

Caracterización del programa de emprendimiento de la Institución Educativa Colegio José  
Celestino Mutis de Bucaramanga

Mónica Tatiana Gómez Alvarez y Emerson Moreno Hernández

Trabajo de Grado para Optar el título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Luis Rubén Pérez Pinzón

Historiador

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia - IPRED

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2020

### **Dedicatoria**

A Dios, “Porque todas las cosas proceden de él, y existen por él y para él. ¡A él sea la gloria por siempre! Amén”. (Romanos 11:36, Nueva Versión Internacional).

A mi madre Martha Cecilia Alvarez, por ser mi pilar más importante, mi ejemplo y mi mayor motivación; por su compañía, apoyo, y absoluto amor. Por ser el regalo más preciado que Dios ha dado a mi vida.

A mi padre Orlando Gómez Diaz, mi hermana Diana K. Gómez A., mis hermanos Sergio A. Gómez A. y Johan A. Gómez A., y a mis sobrinos Mattias, Santiago y Thiago; por hacer parte de mis proyectos y ser motores para seguir adelante.

A Emerson Moreno Hernández, porque juntos iniciamos este sueño, y hoy tenemos la satisfacción de saber que todo valió la pena.

En memoria de mi abuelita Oliva Alvarez, y mi abuelito Salvador González; por su amor incondicional, por regalarme los momentos más felices de mi vida, y porque siempre vivirán en mi mente y corazón, siendo inspiración de mis sueños y proyectos.

*Mónica Tatiana Gómez Alvarez*

### **Dedicatoria**

A Dios, porque “todo lo que hacéis, sea de palabra o, de hecho, hacedlo todo en el nombre del Señor Jesús, dando gracias a Dios Padre por medio de él”. (Colosenses 3:17, Reina Valera)

A mis padres, Alicia Hernández, y Jaime Moreno, por su amor y apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida.

A mis hijos, Keyla Valentina y Juan Esteban, por ser el motor y la inspiración que día a día impulsan mis sueños.

A Mónica Tatiana Gómez Alvarez, por su apoyo e infinito amor con los que me motiva para conseguir juntos nuestros sueños y proyectos.

*Emerson Moreno Hernández*

### Agradecimientos

A Dios, por permitirnos cumplir un sueño más, por renovar nuestras fuerzas cada vez que lo necesitamos, y por demostrarnos que con su amor todo es posible.

A nuestras familias, por su apoyo incondicional, amor, y comprensión; y por ser la razón por la que cada día queremos llegar más lejos.

A la Universidad Industrial de Santander, y el Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia – IPRED; por habernos permitido pertenecer a esta gran familia, y formarnos como profesionales integrales y éticos.

A nuestro director de proyecto de grado, Luis Rubén Pérez Pinzón, por su acompañamiento, compromiso, y dedicación, mediante los cuales nos impartió conocimientos.

A la Institución Educativa Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga, por abrirnos las puertas para desarrollar dentro de sus instalaciones nuestro proyecto; y en especial, a la Dra. Esperanza Toloza León (Rectora), Dra. Paola Uribe Prada (Coordinadora académica), Sr. Luis Adolfo Briceño (Docente de emprendimiento), Sra. Carmen Rosa Gualdrón (Docente y responsable del área de emprendimiento), y a cada uno de los estudiantes participantes.

**Contenido**

	<b>Pág.</b>
Introducción .....	18
1. Problema de investigación .....	21
1.1 Descripción del problema .....	21
1.2 Preguntas de investigación.....	24
2. Objetivos .....	25
2.1 Objetivo general.....	25
2.2 Objetivos específicos .....	25
3. Marco referencial .....	26
3.1 Emprendimiento.....	26
3.2 Formación para el emprendimiento (FPE).....	27
3.3 Cultura del emprendimiento en la educación.....	29
3.4 Aprendizaje social.....	30
4. Metodología .....	30
4.1 Fase preparatoria.....	31
4.2 Fase de trabajo de campo .....	31
4.3 Fase analítica.....	31
4.4 Fase informativa.....	31
5. Componentes de la formación para el emprendimiento .....	32

5.1 Marco legal .....	32
5.1.1 Ley 115 de 1994.....	32
5.1.2 Ley 1014 de 2006.....	35
5.1.3 Ley 1429 del 2010. ....	36
5.2 Marco institucional .....	39
5.2.1 Generalidades de la Institución Educativa José Celestino Mutis.....	39
5.2.1.1 Misión. ....	39
5.2.1.2 Visión.....	40
5.2.1.3 Objetivos institucionales.....	40
5.2.2 Diagnóstico documental institucional.....	40
5.2.2.1 Proyecto educativo institucional (PEI). ....	41
5.2.2.2 Plan de estudios.....	42
5.2.2.3 Plan de área de emprendimiento. ....	44
5.3 Análisis del diagnóstico documental institucional.....	51
5.4 Discusión de resultados.....	54
6. Perspectiva del emprendimiento desde los diferentes agentes educativos .....	56
6.1 Método e instrumento de recolección de datos.....	56
6.1.1 Diseño. ....	57
6.2 Diseño muestral .....	60
6.2.1 Población Objetivo.....	60
6.2.2 Marco muestral. ....	60
6.2.3 Tamaño de la muestra. ....	60
6.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados .....	61

6.3.1 Primera pregunta.....	61
6.3.2 Segunda pregunta.....	63
6.3.3 Tercera pregunta. ....	65
6.3.4 Cuarta pregunta.....	66
6.3.5 Quinta pregunta.....	68
6.3.6 Sexta pregunta.....	69
6.3.7 Séptima pregunta. ....	71
6.3.8 Octava pregunta. ....	72
6.3.9 Novena pregunta. ....	74
6.3.10 Decima pregunta. ....	75
6.3.11 Onceava pregunta.....	77
6.3.12 Doceava pregunta.....	78
6.4 Discusión de resultados.....	79
7. Aporte al área de emprendimiento institucional.....	83
7.1 Explicación del Modelo Canvas.....	85
7.1.1 ¿Qué es el modelo Canvas?.....	85
7.1.3 ¿En que se benefician las personas que lo utilizan?.....	87
7.2 Explicación de elaboración del Modelo Canvas.....	88
7.3 Actividad para la aplicación de los conocimientos adquiridos.....	89
7.4 Entrega de material.....	90
7.5 Discusión de resultados.....	92
8. Conclusiones.....	94
9. Recomendaciones.....	99

Referencias Bibliográficas ..... 106

Apéndices..... 111

**Lista de Figuras**

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Identificación del plan de área de emprendimiento del CJCM. ....	45
Figura 2. Justificación y marco conceptual del plan de área de emprendimiento del CJCM. ....	46
Figura 3. Objetivo general y específico del plan de área de emprendimiento del CJCM. ....	47
Figura 4. Portada módulo de emprendimiento grado octavo, CJCM. ....	49
Figura 5. Portada módulo de emprendimiento grado noveno, CJCM. ....	50
Figura 6. Diseño de encuesta. ....	58
Figura 7. Identificación de enfoque de actitudes emprendedoras en la institución CJCM. ....	62
Figura 8. Identificación del pensamiento flexible en la institución CJCM. ....	64
Figura 9. Nivel de consideración de la formación en emprendimiento para adquirir actitud y capacidad de asumir riesgos. ....	65
Figura 10. Identificación de si las actitudes emprendedoras son propicias del crecimiento personal. ....	67
Figura 11. Identificación de las clases de proyectos de emprendimiento en la institución CJCM. ....	68
Figura 12. Identificación de la realización de proyectos sociales en la institución CJCM. ....	70
Figura 13. Identificación de realización de actividades empresariales en la institución CJCM. ..	71
Figura 14. Identificación de actividades académicas del área de emprendimiento en la institución CJCM. ....	73

Figura 15. Identificación de tipos de emprendimiento que promueve la institución CJCM .....	74
Figura 16. Identificación de existencia de continuidad de emprendimientos que han nacido en el CJCM. ....	76
Figura 17. Identificación de conocimiento del Modelo Canvas. ....	77
Figura 18. Identificación del uso del Modelo Canvas dentro del área de emprendimiento del CJCM. ....	78
Figura 19. Diseño lienzo del Modelo Canvas. ....	86
Figura 20. Modelo Canvas representado por áreas. ....	87
Figura 21. Evidencia fotográfica explicación del Modelo Canvas en la Institución CJCM. ....	88
Figura 22. Evidencia fotográfica explicación elaboración del Modelo Canvas en la Institución CJCM. ....	89
Figura 23. Evidencia fotográfica aplicación del conocimiento adquirido para la elaboración del Modelo Canvas en la Institución CJCM. ....	90
Figura 24. Evidencia fotográfica entrega de material en la Institución CJCM (Lienzo Modelo Canvas) .....	91
Figura 25. Evidencia fotográfica entrega de material en la Institución CJCM (guías).....	92
Figura 26. Modelo de Negocios Canvas de impacto para el programa de emprendimiento de la institución CJCM.....	98
Figura 27. Evidencia fotográfica de presentación de recomendaciones para el programa de emprendimiento del CJCM. ....	103

**Lista de Tablas**

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Plan de estudios Colegio José Celestino Mutis. ....	43
Tabla 2. Identificación de enfoque de actitudes emprendedoras en la institución CJCM. ....	61
Tabla 3. Identificación del pensamiento flexible en la institución CJCM. ....	63
Tabla 4. Nivel de consideración de la formación en emprendimiento para adquirir actitud y capacidad de asumir riesgos. ....	65
Tabla 5. Identificación de, si las actitudes emprendedoras son propicias del crecimiento personal. ....	66
Tabla 6. Identificación de las clases de proyectos de emprendimiento en la institución CJCM. .	68
Tabla 7. Identificación de la realización de proyectos sociales en la institución CJCM. ....	69
Tabla 8. Identificación de realización de actividades empresariales en la institución CJCM. ....	71
Tabla 9. Identificación de actividades académicas del área de emprendimiento en la institución CJCM. ....	72
Tabla 10. Identificación de tipos de emprendimiento que promueve la institución CJCM. ....	74
Tabla 11. Identificación de existencia de continuidad de emprendimientos que han nacido en el CJCM. ....	75
Tabla 12. Identificación de conocimiento del Modelo Canvas. ....	77
Tabla 13. Identificación del uso del Modelo Canvas dentro del área de emprendimiento del CJCM. ....	78

---

Tabla 14. Tabla de Recomendaciones conforme a variables de impacto potencial y facilidad de implementación, en la institución CJCM..... 104

**Lista de Apéndices**

	<b>Pág.</b>
Apéndice A. Autorización desarrollo de proyecto de grado en la institución CJCM.....	111
Apéndice B. Autorización acceso a documentación institucional CJCM.....	112
Apéndice C. Acta aporte realizado al área de emprendimiento institucional del CJCM.....	113
Apéndice D. Lienzo Magnético .....	115
Apéndice E. Guía tomada del libro “Generación de modelos de negocios, de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur” .....	116
Apéndice F. Carta de valoración y validación del trabajo de grado desarrollado en la institución CJCM. ....	122
Apéndice G. Incorporación del Modelo Canvas en el plan de área de emprendimiento 2020....	123
Apéndice H. Incorporación del Modelo Canvas en el módulo de la asignatura del CJCM, año 2020.....	124

## Glosario

**Caracterización:** desde una perspectiva investigativa la caracterización “es una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos (cronología e hitos), actores, procesos y contexto de una experiencia, un hecho o un proceso” (Sánchez Upegui, 2010).

**Emprendedor:** Alcaraz (2011) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades, y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. Al respecto, la ley 1014 del 2006, Cap.1. Art.1, denomina emprendedor como “una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva” (Sistema Único de Información Normativa SUIN, 2006).

**Emprendimiento:** la Ley 1014 del 2006. Cap.1. Art.1, lo define como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (SUIN, 2006).

**Espíritu Emprendedor:** Stripeikis (2011) afirma que el desarrollo de la capacidad emprendedora estimula importantes beneficios tanto económicos y sociales. Por consiguiente, el

espíritu emprendedor no sólo es una fuerza impulsora para la creación de empleo, la competitividad y el crecimiento; sino que también contribuye a la realización personal y el logro de los objetivos sociales.

**Formación para el emprendimiento:** la Ley 1014 del 2006. Cap.1. Art.1, define que la formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo (SUIN, 2006).

**Plan de estudios:** “es el esquema estructurado de las áreas obligatorias y fundamentales y de áreas optativas con sus respectivas asignaturas que forman parte del currículo de los establecimientos educativos” (Ministerio de Educación Nacional MEN, s.f.)

## Resumen

**Título:** Caracterización del programa de emprendimiento del Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga\*

**Autores:** Mónica Tatiana Gómez Alvarez  
Emerson Moreno Hernández \*\*

**Palabras claves:** Emprendimiento, emprendedor, educación, fomento, instituciones educativas (Tesauro de la UNESCO, s.f).

### Descripción:

El emprendimiento es un tema de creciente interés desde la educación, ya que través de las instituciones educativas, se logra promover el carácter, las ideas y la creatividad, generando competencias fundamentales para la formación de verdaderos emprendedores.

Por lo anterior, el presente trabajo de grado, en modalidad de investigación, tiene como objetivo analizar las características del programa de emprendimiento de la institución educativa colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga, partiendo que desde su implementación este no ha sido evaluado. Para ello, nos apoyamos en la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento, que establece el emprendimiento como enseñanza obligatoria en todas las instituciones educativas del país, y en la guía N.º 39 del Ministerio de Educación Nacional, que ofrece orientaciones para la implementación del emprendimiento en las instituciones educativas.

Como metodología para la realización de este trabajo, se utilizó el proceso de investigación propuesto por Barrantes (2008), que comprende cuatro fases: preparatoria, trabajo de campo, analítica, e informativa. Durante estas fases se generó una revisión documental de la normativa del emprendimiento, guías de apoyo, y documentación institucional, tal como proyecto educativo institucional, plan de estudios y plan de área; logrando así abordar los componentes de la formación para el emprendimiento, la perspectiva del emprendimiento desde los diferentes entes educativos, y finalmente generar un aporte al área de emprendimiento institucional tal como fue la implementación del uso del Modelo Canvas en sus actividades académicas, como herramienta que facilita los procesos de desarrollo y ejecución de ideas de negocio; y la difusión de recomendaciones para el mejoramiento del programa.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director de proyecto: Luis Rubén Pérez Pinzón.

## Abstract

**Title:** Characterization of the entrepreneurship program of the college José Celestino Mutis in Bucaramanga\*

**Authors:** Mónica Tatiana Gómez Alvarez  
Emerson Moreno Hernández\*\*

**Keywords:** Entrepreneur, entrepreneurship, education, promotion, educational institutions (UNESCO Thesaurus).

### Description:

Entrepreneurship is a subject of growing interest from education, since through educational institutions, it is possible to promote character, ideas and creativity, generating fundamental competences for the formation of true entrepreneurs.

Therefore, the present work of degree, in the research modality, has as objective to analyze the characteristics of the entrepreneurship program of the educational institution José Celestino Mutis College in Bucaramanga, that starting from its implementation has not been evaluated. To do this, we rely on the Law 1014 of 2006 on the promotion of entrepreneurship culture, which sets the entrepreneurship as a compulsory education in all educational institutions in the country, and in the guide number 39 of the Ministry of National Education, which offers guidelines for the implementation of entrepreneurship in educational institutions.

As a methodology for carrying out this work, the research process proposed by Barrantes (2008) was used, which comprised four phases: preparatory, fieldwork, analytical, and informative. During these phases, a documentary review of the legislation on entrepreneurship, support guides, and the area plan; thereby addressing the components of the training for entrepreneurship, the perspective of entrepreneurship from the different educational entities, and finally generate a contribution to the area of institutional entrepreneurship as was the implementation of the use of the Model Canvas in their academic activities, as a tool that facilitates the processes of development and execution of business ideas; and the dissemination of recommendations for program improvement.

---

\* Degree Work

\*\* Institute of Regional Projection and Education Distantly. Business Management. Project director: Luis Rubén Pérez Pinzón.

## Introducción

La educación es un escenario que permite promover el progreso y superación de la población, por lo que fomentar el emprendimiento a través de esta, genera bases fundamentales para establecer proyectos de vida exitosos, en donde predominen los jóvenes capaces de asumir riesgos a través de la generación de proyectos creativos e innovadores, y disminuya significativamente las posibilidades de que estos estén expuestos a los problemas que más afecta actualmente a la sociedad, como lo es la drogadicción, el alcoholismo y la violencia.

El emprendimiento se encuentra bastante posicionado y socializado en la educación superior a través de investigaciones, publicaciones, eventos, programas y asociaciones. Mientras que en comparación con las instituciones de educación básica secundaria y media se detecta una ausencia del tema y poco reconocimiento a pesar de la existencia de la ley 1014 del 2006, que lo establece como enseñanza obligatoria en todas las instituciones de educación del país. En consideración a esto se evidencia falta de un riguroso seguimiento para identificar si realmente se está o no estableciendo el emprendimiento dentro de dichas instituciones, y la forma en como se está ejecutando, a fin de evidenciar si se está cumpliendo con el objetivo mediante el cual fue propuesta la ley, o si requiere de mejoras o modificaciones para cumplirlo, logrando formar verdaderos emprendedores.

En correspondencia con este trabajo de grado se pretende contribuir a identificar y valorar cómo la institución educativa Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga (CJCM), además de incentivar a que los estudiantes quieran ser emprendedores, promueve la apropiación de

conocimientos y bases para que trasciendan y se proyecten como empresarios; lo anterior teniendo en cuenta que, desde la implementación del programa a la institución, este no ha sido evaluado. Por lo que permite contar con un elemento que ayuda a realizar una mirada valorativa sobre los aportes y beneficios proyectados, así como la detección de mejoras o modificaciones a implementar.

En relación con lo anterior, este trabajo de grado, en modalidad de investigación, estableció como objetivo general: *Caracterizar el programa de emprendimiento del Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga, con el fin de identificar fortalezas y debilidades, a través de visitas a la institución, así como de recolección y análisis de datos e información obtenidos de agentes educativos, que permitan finalizar con la generación de un aporte a dicho programa.*

Así mismo, como una manera de abordar la problemática expuesta se formuló el siguiente interrogante: *¿Cómo es la dinámica del programa de emprendimiento de la Institución educativa Colegio José Celestino Mutis?*, el intentar responderlo conllevó a formularse otras preguntas de orden particular, tales como: *¿Cuál es el componente o énfasis de emprendimiento en la propuesta formativa?*, *¿Cuál es la correspondencia entre el desarrollo del programa con los referentes y normativa que lo representan?*, y *¿Qué aspectos del programa es necesario resignificar desde la perspectiva del mejoramiento?*

Para la ejecución de los planteamientos anteriores y del objetivo general del trabajo de investigación, el proyecto se estructura en nueve (9) apartados así: Problema de investigación, Objetivos, Marco referencial, Metodología, Componentes de la formación para el emprendimiento, Perspectiva del emprendimiento desde los diferentes agentes educativos, Aporte al área de emprendimiento institucional, Conclusiones y Recomendaciones.

A partir de los análisis realizados a la normativa de la educación y el emprendimiento, la documentación institucional, tal como proyecto educativo institucional (PEI), plan de estudios, y plan de área de emprendimiento, y la recolección de datos obtenido a partir de una encuesta realizada a los diferentes entes educativos (rectora, coordinadora académica, docentes, estudiantes y padres de familia), se destacan algunos aspectos como resultado de la caracterización del programa de emprendimiento: (a) Se está dando cumplimiento a la ley 1014 de 2006 donde se establece como enseñanza obligatoria el diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales. (b) El enfoque de actitudes emprendedoras relaciona la innovación y creatividad, identificación de oportunidades y recursos en el entorno, y visión de futuro. (c) Tienen como enfoque el desarrollo de ideas de negocio y creación de empresas. (d) El programa de emprendimiento solo se encuentra estipulado para los grados 8° y 9°, por lo que no se está generando un aprendizaje consecutivo ni gradual. (e) Se está dando el emprendimiento como una cátedra dispersa, que no conecta ni articula ninguna otra área de la institución. (f) A pesar de que el tipo de emprendimiento que promueve la institución es empresarial, no conocen que es el Modelo Canvas de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, ni lo han aplicado en el desarrollo de las ideas de negocio que han surgido en el interior de sus aulas.

La caracterización anterior, generó la necesidad de realizar un aporte al área de emprendimiento, mediante el cual se propuso la implementación del uso de Modelo Canvas dentro del desarrollo de las actividades académicas del área de emprendimiento de la institución, con el fin de establecerlo como herramienta que les permita fortalecer las ideas de negocio, a fin de que los estudiantes obtengan la capacidad de ejecutarlas; disminuyendo las posibilidades de fracasar, debido a que a través de este pueden saber exactamente que los hace diferentes a su competencia,

a través de la generación de valor, así como saber hacia quien va dirigido su producto o servicio, la forma de comercialización, la relación con sus clientes, etc.

De igual manera el trabajo de investigación finalizó con una serie de recomendaciones planteadas a la institución, que tienen como propósito el fortalecer las debilidades del programa, y a su vez generar resultados positivos que se vean reflejados en la formación de emprendedores, capaces de aportar incluso al desarrollo y crecimiento económico del país.

El interés que nos llevó a desarrollar el presente trabajo de investigación es el resaltar la importancia del emprendimiento desde la educación, ya que, a través de este, se permiten quitar los miedos, superar obstáculos y evitar el fracaso; enfocados en el futuro de la sociedad ¡Los Jóvenes!

## **1. Problema de investigación**

### **1.1 Descripción del problema**

El emprendimiento es una de las competencias de última generación y, por ello, en la literatura especializada se aborda desde diferentes perspectivas según el contexto de que se trate, pero conservando un horizonte y alcance característico. Al respecto, en la ley 1014 de 2006 se establece que el emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo

calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Sistema Único de Información Normativa SUIN, 2006).

En Colombia el emprendimiento se ha convertido en un factor importante que ha tomado fuerza con el transcurrir de los años. Fruto de esto, y según el índice Global de Emprendimiento (IEG) 2018, el cual es un informe que mide la calidad y la dinámica de los ecosistemas de emprendimiento a nivel nacional y regional, Colombia se ubica en la posición cuarenta y siete (47) a nivel general y el puesto tres (3) en Latinoamérica después de Chile y Puerto Rico, superando a Brasil, Costa Rica y Argentina (Finanzas Personales, 2018). Esto sucede porque la sociedad busca la oportunidad de ser independiente, generar empleo y aumentar sus ingresos.

En el marco de la anterior dinámica, y como lo plantea Gómez et al. (2017), se crean retos constantes por construir procesos educativos orientados a formar estudiantes competentes en el entorno donde se desenvuelven; aspecto que conlleva a plantear la formación para el emprendimiento (FPE) como uno de los derroteros propicios para atender a las demandas actuales que enfrentan los individuos en la sociedad. Por esta razón, es necesario fomentar el espíritu emprendedor desde la adolescencia. Tal como lo mencionan Santana, González y Feliciano (2016), “a través de las instituciones educativas, es donde se ha de contribuir a formar el carácter, las ideas y la creatividad”.

Como un soporte a esta apuesta formativa, y a lo que a Colombia hace referencia, existe un marco legal. Así es que, en el artículo 2° de la ley 1014 de 2006 del Congreso de Colombia, tiene por objeto: “promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país” (SUIN, 2006). Desde la literatura especializada es fácil corroborar que esta apuesta de estado está bastante posicionada y socializada en la educación superior (Palacios, 2009), como así se muestra en diversos reportes de investigaciones, eventos, programas y asociaciones; condición distinta a la

de las instituciones de educación básica secundaria y media en donde el tema se está abriendo espacio e incluso ya se han detectado necesidades de fortalecimiento, como así se muestra en el estudio de Diaz y Celis (2010).

Por lo anterior, resulta imperante valorar los esfuerzos que, en estos niveles educativos, se están adelantando, en aras de fortalecer la oportunidad de que los estudiantes puedan adquirir los conocimientos y las competencias necesarias que los ayuden a materializar sus actitudes emprendedoras. Algunas de estas actitudes son las registradas en la guía N°39 del Ministerio de Educación Nacional, en donde se enuncia: La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos, ha de buscar la generación de actitudes tales como: “visión de futuro, comportamiento autorregulado, capacidad para asumir riesgos, materialización de ideas en proyectos, innovación, identificación de oportunidades y recursos en el entorno, autoaprendizaje y gestión del conocimiento, creatividad, y pensamiento flexible” (MEN, 2012). Dada la importancia de estas actitudes, y su surgimiento desde los procesos de formación, resulta conveniente realizar esfuerzos de valoración o evaluación que permitan dar cuenta de su desarrollo y, en particular, del cumplimiento desde los referentes.

De manera particular, una institución en donde se ha asumido el reto de contribuir a la formación para el emprendimiento es la institución educativa CJCM de Bucaramanga. El programa de emprendimiento de esta institución, y en términos generales, se caracteriza por: i) Tener a los grados de octavo y noveno como la población objetivo; ii) tener incluida la asignatura de emprendimiento en su plan de estudios. y iii) realizar una feria de emprendimiento anual. En la historia de ejecución de esta experiencia formativa, se evidencia que, desde el inicio de su implementación, éste no ha sido evaluado, razón por la cual resulta necesario desarrollar procesos en correspondencia que permitan valorar y fortalecer dicho programa.

Dada la situación contextual del programa, resulta valioso la realización de una mirada valorativa, liderada por agentes externos, la cual permita valorar el programa y así identificar las características, ventajas y desventajas del mismo; condición que se constituye en insumos para generar propuestas de mejora. En ello se tendría como horizonte la realización de una mirada que ayude a valorar la correspondencia entre la propuesta formativa y la práctica educativa.

## 1.2 Preguntas de investigación

Con base en lo estipulado en la descripción del problema, resulta conveniente resolver la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo es la dinámica del programa de emprendimiento de la Institución educativa CJCM? El intentar responder esta pregunta conlleva a formularse otras preguntas de orden particular, tales como:

- ¿Cuál es el componente o énfasis de emprendimiento en la propuesta formativa?
- ¿Cuál es la correspondencia entre el desarrollo programa con los referentes y normativa que lo representan?
- ¿Qué aspectos del programa es necesario resinificar desde la perspectiva del mejoramiento?

## 2. Objetivos

### 2.1 Objetivo general

Caracterizar el programa de emprendimiento del Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga, con el fin de identificar fortalezas y debilidades, a través de visitas a la institución, así como de recolección y análisis de datos e información obtenidos de agentes educativos, que permitan finalizar con la generación de un aporte a dicho programa.

### 2.2 Objetivos específicos

Identificar el componente de emprendimiento en el plan de estudios, a través de acceso a la documentación curricular del programa; con el fin de acceder y reconocer las asignaturas, módulos, programas, actividades, cátedras y demás elementos establecidos.

Verificar, a través de entrevistas con agentes educativos, la ejecución del plan de estudios, con el fin de identificar si se está dando cumplimiento a la programación relacionada con emprendimiento.

Generar propuestas de mejora del programa de emprendimiento a través de actos administrativos, con el fin, de que la comunidad educativa pueda verse beneficiados con los resultados del proyecto.

### 3. Marco referencial

Como soporte teórico para el desarrollo del trabajo de investigación, se tienen establecidos los siguientes referentes: Emprendimiento, Formación para el emprendimiento, Cultura del emprendimiento en la educación y aprendizaje social. Estos referentes se pormenorizan a continuación.

#### 3.1 Emprendimiento

Como punto de partida del marco teórico, resulta ineludible abordar el emprendimiento desde las escuelas clásicas, como una de las maneras de contar con una base para la caracterización pretendida, en especial para ver adhesiones y representaciones en correspondencia. Con este propósito, serán objeto de referencia las siguientes teorías, todas ellas con enfoque empresarial:

i) Teoría de Andy Freire o teoría del triángulo invertido (González, Rico y Silva 2018). Aquí, todo proceso emprendedor combina tres componentes: Idea, capital y emprendedor; ii) Emprendimiento según Schumpeter. Desde sus fundamentos, se percibe al emprendedor como un sujeto extraordinario que promueve nuevas combinaciones o innovaciones (Samaniego, 2017); iii) Emprendimiento según la escuela austriaca. En contraparte a Schumpeter, el emprendedor es quien desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del contexto con respecto a precios, ganancias y pérdidas (Recalde, Villota, y Flores, 2016). Y iv) El emprendedor

según Howard Stevenson. Desde aquí, la mentalidad emprendedora es concebida como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en recursos (Samaniego, 2017).

De otro lado, y buscando contar con miradas particulares sobre el emprendimiento, surgidas desde las teorías, se ha tenido establecido que, éste es mucho más que iniciar un negocio, es saber cómo hacerlo e identificar si este realmente será viable y tendrá aceptación en el mercado. Es decir, requiere realmente de un conocimiento que permita de manera correcta ejecutar las ideas. Burgos, Pombosa y Villar (2017) en el artículo denominado “Los emprendimientos como elemento de estudio teórico, académico e investigativo”, menciona al profesor Howard Stevenson de la Harvard Business School, quien se orienta a resaltar el impacto del emprendimiento en el proceso de formación del individuo como generador de riqueza permitiendo a las personas tomar decisiones sobre su destino profesional con un abanico de oportunidades, afirmando que crear empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor, la obsesión por la oportunidad, la meta de crear y distribuir riqueza y la constante búsqueda del crecimiento son las bases del emprendimiento, acentuando su posición en el hecho de que el emprendedor no es un adicto al riesgo, sino al aprovechamiento de las oportunidades, que los mercados de vez en cuando van soltando por si alguien avisado quiere aprovecharlas.

### **3.2 Formación para el emprendimiento (FPE)**

Unas de las teorías que sustentarán el desarrollo del estudio, estará centrada, como es natural, en la FPE. En este escenario se considera que, los emprendedores surgen a través de la formación y/o enseñanza; aseveración planteada en la teoría de Timmons. El modelo Timmons se basa en capacidades adquiribles y no en la selección a priori de personas con la antigüedad

llamada capacidad emprendedora. Timmons ha defendido en múltiples oportunidades que los emprendedores no nacen, sino que se forman, y que independientemente de la formación del individuo, puede adquirir la motivación para ser emprendedor. Estas aseveraciones son compartidas por Robert Barón y Lloyd Shefsky.

Al abordar un estado del arte sobre la formación para el emprendimiento, es factible hacer alusión a los planteamientos de Castillo (1999) quien enuncia que, la enseñanza de Emprendimiento debe fundamentarse en la acción basada en la teoría. Adicional a ello, y en cuanto a esta enseñanza acota: i) Los profesores deben considerar dos cosas: en primer lugar, realizar investigación y, en segundo lugar, asegurarse de que los estudiantes entienden las bases teóricas y conceptuales que explique por qué algunos emprendedores tienen éxito y otros fracasan; ii) Hay dos maneras de arruinar un curso de emprendimiento: La primera es basándose exclusivamente en la aplicación práctica y análisis de casos. Un curso así no permite que los estudiantes actúen en base a decisiones. La segunda es basarse sólo en la teoría. Un curso de esta naturaleza “puede considerarse como un botadero árido, donde solo los estudiantes más curiosos intelectualmente progresen”; iii) Se espera que esta enseñanza genere un cambio de actitud, en donde el docente es incidente en la generación de mentalidades diferentes. En ello, se requiere, por un lado, un esfuerzo especial para preparar cada experiencia formativa y manifestar preocupación y devoción real a los estudiantes y, por otro, una motivación para hacer que el curso sea una experiencia de desarrollo significativa y iv) La enseñanza del emprendimiento se ha de basar “en la creación y aplicación de modelos teóricos para explicar las razones por las cuales ciertas decisiones se toman y fomentar el emprendimiento como una manera de pensar y de actuar”.

Otros autores como Amit y Muller (1994), se suman a este criterio de la formación para el emprendimiento, enfatizando el impacto que la preparación tiene, y expresando que el

emprendimiento no está relacionado con características de personalidad sino con la forma de comportamiento que puede ser cambiado y aprendido. En ello, Zaballa (2013) señala que emprender y aprender tienen raíz común, siendo el emprendimiento un área del conocimiento en continua evolución; postura complementada por Howar Rasheed (2000), quien considera que el aprendizaje del emprendimiento logrará un cambio de atributos en el individuo, logrando inclusive evitar la generación de actitudes socialmente no deseables; entre otros criterios que fortalecen el posicionamiento del emprendimiento como parte del proceso de educación de los jóvenes.

### **3.3 Cultura del emprendimiento en la educación**

Desde este aspecto, el desarrollo del proyecto tendrá como referentes:

- Lo dispuesto en la Guía N.º 39 del Ministerio de Educación Nacional (MEN), denominada “La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos”. Con esta fuente se dispone de orientaciones para instituciones educativas relacionadas con la cultura del emprendimiento, desde lo conceptual y procedimental.
- El marco legal de la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento disponible en el Sistema Único de Información Normativa, mediante la cual el congreso de Colombia decreta que ésta tiene por objeto promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

### 3.4 Aprendizaje social

El aprendizaje social cobra importancia aquí en esta propuesta, por representar un referente que hace presencia en los otros referentes ya manifiestos y que, por demás, tiene su lugar en la formación de los individuos. Uno de los representantes de la teoría del aprendizaje social es Bandura (1977), quien se centra en que hay tipos de aprendizaje donde el refuerzo directo no es el principal mecanismo de enseñanza, sino que el elemento social puede dar lugar al desarrollo de un nuevo aprendizaje entre los individuos. Mediante esta teoría se pretende explicar cómo las personas pueden aprender y desarrollar nuevas conductas mediante la observación de otros individuos.

Para el horizonte del proyecto, esta teoría sería una de las bases para valorar si mediante las experiencias de formación compartidas, se ha generado aprendizaje y/o motivación por el emprendimiento en los educandos.

## 4. Metodología

La metodología del trabajo de investigación será de tipo descriptiva con énfasis mixto (cuantitativa y cualitativa).

El proyecto será desarrollado teniendo en cuenta una adaptación de las fases del proceso de investigación propuestas por Barrantes (2008) enfatizando que éstas no tienen un carácter lineal y tendrán como horizonte los objetivos propuestos para el proyecto así:

#### **4.1 Fase preparatoria**

Esta fase representa un proceso reflexivo de los diferentes componentes del emprendimiento, mediante el protocolo de revisión de leyes, guías de apoyo y documentos institucionales.

#### **4.2 Fase de trabajo de campo**

Inicia con construcción del instrumento para recolección de datos con agentes educativos, y representa la experiencia de interacción con las fuentes de información (roles y procesos involucrados), la cual incluye el compromiso de recolección de datos y genera como producto el corpus de información para analizar.

#### **4.3 Fase analítica**

Hace referencia al tratamiento e interpretación de datos. La fase se estructura en las siguientes etapas: reducción de datos, disposición y transformación de datos, obtención de resultados y análisis.

#### **4.4 Fase informativa**

Representa la presentación de resultados a través de la elaboración de un informe final. Esta fase incluye la generación de aportaciones.

## **5. Componentes de la formación para el emprendimiento**

A partir del análisis del programa de emprendimiento del CJCM, este capítulo tiene como fin desarrollar y mostrar los resultados del primer objetivo específico de la investigación, enfocado en identificar el componente de emprendimiento en el plan de estudios institucional, a través de acceso a la documentación curricular del programa; con el fin de acceder y reconocer las asignaturas, módulos, programas, actividades, cátedras y/o demás elementos establecidos.

Para tal fin el proceso se desarrolla a través del marco legal, el proyecto educativo institucional PEI, el plan de estudios, y el plan de área de emprendimiento.

### **5.1 Marco legal**

La estructura de la política de emprendimiento que se presenta en los siguientes subcapítulos, se encuentra organizada de acuerdo con las leyes que regulan la educación y el emprendimiento en Colombia, entre las cuales se encuentran: Ley 115 de 1994, ley 1429 del 2010 y la Ley 1014 de 2006.

#### ***5.1.1 Ley 115 de 1994.***

Dentro de la normatividad educativa vigente se encuentra establecida la Ley 115 de febrero 8 de 1994, por lo cual se expide la ley general de la educación, reglamentada parcialmente por el

decreto 1860 de 1994. Mediante esta, el Congreso de la Republica de Colombia decreta en el Título I, artículo 1º, objeto de la ley: “La educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes” (Sistema Único de Información Normativa SUIN, 1994).

El artículo 5º de la ley mencionada anteriormente establece los fines de la educación de acuerdo con el artículo 67 de la Constitución Política; de estos se consideran que los de mayor relación con el emprendimiento son:

- Artículo 5º, numeral 1. El pleno desarrollo de la personalidad sin más limitaciones que las que le imponen los derechos de los demás y el orden jurídico, dentro de un proceso de formación integral, física, psíquica, intelectual, moral, espiritual, social, afectiva, ética, cívica y demás valores humanos (SUIN, 1994).

- Artículo 5º, numeral 3. “La formación para facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación” (SUIN, 1994).

- Artículo 5º, numeral 5. “La adquisición y generación de los conocimientos científicos y técnicos más avanzados, humanísticos, históricos, sociales, geográficos y estéticos, mediante la apropiación de hábitos intelectuales adecuados para el desarrollo del saber” (SUIN, 1994).

- Artículo 5º, numeral 7. “El acceso al conocimiento, la ciencia, la técnica y demás bienes y valores de la cultura, el fomento de la investigación y el estímulo a la creación artística en sus diferentes manifestaciones” (SUIN, 1994).

- Artículo 5º, numeral 9. El desarrollo de la capacidad crítica, reflexiva y analítica que fortalezca el avance científico y tecnológico nacional, orientado con prioridad al mejoramiento

cultural y de la calidad de la vida de la población, a la participación en la búsqueda de alternativas de solución a los problemas y al progreso social y económico del país (SUIN, 1994).

- Artículo 5º, numeral 11. “La formación en la práctica del trabajo, mediante los conocimientos técnicos y habilidades, así como en la valoración del mismo como fundamento del desarrollo individual y social” (SUIN, 1994).

- Artículo 5º, numeral 13. “La promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo” (SUIN, 1994).

El título II de la ley 115 de 1994 denominado “Estructura del servicio educativo”, capítulo 1º, artículo 13, establece los objetivos comunes de todos los niveles de educación; en relación con emprendimiento se identifica:

- Artículo 13, numeral a. “Formar la personalidad y la capacidad de asumir con responsabilidad y autonomía sus derechos y deberes” (SUIN, 1994).

- Artículo 13, numeral f. “Desarrollar acciones de orientación escolar, profesional y ocupacional” (SUIN, 1994).

- Artículo 13, numeral g. “Formar una conciencia educativa para el esfuerzo y el trabajo” (SUIN, 1994).

- Artículo 13, numeral j. Desarrollar competencias y habilidades que propicien el acceso en condiciones de igualdad y equidad a la oferta de la educación superior y a oportunidades en los ámbitos empresarial y laboral, con especial énfasis en los departamentos que tengan bajos niveles de cobertura en educación (SUIN, 1994).

### *5.1.2 Ley 1014 de 2006.*

Teniendo en cuenta la ley general de la educación, mediante la cual ejercen su actividad las instituciones de educación de Colombia, y respecto al emprendimiento en la educación formal, se encuentra establecida la ley 1014 del 26 de enero de 2006, en la cual se establece el emprendimiento como enseñanza obligatoria en todas las instituciones que ofrezcan educación formal en el país.

La ley 1014 del 26 de enero de 2006 titulada “Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento”, se encuentra reglamentada por el decreto 1192 del 2009, y pretende generar a través de la educación una mentalidad de superación en los estudiantes, capaz de generar beneficios propios, y a su vez que contribuyan al desarrollo de la sociedad y la economía general del país.

El capítulo I, artículo 2º, entre los numerales a y f define los objetos de la ley, los cuales están enfocados en promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, desde los niveles de educación preescolar, básica primaria, básica secundaria y media. Lo anterior, a través de un vínculo entre el sistema educativo y el sector productivo, mediante el cual se promueva la cultura del emprendimiento por medio de la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales que generen el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, con el fin de hacerlas competitivas y competentes (SUIN, 2006).

En el capítulo III, artículo 12 de la presente ley, se encuentran establecidos además como objetivos específicos de la formación para el emprendimiento, el lograr desde los aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos el desarrollo de personas integrales; contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas de las personas que les

permita emprender iniciativas para la generación de ingresos; generar a través de las instituciones educativas acercamiento al mundo productivo, y fomentar cultura de cooperación, ahorro y asociatividad (SUIN, 2006).

Por otro lado, en el capítulo III, artículo 13, la ley establece el fomento de la cultura del emprendimiento como enseñanza obligatoria en todos los establecimientos oficiales o privados del país, que ofrezcan educación formal en los niveles de la educación preescolar, básica, básica primaria, básica secundaria, y media.

Las instituciones mencionadas anteriormente, además deberán cumplir con una serie de factores establecidos en los numerales del 1º al 4º, entre los cuales se incluyen: definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, incorporados al currículo y desarrollada mediante el plan de estudios PEI; transmisión de conocimiento, y actitudes favorables en emprendimiento, innovación y creatividad, en todos los niveles escolares, con el fin de generar competencias para la creación de empresas; diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial", con el fin de generar capacidades emprendedoras para la creación de empresas; promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento (SUIN, 2006).

### ***5.1.3 Ley 1429 del 2010.***

El enfoque de la ley 1014 de 2006 y la ley 1429 de 2010 está relacionado con la generación e implementación de emprendimiento en las instituciones de educación, con el fin de generar estímulos para la creación de empresas desde los jóvenes.

La ley 1429 del 2010 por medio de la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo, reglamentada parcialmente por el decreto 4910 de 2011, relaciona diversos estímulos para la creación de empresas, entre los cuales se incluyen beneficios para las empresas creadas por jóvenes menores de 28 años, tal como se evidencia en el título II, capítulo 1, parágrafo 3: El Gobierno Nacional expedirá el reglamento para que el Fondo Nacional de Garantías otorgue condiciones especiales de garantía a empresas creadas por jóvenes menores de veintiocho (28) años tecnólogos, técnicos o profesionales, que conduzcan a la formalización y generación empresarial y del empleo, por el ochenta por ciento (80%) del valor del crédito requerido (SUIN, 2010).

Mediante esta ley se evidencia el apoyo hacia los jóvenes, a través de la formación para el emprendimiento. Esto lo constata el artículo 3º, numeral c, mediante el cual expresa que el Gobierno Nacional, bajo la coordinación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, deberá: “Diseñar y promover programas de formación, capacitación, asistencia técnica y asesoría especializada, que conduzcan a la formalización y generación empresarial, del empleo y el teletrabajo”; y numeral d “Fortalecer las relaciones entre Universidad-Empresa-Estado, fomentando en todo el país iniciativas tendientes a que estos tres sectores trabajen mancomunadamente en el desarrollo innovador en sus regiones” (SUIN, 2010).

Aunque dentro de ley 1014 de 2006 y la ley 1429 de 2010 no hace énfasis a profundidad de cómo implementar en las instituciones de educación la formación en emprendimiento, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) tiene a su disposición una serie de documentos que sirven como material de apoyo, y ayudan a dirigir la normativa desde el entorno educativo en base al emprendimiento. Algunos de estos documentos son:

- Guía No. 21 del 2006, denominada: “Articulación de la educación con el mundo productivo”. La cual tiene como propósito “presentar una serie de ideas básicas sobre lo que debe hacer el sistema educativo por los jóvenes, en relación con la formación de Competencias Laborales Generales - CLG” (MEN, 2006, p.5). Mediante las CLG, se pretende que los estudiantes al culminar la educación media hayan adquirido la capacidad de enfrentar la vida productiva a través de una mentalidad emprendedora; por lo que dentro de las clases de CLG se encuentra las empresariales y para el emprendimiento, mediante la cual se desarrollan habilidades en los jóvenes para la “identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio, elaboración de planes para crear empresas o unidades de negocio, consecución de recursos, capacidad para asumir el riesgo, y mercadeo y ventas” (MEN, 2006, p.8).

- Guía No. 39 del 2012 denominada: “La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos”. Esta se encuentra desarrollada en tres capítulos que ofrecen una serie de orientaciones dirigidas a docentes y directivos de instituciones de educación. El primero da a conocer en que consiste la cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos, el segundo plantea como fomentar la cultura del emprendimiento a través de los establecimientos educativos, y el tercero propone que pueden hacer los establecimientos educativos para fomentar la cultura del emprendimiento (MEN, 2012).

En la anterior guía, Campo (2012), quien entre el año 2010 al 2014 ejercía como Ministra de Educación Nacional de Colombia, afirma “Nos hemos comprometido con el liderazgo de esta cultura de pertinencia, innovación y emprendimiento, impulsando a los establecimientos educativos como el motor de activación. Estamos seguros de que ese es el escenario propicio para su incubación, creación y apropiación”. Así mismo continúa diciendo “Invito entonces a todos los

establecimientos educativos a incorporar esta cultura a nivel institucional, hasta hacerla propia de su gestión y de la labor de todos los actores que integran la comunidad educativa” (p.3).

## **5.2 Marco institucional**

Corresponde a la planificación estratégica institucional, y está compuesto por el análisis de la documentación institucional tal como proyecto educativo institucional PEI, plan de estudios, y plan de área de emprendimiento.

### ***5.2.1 Generalidades de la Institución Educativa José Celestino Mutis.***

El Colegio José Celestino Mutis, se encuentra ubicado en la carrera 3w # 57 – 14, en el barrio mutis de la ciudad de Bucaramanga, y fue fundado en el año 1968 como una institución de educación pública.

**5.2.1.1 Misión.** “El Colegio José Celestino Mutis es una Institución de carácter oficial académica con niveles de preescolar, básica, media, ciclos lectivos especiales integrados (CLEI) y el programa de educación inclusiva, orientado hacia la población invidente. Ofrece educación de calidad fundamentada en el desarrollo integral de la persona humana, con enfoque social cognitivo, basada en valores de respeto, responsabilidad, honestidad, sentido de pertenencia institucional, convivencia social y que promueve la cultura del cuidado y protección del medio ambiente”. (Colegio José Celestino Mutis - CJCM, s.f.).

**5.2.1.2 Visión.** “En el año 2020 el Colegio José Celestino Mutis será una Institución educativa, reconocida por la formación de personas con valores que serán pilares de su propio desarrollo; competentes para el ingreso a la educación terciaria y/o vinculación al campo laboral y su aporte al cuidado y protección del medio ambiente” (CJCM, s.f.).

**5.2.1.3 Objetivos institucionales.** “i) Administrar de manera eficiente los recursos físicos y financieros para garantizar el desarrollo de los procesos institucionales previstos tanto en el Proyecto educativo institucional (PEI), como en el Plan de Mejoramiento Institucional (PMI). ii) Desarrollar competencias que conduzcan a una cultura de calidad y de mejora continua a través de la efectiva planeación y ejecución de los procesos. iii) Aumentar el grado de satisfacción de los miembros de la comunidad educativa, generando ambientes escolares apropiados para el desarrollo de los procesos institucionales, con miras a garantizar la permanencia y promoción en la institución. iv) Promover la formación en valores que permita lograr un ambiente armónico y de sana convivencia” (CJCM, s.f.).

### ***5.2.2 Diagnóstico documental institucional.***

Mediante el diagnóstico documental institucional se pretende realizar un análisis de los diferentes registros relacionados con emprendimiento, que permitan conocer diversos factores como asignaturas, actividades, proyectos, cátedras, entre otros, que aporten a la caracterización del programa de la institución educativa CJCM. Para lo anterior, se tiene en cuenta el proyecto educativo institucional PEI, el plan de estudios, y el plan de área de emprendimiento.

**5.2.2.1 Proyecto educativo institucional (PEI).** El Título IV, capítulo 1º, artículo 73 de la ley 115 de 1994, establece que con el fin de lograr la formación integral del educando, cada establecimiento educativo deberá elaborar y poner en práctica un Proyecto Educativo Institucional en el que se especifiquen entre otros aspectos, los principios y fines del establecimiento, los recursos docentes y didácticos disponibles y necesarios, la estrategia pedagógica, el reglamento para docentes y estudiantes y el sistema de gestión, todo ello encaminado a cumplir con las disposiciones de la presente ley y sus reglamentos (SUIN, 1994).

Así mismo, en la ley 1014 del 2006, el párrafo del capítulo III, artículo 13 de fomento a la cultura de emprendimiento como enseñanza obligatoria dentro de las instituciones de educación, establece que para cumplir con lo establecido en este artículo, las entidades educativas de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 General de Educación (SUIN, 2006).

Dentro del PEI establecido por el Colegio José Celestino Mutis, en base al emprendimiento se evidencia que:

En el PEI 2013, la institución educativa estableció en el numeral de horizonte institucional, dentro de su visión, que para el año 2015 serían una institución reconocida por la formación de jóvenes emprendedores, competentes para el ingreso a la educación superior y/o vinculación al campo laboral, en donde los valores continuaran siendo pilares fundamentales de su propio desarrollo (CJCM, 2013). Sin embargo, en el documento denominado “Ajustes proyecto Educativo Institucional 2015 - 2016”, registra una modificación a la visión institucional, en la que se estableció que en el año 2020 el Colegio José Celestino Mutis será una institución educativa reconocida por la formación de personas con valores que serán pilares de su propio desarrollo;

competentes para el ingreso a la educación terciaria y/o vinculación al campo laboral y su aporte al cuidado y protección del medio ambiente (CJCM, 2016).

La comparación anterior, entre la visión institucional proyectada para el año 2015 y la proyectada para el año 2020, refleja un cambio del énfasis desde el reconocimiento por la formación de jóvenes emprendedores (2015), a el reconocimiento por la formación de personas con valores pilares de su propio desarrollo, competentes para el ingreso a la educación terciaria y/o vinculación al campo laboral (2020). A pesar de ello, la institución dentro de su PEI vigente, continúa estableciendo en su plan de estudios el emprendimiento como una asignatura, lo que en este sentido le permite dar cumplimiento a la ley 1014 de 2006, en donde se establece como enseñanza obligatoria el diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales. Aunque no se está cumpliendo desde el punto de establecerla en los diferentes niveles de la educación, ya que solo esta estipulada para los grados octavo y noveno, es decir solo en dos grados de la educación básica secundaria, dejando a un lado los grados sexto y séptimo, así como los niveles de educación preescolar, educación básica primaria, y la educación media (ver tabla 1).

Dentro del PEI del CJCM, no se evidencia ninguno otro tema relacionado con emprendimiento tal como actividades, conferencias, y/o eventos etc. Lo cual deja ver desde este aspecto, que el proyecto de emprendimiento no está establecido en la institución bajo un interés de la formación con un enfoque empresarial, sino que fue originado a través de la necesidad de dar cumplimiento a la ley 1014 del 2006.

**5.2.2.2 Plan de estudios.** La ley 115 de 1994, en el título IV, capítulo 2°, artículo 79, establece que “el plan de estudios es el esquema estructurado de las áreas obligatorias y fundamentales y de áreas optativas con sus respectivas asignaturas, que forman parte del currículo

de los establecimientos educativos” (SUIN, 1994). Así mismo, la ley 1014 del 2006 en el capítulo III, artículo 13, numeral 1, establece que debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas (SUIN, 2006).

El Colegio José Celestino Mutis tiene diseñado el siguiente plan de estudios para los niveles de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional (ver tabla 1).

**Tabla 1.**

*Plan de estudios Colegio José Celestino Mutis.*

AREAS/ASIGNATURAS PROYECTOS	1º IH	2º IH	3º IH	4º IH	5º IH	6º IH	7º IH	8º IH	9º IH	10º IH	11º IH
<b>CIENCIAS NATURALES Y EDUCACIÓN AMBIENTAL</b>											
<i>Biología</i>	3	3	3	3	3	4	4	4	3	1	1
<i>Química</i>								1	1	3	4
<i>Física</i>									1	4	4
<b>HISTORIA, GEOGRAFIA, CONSTITUCION POLITICA Y DEMOCRACIA</b>											
<i>Historia, geografía, constitución política y democracia</i>	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1	1
<i>Ciencias políticas y económicas</i>										1	1
<i>Filosofía</i>									1	2	2
<b>LENGUA CASTELLANA</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
<b>INGLÉS</b>	1	1	1	1	1	4	4	3	3	3	3
<b>MATEMÁTICAS</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
<b>EDUCACIÓN FÍSICA, RECREACIÓN Y DEPORTES</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
<b>EDUCACIÓN ARTÍSTICA</b>	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>EDUCACIÓN RELIGIOSA</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ETICA Y EN VALORES HUMANOS</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>TECNOLOGÍA E INFORMATICA</b>											
<i>Tecnología</i>	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
<i>Informática</i>	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
<b>EMPRENDIMIENTO</b>								1	1		



Nota. Tomado de: Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga, (2019).

Mediante el diagnóstico del plan de estudios en la institución CJCM se evidencia en relación con emprendimiento que dentro de los diferentes planes de área de las asignaturas: ciencias naturales, ciencias sociales, educación física, artística, ética y valores, informática y tecnología, inglés, lengua castellana, matemáticas, religión, y el área de preescolar, no se encuentra ningún enfoque direccionado hacia el emprendimiento, es decir no hay una estrecha relación de las diferentes áreas con el emprendimiento, sino que, por el contrario, este se establece de manera individual como asignatura. Es decir, se está dando como una cátedra dispersa, que no conecta ni articula nada de la institución.

**5.2.2.3 Plan de área de emprendimiento.** Dentro del plan de área de emprendimiento se establecen los objetivos, asignaturas, metodologías por grados y periodos, entre otros aspectos. (ver figura 1).

Figura 1.

Identificación del plan de área de emprendimiento del CJCM.

	<b>COLEGIO JOSE CELESTINO MUTIS</b>			
	<b>PLAN DE ÁREA EMPRENDIMIENTO</b>			
	Fecha: Septiembre de 2.011	Versión: 1	Cód.: F-A—DC-02	

**Plan de Área 2019**

<b>1) Identificación:</b>				
Institución Educativa:		Dirección:		
<b>COLEGIO JOSÉ CELESTINO MUTIS</b>		<b>Cra 3W No.57-14 Barrio Mutis</b>		
Rectora		Coordinador Académico:		
<b>ESPERANZA TOLOZA LEÓN</b>		<b>PAOLA URIBE PRADA</b>		
Jefe de Área:		Secretario (a) de Área:		
Responsables:				
Municipio : Carmen Rosa Gualdrón		Departamento:		
<b>BUCARAMANGA</b>		<b>SANTANDER</b>		
<i>Intensidad horaria por Asignaturas</i>				
Asignatura	Grado	Horas Semanales	Horas Anuales	Responsable
	6			
	7			
Emprendimiento	8	1	40	Carmen Rosa Gualdrón
Emprendimiento	9	1	40	Carmen Rosa Gualdrón
	10			
	11			
	10º			
	11º			

Nota. Tomado de: Colegio José Celestino Mutis, (2019). Plan de área emprendimiento. Sistema de Gestión de Calidad Celestino. Versión 1. p.1

En el plan de área de emprendimiento del CJCM, se identifica que como responsable del área de emprendimiento se encuentra la docente Carmen Rosa Gualdrón; el área se encuentra conformada solo por la asignatura de emprendimiento, la cual esta estipulada para los grados octavo y noveno, con una intensidad horaria de una hora semanal, y cuarenta horas anuales (CJCM, 2019, p.1).

Figura 2.

Justificación y marco conceptual del plan de área de emprendimiento del CJCM.

	<b>COLEGIO JOSE CELESTINO MUTIS</b>			
	<b>PLAN DE ÁREA EMPRENDIMIENTO</b>			
	Fecha: Septiembre de 2.011	Versión: 1	Cód.: F-A—DC-02	

**2) Justificación:**

El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Ley 1014 de 2006, art. 1º).

Por tanto, para fomentar la cultura del emprendimiento es preciso que se inicie un proceso desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede llegar a triunfar tanto personal como socialmente en el aspecto financiero.

En este sentido, se justifica la optativa de emprendimiento como una posibilidad de contribuir al desarrollo humano-integral, el cual incluye formación en la dimensión económica- financiera. Así, el curso será un espacio que permite generar acciones en los ámbitos de la vida en pro del progreso y bienestar personal y social.

**3) Marco conceptual:**

En cuanto al marco general del emprendimiento, la Rama Legislativa del Estado Colombiano, siendo coherente con el Plan Nacional de Desarrollo y la urgente necesidad de cambio de actitud de los ciudadanos promulgó la Ley 1014 de 2006, de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, con el propósito fundamental de reducir las tasas de desempleo y generar un desarrollo sostenible que involucrara a todos los sectores sociales (Gubernamental, Privado y Sociedad Civil), en una articulación que trascendiera en el ámbito Nacional. Esta Ley se rige por varios principios de formación integral del ser humano: Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

En el marco de la educación, el emprendimiento en los establecimientos educativos, se orienta desde un enfoque de desarrollo humano integral, entendido como una forma de pensar, sentir y actuar para la creación de valor, lo cual permite a la comunidad educativa proponer espacios y escenarios de formación para:

- construir conocimientos y desarrollar hábitos, actitudes y valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y a la transformación del entorno y de la sociedad;
- dar soluciones a las necesidades humanas presentes en la comunidad, con un sentido de ética y responsabilidad social y una perspectiva de desarrollo sostenible;
- promover la cooperación y el trabajo en equipo en todos los miembros de la comunidad;
- fortalecer en los estudiantes la capacidad de conseguir y conservar un empleo, acceder a diferentes alternativas laborales y a posibilidades de autoempleo;
- consolidar procesos de articulación del establecimiento educativo con el sector productivo, la educación superior y la educación para el trabajo. (MEN. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Guía No. 39.)

Nota. Tomado de: Colegio José Celestino Mutis, (2019). Plan de área emprendimiento. Sistema de Gestión de Calidad Celestino. Versión 1. p.2



Dentro de la justificación del área de emprendimiento de la institución educativa CJCM (figura 2), se resalta el justificar la optativa de emprendimiento como una posibilidad de contribuir al desarrollo humano-integral, el cual incluye formación en la dimensión económica- financiera, con el fin de generar acciones en los ámbitos de la vida en pro del progreso y bienestar personal y social (CJCM, 2019, p.2).

El marco conceptual del plan de área se encuentra enfocado en el marco general del emprendimiento, establecido bajo la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento; orientando su desarrollo en la Guía No. 39 denominada “La cultura del emprendimiento en los

establecimientos educativos”, la cual ha sido establecida por el Ministerio de Educación Nacional (CJCM, 2019, p.2).

**Figura 3.**

*Objetivo general y específico del plan de área de emprendimiento del CJCM.*

	<i>COLEGIO JOSE CELESTINO MUTIS</i>			
	<i>PLAN DE ÁREA EMPRENDIMIENTO</i>			
	<i>Fecha: Septiembre de 2.011</i>	<i>Versión: 1</i>	<i>Cód.: F-A—DC-02</i>	

**4) Objetivo general del área:**

*Desarrollar competencias emprendedoras en los estudiantes que lleven a la generación de un valor agregado en su proyecto de vida, permitiéndole la oportunidad de identificar iniciativas empresariales y desarrollar planes de negocio que conduzcan a la conformación de empresas sostenibles.*

**5) Objetivos específicos:**

*Generar la cultura de pensar como un líder y emprendedor.  
Proponer ideas de negocios desde sus aptitudes, actitudes e intereses personales y sociales.  
Exponer las ideas de negocios que tengan un impacto social en la comunidad educativa.*

Nota. Tomado de: Colegio José Celestino Mutis, (2019). Plan de área emprendimiento. Sistema de Gestión de Calidad Celestino. Versión 1. p.3

Entre el objetivo general del área de emprendimiento, la institución educativa CJCM establece desarrollar competencias emprendedoras en los estudiantes que lleven a la generación de un valor agregado en su proyecto de vida, permitiéndole la oportunidad de identificar iniciativas empresariales y desarrollar planes de negocio que conduzcan a la conformación de empresas sostenibles (ver figura 3). Objetivo que pretende mostrar un interés desde la institución, en promover a partir de esta área en sus estudiantes la capacidad de enfrentarse al entorno a través de la creación de empresas capaces de sostenerse en el tiempo, a pesar de los gustos y necesidades cambiantes en el mercado. Para su ejecución, el CJCM, tiene establecido dentro de los objetivos específicos, el generar la cultura de pensar como líder y emprendedor, proponer ideas de negocios

desde sus aptitudes, actitudes e intereses personales y sociales, y exponer ideas de negocios que tengan un impacto social en la comunidad educativa. (p.3).

La estructura de la asignatura de emprendimiento única en esta área se encuentra establecida por grados y por periodos. En el grado octavo se enfoca la asignatura en generar en los estudiantes pensamiento de líder y empresario. Entre los lineamientos bajo los cuales se desarrolla esta asignatura en este grado, se encuentra el módulo área de emprendimiento grado 8º, el cual es un libro diseñado para los jóvenes celestinos (ver figura 4), diseñado por la encargada de la asignatura, la docente Carmen Rosa Gualdrón, quien ha incorporado desde diversa documentación una serie de casos, investigaciones, y actividades para ser trabajadas, analizadas y desarrolladas desde las aulas de clase del CJCM.

**Figura 4.**

Portada módulo de emprendimiento grado octavo, CJCM.



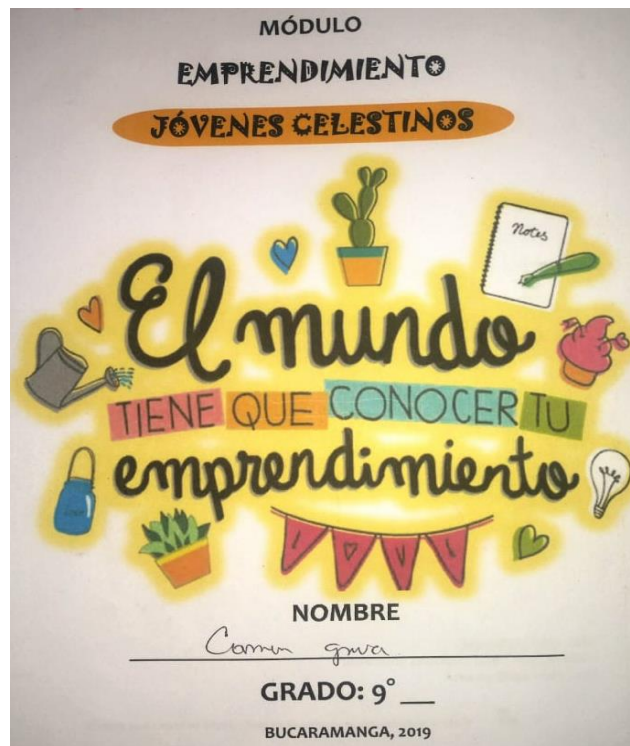
Nota. Tomado de: Carmen Rosa Gualdrón, (2019). Docente responsable del área de emprendimiento, Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga.

En el primer periodo los temas establecidos en el contenido del módulo anterior son: i) Motivación hacia el emprendimiento; ii) Cultura del emprendimiento; iii) El espíritu emprendedor; iv) Origen y concepto de emprendimiento empresarial y v) Tipos de emprendimiento (CJCM, 2019, p.4). En el segundo periodo se encuentra establecido: i) Teoría de las inteligencias múltiples; ii) Habilidades que caracterizan a una persona exitosa; iii) ¿Quién es un líder, nace o se hace?; iv) Características básicas del líder; y v) proyecto de vida (CJCM, 2019, p.5). En el tercer y último periodo se encuentra: i) Dificultades del líder; ii) El anti-líder; iii) Liderazgo y autoridad y iv) los siete hábitos de la gente altamente efectiva (CJCM, 2019, p.6).

En cuanto al grado noveno, el enfoque de la asignatura va más enfocado al desarrollo de competencias emprendedoras enfocadas en crear empresa. En este grado igualmente se encuentra diseñado por la docente Carmen Rosa Gualdrón un módulo de área de emprendimiento grado 9° (ver figura 5), en el cual se establecen diversos temas a tratar durante los tres periodos educativos, y que son exactamente igual a los estipulados en el plan de área de emprendimiento.

### Figura 5.

*Portada módulo de emprendimiento grado noveno, CJCM.*



Nota. Tomado de: Carmen Rosa Gualdrón, (2019). Docente responsable del área de emprendimiento, Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga.

En el primer periodo los temas de contenido del módulo anterior son: i) Trabajo en equipo; ii) El empresario y sus características; iii) Entorno empresarial; iv) Clasificación de empresas; y

v) Identificación y valoración de la iniciativa de negocio (CJCM, 2019, p.8). En el segundo periodo se encuentra establecido: i) ¿Qué es un plan de negocio?; ii) Estudio de mercado; iii) Estudio técnico; y iv) Los costos y los gastos (CJCM, 2019, p.9). Y en el tercer periodo: i) Estudio administrativo organizacional; ii) Mini-empresa, la cual incluye subtemas como razón social, misión, visión, objetivos y organigrama (CJCM, 2019, p.10).

### **5.3 Análisis del diagnóstico documental institucional**

A través del PEI, y plan de estudios de la institución educativa CJCM, no se encuentra un enfoque ni énfasis en relación con el emprendimiento que permita evidenciar un interés de la institución hacia la formación de jóvenes emprendedores; sino que por el contrario, se identifica que presuntamente este se está desarrollando bajo el interés de que la institución cumpla con lo que la obliga la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento, la cual rige como enseñanza obligatoria en todos los establecimientos educativos del país.

Enfocados en lo anterior, lo único que estos documentos proponen y establecen es el área emprendimiento, conformada por una sola asignatura denominada también emprendimiento, y la cual fue instaurada por la docente encargada de la asignatura de emprendimiento, quien registra en el plan de área como responsable de la misma.

El plan de área de emprendimiento, aunque tiene un enfoque mediante el cual se pretende que los estudiantes durante los tres periodos educativos realicen análisis de lecturas, desarrollen guías orientadas en los módulos, generen estudio de los casos propuestos, y elaboren trabajos y actividades establecidas; permite evidenciar que son muy pocas las horas definidas para esta asignatura, así como los grados a los que se aplica, ocasionando que los temas a trabajar sean vistos

de manera superficial, y que los estudiantes deban de manera imprevista incorporar a su vida en el grado octavo temas nunca antes vistos durante su formación académica, y que además solo trabajaran hasta el grado noveno, dejando de ser para los grados decimo y once un enfoque en los estudiantes que aporte al desarrollo de su proyecto de vida y que les permita direccionar sus estudios profesionales, o su vida productiva al culminar como bachilleres.

Desde la visión de un profesional en Gestión Empresarial, se destaca que el emprendimiento en la actualidad es percibido como una necesidad que permite una transformación personal, social, y económica, y que por ende requiere un énfasis desde el entorno escolar a fin de fomentar desde los jóvenes una mentalidad de superación, creyendo necesario que este sea incorporado desde los diferentes grados educativos, y a través de las diferentes asignaturas, a fin de generar un aprendizaje consecutivo y gradual.

Por otro lado, el docente encargado parcialmente de la asignatura de emprendimiento y de religión de la institución educativa CJCM, a través de dialogo personal expresa que es evidente que el emprendimiento en esta institución educativa requiere de mayor dedicación, pero la carga académica y la intensidad horaria aplicada a otras áreas como lengua castellana, matemáticas, ciencias sociales y ciencias naturales, no permite contar con mayor disponibilidad para un enfoque empresarial. Menciona además “que, aunque en la institución se cuenta con un evento denominado feria empresarial, en ocasiones este no se lleva a cabo por que existen otras prioridades” (Briceño 2019).

El evento feria empresarial, no se encuentra establecido dentro del PEI, ni el plan de área de emprendimiento del CJCM, pero de acuerdo con información compartida por la Rectora y la Coordinadora Académica, se desarrolla en la tercera semana del mes de octubre, en donde se exponen a través de stands productos o servicios con los que los estudiantes del grado noveno han

trabajado durante el año escolar a fin de mostrar su idea de emprendimiento, la cual intentan identificar en el grado octavo (Tolosa y Uribe, 2019).

Así mismo, la docente responsable del área de emprendimiento de la institución y a su vez docente de religión, expresa mediante dialogo que se requieren más horas semanales para esta asignatura, y más grados en donde desarrollarla de manera consecutiva; de modo que estos temas no tengan que incorporarse de manera repentina y superficial solo en los estudiantes de grado octavo y noveno, y eliminarse totalmente para los estudiantes de los demás grados, como si no tuviera importancia. Además, indica que en la institución se desarrollan charlas, conferencias y actividades de diversos temas, pero que el emprendimiento no es prioridad, a pesar de ser una necesidad y una excelente oportunidad de que a través de la educación se cambie la mentalidad de crear empleados, y se formen personas capaces de generar empleo (Gualdrón 2019).

En base a lo expresado por Gualdrón (2019), en relación a la baja disponibilidad de intensidad horaria y de grados para aplicar el área de emprendimiento en la institución, la guía No. 39 del Ministerio de Educación Nacional, enuncia que la cultura del emprendimiento se fomenta de manera gradual: en los niveles de preescolar, básica, y media a partir de las competencias básicas y ciudadanas, bajo los procesos nocionales y elementales del emprendimiento; y en la educación media se consolidan las actitudes y conocimientos básicos, para la empresarialidad (MEN, 2012. p.10).

Aldana, Tafur, Gil y Mejía (2019), expresan que fomentar la construcción del espíritu empresarial mediante la enseñanza no es cuestión de una sola asignatura, de un solo método o de una sola estrategia, por el contrario es la suma y la acumulación que a lo largo de todo el proceso de formación del estudiante se consolida y se madura, razón por la cual es de suma importancia que los diferentes docentes que posibilitan los espacios académicos hablen bajo las mismas

condiciones comunicativas y estén en constante sinergia para cumplir el objetivo de la formación en el espíritu emprendedor (p.15).

En Bucaramanga, existen instituciones educativas que han decidido implementar el emprendimiento como un proceso transversal desde las diferentes asignaturas, y de forma gradual a través de los diferentes grados educativos. Ejemplo de algunos de estos son el Colegio Instituto Politécnico de Bucaramanga - IPDB, el cual ha establecido el emprendimiento de manera gradual desde el grado sexto, hasta el grado once, incorporando asignaturas con enfoque empresarial, así: 6° emprendimiento, 7° principios de administración, 8° principios de contabilidad, 9° contabilidad 1, 10° empresa comercial didáctica, mercadeo, matemática financiera y contabilidad 2, y 11° control de calidad, administración financiera, legislación comercial y laboral, práctica empresarial y proyectos de inversión. (IPDB, 2016).

El Colegio Gimnasio Superior Empresarial Bilingüe - GSEB, tiene desarrollado un proyecto conformado por el área empresarial, y hace traves de la transversalización de las competencias de emprendimiento en todas las áreas académicas (GSEM, 2013).

Otras instituciones educativas como el Instituto Técnico Dámaso Zapata, el Colegio San Pedro Claver, y el Colegio La Salle, hacen parte de las instituciones educativas en Bucaramanga, que han decido establecer dentro de su formación académica un énfasis en emprendimiento.

#### **5.4 Discusión de resultados**

Como resultado del primer objetivo desarrollado en el capítulo 1 del trabajo de investigación, se evidencian entre los aspectos más importantes dentro de la institución CJCM:

- Se está dando cumplimiento a la ley 1014 de 2006 donde se establece como enseñanza obligatoria el diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales.
- El programa de emprendimiento solo se encuentra estipulado para los grados 8° y 9°, por lo que no se está generando un aprendizaje consecutivo ni gradual. Lo cual genera que no se dé cumplimiento a lo estipulado en el artículo 13 capítulo III de la ley 1014 de 2006, donde se establece como enseñanza obligatoria el emprendimiento en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media.
- Se está dando el emprendimiento como una catedra dispersa, que no conecta ni articula ninguna otra área de la institución.
- En ocasiones se realiza un evento denominado feria empresarial, mediante el cual se pretende que los estudiantes expongan sus ideas de negocio. Este evento no se encuentra registrado dentro del plan de área de emprendimiento, ni ningún otro documento institucional.
- Los docentes a cargo del área de emprendimiento no han realizado estudios y/o cursos relacionados con emprendimiento, ya que inicialmente eran los encargados de la asignatura de religión. Los conocimientos sobre emprendimiento han sido adquiridos por interés personal y mediante el uso de internet (Briceño y Gualdrón. Dialogo, 2019).

Teniendo en cuenta los hallazgos anteriores, surge la necesidad de identificar como se está ejecutando el programa de emprendimiento dentro de la institución CJCM, para lo cual se desarrolla el siguiente capítulo.

## **6. Perspectiva del emprendimiento desde los diferentes agentes educativos**

A partir del análisis del marco legal de la educación y el emprendimiento, y de la documentación institucional del CJCM, este capítulo tiene como fin dar cumplimiento al segundo objetivo de la investigación, enfocado en verificar, a través de agentes educativos, la ejecución del plan de estudios, con el fin de identificar si se está dando cumplimiento a la programación relacionada con emprendimiento. Para tal fin, el proceso se desarrolla a través de la creación del instrumento para la recolección de datos, su aplicación y el respectivo análisis de los resultados.

### **6.1 Método e instrumento de recolección de datos**

El instrumento de recolección de datos se diseñó teniendo como referente la guía N.º 39 del Ministerio de Educación Nacional, a través de la cual se identificó una serie de contextos que permiten reconocer el emprendimiento en los establecimientos educativos, tales como: actitudes emprendedoras, escenarios institucionales en los que se manifiesta el emprendimiento, tipos de emprendimiento y empresariedad (MEN, 2012).

El instrumento de recolección de datos seleccionado en el desarrollo del presente capítulo es la encuesta, conformada por un cuestionario, que permite obtener la apreciación desde diferentes puntos de vista del programa de emprendimiento de la institución CJCM.

La técnica de la encuesta se utiliza en este trabajo de investigación con el fin de identificar aspectos importantes del programa de emprendimiento de la Institución Educativa CJCM, que sirvan como material para su respectiva caracterización.

### ***6.1.1 Diseño.***

El instrumento de recolección de datos se diseñó mediante un formato de encuesta conformado por doce preguntas con opción de respuesta de selección múltiple (ver figura 6).

**Figura 6.**

*Diseño de encuesta.*



*Caracterización Programa de Emprendimiento  
Colegio José Celestino Mutis – Bucaramanga 2019*

<b>Nombre Completo:</b>		
<b>Ocupación:</b>	<b>Grado o Curso:</b>	<b>Fecha:</b>

Esta encuesta tiene como objetivo identificar aspectos importantes del programa de emprendimiento de la Institución Educativa Colegio José Celestino Mutis, que sirvan como material para su respectiva caracterización, desde el punto de vista de los diferentes entes educativos.

*Seleccione con una x la respuesta que considere:*

1. **¿Cuál considera es el enfoque de actitudes emprendedoras, mediante el cual la institución está desarrollando el emprendimiento?**
  - a) Innovación y creatividad.
  - b) Identificación de oportunidades y recursos en el entorno.
  - c) Visión de futuro.
  - d) Todas las anteriores.
  - e) Otras: \_\_\_\_\_
  
2. **¿Dentro de la institución se está desarrollando el pensamiento flexible, es decir, se está generando capacidad de adaptación al cambio de manera crítica, razonable y oportuna?**
  - a) Si
  - b) No
  
3. **¿En que nivel considera que mediante la formación en emprendimiento es posible adquirir la actitud y capacidad para asumir riesgos?**
  - a) Alto
  - b) Medio
  - c) Moderado
  - d) Bajo
  
4. **¿Considera que las actitudes emprendedoras ayudan a propiciar el crecimiento personal, mediante la adecuada planeación del proyecto de vida?**
  - a) Siempre
  - b) Ocasionalmente
  - c) Nunca
  
5. **¿Qué clases de proyectos de emprendimiento realiza la institución?**
  - a) Desarrollo de ideas de negocio y empresas.
  - b) Identificación de oportunidades de negocio.
  - c) Desarrollo de la capacidad para asumir riesgos.
  - d) Creación de riqueza cultural, deportiva, artística, ambiental, y/o tecnológica.
  - e) Otros: \_\_\_\_\_



*Caracterización Programa de Emprendimiento  
Colegio José Celestino Mutis – Bucaramanga 2019*

6. ¿Realizan proyectos sociales?
  - a) Si ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
  - b) No
  
7. ¿Dentro de la institución se tienen establecidas actividades empresariales, es decir, visitas a empresas, prácticas empresariales, y/o proyectos pedagógicos con apoyo de empresas?
  - a) Si ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
  - b) No
  
8. Dentro de las actividades académicas del área de emprendimiento ¿cuáles de las siguientes realiza la institución? Seleccione todas las que considere:
  - a) Ferias empresariales.
  - b) Salidas de campo.
  - c) Estudio de casos.
  - d) Charlas con emprendedores exitosos.
  - e) Otros: \_\_\_\_\_
  
9. ¿Qué tipos de emprendimiento se promueven en la institución?
  - a) Científico y/o tecnológico
  - b) Ambiental
  - c) Empresarial
  - d) Social
  - e) Otro: \_\_\_\_\_
  
10. ¿Dentro de las ideas de proyectos que han nacido al interior de la institución, conoce si alguna se ha llevado a la realidad, es decir si ha tenido continuidad algún emprendimiento?
  - a) Si
  - b) No
  
11. ¿Conoce que es el modelo Canvas?
  - a) Si
  - b) No
  
12. Si la respuesta anterior es si, ¿dentro del área de emprendimiento la institución utiliza la plantilla del modelo Canvas?
  - a) Si
  - b) No

## **6.2 Diseño muestral**

### ***6.2.1 Población Objetivo.***

La población tomada como referencia para la aplicación del instrumento de recolección de datos corresponde a los diferentes agentes educativos del Colegio José Celestino Mutis, entre los cuales se incluyen: Rectora, Coordinadora Académica, Docentes, Estudiantes de grado octavo y noveno (grado en los cuales se encuentra establecida el área de emprendimiento) y padres de familia.

### ***6.2.2 Marco muestral.***

Teniendo en cuenta la participación de diferentes entes educativos, sus ocupaciones y su disponibilidad de tiempo al ser una institución educativa en la que se ejecutan sus actividades académicas en un horario consecutivo y limitado, se aplicó la encuesta a partir del método de muestreo por conveniencia; por medio del cual participaron los sujetos que aceptaron ser incluidos en la toma de datos, y que conocen sobre el tema de consulta.

### ***6.2.3 Tamaño de la muestra.***

Para la realización de la encuesta se contó con la colaboración de la Coordinación Académica, quien permitió que, dentro del desarrollo de las actividades institucionales, se abriera la posibilidad de que los estudiantes, los profesores, los directivos y los padres de familia que

quisieran y tuvieran la disponibilidad, participaran de la realización de la encuesta. Como resultado de esta participación se obtuvo respuesta de 80 personas pertenecientes a los diferentes entes educativos así: 1 rectora, 1 coordinadora académica, 5 docentes, 10 padres de familia y 63 estudiantes.

### 6.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados

#### 6.3.1 Primera pregunta.

¿Cuál considera es el enfoque de actitudes emprendedoras, mediante el cual la institución está desarrollando el emprendimiento?

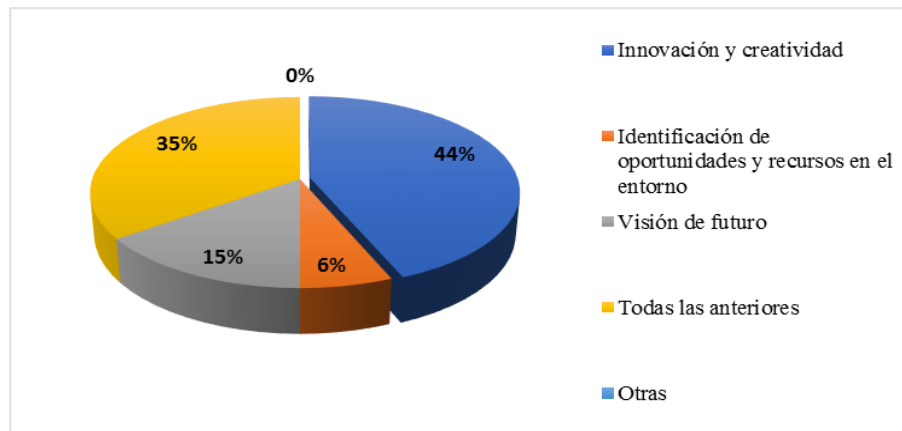
**Tabla 2.**

*Identificación de enfoque de actitudes emprendedoras en la institución CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Innovación y creatividad	35	44%
Identificación de oportunidades y recursos en el entorno	5	6%
Visión de futuro	12	15%
Todas las anteriores	28	35%
Otras	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 7.**

*Identificación de enfoque de actitudes emprendedoras en la institución CJCM.*



La figura 7 refleja que un 44% de los entes educativos encuestados consideran que la innovación y la creatividad es el enfoque de actitudes emprendedoras mediante el cual se está desarrollando el emprendimiento en la institución educativa CJCM; lo cual, es favorable para los estudiantes teniendo en cuenta que esto les permite adquirir la capacidad de pensar y actuar de forma proactiva a la hora de emprender. En cuanto al otro 35% de los encuestados, consideran que, dentro de la institución se desarrollan todas las actitudes emprendedoras registradas (innovación y creatividad, identificación de oportunidades y recursos en el entorno, y visión de futuro), cada una de estas capaces de aportar a la formación de jóvenes con mentalidad de superación y crecimiento. El 15% restante registraron solo la visión de futuro, y finalmente un 6% la identificación de oportunidades y recursos en el entorno.

Lo anterior, refleja que desde las diferentes perspectivas de los encuestados, la institución se encuentra trabajando por desarrollar en sus estudiantes actitudes emprendedoras, lo cual es de valorar, teniendo en cuenta que mediante estas se adquiere la capacidad de desarrollar modelos de negocios diferenciadores, atractivos y competitivos; que surjan de la detección de gustos y

necesidades del mercado, y del aprovechamiento de las mismas, para lograr ejecutar y desarrollar ideas de negocio exitosas.

El análisis de estudios de casos ha sido uno de los métodos utilizados por el programa de emprendimiento de la institución para promover la innovación y creatividad (CJCM, 2013), ya que se establecen situaciones mediante las cuales los estudiantes deben tener la capacidad de analizar y crear estrategias o diseñar productos o servicios que den solución al planteamiento de los casos.

Así mismo, la feria empresarial que promueve la institución, ínsita a que los estudiantes desarrollen ideas de negocio atractivas, en donde el compromiso es desarrollar productos o servicios innovadores, que satisfagan alguna necesidad actual, o den solución a problemas que se detectan en el diario vivir tanto personal, como profesional o laboralmente.

### 6.3.2 Segunda pregunta.

¿Dentro de la institución se está desarrollando el pensamiento flexible, es decir, se está generando capacidad de adaptación al cambio de manera crítica, razonable y oportuna?

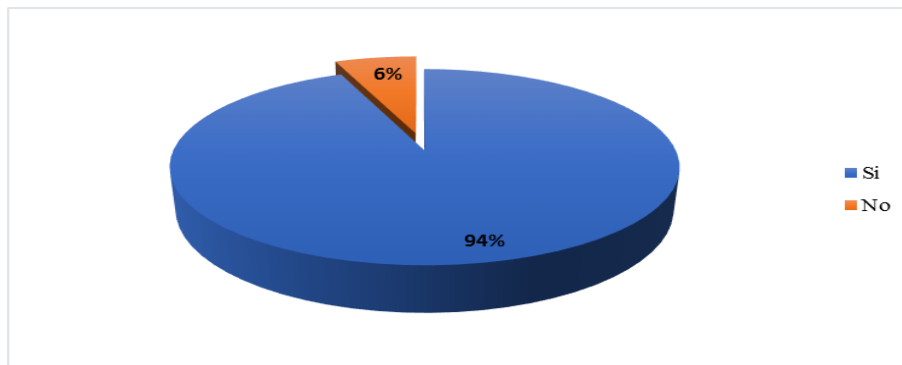
**Tabla 3.**

*Identificación del pensamiento flexible en la institución CJCM.*

	VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si		75	94%
No		5	6%
	<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 8.**

*Identificación del pensamiento flexible en la institución CJCM.*



La figura 8 permite identificar que un 94% de los encuestados consideran que dentro de la institución CJCM se está desarrollando el pensamiento flexible, factor importante en la formación académica y el fomento del emprendimiento, ya que a través de este se genera la habilidad de enfrentarse y anticiparse a diversos problemas, y la capacidad de verlos desde diferentes puntos de vista, para crear estrategias que permitan sacar aprovechamiento de cada uno de estos, y lograr adaptarse al entorno. El otro 6% indican que no se está desarrollando el pensamiento flexible en la institución.

La respuesta positiva del mayor porcentaje de los encuestados (agentes educativos), permite evidenciar que desde el nivel educativo del CJCM, se están formando jóvenes con capacidad de idear maneras para resolver problemas, cambiar de opiniones de forma rápida y coherente, desarrollar variedad de estrategias, etc. Aspectos que además de ser importantes en la vida cotidiana, se convierten en un factor determinante para todo emprendedor, sobre todo a la hora de tomar decisiones.

6.3.3 Tercera pregunta.

¿En que nivel considera que mediante la formación en emprendimiento es posible adquirir la actitud y capacidad para asumir riesgos?

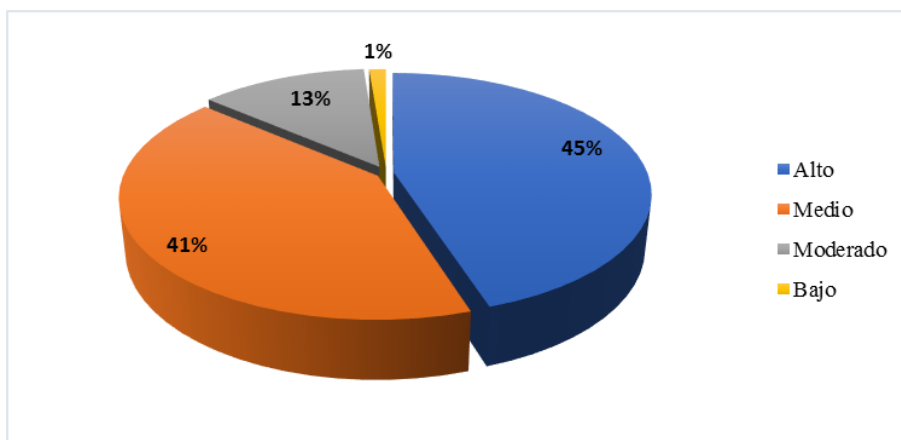
**Tabla 4.**

*Nivel de consideración de la formación en emprendimiento para adquirir actitud y capacidad de asumir riesgos.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	36	45%
Medio	33	41%
Moderado	10	13%
Bajo	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 9.**

*Nivel de consideración de la formación en emprendimiento para adquirir actitud y capacidad de asumir riesgos.*



La figura 9 refleja que el 45% de los encuestados consideran en un nivel alto que mediante la formación en emprendimiento es posible adquirir la actitud y capacidad para asumir riesgos; seguido del 41% que consideran lo anterior, pero en un nivel medio. Desde los dos niveles anteriores, se permite evidenciar por medio de los encuestados los beneficios a los que incurren los jóvenes que a través de la educación y la formación en emprendimiento adquieren la capacidad de enfrentarse a retos, oportunidades y sueños, sin que los riesgos sean un impedimento para lograr lo que se proponen. El otro 13% consideran lo anterior en un nivel moderado, y finalmente un 1% en un nivel bajo.

**6.3.4 Cuarta pregunta.**

¿Considera que las actitudes emprendedoras ayudan a propiciar el crecimiento personal, mediante la adecuada planeación del proyecto de vida?

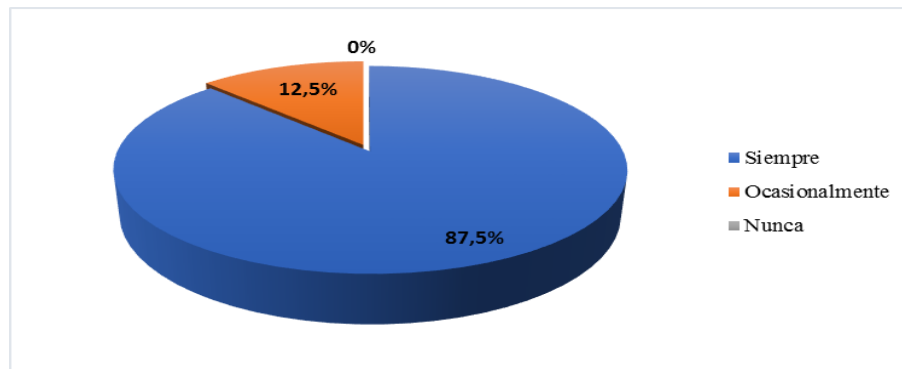
**Tabla 5.**

*Identificación de, si las actitudes emprendedoras son propicias del crecimiento personal.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	70	87,5%
Ocasionalmente	10	12,5%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 10.**

*Identificación de si las actitudes emprendedoras son propicias del crecimiento personal.*



La figura 10 refleja que el 87,5% de los agentes educativos encuestados, consideran que las actitudes emprendedoras siempre ayudan a propiciar el crecimiento personal, mediante la adecuada planeación del proyecto de vida. Lo cual, es coherente debido a que a través de estas es posible que los jóvenes desde la educación logren cambiar su mentalidad de formarse para ser empleados, y por el contrario sean ellos quienes se conviertan en generadores de empleo a la sociedad. El otro 12,5% apoyan lo anterior, pero desde el punto de vista ocasionalmente.

Lo anterior, visto desde la percepción de los encuestados, permite valorar que desde el desarrollo de una asignatura como lo es emprendimiento, en la institución CJCM, se está logrando apoyar el direccionamiento de los jóvenes, para la creación de proyectos de vida con enfoque de superación y crecimiento personal; a través del desarrollo de actitudes emprendedoras, que permiten adquirir la capacidad de tomar decisiones acertadas, capaces de generar beneficios tanto de ámbito personal, como profesional y laboral.

6.3.5 Quinta pregunta.

¿Qué clases de proyectos de emprendimiento realiza la institución?

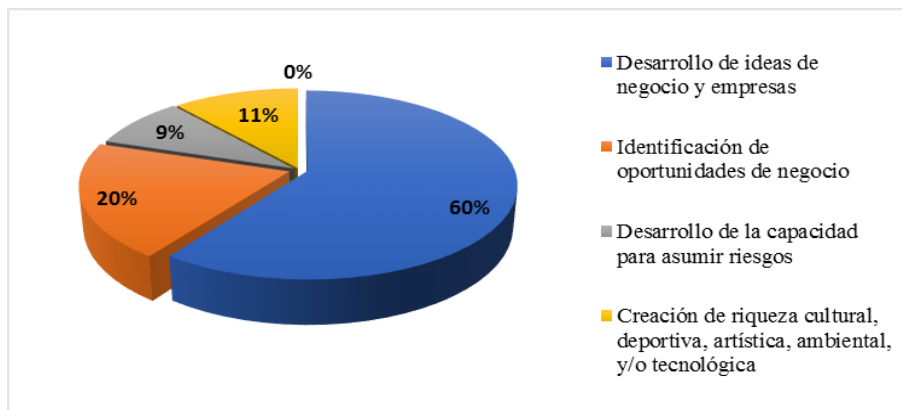
**Tabla 6.**

*Identificación de las clases de proyectos de emprendimiento en la institución CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Desarrollo de ideas de negocio y empresas	48	60%
Identificación de oportunidades de negocio	16	20%
Desarrollo de la capacidad para asumir riesgos	7	9%
Creación de riqueza cultural, deportiva, artística, ambiental, y/o tecnológica	9	11%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 11.**

*Identificación de las clases de proyectos de emprendimiento en la institución CJCM.*



La figura 11 permite identificar que un 60% de los encuestados indican que la clase de proyecto de emprendimiento que realiza la institución CJCM es el desarrollo de ideas de negocio de empresa, mientras que un 20% mencionan es la identificación de oportunidades de negocio;

cualquiera de los anteriores, están enfocados en el ámbito empresarial y relacionado con la incentivar desde los jóvenes la creación de empresas. El otro 11% indican que la clase de proyecto de emprendimiento es la creación de riqueza cultural, deportiva, artística, ambiental y/o tecnológica; y finalmente el 9% restante indican el desarrollo de la capacidad para asumir riesgos.

Lo anterior, permite persuadir de que en la institución existe un enfoque desde el área de emprendimiento hacia la creación de empresas, con el fin de permitir la generación no solo de beneficios propios, sino también a la sociedad en general; por medio del incremento de oportunidades de empleo, y el aporte al desarrollo y el crecimiento económico de nuestro país.

### 6.3.6 Sexta pregunta.

¿Realizan proyectos sociales?

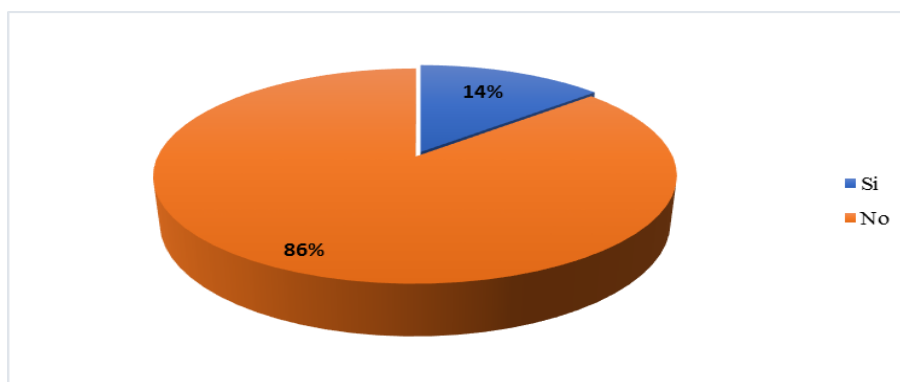
**Tabla 7.**

*Identificación de la realización de proyectos sociales en la institución CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	14%
No	69	86%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 12.**

*Identificación de la realización de proyectos sociales en la institución CJCM.*



La figura 12 refleja que un 86% de los encuestados mencionan que dentro de la institución educativa no se está desarrollando proyectos sociales, mientras que el otro 14% indican si realizan a través de la recolección de mercados y visitas a centros geriátricos, es decir a través de proyecto de servicio social.

En este caso, es importante resaltar la falta de iniciativa de la institución por generar desde los jóvenes hábitos y compromisos de apoyo social, que incluso como emprendedores les permita desarrollar ideas de negocio, mediante las cuales se logre dar solución a problemas sociales, culturas y ambientales, generando un gran aporte a la sociedad.

**6.3.7 Séptima pregunta.**

¿Dentro de la institución se tienen establecidas actividades empresariales, es decir, visitas a empresas, prácticas empresariales, y/o proyectos pedagógicos con apoyo de empresas?

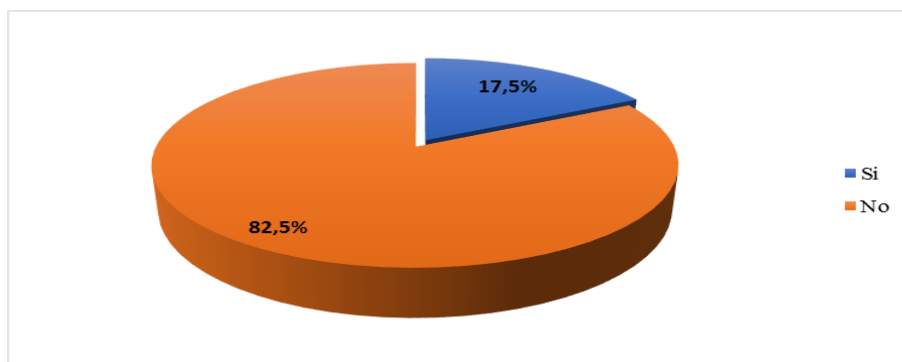
**Tabla 8.**

*Identificación de realización de actividades empresariales en la institución CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	17,5%
No	66	82,5%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 13.**

*Identificación de realización de actividades empresariales en la institución CJCM.*



Desde el punto de vista de los agentes educativos, la figura 13 permite evidenciar que un 82,5% de los encuestados indican que dentro de la institución CJCM, no tienen establecidas actividades empresariales, como visitas a empresas, prácticas empresariales, y/o proyectos

pedagógicos con apoyo de empresas. Mientras que un 17,5% indican que si se disponen de actividades empresariales relacionando una articulación con el SENA.

Lo anterior, permite reconocer que desde el área de emprendimiento no se ha identificado las ventajas que tiene el desarrollar actividades empresariales en la institución; por lo que es importante que se logre una vinculación con empresas, que faciliten a los estudiantes realizar visitas, para aumentar la motivación a emprender, e incluso tener la oportunidad de hacer prácticas empresariales que los ayude a adquirir experiencia laboral; en donde además, se dé la oportunidad de generar propuestas de mejora a la empresa. Esto permite incentivar en los estudiantes la creatividad, y la capacidad de crear estrategias, colocando en práctica el pensamiento flexible y las actitudes emprendedoras que han adquirido en la institución.

### 6.3.8 Octava pregunta.

Dentro de las actividades académicas del área de emprendimiento ¿cuáles de las siguientes realiza la institución?

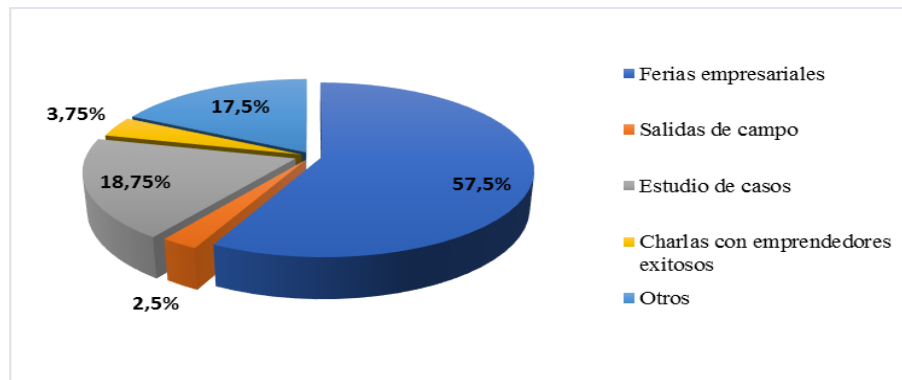
**Tabla 9.**

*Identificación de actividades académicas del área de emprendimiento en la institución CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ferias empresariales	46	57,5%
Salidas de campo	2	2,5%
Estudio de casos	15	18,75%
Charlas con emprendedores exitosos	3	3,75%
Otros	14	17,5%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 14.**

*Identificación de actividades académicas del área de emprendimiento en la institución CJCM.*



La figura 14 muestra que de los encuestados el 57,5% indica que, dentro de las actividades académicas del área de emprendimiento, las que realiza la institución CJCM son las ferias empresariales, evento a través del cual se exponen los productos y/o servicios que los estudiantes han establecido como idea de negocios desde el área de emprendimiento. El 18,75% mencionan que se desarrollan actividades de estudios de casos, y un 17,5% clasificados en otros, en donde seleccionaron más de una respuesta, en un mayor grado elección las ferias empresariales y los estudios de casos, y en un menor grado de selección las charlas con emprendedores exitosos y las salidas de campo, incluyendo a la vez otras actividades tales como congresos y tertulias. Mientras que un 3,75% indican que se realizan actividades de charlas con emprendedores exitosos, y un 2,5% que se realizan salidas de campo.

La opinión de más de la mitad de los encuestados permite identificar que en la institución, y dentro del desarrollo del área de emprendimiento, se ejecutan actividades como ferias empresariales, las cuales sin ninguna duda, les permite a los estudiantes tener la capacidad de enfrentarse al público, a través de los cuales será posible evaluar los productos y servicios que se han desarrollado dentro de las aulas escolares, en donde pueden recibir felicitaciones, apoyo para

continuar con la ejecución del proyecto, sugerencias y/o críticas constructivas, que de una u otra manera permiten realizar un estudio de mercado, y una evaluación de los proyectos.

**6.3.9 Novena pregunta.**

¿Qué tipos de emprendimiento se promueven en la institución?

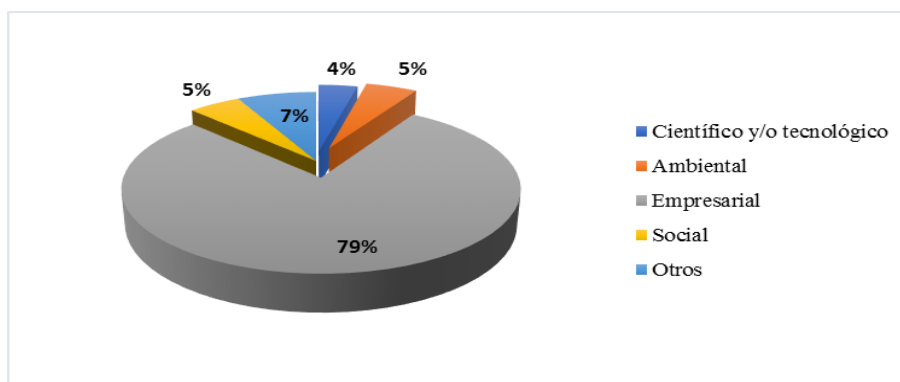
**Tabla 10.**

*Identificación de tipos de emprendimiento que promueve la institución CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Científico y/o tecnológico	3	4%
Ambiental	4	5%
Empresarial	63	79%
Social	4	5%
Otros	6	8%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 15.**

*Identificación de tipos de emprendimiento que promueve la institución CJCM*



La grafica 15 refleja que el 79% de los encuestados coinciden en que el tipo de emprendimiento que promueve la institución CJCM, es el emprendimiento empresarial, es decir el basado en establecer ideas de negocios, a través de la creación de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades y gustos de la población. Mientras que el 7% indican que se promueven una combinación de los diferentes tipos de emprendimiento (empresarial, ambiental, científico y social); seguido de un 5% que indica se promueve el emprendimiento ambiental, y otro 5% el emprendimiento social; obteniendo con un menor porcentaje de 4% el emprendimiento científico y/o tecnológico.

Lo anterior refleja un enfoque desde la institución, en promover a través del emprendimiento empresarial, actitudes y aptitudes, para que a través de ideas y el aprovechamiento de oportunidades, se generen proyectos de negocios, que además de aportan un beneficio propio, satisfaga el gusto y las necesidades del mercado, que incluso suele tener una rápida variación.

**6.3.10 Decima pregunta.**

¿Dentro de las ideas de proyectos que han nacido al interior de la institución, conoce si alguna se ha llevado a la realidad, es decir si ha tenido continuidad algún emprendimiento?

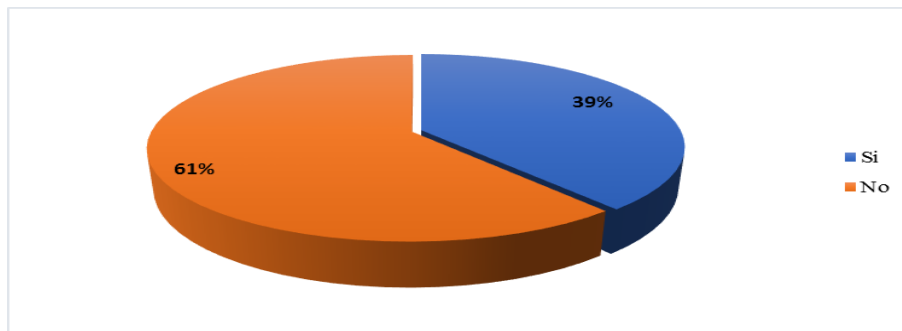
**Tabla 11.**

*Identificación de existencia de continuidad de emprendimientos que han nacido en el CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	31	39%
No	49	61%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 16.**

*Identificación de existencia de continuidad de emprendimientos que han nacido en el CJCM.*



La figura 16 permite evidenciar que un 61% de los encuestados no conocen de continuidad en proyectos de emprendimiento que han surgido dentro de la institución CJCM, mientras que un 39% indica si conocer de proyectos que se encuentra funcionando, es decir que han pasado de una idea de negocio a ejecutarse realmente.

Lo anterior permite percibir desde la comunidad educativa, que no se están dando a conocer los casos de emprendimiento que han tenido continuidad y que han nacido al interior de sus aulas, de lo cual sería importante mantener un registro para llevar seguimiento de lo que la institución ha logrado desde la ejecución del área de emprendimiento, e incluso permitir que estos proyectos sean motivación para otros.

6.3.11 Onceava pregunta.

¿Conoce que es el modelo Canvas?

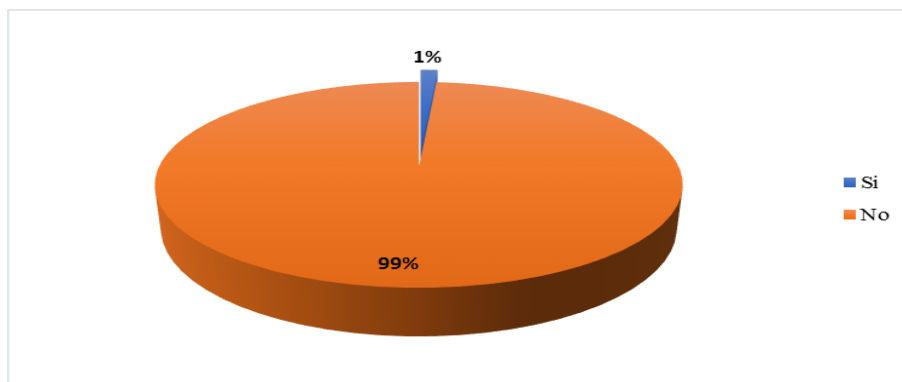
**Tabla 12.**

*Identificación de conocimiento del Modelo Canvas.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	1%
No	79	99%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 17.**

*Identificación de conocimiento del Modelo Canvas.*



En la figura 17 es notable evidenciar en un 99% de los encuestados que no conocen que es el Modelo Canvas, en comparación de un 1% que indica si conocerlo. Lo cual, genera una preocupación reconociendo su importancia en el emprendimiento, a la hora de generar un enfoque de las ideas de negocio que permitan ponerlo en marcha; convirtiéndose en una herramienta

necesaria a establecer en todas las instituciones donde se preste formación en el área de emprendimiento.

**6.3.12 Doceava pregunta.**

¿Dentro del área de emprendimiento la institución utiliza la plantilla del modelo Canvas?

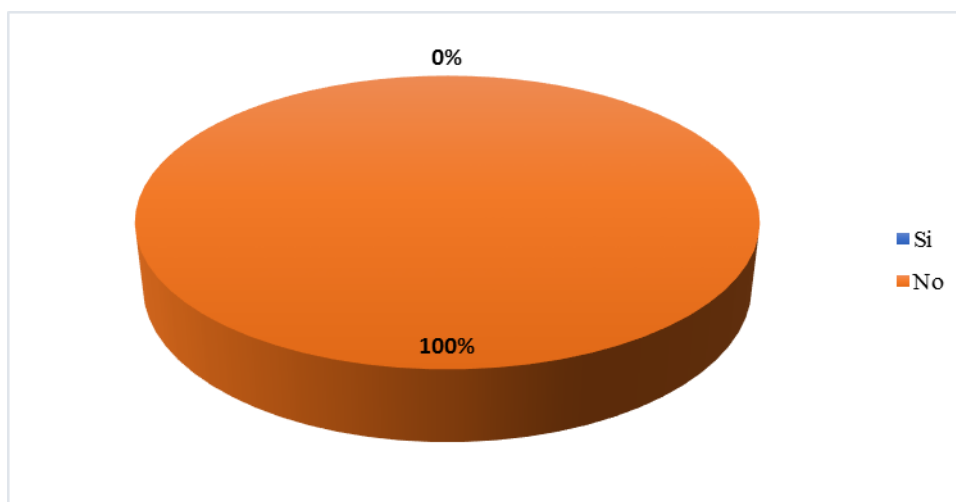
**Tabla 13.**

*Identificación del uso del Modelo Canvas dentro del área de emprendimiento del CJCM.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	80	100%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Figura 18.**

*Identificación del uso del Modelo Canvas dentro del área de emprendimiento del CJCM.*



La figura 18 permite identificar que un 100% de los encuestados opinan que, dentro del área de emprendimiento de la institución, no se utiliza la plantilla del modelo Canvas; lo cual deduce la razón por la que en la figura 17 se refleja que el 99% no saben que es el Modelo Canvas. Esto permite percibir un desconocimiento de un tema fundamental en la formación de emprendedores, que ayuda a evaluar y organizar las ideas de negocio, a través del conocimiento de aspectos importantes, con el fin de reducir en un gran porcentaje la posibilidad de fracaso.

#### **6.4 Discusión de resultados**

Mediante el estudio realizado por medio de la encuesta planteada a los diferentes agentes educativos del Colegio José Celestino Mutis, y los resultados obtenidos y mencionados anteriormente, podemos identificar que en cuanto a las actitudes emprendedoras mediante las cuales la institución está desarrollando el emprendimiento, un 44% de los encuestados consideran que es la innovación y creatividad; estas dos actitudes son bases fundamentales para generar en los jóvenes la capacidad de crear productos o servicios nuevos, y/o la aplicación de mejoraras o usos diferentes a los ya existentes, buscando generar proyectos de negocios atractivos, capaces de ser competitivos en el mercado actual, el cual se enfrenta a cambios constantes debido a los gustos y necesidades de la población. Además, otro 35% considera que existe un enfoque de actitudes emprendedoras no solo de innovación y creatividad, sino también de identificación de oportunidades y recursos en el entorno, y de visión de futuro. Lo cual, permite evidenciar que desde la institución el área de emprendimiento pretende generar en los estudiantes la capacidad de pensar y actuar de forma proactiva a la hora de crear sus proyectos de vida, enfocados no solo un crecimiento personal, sino también profesional; lo que es logrado a través de las capacidades que

se obtienen mediante las actitudes emprendedoras que propicia la institución, y que incorporadas en los conocimientos que adquieren los jóvenes, generan un deseo de superación y un pensamiento prospectivo..

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario mencionar que existe una gran relación de las actitudes emprendedoras con el pensamiento flexible, por lo que el evidenciar que un 94% de los encuestados consideran que este se está desarrollando dentro de la institución, refleja un compromiso de esta por generar jóvenes con mentalidad abierta, en donde no existan las barreras que los limiten, sino que por el contrario obtengan la capacidad de enfrentarse a las diversas situaciones, así como de adaptarse al cambio, viendo oportunidades en donde otros talvez no las ven. Conclusión que se deduce teniendo en cuenta las competencias que se obtienen a través del pensamiento flexible, y que permiten adquirir la capacidad de adaptarse al cambio de manera crítica, razonable y oportuna; lo cual es fundamental en la formación de emprendedores, a la hora ejecutar ideas y tomar decisiones de forma óptima, buscando un máximo beneficio ante cualquier situación.

En cuanto a la formación en emprendiendo, un 45% de los encuestados consideran que a partir de este se permite en un nivel alto adquirir la actitud y capacidad de asumir riesgos, seguido de un 41% que consideran los mismo, pero en un nivel medio. Desde cualquiera de los dos niveles se evidencia a través de los diferentes entes educativos el reconocimiento y la importancia que dan al fomento del emprendimiento desde la educación, ya que permite generar en los jóvenes actitud y capacidad de enfrentarse a los retos, y de crear proyectos sin temor a fracasar. Lo cual es fundamental sobre todo teniendo en cuenta la inexperiencia como jóvenes a la hora de ejercer una profesión.

Así mismo, a través de la formación en emprendimiento se adquieren actitudes emprendedoras que ayudan a propiciar el crecimiento personal, por lo que un 87,5% de los encuestados apoyan lo anterior, considerando que sucede siempre, y que esto ayuda a la adecuada planeación del proyecto de vida, lo que su vez permite indudablemente mejorar la calidad de vida de las personas.

Dentro de las clases de proyectos de emprendimiento que realiza la institución, un 60% de los encuestados indican que se ejerce el desarrollo de ideas de negocio y empresas, y un 20% mencionan la identificación de oportunidades de negocio. Por lo que se evidencia un interés en formar jóvenes capaces de llevar sus iniciativas de negocio a la ejecución.

Respecto a lo relacionado con la ejecución de proyectos sociales, el 86% de los encuestados expresan que dentro de la institución no se realizan, mientras que un 14% consideran lo contrario a través de la prestación de servicio social. Lo anterior, representa un bajo interés de la institución en aprovechar otro tipo de escenario en los cuales también se manifiesta el emprendimiento, ya que a través de este se pueden llegar a crear proyectos enfocados en la recuperación de la cultura, así como proyectos de género, o enfocados en promover mejoras en la salud, educación y/o vivienda.

Con relación a la identificación del desarrollo de actividades empresariales dentro de la institución, se obtuvo que un 82,5% indican no realizarse, mientras que un 17,5% expresan que si, relacionando una articulación que existe con el SENA. Esto representa una debilidad teniendo en cuenta que es necesario para un emprendedor poder conocer cómo se han ejecutado otros proyectos, lo cual se puede lograr mediante la interacción por medio de visitas a empresas, prácticas empresariales, y/o proyectos pedagógicos con apoyo de empresas.

Acerca de las actividades académicas que ejecuta la institución dentro del área de emprendimiento, se consideró en un mayor porcentaje del 57,5% que se desarrollan ferias empresariales, y en un menor porcentaje de 3,75% que se realizan charlas con emprendedores exitosos. Las ferias empresariales ayudan a que los estudiantes tengan la capacidad de dar a conocer sus ideas de negocio y mantengan un primer contacto con sus posibles clientes, así como a recibir comentarios constructivos que les permitan realizar mejoras; pero se considera que sería bueno ampliar lo relacionado con charlas con emprendedores exitosos, ya que esto permite incentivar y motivar a los estudiantes, lo cual es un factor importante a la hora de emprender.

En consideración a los tipos de emprendimiento que promueve la institución, se evidenció que un 79% expresa es de tipo empresarial, mientras que el restante en proporciones entre 4% y 8% mencionan ser de tipo científico y/o tecnológico, ambiental, o social. En relación con lo anterior, sería bueno que se promovieran conjuntamente los diversos tipos de emprendimiento, a través de la interacción con las diferentes áreas de la institución, con el fin de promover estrategias para generar proyectos emprendedores variados.

Por otra parte, se detectó en cuanto la continuidad de emprendimientos que han nacido al interior de la institución, que un 61% de los encuestados indicó no conocer de proyectos que se encuentren funcionando, mientras que un 39% menciona si conocer de estos, algunos relacionados con la sublimación de cojines, estampado de camisetas, producción de postres y asesorías de tareas. Lo cual, refleja para la institución la necesidad de aumentar la continuidad del desarrollo de los proyectos que han surgido como idea dentro de las aulas de la institución, mediante estrategias que permitan fortalecer sus ideas de negocio, con el fin de lograr una mayor ejecución de las mismas.

En base a la pregunta que relacionaba el conocimiento del Modelo Canvas, un 99% de los encuestados consideraron no conocerlo, mientras que apenas un 1% indicó que si. Relacionando

este interrogante con el que expresaba si dentro de la institución en el área de emprendimiento se hacía uso del mismo, el 100% consideraron que no. Por lo que se detecta un desaprovechamiento de una herramienta que permite enfocar las ideas de un proyecto, con el fin de plantear aspectos importantes a la hora de ejecutarlos.

Los hallazgos anteriores permiten evidenciar que a pesar que dentro de la institución la intensidad horaria aplicada para el área de emprendimiento es mínima, y solo los grados 8° y 9° tienen acceso a la misma, se identifica que su ejecución pretende en los estudiantes promover la creación de empresa; en base a esto y detectando el desconocimiento del Modelo Canvas de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, surge la necesidad de realizar un aporte al área de emprendimiento de la institución CJCM, considerando la importancia de su aplicación dentro del desarrollo de sus actividades académicas; para lo cual se desarrolla el siguiente capítulo.

## **7. Aporte al área de emprendimiento institucional**

A partir de los diversos análisis realizados desde la normativa de la educación y el emprendimiento, las guías de apoyo, los documentos institucionales del CJCM, y la respuesta de la encuesta realizada a los diferentes entes educativos, este capítulo tiene como fin dar cumplimiento al tercer objetivo específico de la investigación, enfocado en generar propuestas de mejora del programa de emprendimiento, con el fin de que la comunidad educativa pueda verse beneficiados con los resultados del proyecto.

Para lo anterior, logramos como Profesionales en Gestión Empresarial reconocer la necesidad de plantear un aporte al área de emprendimiento de la institución, que le permita mejorar los procesos de formación en sus estudiantes, con el fin de generar verdaderos emprendedores, capaces de establecer ideas de negocio que logren ser competitivas, innovadoras y sobre todo con capacidad de mantenerse sostenibles y rentables.

A través de la caracterización del programa de emprendimiento de la institución, se evidencia un interés en generar en sus estudiantes la capacidad de crear empresa, por lo que a pesar de la poca intensidad horaria dispuesta para el área de emprendimiento que corresponde a una hora semanal, es decir 40 horas al año, su enfoque es desarrollar desde las jóvenes ideas de negocio, y generar actividades que les permitan trabajar para ejecutarlas. Teniendo en cuenta lo anterior y detectando el desconocimiento que tiene la institución sobre el Modelo Canvas de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, surge la necesidad de proponer su implementación en el área de emprendimiento, debido a la importancia de este a la hora de establecer ideas de negocio y crear estrategias que logren su ejecución. Este Modelo Canvas ha sido utilizado por empresas exitosas tales como Google, IBM, Amazon, Zara, etc.

La guía N.º 39 del Ministerio de Educación Nacional, propone el Modelo Canvas como una herramienta para ser involucrada en el desarrollo de la cultura de emprendimiento en las instituciones de educación del país (MEN, 2012, p. 20).

En base a lo anterior realizamos como aporte al área de emprendimiento de la institución CJCM, una propuesta que les permite involucrar en el desarrollo de sus actividades académicas la aplicación y uso del Modelo Canvas; dirigido tanto a la coordinadora académica, como a la docente encargada del área, y a los estudiantes. Teniendo un enfoque principal en la docente, mediante la cual se pretendía que adquiriera los conocimientos respectivos sobre el tema, para lograr

transmitirlos a los estudiantes en los diferentes años escolares. Para lo anterior, se desarrolló una actividad en la que estuvieron presentes y como testigos la coordinadora académica Paola Uribe, la docente encargada del área de emprendimiento Carmen Rosa Gualdrón, y algunos estudiantes de la institución (ver anexo C).

Esta actividad fue realizada el día 01 de noviembre del 2019, a las 06:00 am, dentro de las instalaciones de la institución educativa CJCM, tanto en el auditorio principal, como en el salón de lectura. Su desarrollo se ejecutó a través de los siguientes cuatro puntos: i) explicación de definición e importancia del Modelo Canvas, ii) Explicación de elaboración del Modelo Canvas, iii) Actividad para aplicación de conocimientos adquiridos, iv) entrega de material.

## **7.1 Explicación del Modelo Canvas**

Se realizó de forma oral, a través de la solución a los siguientes interrogantes: ¿Qué es el Modelo Canvas?, ¿Cuál es su importancia?, y ¿en que beneficia a las personas que lo utilizan?

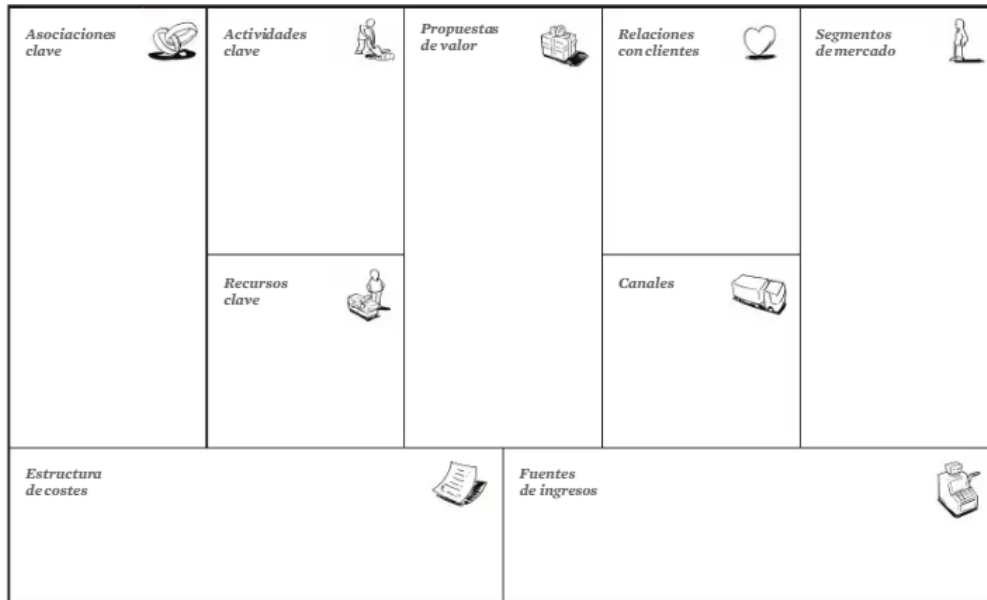
### **7.1.1 ¿Qué es el modelo Canvas?**

El Modelo Canvas es un modelo de negocios que describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor (Osterwalder y Pigneur, 2010). Su estructura es un lienzo, que sirve como plantilla, y se encuentra conformado por nueve bloques, que logren definir con claridad cómo va funcionar la empresa, permitiendo establecer las ideas de negocios a través de respuesta a algunos interrogantes como: ¿Cuál es nuestra propuesta de valor?, ¿Quiénes son nuestros clientes?, ¿Qué canales de distribución vamos a utilizar para hacer llegar nuestros

productos o servicios a los clientes?, ¿Cómo vamos a establecer la relación con los clientes?, ¿Cuáles serán nuestras fuentes de ingresos?, ¿Qué recursos clave necesitamos para que nuestro negocio funcione?, ¿Cuáles son las actividades clave para el funcionamiento de la empresa?, ¿Qué socios clave necesitamos para que el negocio tenga éxito? y ¿Qué costes vamos a tener en el desarrollo y funcionamiento de la empresa?.

**Figura 19.**

*Diseño lienzo del Modelo Canvas.*



Nota. Tomado de: Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio.

España: Deusto.p.41

**7.1.2 ¿Cuál es su importancia?**

Su importancia radica en que se enfoca en cuatro áreas fundamentales a la hora de emprender: los clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad financiera; a través de las cuales se logra incluso identificar la factibilidad de un proyecto de negocios.

**Figura 20.**

*Modelo Canvas representado por áreas.*



Fuente: Figueroa (2015). *Recuperado de:* <http://www.victorfigueroamolina.com/canvas-el-lienzo-del-modelo-de-negocio-ii/>

**7.1.3 ¿En que se benefician las personas que lo utilizan?**

Es practico y sencillo, permite analizar la idea de negocio desde diferentes perspectivas, por lo cual ayuda al emprendedor a analizar y detectar errores y oportunidades, así como a experimentar si su idea de negocio realmente cumple con todos los factores que requiere para ser

exitosa, o necesita aplicar ciertas mejoras, que le permitan ejecutar su proyecto disminuyendo los riesgos a fracasar.

### Figura 21.

*Evidencia fotográfica explicación del Modelo Canvas en la Institución CJCM.*



## 7.2 Explicación de elaboración del Modelo Canvas

Se realizó a través del apoyo de un video interactivo tomado del canal de YouTube “Aprendiz Financiero”, y denominado “Modelo de negocios Canvas explicado paso a paso”, el cual se encuentra disponible en el link: <https://www.youtube.com/watch?v=ZQgXyiozmYY> creado por Kamil y Leticia, (2019). Este video explica cada uno de los nueve bloques que componen el Modelo Canvas y lo que debe resolver su contenido.

**Figura 22.**

*Evidencia fotográfica explicación elaboración del Modelo Canvas en la Institución CJCM.*



### **7.3 Actividad para la aplicación de los conocimientos adquiridos**

Se ejecutó mediante la realización de una actividad didáctica través de un lienzo magnético, compuesto de los nueve bloques del Modelo Canvas, con sus respectivos nombres, que disponía en sus laterales de diferentes opciones de respuestas de lo que debería componer cada una de estos, en material imantado, con el fin de que los participantes las ubicaran en la casilla que correspondía.

La actividad se ejecutó a través de diversos juegos, donde quienes perdían debían participar, y quien ubicara en la casilla que correspondía los diferentes planteamientos, obtenida un premio; haciendo atractivo y dinámico el aprendizaje del uso del Modelo Canvas,

**Figura 23.**

*Evidencia fotográfica aplicación del conocimiento adquirido para la elaboración del Modelo Canvas en la Institución CJCM.*

**7.4 Entrega de material**

Con el fin de continuar con la aplicación, implementación y el uso del Modelo Canvas dentro del proceso formativo de emprendimiento en la institución, se hace entrega a la docente Carmen Rosa Gualdrón Vargas responsable de esta área, en compañía de la coordinadora académica Paola Uribe, y en representación del Colegio José Celestino Mutis, de algunos materiales que les permitan continuar dando a conocer a los estudiantes la importancia del Modelo Canvas, para el desarrollo de sus respectivos planes de negocio, entre los cuales se encuentran:

1. Lienzo de modelo Canvas magnético de 1,20cm de ancho, por 90cm de largo, para ser ubicado en el aula correspondiente de emprendimiento (ver anexo D).

2. Link de video interactivo tomado como apoyo, en donde se explica cómo se elabora el Modelo Canvas paso a paso, diseñado por Kamil y Leticia, (2019).

3. Guía tomada del libro “Generación de modelos de negocios, de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur” en el cual se definen los nueve módulos del Modelo Canvas, y su respectiva descripción, con el fin de servir como documento de orientación para que la docente encargada del área de emprendimiento pueda continuar adquiriendo los conocimientos sobre este tema y a su vez transmitiéndolo a sus estudiantes. p. 16 a 44 (ver anexo E).

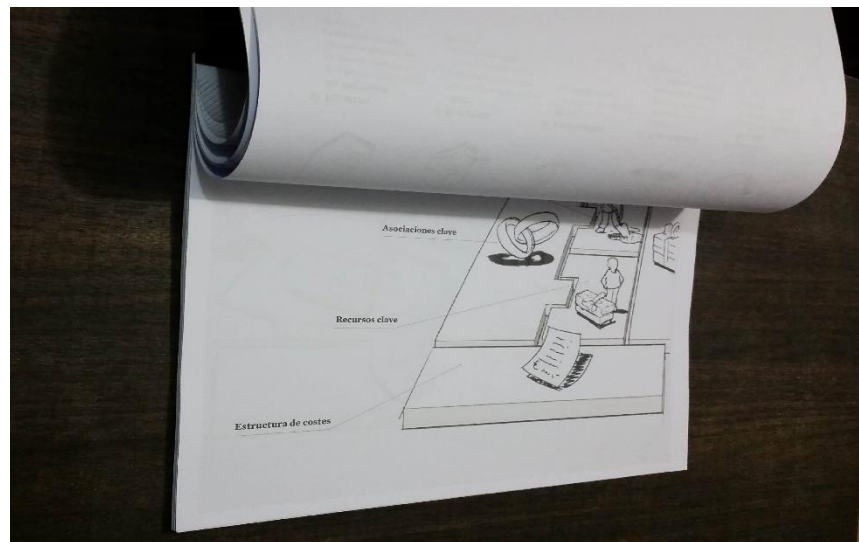
### Figura 24.

*Evidencia fotográfica entrega de material en la Institución CJCM (Lienzo Modelo Canvas)*



**Figura 25.**

*Evidencia fotográfica entrega de material en la Institución CJCM (guías)*

**7.5 Discusión de resultados**

El método utilizado para la implementación del uso del Modelo Canvas dentro de sus actividades institucionales en el CJCM, despertó un interés tanto en los estudiantes, como en la docente responsable del área de emprendimiento y la coordinadora académica, en donde además de reconocer la importancia y el valor que tenía esta implementación en la formación de jóvenes emprendedores, se permitía que de manera analítica y divertida se lograran crear espacios en donde las ideas de negocio pudieran analizarse de forma profunda y a su vez rápida, con el fin de conocer y establecer aspectos importantes que permitan el fortalecimiento de las mismas, disminuyendo a su vez las posibilidades de fracaso.

Como complemento a lo mencionado anteriormente, se obtiene por medio de la docente encargada del área de emprendimiento, valoración de nuestra intervención en el área de emprendimiento de la institución CJCM, mediante la ejecución de nuestro trabajo de grado, a

través de la modalidad de trabajo de investigación. Esto se ve reflejado en carta dirigida al Comité de trabajo de grado de la Universidad Industrial de Santander (ver anexo F), mediante la cual se expresa la forma positiva en la que fue recibida la implementación del uso del Modelo Canvas de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur en la institución, destacando la motivación que mostraron los estudiantes en el método utilizado para la transmisión de los conocimientos y en cómo se abordó y se explicó el tema, de forma pedagógica y concreta, logrando el entendimiento del mismo, y permitiendo reconocer la importancia de este para establecer y valorar las ideas de negocio.

Así mismo, dio a conocer que nuestra propuesta permitió generar cambios en el enfoque del programa de emprendimiento, a la hora de poner en práctica y fomentar el uso del Modelo Canvas, mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje; lo que permitió que se lograra su implementación en el plan de área de emprendimiento para el año 2020 (ver anexo G), y en el módulo para el desarrollo y ejecución de la asignatura de autoría de la misma docente (ver anexo H). Además, destacó lo interesante que es el hecho de que estudiantes de últimos semestres de la carrera Profesional en Gestión Empresarial, retroalimenten los procesos de formación en el área de emprendimiento de las instituciones de educación de la región, ya que les permite enriquecer y actualizar conocimientos referentes a la misma; lo que queda como una propuesta abierta para continuar aportando y fortaleciendo conocimientos en las instituciones de educación básica secundaria y media, a través de estudiantes de últimos semestres de nuestra carrera.

## 8. Conclusiones

El presente trabajo de investigación permitió dar respuesta a la pregunta problema establecida: ¿Cómo es la dinámica del programa de emprendimiento de la institución educativa del Colegio José Celestino Mutis?, la cual, de acuerdo con el nivel de globalización conlleva a ser desarrollada dando solución a tres interrogantes que permiten desde diferentes aspectos obtener una respuesta más precisa.

### 1. ¿Cuál es el componente o énfasis de emprendimiento en la propuesta formativa?

Desde la propuesta formativa el énfasis de emprendimiento que promueve la institución es de tipo empresarial, enfocado en la generación de capacidades que permitan en los estudiantes el desarrollo de ideas de negocio, y la creación de empresas sostenibles en el mercado. Lo anterior a través del enfoque de actitudes emprendedoras tales como la innovación y creatividad.

### 2. ¿Cuál es la correspondencia entre el desarrollo del programa con los referentes y normativa que lo representan?

La correspondencia del programa de emprendimiento de la institución CJCM con la normativa que lo regula, se establece desde el implemento del programa en la institución, ya que este no nace como iniciativa de especializar el colegio con énfasis empresarial, sino surge de la necesidad de dar cumplimiento a la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento, la cual establece el emprendimiento como enseñanza obligatoria en todos los establecimientos educativos del país.

3. ¿Qué aspectos del programa es necesario resignificar desde la perspectiva del mejoramiento?

Entre los aspectos más relevantes necesarios de resignificar desde la perspectiva del mejoramiento se encuentran: la directriz que existe del área de emprendimiento solo para los grados octavo y noveno, la poca disponibilidad horaria aplicada semanalmente para el desarrollo de sus clases, los bajos índices de actividades que se desarrollan y que permiten promover el emprendimiento, la escasa formación de la que disponen los docentes encargados del área en relación a temas fundamentales para el fomento del emprendimiento desde la educación.

A continuación se describen los resultados del desarrollo del trabajo de investigación que permiten evidenciar el cumplimiento del objetivo general propuesto como fue: “Caracterizar el programa de emprendimiento del Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga, con el fin de identificar fortalezas y debilidades, a través de visitas a la institución, así como de recolección y análisis de datos e información obtenidos de agentes educativos, que permitan finalizar con la generación de un aporte a dicho programa”.

Entre las fortalezas más destacadas del programa de emprendimiento de la institución educativa CJCM se evidencia que a través de este se está dando cumplimiento a la ley 1014 de 2006 donde se establece el emprendimiento como enseñanza obligatoria en todas las instituciones de educación del país. Por lo que dentro del proyecto educativo institucional y el plan de estudios educativo se encuentra establecida el área de emprendimiento, la cual desde su objetivo general tiene como enfoque el desarrollar en sus estudiantes competencias que les permita identificar y desarrollar planes de negocio que los conduzca a la formación de empresas sostenibles.

Desde el plan de área de emprendimiento, la normativa vigente que lo regula, y la documentación institucional, contrastado con la intervención mediante comunicación personal y

obtención de datos por medio de la encuesta planteada a los diferentes entes educativos tales como rectora, coordinadora académica, docentes, estudiante y padres de familia, se detectó desde la institución un interés de generar en sus estudiantes mediante innovación y creatividad, el desarrollo de ideas de negocio, que les ayude a establecer su proyecto de vida, a través del tipo de emprendimiento que la institución promueve, el cual es empresarial.

En cuanto a las debilidades más relevantes se evidencio que el área de emprendimiento solo se contempla para los grados octavo y noveno. Por lo cual, la institución no está generando un aprendizaje consecutivo ni gradual, en donde los más perjudicados desde la percepción de los estudiantes, la opinión de la docente encargada del área, y nuestro análisis, resultan ser los estudiantes de grado decimo y once, quienes se encuentra en proceso de proyectar y tomar decisiones sobre su futuro.

Así mismo, en relación con la disponibilidad horaria aplicada a esta área, se observa que solo se dispone de una hora semanal, es decir cuarenta horas al año para su ejecución. Lo que genera que los temas a ver sean dados de manera muy superficial por la poca disponibilidad de tiempo. Además, se detecta que el emprendimiento se está dando como una catedra dispersa que no conecta ni articula ninguna otra área de la institución, lo que provoca desaprovechamientos de diversos escenarios mediante los cuales también es posible fomentar el emprendimiento.

Respecto con el enfoque de la institución por fomentar el emprendimiento de tipo empresarial, se evidencia el desconocimiento de una herramienta que facilita los procesos de desarrollo de ideas de negocio y que a su vez permite generar estrategias para la creación de empresas rentables y sostenibles en el mercado, tal como lo es el Modelo Canvas de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. El desconocer sobre esta herramienta importante para un emprendedor, nos lleva a relacionar el hecho de que la docente a cargo del área de emprendimiento,

tal como ella no lo transmite, no cuenta con estudios o cursos relacionados al tema, ya que inicialmente era quien se encontraba a cargo de la asignatura de religión dentro de la institución; por lo que, a pesar de su esfuerzo por obtener conocimientos desde su iniciativa, no es profesional en el área. Sin embargo, se valora las capacidades y conocimientos adquiridos de forma propia para la ejecución y transmisión de los mismo en el área de emprendimiento.

Con relación al emprendimiento en general, la investigación permitió resaltar la importancia del fomento del emprendimiento desde la educación, pero deja un sin sabor al evidenciar de que a pesar de que en nuestro país existe la ley 1014 del 2006 de fomento al emprendimiento, no se evidencia un seguimiento al cumplimiento de la misma, ni un interés por identificar de que manera se está desarrollando dentro de las instituciones de educación, a fin de saber si se está cumpliendo con el objetivo por el cual fue propuesta, o si por el contrario requiere de mejoras para la formación de verdaderos emprendedores, que además de recibir un beneficio propio, aporten para el crecimiento y desarrollo del país.












Finalmente, a través del resultado obtenido del trabajo de investigación, intervenimos, impactamos y dejamos evidencia del aporte realizado al programa de emprendimiento del CJCM, mediante la implementación del Modelo Canvas dentro del desarrollo de las actividades académicas del área de emprendimiento; así mismo, generamos una serie de recomendaciones, con el fin de continuar fortaleciendo el programa y aportando a la formación de jóvenes emprendedores.

Por otro lado, y con el fin de reforzar la comprensión de este concepto, estructuramos el Modelo de Negocios Canvas de impacto para el programa de emprendimiento de la institución CJCM, mediante el cual se establecen aspectos importantes para tener en cuenta para ejecutar de manera exitosa el desarrollo de actividades enfocadas en la formación de jóvenes con mentalidad

empresarial, capaces de generar ideas de negocios innovadores, competitivos, y sostenibles en el mercado (ver figura 26).

**Figura 26.**

*Modelo de Negocios Canvas de impacto para el programa de emprendimiento de la institución CJCM*

 <b>MODELO CANVAS ÁREA DE EMPRENDIMIENTO CJCM</b> 				
<b>Asociaciones clave</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Ministerio de Educación</li> <li>Ministerio de TIC</li> <li>Entidades de apoyo al emprendimiento.</li> <li>Empresarios</li> <li>Profesionales en Gestión Empresarial, y Administradores de empresa</li> <li>Universidades</li> <li>Entidades gubernamentales</li> <li>Cámaras de comercio</li> </ul>	<b>Actividades clave</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitaciones</li> <li>- Visitas de expertos</li> <li>- Participación en actividades emprendedoras</li> <li>- Realización de ferias empresariales</li> <li>- Análisis de casos</li> </ul>	<b>Propuestas de valor</b>  <p>Formar jóvenes con mentalidad emprendedora, mediante educación de calidad, y a través de docentes totalmente capacitados, que fomenten el desarrollo de ideas de negocio innovadoras, creativas, competitivas y sostenibles en el mercado.</p>	<b>Relaciones con clientes</b>  <p>Atención personalizada física, y canal de comunicación abierto desde la plataforma virtual</p>	<b>Segmentos de mercado</b>  <p>Estudiantes de Institución Educativa Colegio José Celestino Mutis de Bucaramanga</p>
<b>Recursos clave</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal docente capacitado</li> <li>- Material estudiantil físico y digital</li> <li>- Tecnología</li> <li>- infraestructura.</li> </ul>		<b>Canales</b>  <p>Plantel institucional y plataforma virtual</p>		
<b>Estructura de costos</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Salario de docente</li> <li>- Gastos administrativos</li> <li>- Material didáctico</li> <li>- Plataforma virtual</li> </ul>			<b>Fuentes de ingresos</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alianzas estratégicas con socios claves</li> <li>- Ferias empresariales y congresos</li> <li>- Recursos nacionales destinados al apoyo y fomento del emprendimiento</li> </ul>	

## 9. Recomendaciones

Además de generar un aporte al área de emprendimiento de la institución educativa Colegio José Celestino Mutis, creemos necesario como Profesionales en Gestión Empresarial, proponer una serie de recomendaciones que permitan desde diferentes aspectos mejorar el desarrollo del programa de emprendimiento dentro de la institución, entre las cuales están:

Incrementar la intensidad horaria aplicada al área de emprendimiento de la institución, con el fin de que se puedan ampliar los temas relacionados con la misma, teniendo en cuenta que actualmente estos son vistos de manera muy superficial a causa del poco tiempo establecido para su desarrollo.

Generar un aprendizaje consecutivo y gradual a través de la incrementación del área de emprendimiento desde los diferentes niveles de educación institucional, dando gran importancia a los grados decimo y once, debido a que es en los cuales los jóvenes están trazando su proyecto de vida, y tomando decisiones sobre su futuro. Además, es necesario recordar que la ley 1014 del 2006 en su artículo 13 menciona como obligatorio establecer el emprendimiento en todos los niveles de la educación: preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media.

Realizar convenio con entidades de apoyo al emprendimiento que además de ofrecer apoyo económico, generen capacitaciones a los estudiantes y docentes de esta área. Muchas universidades han incluidos centros de apoyo al emprendimiento y la innovación, y así mismo

existen una serie de entidades nacionales e internacionales tanto privadas como públicas que lo apoyan, entre las cuales encontramos:

Entidades nacionales:

- Fondo emprender del SENA
- Tecnoparque Colombia SENA
- Incubadoras de empresas de base tecnológica
- Universidades – consultorio gerencial y jurídico.
- Fondo nacional de garantías
- Instituto de fomento industrial
- Finamérica (Bancompartir)
- Innpulsa Colombia
- Banco caja social
- Finagro
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Bavaria red de emprendedores
- Cámaras de comercio
- Bancóldex
- Andi
- Procolombia antes Proexport
- programa de emprendimiento UIS
- Incubar Colombia
- Colciencias Colombia
- Gobernaciones

- Fundación corona
- Proyecto Colombia
- Corporación mundial de la mujer

Entidades internacionales:

- Endeavor
- The institute of electrical and electronics engineers inch (idea Colombia)
- Akwan
- Google for entrepreneurs
- Banco interamericano de desarrollo concurso: idea tu empresa

Generar el emprendimiento de forma transversal con todas las áreas académicas que desarrolla la institución, a fin de proponer escenarios y espacios de formación relacionados con el mismo. Por ejemplo, desde el área de artísticas abrir espacios para incentivar la creatividad; desde el área de matemáticas, espacios que les permitan identificar los recursos económicos que se requieren para ejecutar su idea de negocio, así como las fuentes de ingreso; desde el área de tecnología generar proyectos o procesos innovadores, desde el área de informática conocer diversos canales para la distribución de los productos o servicios; incluso desde el área de educación física promoviendo eventos deportivos, recreativos, y de actividad física, entre otros.

Consolidar convenios entre la institución educativa y empresas, a través de las cuales se realicen actividades de visitas a empresas, prácticas empresariales, y/o proyectos pedagógicos con apoyo de empresas, los cuales permitan a los estudiantes tener relación directa con el ámbito empresarial.

Incluir dentro de las actividades académicas que realiza la institución mediante el área de emprendimiento charlas con emprendedores exitosos, ya que esto permite generar motivación en

los jóvenes. David McClelland (1961), psicólogo americano expresa que “el principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro”. Por lo que ver que otros han logrado lo que un día se propusieron, los impulsa a continuar trabajando por el desarrollo y ejecución de sus proyectos de negocio.

Participar de actividades de emprendimiento como el evento académico y científico Emprendedores, que realiza la Universidad Industrial de Santander, a través del Instituto de Proyección y Educación a Distancia IPRED, permitiendo a los estudiantes vivir experiencias enriquecedoras que aporten a su formación.

Establecer la feria empresarial anual dentro del plan de área de emprendimiento institucional, con el fin de darle la importancia que esta requiere, evitando que existan siempre otras prioridades que obliguen a su cancelación como sucede actualmente. Lo anterior, teniendo en cuenta que a través de esta se permite a los estudiantes tener un primer contacto con sus posibles clientes, y obtener aportes o críticas constructivas que los ayuden a fortalecer sus ideas de negocio.

Realizar convenios de práctica empresarial entre el colegio y estudiantes de últimos semestres de instituciones de educación superior, que pertenezcan a carreras administrativas como Gestión Empresarial, o Administración de Empresas, a través de los cuales se apoyen las clases de emprendimiento, fortaleciendo la misma por medio de profesionales en el tema.

Exigir a los docentes la participación en cursos relacionados con emprendimiento, a fin de que todos los miembros pertenecientes a la institución intervengan conjuntamente en la formación de emprendedores, yendo más allá de solo cumplir una ley, y generando proyectos capaces de aportar al crecimiento personal, profesional e incluso al desarrollo económico de nuestro departamento y país.

Cada una de las recomendaciones mencionadas anteriormente fueron expuestas a la coordinadora académica de la institución CJCM y a la docente encargada de área de emprendimiento (ver figura 27). Dichas recomendaciones también fueron organizadas a través de las variables de impacto potencial, y de facilidad de implementación (ver tabla 14).

**Figura 27.**

*Evidencia fotográfica de presentación de recomendaciones para el programa de emprendimiento del CJCM.*



**Tabla 14.**

*Tabla de Recomendaciones conforme a variables de impacto potencial y facilidad de implementación, en la institución CJCM*

RECOMENDACIÓN	IMPACTO POTENCIAL	FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN	TOTAL
Incrementar la intensidad horaria aplicada al área de emprendimiento	5	2	7
incrementar el área de emprendimiento en los diferentes niveles de educación institucional	5	2	7
Realizar convenio con entidades de apoyo al emprendimiento	5	5	<b>10</b>
Generar el emprendimiento de forma transversal con todas las áreas académicas	5	3	<b>8</b>
Consolidar convenios entre la institución educativa y empresas	5	4	9
Incluir dentro de las actividades académicas del área de emprendimiento charlas con emprendedores exitosos	5	5	<b>10</b>
Participar de actividades de emprendimiento como el evento académico y científico Emprendedores	5	5	<b>10</b>
Establecer la feria empresarial anual dentro del plan de área de emprendimiento institucional	5	5	<b>10</b>
Realizar convenios de práctica empresarial entre el colegio y estudiantes de últimos semestres de IES, que pertenezcan a carreras administrativas - Empresariales	5	5	<b>10</b>
Exigir a los docentes la participación en cursos relacionados con emprendimiento	5	5	<b>10</b>

**Calificación: 1 = Menor impacto y Menor facilidad de implementación**

**5 = Mayor impacto - Mayor facilidad de implementación**

Teniendo en cuenta la calificación de las variables de impacto potencial y facilidad de implementación, y su nivel de importancia desde nuestra perspectiva, consideramos que la recomendación de realizar convenios con entidades de apoyo al emprendimiento, podría ser considerada como plan de choque en caso de existir dificultades para modificar el contexto actual

en que se desarrolla el programa de emprendimiento de la institución; puesto que, a través de estas entidades, se puede acceder a capacitaciones y asesoramiento mediante profesionales, e incluso a obtener un apoyo monetario que permita financiar y propiciar proyectos de emprendimiento que nazcan a través de estudiantes de la institución CJCM.

Por otro lado, en el caso de que la institución decida mantener todas las condiciones descritas en la caracterización realizada al programa a través del presente trabajo de grado, se considera importante el hecho de lograr promover una serie de competencias, que le ayude a los estudiantes a fortalecer los conocimientos adquiridos a través del área de emprendimiento, tales como: iniciativa, que les permita estar identificando oportunidades para emprender; persistencia, para no desistir de sus ideas y proyectos, aunque a veces parezca difícil conseguir el éxito; autoconfianza, que los ayude a tener seguridad de sus capacidades; y persuasión, que les permite convencer a los demás de lo que se puede lograr con sus proyectos, así como conseguir patrocinadores, e incluso, utilizarlo como estrategia para obtener clientes.

### Referencias Bibliográficas

- Alcaraz, R. R. (2011). *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill. Cuarta edición. México.
- Aldana Rivera, E. E.; Tafur Castillo, J.; Gil, I.; y Mejía, C. (2019). *Practica pedagógica de emprendimiento*. *Revista AVFT*, p.15 Recuperado de: [http://www.revistaavft.com/images/revistas/2019/avft\\_2\\_2019/2practica\\_pedagogica\\_emprendimiento.pdf](http://www.revistaavft.com/images/revistas/2019/avft_2_2019/2practica_pedagogica_emprendimiento.pdf)
- Amit, R., y Muller, E. (1994). *Contrasting attributes and attitudes on entrepreneurs and non-entrepreneurs*. *Academy of Management National Meeting, August, Dallas, TX*.
- Bandura, A. (1977). *Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change*. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Barrantes, R. (2008) *Investigación; un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo y cuantitativo*. (15ª reimpresión). San José, C. R.: EUNED.
- Biblia Nueva Versión Internacional. *Romanos (11:36)*. Recuperado de: <https://www.biblia.es/biblia-buscar-libros-1.php?libro=romanos&capitulo=11&version=nvi>
- Biblia Reina Valera. *Colosenses (3:17)*. Recuperado de: <https://www.biblia.es/biblia-buscar-libros-1.php?libro=colosenses&capitulo=3&version=rv95>
- Briceño, L. A. (2019). Docente área de emprendimiento, Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga.
- Burgos Castelo, R. S., Pombosa Junez, E. P., y Villar López, L. (2017). *Los emprendimientos como elemento de estudio teórico, académico e investigativo*. *CCCSS Contribuciones a las ciencias sociales*. (ISSN: 1988-7833). Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/02/aporte-emprendimiento.html>

- Castillo, A. (1999). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. p.21. Recuperado de: <https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf>
- Campo Saavedra, M. F. (2012). *Guía N.º 39, carta Ministra de Educación*. p.3. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf)
- Colegio José Celestino Mutis. (2015). *Ajuste proyecto educativo institucional PEI*. Sistema de Gestión de Calidad Celestino.
- Colegio José Celestino Mutis. *Misión*. Recuperado de: <http://colegiojosecelestinomutis.edu.co/index.php/page/item/26>
- Colegio José Celestino Mutis. *Objetivos institucionales*. Recuperado de: <http://colegiojosecelestinomutis.edu.co/index.php/page/item/26>
- Colegio José Celestino mutis. (2013). *Proyecto educativo institucional PEI*. Sistema de Gestión de Calidad Celestino.
- Colegio José Celestino Mutis. (2019). *Plan de área emprendimiento*. Sistema de Gestión de Calidad Celestino. Versión 1. Código F-A-DC-02
- Colegio José Celestino Mutis. (2019). *Plan de estudios*. Sistema de Gestión de Calidad Celestino.
- Colegio José Celestino Mutis. *Visión*. Recuperado de: <http://colegiojosecelestinomutis.edu.co/index.php/page/item/26>
- Colegio Gimnasio Superior Empresarial Bilingüe. (2013). *Proyecto empresarial*. Recuperado de: <http://www.gimnasiosuperior.edu.co/sitio/index.php/institucion/pr/proyecto-area-empresarial>
- Díaz Ríos, C. M., y Celis Giraldo, J. E. (2010). Efectos no deseados de la formación para el trabajo en la educación media colombiana. *Educación y Educadores*, 13(2), 199-216.
- Figuroa, V. (2015). *Canvas*. Recuperado de: <http://www.victorfigueroamolina.com/canvas-el-lienzo-del-modelo-de-negocio-ii/>

- Finanzas personales (2018). *¿Cómo está Colombia en emprendimiento?* Recuperado desde: <https://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/emprendimiento-convocatoria-para-emprendimientos-en-colombia/76870>.
- Gómez Núñez, L., Llanos Martínez, M., Hernández Rico, T., Mejía Rodríguez, D., Heilbron López, J., Martín Gallego, J., Mendoza Soto, J., y Senior Roca, D. (2017). Competencias emprendedoras en Básica Primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, (43), 150-188.
- González Cruz, L. J., Rico Valencia, A. F., y Gaspar Silva, J. F. (2018). *Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de té orgánico en la comuna 19 de la ciudad de Santiago de Cali*. Recuperado de <https://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/373>
- Gualdrón, C. R. (2019). Docente responsable del área de emprendimiento, Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga
- Gualdrón, C. R. (2020). Docente responsable del área de emprendimiento, Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga
- Instituto Politécnico de Bucaramanga. (2016). *Plan de área empresarial*. Versión 1. Código AC-01-F02. Recuperado de: [http://politecnico.edu.co/responsive/files/PLAN\\_AREA\\_GESTION\\_EMP\\_20173.pdf](http://politecnico.edu.co/responsive/files/PLAN_AREA_GESTION_EMP_20173.pdf)
- Kamil y Leticia. (Productores). (2019). *Modelo de negocios Canvas explicado paso a paso*. [YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZQgXyiozmYY>
- McClelland, D. (1961). *La sociedad realizadora*. Toronto: Princeton.
- Ministerio de Educación Nacional. *Definición plan de estudios*. Recuperado de: <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-79419.html>
- Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Guía N.º 21. Articulación de la educación con el mundo productivo*. p. 5. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-106706\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-106706_archivo_pdf.pdf)

- Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Guía N.º 21. Articulación de la educación con el mundo productivo*. p. 8. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articulos-106706\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articulos-106706_archivo_pdf.pdf)
- Ministerio de Educación Nacional. (2012). *Guía N.º 39. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales*. Recuperado de: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-287822\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-287822_archivo_pdf.pdf)
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*. España: Deusto.
- Palacios, E. P. (2009). La Universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión en el tercer milenio*, 12(23), 61-65.
- Rasheed, H. (2000). *Developing entrepreneurial potencial in youth of entrepreneurial education and venture creation*. Recuperado de: <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/063.pdf>.
- Recalde Aguilar, L. M., Villota Guevara, L. R., y Flores Jaen, M. P. (2016). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. *Revista Publicando*, 3(9), 564-578. Recuperado de: <file:///C:/Users/NathaliaFernanda/Downloads/Dialnet-EmprendedoresComoCreadoresDeRiquezaYDesarrolloRegi-5852122.pdf>
- Samaniego, M. P. (2017). *Emprendimiento y responsabilidad social: Análisis estadístico de la participación de la mujer en Ecuador*. In Conference Proceedings (Vol. 1, No. 1).
- Sánchez Upegüi, A. (2010). *Introducción: ¿qué es caracterizar?* Medellín, Fundación Universitaria Católica del Norte
- Santana Vega, L. E., González-Morales, O., Feliciano García, L. (2016). Entrepreneurship and adolescents. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 5(2), 123-129. doi: 10.7821/naer.2016.7.165. Recuperado de: [https://www.apoex.es/images/2016/publicaciones/Emprendimiento-y-adolescencia\\_Lidia-Santana.pdf](https://www.apoex.es/images/2016/publicaciones/Emprendimiento-y-adolescencia_Lidia-Santana.pdf)
- Stripeikis, O. (2011). *Enterprising Business Formation in Lithuanian Small and Medium-Sized Firms*. Organizacijų vadyba: sisteminiai tarima, 57. ISSN 1392-1142

Sistema Único de Información Normativa. (1994). Ley 115, del 08 de febrero de 1994. Ley general de la educación. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1645150>

Sistema Único de Información Normativa. (2006). Ley 1014, del 26 de enero de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1672727>

Sistema Único de Información Normativa. (2010). Ley 1429, del 29 de diciembre de 2010. De formalización y generación de empleo. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1679908>

Tesaurus de la UNESCO. s.f. *Lista de términos*. Recuperado de: <http://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/es/>

Timmons, J. (1994). *New Venture Creation*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/272682121\\_New\\_Venture\\_Creation](https://www.researchgate.net/publication/272682121_New_Venture_Creation)

Tolosa León, E. (2019). Rectora Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga

Uribe Prada, P. (2019). Coordinadora académica Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga

Zaballa, R. (2013). *Emprendimiento: un proceso de aprendizaje*. Recuperado desde: <http://www.madrimasd.org/informacionIdi/analisis/opinion/opinion.asp?id=55885>

## Apéndices

## Apéndice A. Autorización desarrollo de proyecto de grado en la institución CJCM

Bucaramanga 29 de Julio de 2019

Señora

**ESPERANZA TOLOZA LEÓN**

**RECTORA COLEGIO JOSE CELESTINO MUTIS**

Ciudad

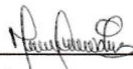
*UICB*  
*Esperanza Tolosa León*  
*Agosto 13 - 2019.*

Cordial saludo,

Somos **MÓNICA TATIANA GÓMEZ ALVAREZ** y **EMERSON MORENO HERNÁNDEZ**, estudiantes de la carrera **PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**, de la **UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER (UIS)**, quienes actualmente nos encontramos cursando 9° semestre, y estamos interesados en que su institución haga parte del desarrollo de nuestro proyecto de grado bajo la modalidad de trabajo de investigación. Nuestro tema a desarrollar está enfocado en la caracterización del programa de emprendimiento que actualmente desarrolla la institución. El fin de este, tal como su nombre lo indica es conocer de qué manera se desarrolla el programa en la institución, bajo que asignaturas y/o actividades, y como este está aportando a sus estudiantes mediante su formación. Como resultado de este proyecto, y bajo el desarrollo de nuestra profesión, pretendemos presentar a la institución una propuesta que les permita fortalecer el desarrollo del emprendimiento en sus estudiantes, y continuar juntos generando competencias de superación desde los jóvenes y adolescentes. Así mismo, se pretende bajo su autorización generar un vínculo a futuro entre la UIS y la institución, que permita a sus estudiantes participar de eventos, conferencias, actividades y demás que se desarrollan dentro de la universidad, con el fin de ser apoyo en temas relacionados con el emprendimiento.

Agradecemos la oportunidad que su institución nos pueda brindar, teniendo en cuenta el afecto que tenemos a la misma por contar con hijos y sobrinos dentro de esta, y una serie de familia que ha hecho parte de la gran familia Celestina.

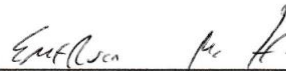
Atentamente;



**MÓNICA TATIANA GÓMEZ ALVAREZ**

Email: [monica\\_tga@hotmail.es](mailto:monica_tga@hotmail.es)

Celular. 3183338834



**EMERSON MORENO HERNÁNDEZ**

Email: [mrsonmoreno1@hotmail.com](mailto:mrsonmoreno1@hotmail.com)

Celular. 3186236305

## Apéndice B. Autorización acceso a documentación institucional CJCM

Bucaramanga 26 de Agosto de 2019

Señora

**PAULA URIBE**

**COORDINADORA COLEGIO JOSE CELESTINO MUTIS**

Ciudad


Cordial saludo,

Por medio de la presente, y teniendo en cuenta el aval de la Dra. Esperanza Toloza León, para el desarrollo de nuestro proyecto de grado dentro de su institución, nos permitimos solicitar su colaboración para que nos permita acceder a la recolección de información que requerimos, en relación con los siguientes documentos:

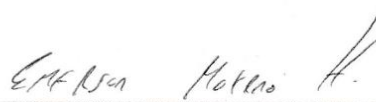
- I) Proyecto educativo institucional.
- II) Plan de estudios general.
- III) Planificación área de emprendimiento.
- IV) Informe anual profesor(a) a cargo del programa de emprendimiento.

Agradecemos de antemano su colaboración.

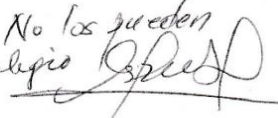
Atentamente;



**MÓNICA TATIANA GÓMEZ ALVAREZ**  
Profesional en Gestión empresarial  
Universidad Industrial de Santander



**EMERSON MORENO HERNÁNDEZ**  
Profesional en Gestión empresarial  
Universidad Industrial de Santander

autorizado. No los quedan  
señores del colegio 

**Apéndice C. Acta aporte realizado al área de emprendimiento institucional del CJCM****ACTA DE PROPUESTA DE MEJORA Y APORTE PARA EL PROGRAMA DE  
EMPRENDIMIENTO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO JOSÉ  
CELESTINO MUTIS DE BUCARAMANGA**

En la ciudad de Bucaramanga siendo las 06:00 am del día 01 de noviembre de 2019, dentro de las instalaciones del Colegio José Celestino Mutis, se realiza propuesta de mejora y aporte para el área de emprendimiento de la institución, el cual se ejecuta como desarrollo del proyecto de grado de MÓNICA TATIANA GÓMEZ ALVAREZ y EMERSON MORENO HERNÁNDEZ, pertenecientes a la UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER (UIS), de la carrera PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL.

La propuesta de mejora que se plantea a la institución tiene como enfoque la incorporación del modelo de negocio Canvas de Alexander Osterwalder, en el desarrollo de sus actividades académicas del área de emprendimiento.

Para lo anterior, se genera el aporte desde la explicación mediante la cual se responden los siguientes interrogantes: ¿Qué es el modelo Canvas?, ¿Cuál es su importancia?, ¿en que beneficia a las personas que lo utilizan?, y ¿Cómo se elabora?

Los primeros tres planteamientos son resueltos de forma oral, y la explicación de cómo se elabora, se ejecuta mediante un video interactivo. Así mismo, se realiza actividad didáctica, mediante un lienzo magnético, el cual se compone de las nueve casillas del modelo Canvas, con sus respectivos nombres, y tiene disponible a sus laterales diferentes opciones de lo que debe componer cada una de estas, con el fin de que los participantes las ubiquen en la casilla que corresponde, haciendo atractivo y dinámico el aprendizaje del uso del modelo Canvas.

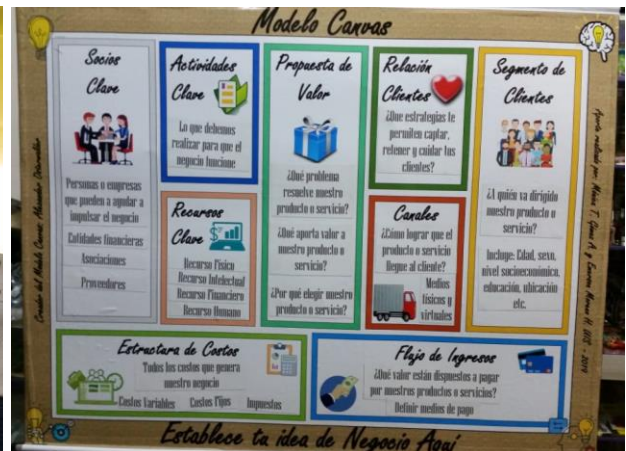
Al finalizar la actividad, se realiza entrega de los siguientes materiales a la docente Carmen Rosa Gualdrón Vargas, responsable del área de emprendimiento del Colegio José Celestino Mutis, para que continúe con su uso dentro de la institución, dando a conocer a los estudiantes la importancia del modelo Canvas, para el desarrollo de sus respectivos planes y/o ideas de negocio:

1. Lienzo de modelo Canvas magnético de 1,20cm de ancho, por 90cm de largo, para ser ubicado en el aula correspondiente de emprendimiento.
2. Link de video de cómo se elabora el modelo Canvas.
3. Cartilla con documento basado en el libro "Generación de modelos de negocios, de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur", en el cual se definen los nueve módulos del modelo Canvas, y su respectiva descripción para definirlos.

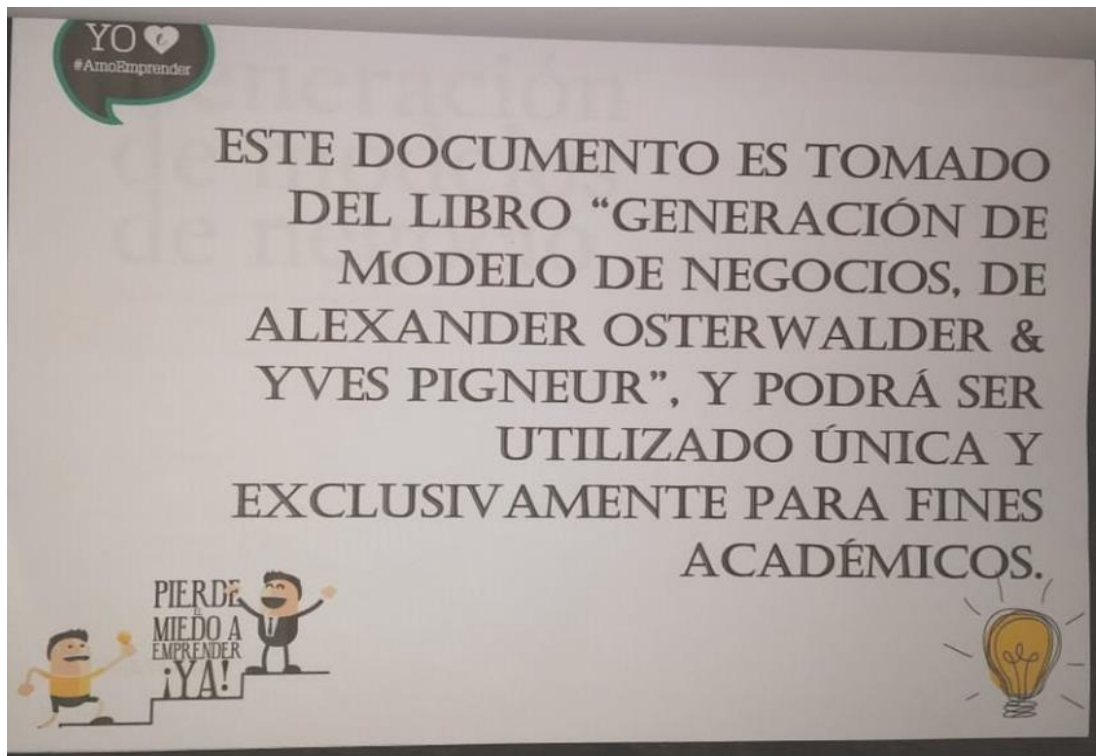
Como testigos y participantes se encuentran presentes:



Apéndice D. Lienzo Magnético



Apéndice E. Guía tomada del libro “Generación de modelos de negocios, de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur”



SM

## 1 Segmentos de mercado

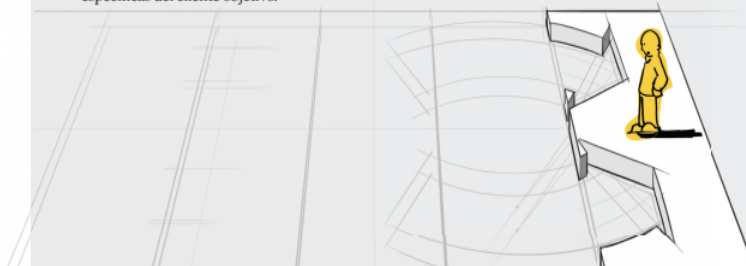
**En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.**

Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Un modelo de negocio puede definir uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños. Las empresas deben seleccionar, con una decisión fundamentada, los segmentos a los que se van a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrán en cuenta.

Una vez que se ha tomado esta decisión, ya se puede diseñar un modelo de negocio basado en un conocimiento exhaustivo de las necesidades específicas del cliente objetivo.

Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si:

- sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente;
- son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos;
- requieren un tipo de relación diferente;
- su índice de rentabilidad es muy diferente;
- están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta.

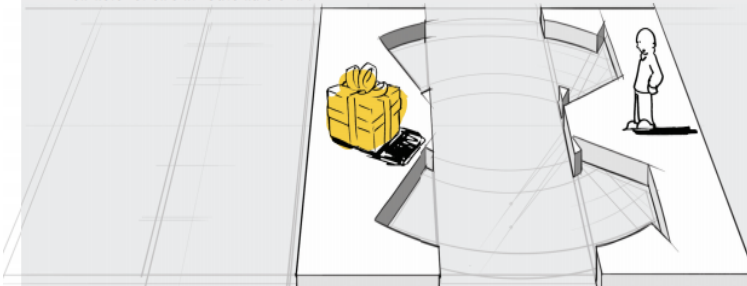


## 2 Propuestas de valor

**En este módulo se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.**

La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.

Algunas propuestas de valor pueden ser innovadoras y presentar una oferta nueva o rompedora, mientras que otras pueden ser parecidas a ofertas ya existentes e incluir alguna característica o atributo adicional.



## 3 Canales

**En el siguiente módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.**

Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia.

Los canales tienen, entre otras, las funciones siguientes:

- dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa;
- ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa;
- permitir que los clientes comprendan productos y servicios específicos;
- proporcionar a los clientes una propuesta de valor;
- ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa.



RCI

## 4 Relaciones con clientes

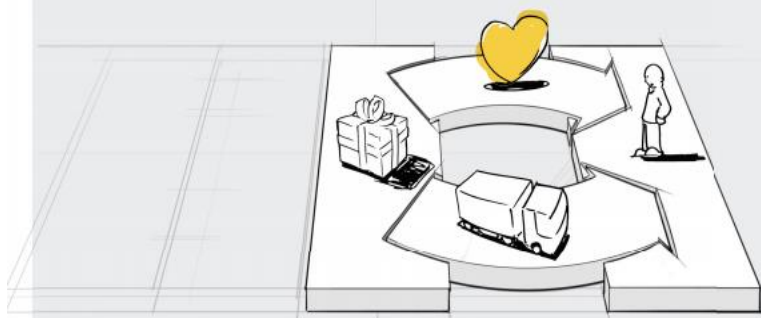
**En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.**

Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado. La relación puede ser personal o automatizada. Las relaciones con los clientes pueden estar basadas en los fundamentos siguientes:

- Captación de clientes.
- Fidelización de clientes.
- Estimulación de las ventas (venta sugestiva).

En sus inicios, las relaciones con clientes de los operadores de redes móviles se basaban en agresivas estrategias de captación, como los teléfonos móviles gratuitos. Cuando el mercado se saturó, los operadores cambiaron de estrategia: se centraron en la fidelización de clientes y el aumento del promedio de beneficios por cliente.

El tipo de relación que exige el modelo de negocio de una empresa repercute en gran medida en la experiencia global del cliente.



FI

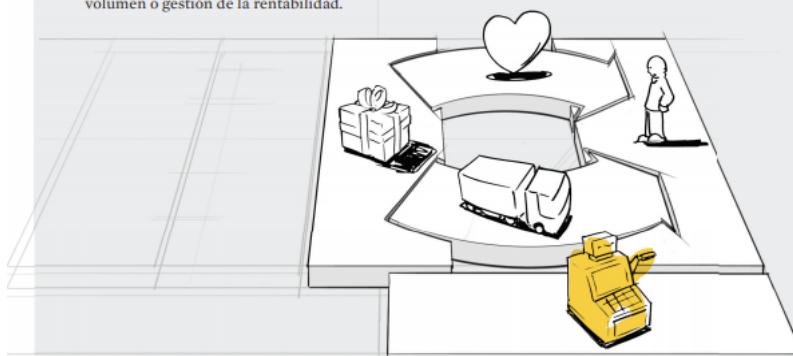
## 5 Fuentes de ingresos

**El presente módulo se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos).**

Si los clientes constituyen el centro de un modelo de negocio, las fuentes de ingresos son sus arterias. Las empresas deben preguntarse lo siguiente: ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Si responde correctamente a esta pregunta, la empresa podrá crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado. Cada fuente de ingresos puede tener un mecanismo de fijación de precios diferente: lista de precios fijos, negociaciones, subastas, según mercado, según volumen o gestión de la rentabilidad.

Un modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos:

1. Ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de clientes.
2. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o del servicio posventa de atención al cliente.



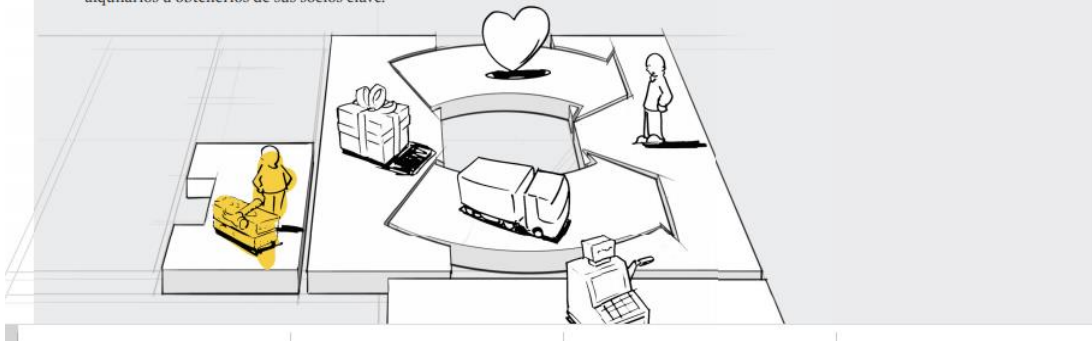
RC

## 6 Recursos clave

**En este módulo se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.**

Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes. Un fabricante de microchips necesita instalaciones de producción con un capital elevado, mientras que un diseñador de microchips depende más de los recursos humanos.

Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave.



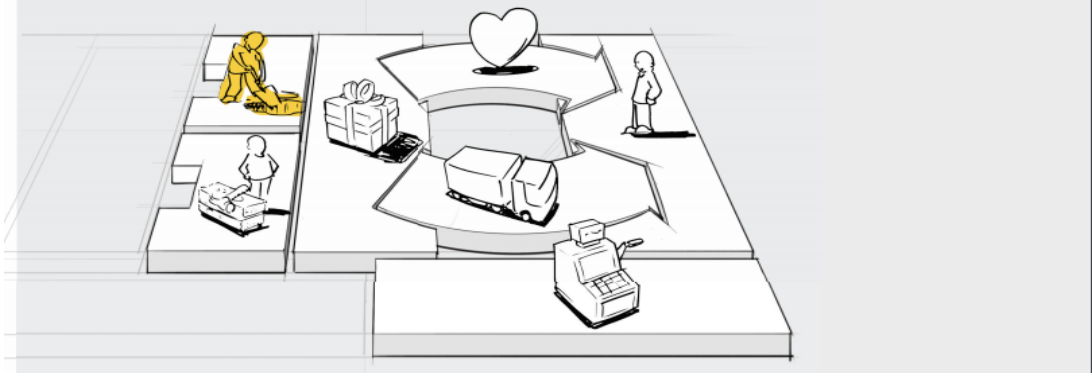
AC

## 7 Actividades clave

**En el presente módulo se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.**

Todos los modelos de negocio requieren una serie de actividades clave. Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, y al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos. Además, las actividades también varían en función del modelo de negocio.

La actividad clave del fabricante de software Microsoft es el desarrollo de software, mientras que la del fabricante de ordenadores Dell es la gestión de la cadena de suministro. A su vez, una de las actividades clave de la consultora McKinsey es la resolución de problemas.



AsC

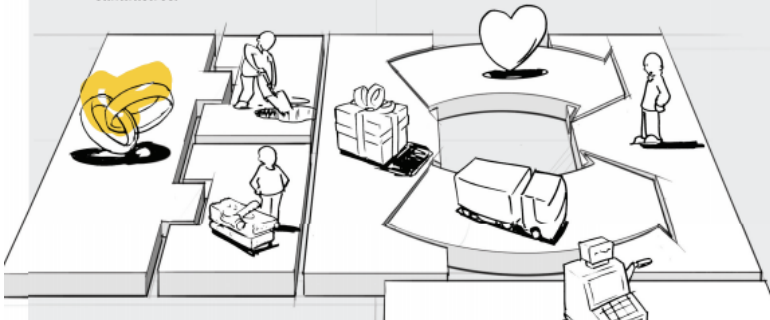
## 8 Asociaciones clave

**En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.**

Las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio.

Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. Podemos hablar de cuatro tipos de asociaciones:

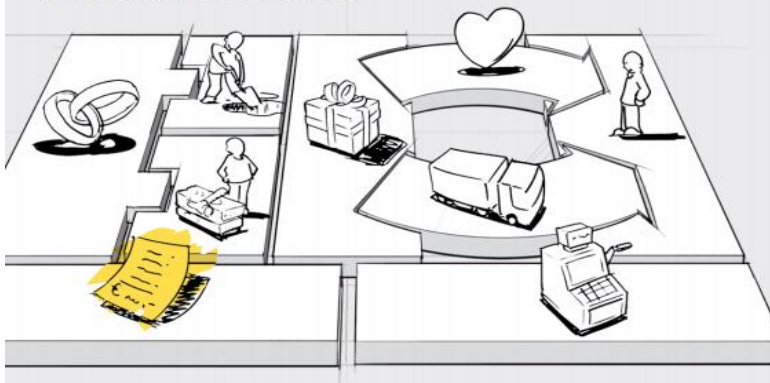
1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
2. Cooperación: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
3. Joint ventures: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios
4. Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.



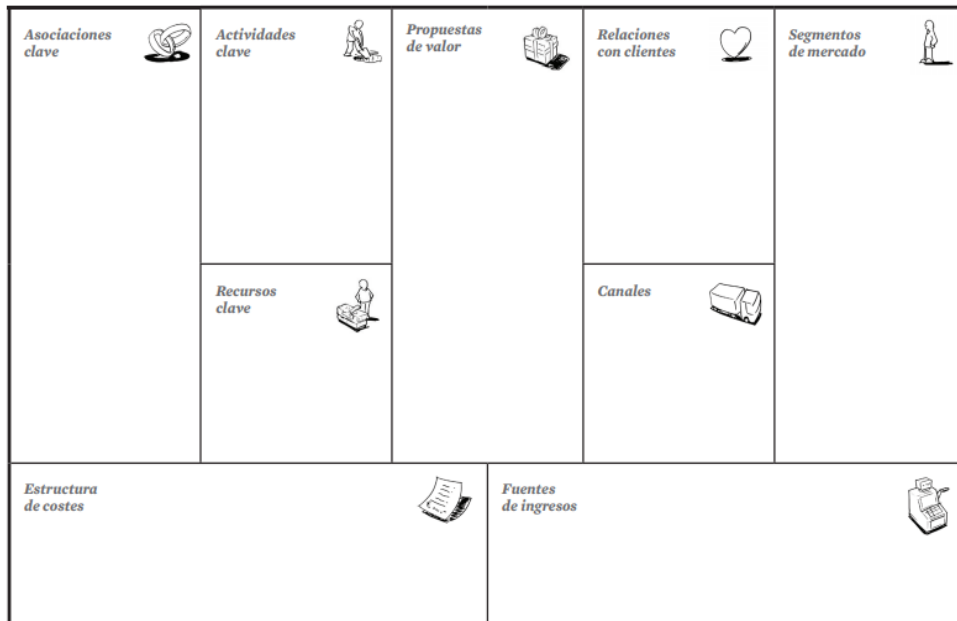
## Estructura de costes

**En este último módulo se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.**

En este módulo se describen los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. Estos costes son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave. No obstante, algunos modelos de negocio implican más costes que otros. Las compañías aéreas de bajo coste, por ejemplo, han desarrollado modelos de negocio completamente centrados en estructuras de costes reducidos.



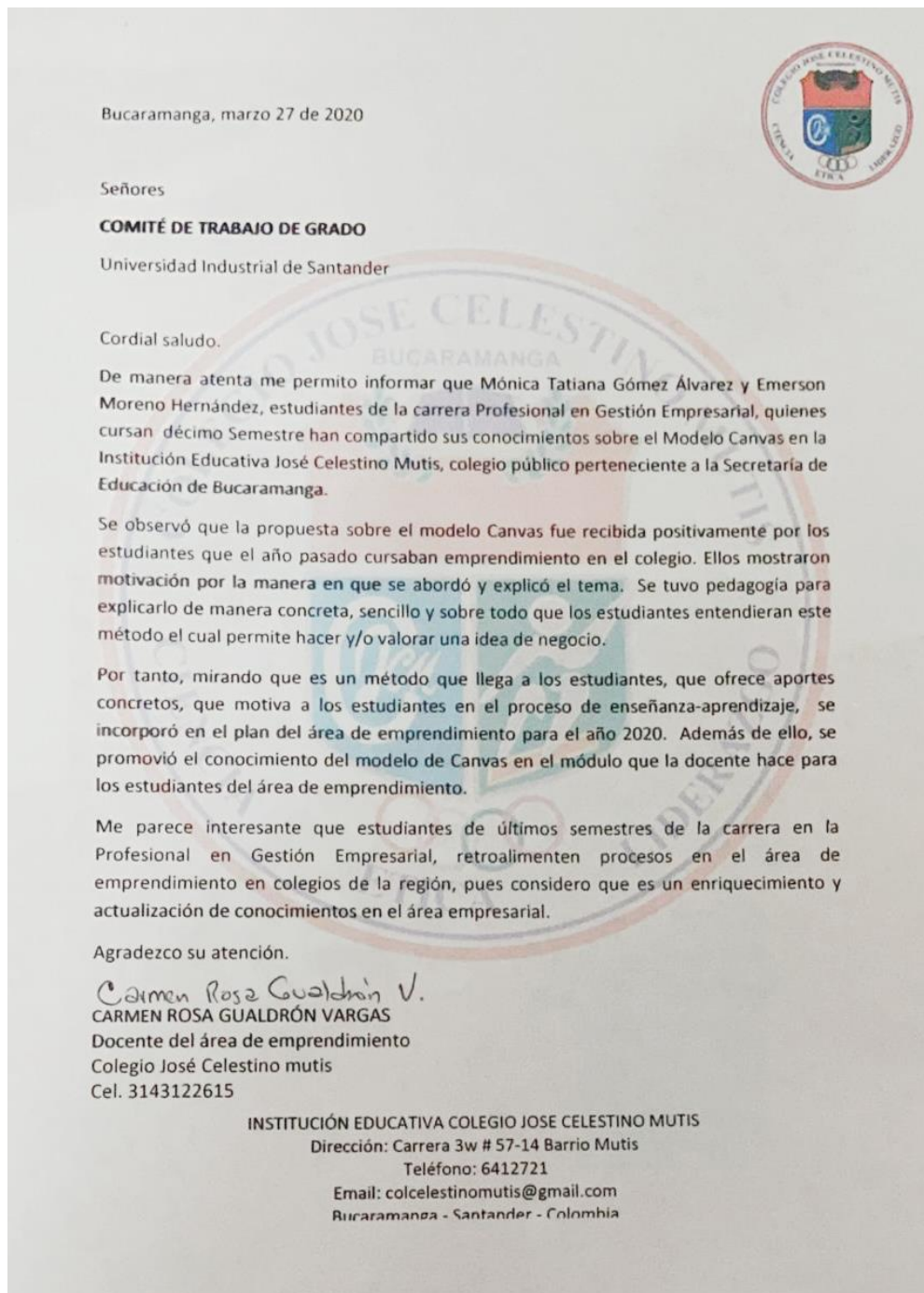
44 **Plantilla para el lienzo del modelo de negocio**





Nota. Tomado de: Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio.

España: Deusto

**Apéndice F. Carta de valoración y validación del trabajo de grado desarrollado en la institución CJCM.**



Apéndice G. Incorporación del Modelo Canvas en el plan de área de emprendimiento 2020.

	<b>COLEGIO JOSE CELESTINO MUTIS</b>			
	<b>PLAN DE ÁREA</b>			
	<i>Fecha: Septiembre</i>	<i>Versión: 1</i>	<i>Cód.: F-A—DC-02</i>	
trabajo académico y puntualidad en clase.				

**PERIODO 2**

ESTÁNDARES	COMPETENCIAS	D.B.A.	INDICADORES DE DESEMPEÑO / EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS
Identificar ideas de negocio innovadoras en el entorno socio económico, a nivel regional y nacional.	Promover las iniciativas emprendedoras desde el entorno escolar.		<p><b>Cognitivo</b>                      Comprendo lo que es una idea de negocio y los procesos que se hacen para ver su viabilidad.</p> <p><b>Procedimental</b>                      Identifico las características del modelo de negocio Canvas.</p> <p>Propongo con responsabilidad ideas de negocios amigables con el medio ambiente.</p> <p><b>Actitudinal</b>                      Valoro las ideas de negocio que sean amigables con el medio ambiente.</p> <p>Muestro disciplina en clase, atención hacia el docente en la explicación del tema, participación activa en clase, disposición y compromiso con su trabajo académico y puntualidad en clase.</p>	1. ¿Qué es un plan de negocios? 2. Modelo de negocio: Canvas 3. Canvas - I parte - 4. Canvas - II parte -

Nota. Tomado de: Colegio José Celestino Mutis, (2020). Plan de área emprendimiento. Sistema de Gestión de Calidad Celestino. Versión 1. p.3

Apéndice H. Incorporación del Modelo Canvas en el módulo de la asignatura del CJCM, año 2020.

## SEGUNDO PERIODO



ESTÁNDARES	COMPETENCIAS	INDICADORES DE DESEMPEÑO	CONTENIDOS
Identificar ideas de negocio innovadoras en el entorno socio económico, a nivel regional y nacional.	Promover las iniciativas emprendedoras desde el entorno escolar.	<p><b>Cognitivo</b></p> <p>Comprendo qué es un plan de negocios y los elementos que lo conforman para ver su viabilidad</p> <p><b>Procedimental</b></p> <p>Identifico las características del modelo de negocio Canvas.</p> <p>Propongo con responsabilidad ideas de negocios amigables con el medio ambiente.</p> <p><b>Actitudinal</b></p> <p>Valoro las ideas de negocio que sean amigables con el medio ambiente.</p>	<p>1. ¿Qué es un plan de negocios?</p> <p>2. Modelo de negocio: Canvas</p> <p>3. Canvas I parte</p> <p>4. Canvas II parte</p>

A continuación encuentras los temas a desarrollar...

Nota. Tomado de: Carmen Rosa Gualdrón, (2020). Docente responsable del área de emprendimiento, Colegio José Celestino Mutis. Bucaramanga.