzo Gómez, E., Hernández Sánchez, B., Cardella, G. M., & Sánchez García, J. (2019). *Emprendimiento e innovacion: Oportunidades para todos*. Dykinson.

<https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

Hidalgo Proaño, L. F. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 3(2), 1-8.

<https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>

Jaik Dipp, A. (2013). *Competencias investigativas: Una mirada a la educación superior*.

<https://redie.mx/librosyrevistas/libros/competenciasinvestigativas.pdf>

Jodal, N. (2015, 23 de abril). Las 'apps': el presente y el futuro de las empresas. *Revista Portafolio*.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/apps-presente-futuro-empresas-23434>

Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(6), 977-997.

<https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0206>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006, 26 de Enero). *Ley 1014 de 2006*.

Diario Oficial. Año CXXI. N. 46164.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/eb0a7a3a-5068-4632-becf-2e92f62d9fa3/Ley-1014-de-2006-De-fomento-a-la-cultura-del-empre.aspx#:~:text=Con%20el%20fin%20de%20promover,y%20nuevos%20empresarios%2C%20as%20C3%AD%20como>

Ministerio de Educación Nacional. (2010). *Proyectos Pedagógicos Productivos.*

Articulación de la Educación Media con la Superior y la Educación para el Trabajo.

[efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-287836_archivo_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-287836_archivo_pdf.pdf).

Ministerio de Educación Nacional. (2011). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos.* https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-307150_archivo_pdf_guias39.pdf

Ministerio de Educación Nacional. (2012). *Grados 6° y 7° Proyectos pedagógicos productivos orientaciones para estudiantes.* Ministerio de Educación Nacional: https://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/archivos/Referentes_Calidad/Modelos_Flexibles/Secundaria_Activa/Guias_del_estudiante/Proyectos_pedagogicos_productivos/PPP_Cartilla%201_Grado_6_7.pdf

Ministerio de Educación Nacional. (2020). *Proyectos pedagógicos productivos: Una estrategia para el aprendizaje escolar y el proyecto de vida.* <https://www.mineducacion.gov.co/portal/men/Publicaciones/Guias/287836:Proyectos-Pedagogicos-Productivos-Una-estrategia-para-el-aprendizaje-escolar-y-el-proyecto-de-vida>

Ministerio de Educación Nacional. (2021). *Modelos educativos flexibles.*

<https://www.mineducacion.gov.co/portal/Preescolar-basica-y-media/Modelos-Educativos-Flexibles/>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones. (2021). *Modelo para el emprendimiento TI Colombia. Guía para la comprensión del modelo y su estrategia de implementación.* https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-73972_recurso_1.pdf

Mosquera Ramírez, J. L. (2019, 20 de noviembre). *Bosa es la localidad con mayor crecimiento poblacional de la ciudad 16,6%*.

<https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/dinamica-economica/bosa-es-la-localidad-con-mayor-crecimiento-poblacional-de-la-ciudad-166#:~:text=En%20Bosa%20crece%2027%2C5%25%20la%20cantidad%20de%20ocupados%20no%20asalariados&text=La%20localidad%20tiene>

Organización Internacional del Trabajo. (2019). *Panorama Laboral 2019. América Latina y el Caribe*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_732198.pdf

Oliver, J. G. (2008). *El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo?*. *Revista de calidad asistencial*, 23(1), 26-30. doi:10.1016/S1134-282X(08)70464-0

Patrinos, H. A. (2016, 27 de mayo). *Banco Mundial*. Banco Mundial Blogs: <https://blogs.worldbank.org/es/voices/por-que-la-educacion-es-importante-para-el-desarrollo-economico>

Pérez Arroyo, R. (2019). *7 Nuevos Modelos de Negocio en el 2020*. ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL: <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/7-nuevos-modelos-de-negocio-en-el-2020#:~:text=Un%20modelo%20de%20negocio%20es,forma%20vas%20a%20generar%20ingresos>.

Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Javier Vergara.

Prieto, M. (2017). *Flipped learning. Aplicar el modelo de aprendizaje inverso*. doi: <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054478>

Universidad de Antioquia. (2021). *Algunos malentendidos en el trabajo por proyectos*. Universidad Antioquia, Medellín.

<http://ayura.udea.edu.co/dependencias/NodoAntioquia/Mesas/3.PONENCIA%20DE%20GLORIA%20RINCON.pdf>

Rubio Salas, A. (2007). *Emprendimiento y creacion de empresas*. Universidad EAN.

Secretaria Distrital de Gobierno. (2022). *Localidad de Bosa principales problemáticas*.

www.gobiernobogota.gov.co/sites/gobiernobogota.gov.co/files/documentos/tabla_archivos/localidad_de_bosa_principales_problematicas_1.pdf

Secretaria Distrital de Planeación. (2020). *Plan de Desarrollo Local 2020-2024*.

Diagnostico base.

https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/anexo_diagnostico_pdl_bosa_version_2.pdf

Solano, H. (2016, 25 de octubre). *Tres modelos definidos de emprendimiento*.

<https://www.incae.edu/es/blog/2016/10/25/tres-modelos-definidos-de-emprendimiento.html>

Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli, S. (2004). *Business Plans That Work*. Mc Graw Hill.

Varela, R., & Bedoya Arturo, O. L. (2005). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias*. Universidad ICESI.

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/4444/5/Modelo_conceptual_desarrollo.pdf

Anexos

Anexo A. Entrevista

Nombre del entrevistado: _____ Fecha: _____

Nombre de la institución: _____ Cargo: _____

1. ¿Para usted qué es el emprendimiento?
2. ¿Cree que todo el mundo puede emprender?
3. ¿Piensa que con las condiciones actuales que hay en el mundo podría realizar un emprendimiento?
4. ¿Cuál es la importancia del emprendimiento en la educación?
5. ¿La institución educativa incita al emprendimiento y a la gestión de proyecto de vida?
6. ¿Cuáles son sus metas a corto, mediano y largo plazo?
7. ¿Estaría dispuesto a sacrificar su tiempo libre para iniciar un emprendimiento?
8. ¿Alguna vez ha recibido capacitación sobre emprendimiento?
9. ¿Qué tipo de emprendimiento le gustaría llevar a cabo?
10. ¿Qué lo llevaría o motivaría a tomar la decisión de emprender?
11. ¿Qué conocimientos cree son necesarios para poder emprender?
12. ¿Cuáles cree que son las habilidades que necesita para ser emprendedor?
13. ¿Piensa que con conocimientos y herramientas podría generar un proyecto productivo a largo plazo?
14. ¿Qué problemáticas le gustaría que resolviera un emprendimiento?
15. ¿Cuáles cree que son los recursos necesarios para poder emprender?

Anexo B. Encuesta

Nombre del encuestado: _____ Fecha: _____

Edad: _____ Nombre de la institución: _____ Cargo: _____

1. ¿Para usted que es el emprendimiento?

2. ¿Alguna vez ha recibido capacitación sobre emprendimiento?
 - a. Si
 - b. No

3. ¿Para usted, que aspectos primarían para decidir la forma de donde adquirir esos conocimientos?
 - Que sea flexible en cuanto a horarios / velocidad de aprendizaje (on line)
 - Que entregue herramientas para aplicarlo a mi negocio (o proyecto)
 - Trayectoria / experiencia del profesor
 - Que el contenido este adaptado al tamaño de mi negocio (PYME)
 - Precio
 - Prestigio del instituto o universidad
 - Otros: _____

4. ¿En qué tipo de sector le gustaría emprender?
 - Hostelería
 - Educación
 - Ocio
 - Textil
 - Otros: _____

5. ¿Qué obstáculos encuentra para emprender?
 - Falta de dinero
 - Falta de ideas
 - Trámites, papeleo
 - Impuestos
 - Financiación

○ Otros: _____

6. ¿Qué cree que podría hacer el Gobierno para promover el emprendimiento?

- Más ayudas
- Reducción de burocracia
- Formación y orientación
- Otros

7. ¿Cree usted que el proyecto realizado podrá satisfacer las necesidades del entorno?

- a. Si
- b. No

¿Por qué? _____

8. ¿Está convencido de sus capacidades y aptitudes y sabe muy bien como explotarlas?

- a. Si
- b. No

9. ¿En su localidad o comunidad la cultura es muy favorable hacia la actividad emprendedora?

- a. Si
- b. No

¿Por qué? _____

10. ¿Cuáles cree que son los recursos necesarios para poder emprender?

11. ¿Qué es lo que más potenciaría para poder llegar al público?

- Redes sociales
- Estrategia de Marketing
- Puntos de venta
- Publicidad

12. ¿Cree usted que el miedo a un posible estigma social relacionado al fracaso le frenaría a la hora de emprender?

- a. Si
- b. No

¿Por qué? _____

13. ¿Usted cree que es posible aprender del fracaso?

- a. Si
- b. No

c. ¿Por qué? _____

14. ¿Seleccione cuales cree que son motivaciones del emprendedor?

- Independencia
- Reconocimiento
- Rentabilidad
- Reto personal
- Satisfacción
- Tradición familiar
- Dificultad de encontrar trabajo
- Ejecución de ideas propias
- Dirigir una organización
- Invertir su patrimonio

15. ¿Considera positivo desarrollar capacidades emprendedoras en esta época de cambios?

- a. Si
- b. No

¿Por qué? _____

16. ¿Cree usted que al iniciar un emprendimiento podría mejorar su calidad de vida en un futuro?

- a. Si
- b. No

¿Por qué? _____

Modelo para el desarrollo de proyectos pedagógicos productivos (PPP) en Instituciones Educativas Privadas de los niveles secundaria y media para la localidad Bosa en la ciudad de Bogotá

Anexo C. Rubrica de aprendizaje

RUBRICA PARA EVALUAR CONOCIMIENTO DEL MODELO DE PROYECTOS PEDAGOGICOS PRODUCTIVOS					
COLEGIO					FECHA
ESTUDIANTE					GRADO Y SECCION
NOMBRE DEL PROYECTO					
CRITERIOS	EXCELENTE (2,5)	BUENO (2)	SATISFECHO (1,5)	DEFICIENTE (1)	PUNTAJE
DATOS GENERALES DEL PROYECTO	El proyecto contiene una portada con todos los datos que se indican en el esquema dado	El proyecto contiene una portada con algunos datos que se indican en el esquema dado	El proyecto contiene una portada con título del proyecto, autor y área	El proyecto contiene una portada solo con título del proyecto y autor	
DESCRIPCION Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	El proyecto cuenta con descripción de la realidad problemática y el planteamiento del problema en forma clara y precisa	El proyecto cuenta con descripción de la realidad problemática y el planteamiento del problema no precisa	El proyecto cuenta con descripción de la realidad problemática o el planteamiento del problema en forma clara y precisa	El proyecto no cuenta con descripción de la realidad problemática y el planteamiento del problema	
JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DEL PROYECTO	Se explica las razones por las que se hará el proyecto y la importancia del mismo	Se explica las razones por las que hará el proyecto sin resaltar su importancia	Se explica las razones por las que hará el proyecto limitadamente	Se omiten las razones por las que hará el proyecto y la importancia del mismo	
OBJETIVOS DEL PROYECTO	Los objetivos son precisos, nos permiten saber hacia donde va y lo que se espera del proyecto, son posibles de cumplir, medir y evaluar	Los objetivos son precisos, nos permiten saber hacia donde va y lo que se espera del proyecto, aunque son difíciles de medir y evaluar	Los objetivos son planteados pero no son tan precisos y no permite determinar si los resultados son medibles	Los objetivos no son precisos, no se relacionan con tema del proyecto	
DISEÑO Y PLANIFICACION	El proyecto incluye todos los elementos esenciales del diseño de proyectos tal como están descritos en la Rúbrica de Diseño de Proyectos	El proyecto incluye todos los elementos esenciales del diseño de proyectos, pero algunos no están al más alto nivel de la Rúbrica de Diseño de Proyectos.	El proyecto incluye algunos de los elementos esenciales del diseño de proyectos, pero no al más alto nivel de la Rúbrica del Diseño de Proyectos.	El proyecto no incluye todos los elementos esenciales del diseño de proyectos, ni están descritos como se menciona en la rubrica	
ALINEACION DEL CURRÍCULUM DE EMPRENDIMIENTO CON EL MODELO PPP	La plataforma del aprendizaje de los estudiantes, los protocolos de crítica y revisión, las evaluaciones y rúbricas consistentemente se refieren y apoyan el logro específico de aprendizajes esperados según el currículum.	La plataforma del aprendizaje de los estudiantes, los protocolos de crítica y revisión, las evaluaciones y rúbricas no siempre se refieren o apoyan el logro específico de aprendizajes esperados según el currículum	La plataforma del aprendizaje de los estudiantes, los protocolos de crítica y revisión, las evaluaciones y rúbricas no se refieren o apoyan el logro específico de aprendizajes esperados según el currículum	La plataforma del aprendizaje de los estudiantes, los protocolos de crítica y revisión, las evaluaciones y rúbricas no se encuentran orientadas al logro específico de aprendizajes esperados según el currículum	
CONSTRUIR LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO	La opinión y elección de los estudiantes es regularmente estimulada durante todo el proceso, incluyendo la identificación de asuntos y problemas reales que los estudiantes desean abordar en sus proyectos.	La opinión y elección de los estudiantes es estimulada en los momentos previstos, por ejemplo en la elección de grupos, la búsqueda de recursos, el uso de protocolos de reflexión crítica o la creación de productos.	Aunque se da oportunidad para que los estudiantes aporten sus ideas o tomen decisiones, las oportunidades para opinar o elegir son poco frecuentes y relacionadas únicamente a asuntos de menor importancia.	No se tiene en cuenta la opinión de los estudiantes, es poco estimulada durante todo el proceso, no hay interés en la temática y en sus proyectos	
ADMINISTRAR LAS ACTIVIDADES	Se constituyen equipos bien balanceados de acuerdo a la naturaleza del proyecto y las necesidades de los estudiantes, y con un grado adecuado de opinión y decisión de los estudiantes.	Generalmente se constituyen equipos bien balanceados, pero sin considerar la naturaleza específica del proyecto; los estudiantes tienen opinión y elección excesiva o insuficiente en el proceso.	Los equipos se constituyen de forma aleatoria o se permite a los estudiantes formar sus propios equipos sin ningún criterio o proceso formal.	Los equipos se constituyeron de forma autónoma pero no cuentan con las habilidades para desarrollar el proyecto, no se ve un avance dentro de este ni se genera una transmisión de conocimientos clara y concisa	
MARCO TEORICO	Cuenta con información obtenida de diversas fuentes que fundamentan y guían el proyecto así como las reflexiones que puede hacer el estudiante	Cuenta con información obtenida de diversas fuentes que fundamentan y guían el proyecto así como las reflexiones que puede hacer el estudiante pero no es suficiente	Cuenta con información obtenida de pocas fuentes que fundamentan y guían el proyecto y no ayuda a las reflexiones que puede hacer el estudiante	Cuenta con información obtenida de una sola fuente que guía el proyecto limitando las reflexiones que puede hacer el estudiante	
HIPOTESIS	Plantea la hipótesis relacionando la causa y efecto, y atiende al problema planteado	Plantea la hipótesis relacionando la causa y efecto, pero no hay mucha relación con el tema	Plantea la hipótesis pero no se aprecia la relación causa y efecto	No plantea hipótesis	
MARCO METODOLOGICO	Determina el tipo de investigación, población y muestra y señala los materiales y técnicas a utilizar	Determine el tipo de investigación, población y muestra y señala los materiales a utilizar	Determina el tipo de investigación y señala los materiales y técnicas a utilizar	Determina los materiales y técnicas a utilizar	
SOPORTE DEL APRENDIZAJE ESTUDIANTIL	Habilidades clave para el éxito son enseñadas usando una variedad de herramientas y estrategias; se ofrece a los estudiantes oportunidades para practicar y aplicar tales habilidades, y reflexionar acerca de su avance.	Las habilidades clave para el éxito son desarrolladas, pero los estudiantes necesitan más oportunidades para practicar tales habilidades antes de aplicarlas.	Los estudiantes adquieren habilidades clave para el éxito como un efecto colateral del proyecto, pero están no son desarrolladas	Los estudiantes no adquieren habilidades clave para el éxito dentro del proyecto, y no se desarrollan.	
EVALUAR EL APRENDIZAJE ESTUDIANTIL	La evaluación formativa es utilizada regularmente, utilizando una variedad de herramientas y procesos dentro del proyecto.	La evaluación formativa es utilizada ocasionalmente, usando unas pocas herramientas y procesos dentro del proyecto.	La evaluación formativa es utilizada ocasionalmente, pero no regularmente ni haciendo uso de una variedad de herramientas y procesos dentro del proyecto.	La evaluación formativa no es evidencia, no hay técnicas ni herramientas utilizadas dentro del proyecto.	
INVOLUCRACION Y ORIENTACION	El entusiasmo y sentido de apropiación del proyecto por parte de los estudiantes, es mantenido por la naturaleza compartida del trabajo entre todos los integrantes y definen entre todos las metas y puntos de referencia del proyecto mediante un proceso apropiado	Las metas y puntos de referencia se establecen con algunos aportes de los estudiantes.	Las metas del proyecto se desarrollan sin buscar aportes de los estudiantes.	No se cumplen las metas no se logra desarrollar un aporte significativo dentro de los estudiantes frente a las habilidades suministradas para los proyectos	
LECCIONES APRENDIDAS	Se generan puntos de oportunidad a fondo para los siguientes proyectos, hay transmisión y obtención de conocimientos y habilidades en los estudiantes frente al modelo	Se generan puntos de oportunidad para los siguientes proyectos, hay transmisión y obtención de conocimientos y habilidades superficiales en los estudiantes frente al modelo	Hay transmisión y obtención de conocimientos y habilidades superficiales en los estudiantes frente al modelo y la temática de emprendimiento	No se generan puntos de oportunidad, no hay aprendizaje ni forma de crecimiento, carece de importancia el proyecto y modelo en los estudiantes, conclusiones nulas del proyecto	

Anexo D. Diario de campo

DIARIO DE CAMPO

SESIÓN 1

Etapas Descubrir

Fecha: miércoles 29 de marzo y jueves 30 de marzo

Lugar: Auditorios o salón de clases de los colegios localidad de Bosa

Recursos: Formatos de asistencia, Video Beam, Computador.

Actividad: Presentación del proyecto, actividad me encantaría, carrera de observación, árbol de descomposición de problemas y storyboard.

Objetivo: Identificación de posibles focos de acción de acuerdo con el ODS elegido por el Colegio.

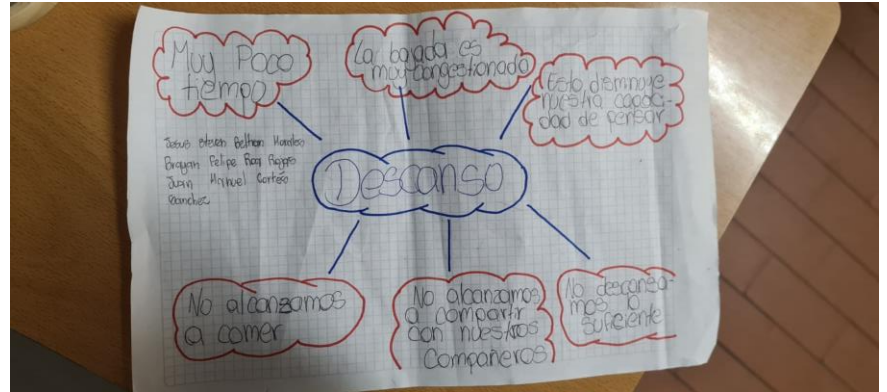
Protagonistas: Estudiantes de los grados de sexto a once de cada colegio de localidad de Bosa.

Descripción: Se hizo la presentación del proyecto, la transmisión de conocimientos acerca del emprendimiento, la conformación de los grupos y la identificación de problemáticas o necesidades de la comunidad educativa y la realización de actividades.

Interpretación: Cada grupo es compacto, donde las decisiones son negociadas y compartidas donde cada miembro es importante y participan en las decisiones.

Observación participativa: Se observa una participación por parte del grupo de estudiantes e interés por la actividad de la sesión y por el proyecto en general, la actitud de la población en general y del grupo en general es bastante positiva, se ve que el tema les llama la atención y algunos estudiantes tienen bases de los temas de emprendimiento, objetivos de desarrollo sostenible, metodología Design Thinking.

Evidencias:



SESIÓN 2

Etapa Idear

Fecha: miércoles 12 de abril y jueves 13 de abril

Lugar: Auditorios o salón de clases de los colegios localidad de Bosa

Recursos: Formatos de asistencia, Video Beam, Computador, post it, papel periódico, marcadores.

Actividad: Socialización de las actividades de la etapa descubrir, actividad mapa de empatía, brainstorming hombrecito de papel, elaboración del poster y evaluación de las ideas.

Objetivo: Los jóvenes analizan, definen y profundizan en el reto elegido, descubriendo qué los llevó a seleccionar la situación de desajuste y en ese sentido, cómo generar ideas para solucionarlo. Entretanto, se trata de poner las ideas en acción.

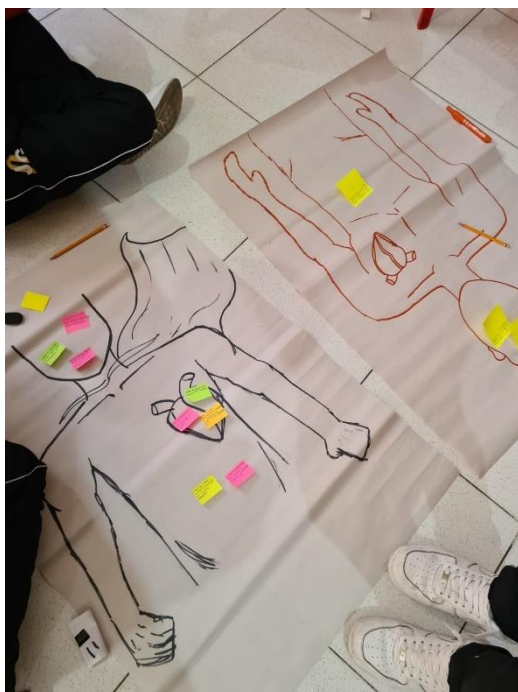
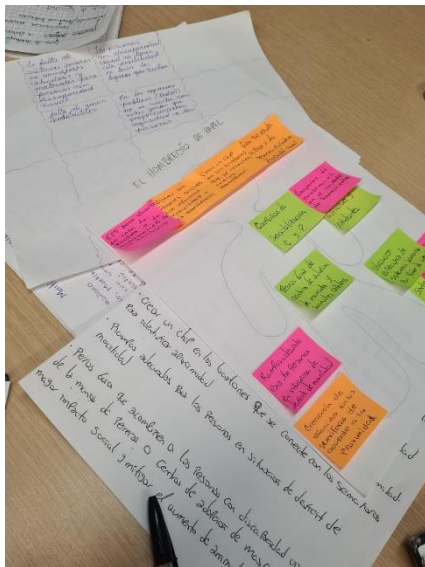
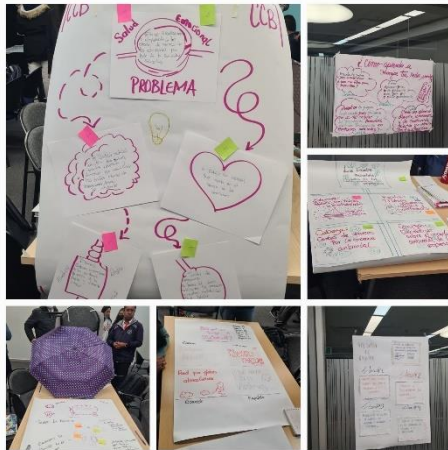
Protagonistas: Estudiantes de los grados de sexto a once de cada colegio de localidad de Bosa.

Descripción: Se realizó socialización por los grupos de trabajo de las actividades de la etapa descubrir, y para realizar las respectivas actividades, se trabajó con los materiales de papel, post it para la elaboración de las ideas, clasificar las ideas entre divertidas, atrevidas, audaces y que llenan el corazón, a partir de ahí se escogen las cuatro mejores ideas, se realiza el poster y por el método Delphi se evalúan las ideas.

Interpretación: Los estudiantes aprenden y realizan las actividades de manera lúdica y entretenida, les gusta los temas de emprendimiento y en especial que puedan materializarla de una manera divertida

Observación participativa: Se evidencia un interés por el desarrollo de las actividades, las manualidades son el gusto de la población estudiantil y la transmisión de conocimiento está siendo efectiva, a la hora de preguntar por términos de emprendimiento vistos en las sesiones, los estudiantes responden asertivamente.

Evidencias:



SESIÓN 3

Etapa Actuar

Fecha: miércoles 26 de abril y jueves 27 de abril

Lugar: Auditorios o salón de clases de los colegios localidad de Bosa

Recursos: Formatos de asistencia, Video Beam, Computador.

Actividad: Socialización de las actividades de la etapa idear, explicación del poster, actividades de objetivos SMART, elaboración del PITCH, bocetear, y Mock up, mapa conceptual y prueba concepto.

Objetivo: Los jóvenes especifican y materializan la idea que propone la solución a la que eligieron y lo más interesante es que con algo concreto, pueden comprobar con las personas para quienes pensaron la solución, si la idea va por buen camino

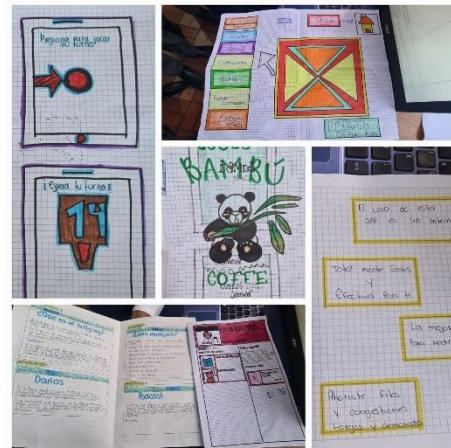
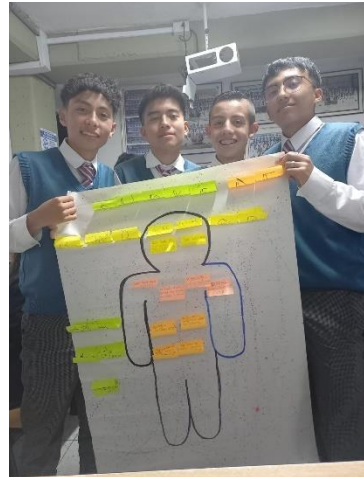
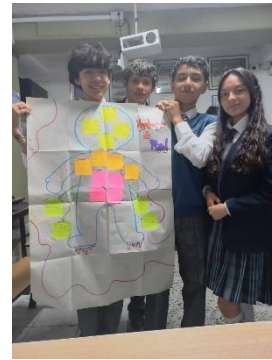
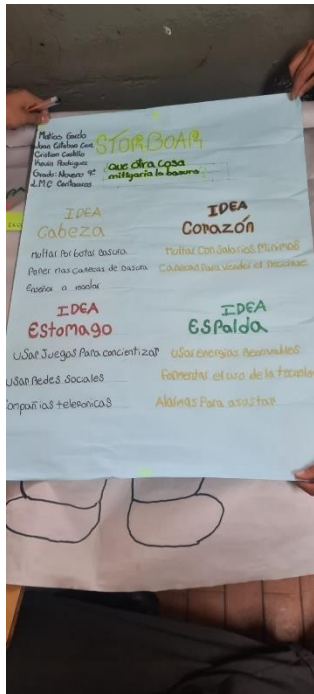
Protagonistas: Estudiantes de los grados de sexto a once de cada colegio de localidad de Bosa.

Descripción: Se realizó socialización por los grupos de trabajo de las actividades de la etapa idear, se explica los objetivos Smart y su importancia en los proyectos, la preparación del pitch de una manera sencilla y contundente se da a conocer las aplicaciones para elaborar bocetos o Mock up en línea, como elaborar un adecuado mapa conceptual y su respectiva prueba concepto.

Interpretación: Los estudiantes presentan disposición en las sesiones presentes, están interesados en temas de emprendimiento, en la formulación y evaluación de proyectos, en los conceptos y aplicaciones para crear prototipos.

Observación participativa: Se evidencia un interés por el desarrollo de las actividades, la elaboración de prototipos, el asombro de los estudiantes al realizar algo nuevo y el gusto por el emprendimiento se nota en los entregables de las actividades.

Evidencias:



SESIÓN 4

Etapa Comunicar

Fecha: miércoles 17 de mayo y jueves 18 de mayo

Lugar: Auditorios o salón de clases de los colegios localidad de Bosa

Recursos: Formatos de asistencia, Video Beam, Computador.

Actividad: Socialización de las actividades de la etapa comunicar, aclarar la teoría del color, creación del nombre e imagen, explicación del modelo de negocio del lienzo Canvas, creación del plan de acción y pautas de la presentación y entregable final.

Objetivo: Los jóvenes construyen y modelan la plataforma de su proyecto de emprendimiento, elaborando una presentación efectiva y unos argumentos poderosos. Es el momento de “pasar a limpio” toda la experiencia para presentarla al público.

Protagonistas: Estudiantes de los grados de sexto a once de cada colegio de localidad de Bosa.

Descripción: Se realizó socialización por los grupos de trabajo de las actividades de la etapa actuar, como elaborar correctamente el lienzo Canvas, el plan de acción con las respectivas actividades primordiales y duración, aplicaciones para la elección del nombre y logo, y se da las pautas para la feria de emprendimiento de cada colegio donde se explicarán los proyectos.

Interpretación: La población estudiantil ya presenta mayor claridad en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento basado en las necesidades de la comunidad, elaboran un modelo de negocio acorde a sus conocimientos y lo aprendido en las sesiones trabajadas.

Observación participativa: Se contempla en los estudiantes un interés colectivo por mejorar la situación de la comunidad a partir del proyecto que satisface las necesidades, a través del desarrollo del proyecto los estudiantes asumen propiedad intelectual, se apropian del tema y fortalecen con las competencias y habilidades blandas de los futuros emprendedores o gerentes de proyecto.

Evidencias:

