

**DIPLOMADO EN COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO PARA
FORMADORES**

**TALLER DE GRADO
MONICA VIVIANA PEINADO APONTE**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
EMPRENDIMIENTO
BOGOTA
2011**

**DIPLOMADO EN COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO PARA
FORMADORES**

**TALLER DE GRADO
MONICA VIVIANA PEINADO APONTE**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
EMPRENDIMIENTO
BOGOTA
2011**

CONTENIDO

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1. Benchmarking universidades a nivel Bogota
- Tabla 2. Actividades propias y tercerizadas
- Tabla 3. Funciones del negocio y estructuración
- Tabla 4. Recursos cualitativos y cuantitativos del proyecto

LISTA DE CUADROS

- Cuadro 1. DOFA, Diplomado en Emprendimiento

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1. Compes 3257 (junio 2008). Política nacional de competitividad
- Figura 2. Total docentes a nivel nacional
- Figura 3. Distribución de Docentes, por Sector 2007
- Figura 4. Docentes de instituciones de educación superior por nivel de formación, 2006
- Figura 5. Estadísticas Sectoriales total docentes 2006-2009
- Figura 6. Estadísticas Sectoriales Educación Básica y medio, Distrito capital
- Figura 7. Matricula Nacional 2006- 2007
- Figura 8. Distribución porcentual de la matrícula nacional, por sector 2007
- Figura 9. Estadísticas sectoriales Educación Básica y Media, Matrícula por Sector
- Figura 10. Estadísticas sectoriales Educación Básica y Media, Tasa de Cobertura figura 11. Sistema Educativo Colombiano

LISTA DE ANEXOS

- Anexo A. Principales cuellos de botella del crecimiento de la inversión, la generación de empleo y las mejoras de productividad
- Anexo B . Definición núcleo del derecho al trabajo
- Anexo C. Informalidad laboral y empresarial en Colombia (13 áreas metropolitanas)
- Anexo D. Incidencia de la pobreza e indigencia en Colombia (%)
- Anexo E. Por que invertir en la Juventud
- Anexo F. Los maestros, piedra angular para mejorar la calidad educativa
- Anexo G. Proceso de Transformación, Propuesta Metodología
- Anexo H. Modelo conceptual de Metodología

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En un mundo competitivo como en el que nos encontramos inmersos hoy la innovación, las bases tecnológicas, las comunicaciones, estándares de calidad, procesos de mejoramiento en gestión y producción de la cadena de valor, capacitación alianzas entre el sector público y privado, capacitación en competencias emprendedoras y empresariales en nuestros jóvenes entre otros, se convierten en factores claves de una transformación productiva a la cual se le está apostando para el año 2032 en Colombia¹ y que busca entre otros elevar el ingreso Per-cápita por habitante, mejoramiento de estándares de calidad de vida, mayores tasas de crecimiento de inversión extranjera, incremento de oportunidades de negocio y por supuesto disminución de los niveles de pobreza.

Para poder llevar a cabo esta transformación, se deberán orientar esfuerzos en estrategias de corto y largo plazo estando las primeras orientadas a crecimientos puntuales y las segundas direccionadas a la sostenibilidad de la trayectoria del crecimiento. Según este informe de competitividad estas estrategias de desarrollo deberán estar orientadas a esos “cuellos de botella” que son claves para lograr una base sólida de crecimiento sostenible, los factores críticos que se detectaron son: 1. infraestructura, transporte y logística 2. Justicia 3. Formalización 4. Tecnología e innovación 5. Innovación 6. TIC 7. Bancarización y asignación eficiente del ahorro, y 8. educación. (Ver anexo 1)

Es este último la educación nuestro factor clave de estudio siendo este un instrumento y no un fin para posicionar a Colombia para el 2032 como un país competitivo y con tasas sostenibles de crecimiento con relación a los países de la región, y es que si es claro que mientras no se generen entornos y escenarios favorables desde políticas macroeconómicas, microeconómicas y de orden fiscal será muy difícil crecer, la educación es uno de esos eslabones de carácter primordial para cumplir con esos retos y desafíos, ya que gran parte de las habilidades, competencias laborales, ciudadanas y empresariales que desarrollan las personas deberán iniciarse desde la educación básica y a lo largo de todo el ciclo académico para así tener un recurso humano más calificado y competente factor clave de desarrollo y sostenibilidad.

Así como las diferentes instituciones de orden económico y empresarial le están apostando a esta transformación productiva esta iniciativa también hace parte de los retos a los que deberá orientarse la educación partiendo del plan decenal de educación 2006 -2016² el cual busca poder enmarcarse a su vez dentro de los planes de desarrollo y programas regionales. Dentro de los objetivos del plan decenal se contempla entonces el papel, función, y responsabilidad que cumple la educación con el reto de llevar a cabo esta transformación productiva y desarrollo económico. (ver anexo 2)

El compromiso por parte de las instituciones a nivel educativo con esta iniciativa se ha enmarcado con la ley 1014 del 2006 cultura emprendedora que determina

¹ Consejo Privado de Competitividad Colombia, (2009 -2010), Informe nacional de competitividad ruta a la prosperidad colectiva.

² El plan Decenal Nacional de Educación se define como un pacto social por el derecho a la educación que tiene como finalidad servir de ruta y horizonte para el desarrollo educativo del país en el próximo decenio, de referente obligatorio de planeación para todos los gobiernos e instituciones educativas y de instrumento de movilización social y política en torno a la defensa de la educación, entendida como derecho fundamental de la persona y servicio público, que en consecuencia tiene una función social.

entre otras la obligatoriedad de una cátedra en emprendimiento para todos los niveles académicos desde preescolar, básica hasta superior de manera transversal en todo el currículo de estudios todo lo anterior con el objeto de generar espacios donde se propenda el desarrollo de competencias y espacios empresariales siendo los niños y jóvenes protagonistas.

Esta ley sanciona como obligatoriedad las siguientes disposiciones

Artículo 2°. *La presente ley tiene por objeto*³:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial

Todo lo anterior nos deslumbra un contexto de metas y tareas a las que le esta apuntando el país a través de los diferentes entes institucionales de orden publico y privado en pro de una transformación en todos los sectores productivos, académicos, culturales y de orden social donde la educacion es uno de los eslabones principales y camino clave para que desde nuestros niños y jóvenes

³ Congreso de la republica (26 de enero del 2006), ley 1014 ;del de fomento de cultura al emprendimiento congreso de la republica

podamos continuar construyendo país siendo Colombia escenario de oportunidades, trabajo digno, calidad de vida, y atractividad para la inversión.

¿Se puede desarrollar a través de un Plan de Negocio, la implementación de un proceso de formación dirigido a los docentes para dotarlos con las herramientas necesarias generando Competencias en emprendimiento con miras a que los niños y jóvenes que se están educando en los niveles de educación básica y secundaria, hagan parte activa de la transformación productiva a la que le apuesta el país siendo este proceso de formación instrumento de creación de bienestar y construcción de futuro?

2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

Colombia en este momento es uno de los pocos países de la región que no ha podido disminuir su tasa de desempleo a un dígito siendo esta una de las problemáticas más severas de nuestro país. La informalidad, la falta de oportunidades para acceder a un trabajo que permita a la población más vulnerable suplir sus necesidades básicas y en general tener calidad de vida se ha convertido en una tarea bastante compleja. Desde 1999 de cada cinco colombianos que quieren acceder al mercado laboral uno de ellos no encuentra en donde hacerlo.

Acaso obtener un trabajo digno y acceder a oportunidades profesionales no es un derecho y un deber que el estado debe privilegiar (Ver anexo 3).

Es entonces el empleo un problema de oferta o demanda, cuales son las causas de esta problemática que nos ha aquejado a lo largo de los últimos años y es que si es cierto que es imposible tener al 100% de la población en edad de trabajar ocupada, es más según teorías económicas todos los países tendrán una tasa mínima de desempleo. Colombia deberá acudir a políticas de índole macroeconómico y fiscal para hacer frente a los desafíos de la transformación productiva a la que le estamos apuntando siendo el desempleo y la productividad factores críticos para esta.

En los últimos años el sistema de contratación por prestación de servicios⁴ se ha vuelto un mecanismo de contratación muy común ya que permite a las empresas ahorrar mucho dinero en impuestos a la nómina, costos que para los empresarios en nuestro país son unos de los más altos en la región. Situación que se ha convertido en una externalidad negativa que frenan el emprendimiento y la competitividad de Colombia frente a los demás países.

Todo lo anterior de alguna manera presiona a que el mercado laboral para las personas que desean encontrar un trabajo se presente de una manera cada vez más compleja especialmente en lo que concierne a la demanda. Situación que se evidencia en altas tasas de desempleo o de informalidad. (Ver anexo 4)

De acuerdo a lo anterior y según el informe de competitividad para el 2008 del total de los ocupados el 57.2% trabaja un sector informal generalmente solos o en

⁴ Disponible en : <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/article-145438.html>, Recuperado el 8 de agosto de 2010

microempresas. A su vez en lo que refiere al sector empresarial se estima que 55% del total de microempresas son informales, Este es un hecho que afecta de forma directa el crecimiento negativo de la pobreza e indigencia. Las personas que no se encuentran adscritas al Mercado formal laboral no pueden acceder a la afiliación de un sistema de salud, cotización de pensiones y cesantías todo esto incidiendo en la calidad de vida situándolos en un estado de vulnerabilidad.

Los más complejo de todo esto es que esta es una situación que afecta de manera directa y muy fuerte a los jóvenes hecho que preocupa en la medida en que es en este segmento de población donde encontramos la mano de obra más valiosa y con la cual se debería estar trabajando de forma permanente y activa ya que ellos son los arquitectos y la base de una sociedades más justas y competitivas. En ellos se han de fomentar valores, ética, la cultura del ahorro, consumo responsable para que el mañana sea una esperanza para las generaciones futuras. Anticiparse a los problemas y convertirlos en oportunidades es mucho más fácil que resolverlos. Los jóvenes son una fuente inagotable de desarrollo, cambio y progreso. Invertir en los niños y los jóvenes del mundo mejora su calidad de vida, lo que origina beneficios sociales, económicos y políticos invaluable. Los jóvenes sanos, educados, comprometidos, trabajadores y productivos pueden.

- Romper el círculo de pobreza intergeneracional.
- Propiciar el progreso económico y la innovación.
- Desempeñar una función catalizadora en la promoción de la democracia y una sociedad abierta.
- Evitar el contagio de epidemias tales como el VIH/SIDA.
- Aumentar la comprensión entre diferentes grupos, evitando así el conflicto y dando mayor seguridad a sus países.

Por otro lado ignorar a los jóvenes puede implicar costos muy altos: las últimas investigaciones sobre la juventud en Europa Sudoriental concluyen que el costo anual en pérdida de salarios, medicinas y tratamiento para un solo joven infectado con VIH/SIDA en la región alcanza a aproximadamente US\$400.000.⁵

Y es aquí si como lo menciona esta institución invertir en los jóvenes es una decisión inteligente por parte de los gobiernos que genera a su vez economías inteligentes y competitivas. (Ver anexo 5).

Uno de los factores claves por lo que se origina esta situación es una problemática a la que hacen alusión empresarios y en general las instituciones que se ven involucrados en el mercado laboral y en la promoción de esta reforma productiva a la que se le está apuntado (mencionada anteriormente) y es la educación.

La educación es un factor clave que incide directamente en las capacidades y habilidades de los nuevos entrantes al mercado laboral, la educación que se está impartiendo en las diferentes instituciones educativas deberá estar orientada y focalizada en forjar personas capacitadas e integrales ya que aunque la educación se ha estancado, los cambios tecnológicos , sectoriales y empresariales cada vez están requiriendo mayores estándares de educación para

⁵ Disponible en : <http://www.bancomundial.org/temas/juventud/index.htm>, Recuperado el 15 de agosto de 2010

su capital humano , es decir la oferta educativa que tenemos hoy es muy precaria para el sistema productivo al que debemos enfrentar para llevar a cabo esta transformación productiva a la que le estamos apuntando . y es que es la educación uno de los instrumentos más poderosos para disminuir la pobreza y la desigualdad social que a su vez contribuye en el fortalecimiento de la economías y generación de desarrollos sostenibles

Según Eduardo Lora politólogo en un estudio realizado” los jóvenes colombianos entre 16 y 18 años solo superan en años de educación a sus contemporáneos de el Salvador, Honduras, Brasil y Guatemala “⁶

Con todo lo anterior se evidencia que hoy la educación impartida en los colegios e instituciones de educación superior al parecer está yendo por otro rumbo o simplemente se estanco. Cabe destacar que para el 2032 que fue el año que se determino como meta para llevar a cabo esta trasformación productiva y la educación cumple un papel protagónico así como en el Compes .

Figura 1. Compes 3257 (junio 2008). Política nacional de competitividad

CONPES 3527 (JUNIO 2008) POLÍTICA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD PLANES DE ACCIÓN

- | | |
|---|--|
| 1. Desarrollo de sectores de clase mundial | 9. Infraestructura de logística y transporte |
| 2. Salto en la productividad y el empleo | 10. Profundización financiera |
| 3. Competitividad en el sector agropecuario | 11. Simplificación tributaria |
| 4. Formalización empresarial | 12. Tecnologías de la información y las comunicaciones |
| 5. Formalización laboral | 13. Cumplimiento de contratos |
| 6. Ciencia, tecnología e innovación | 14. Sostenibilidad ambiental |
| 7. Educación y competencias laborales | 15. Fortalecimiento institucional de la competitividad |
| 8. Infraestructura de minas y energía | |

Fuente: Informe nacional de competitividad 2009 -2010 ruta a la prosperidad colectiva, consejo privado de competitiva Colombia.

Con todo lo anterior queda en evidencia la necesidad de que los docentes reciban una capacitación en temáticas de emprendimiento, tecnología, innovación, ya que los docentes serán el primer acercamiento que tendrán los estudiantes hacia la comprensión de competencias laborales y empresariales como mecanismo de competitividad.

En la actualidad son varias las universidades en Colombia que han implementado áreas de o unidades de emprendimiento como mecanismos de orientación en planes de negocio para sus estudiantes o en afectación a diferentes comunidades todas ellas orientadas a el emprendimiento y Empresarialismo , y es que de alguna manera han comprendido la importancia de implementar e impulsar este tipo de temáticas en un contexto académico ofreciendo de esta forma una educación mas integral y enfocada a la complejidad en la que se desenvuelven los profesionales de hoy, entrantes a un futuro mercado laboral. Sin embargo de acuerdo al contexto anteriormente mencionado en la formación que se da en las universidades en Bogotá actualmente no se están desarrollando programas que permitan el desarrollo de competencias pedagógicas enfocadas al emprendimiento en los docentes por ende se hace necesario resolver el problema planteado ya que hay un vacío y necesidad en este mercado de formación para los profesionales en pedagogía que les permitan obtener herramientas para

⁶ Banco de la republica , (Marzo de 2001); ¿Porque hay tanto desempleo en Colombia , que se puede hacer ?, Eduardo lora

generar competencias empresariales , liderazgo entre otras a sus estudiantes futuros profesionales y transformadores de realidades .

3. OBJETIVO GENERAL

Realizar a través de un Plan de Negocio, la implementación de un diplomado como un proceso de formación dirigido a los docentes para dotarlos con las herramientas necesarias generando Competencias en emprendimiento con miras a que los niños y jóvenes que se están educando en los niveles de educación básica y secundaria, hagan parte activa de la transformación productiva a la que le apuesta el país siendo este proceso de formación instrumento de de creación de bienestar y construcción de futuro.

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer la percepción que tienen los docentes ante la necesidad de capacitación en temáticas de emprendimiento
2. Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto
3. Realizar un estudio operativo, donde se incluya el diseño de los respectivos syllabus para cada una de los módulos que integren el Diplomado.
4. Determinar las herramientas metodológicas que permitan la complementación de los módulos y procesos de aprendizaje
5. Determinar el Impacto económico y social del proyecto

5. INVESTIGACION DE MERCADOS

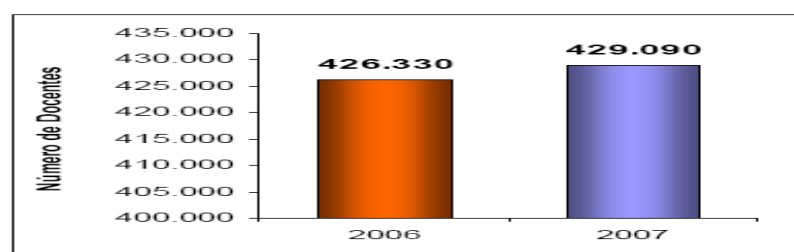
5.1 Mercado objetivo

5.2 Tamaño del mercado en su totalidad y la del mercado objetivo

Total Nacional de Docentes. 2007 – 2006

En el año 2007 el total de docentes a nivel nacional ascendió a 429 090, superando en 2760 el total de docentes del año 2006, que fue de 426 330.

Figura 2. Total docentes a nivel nacional



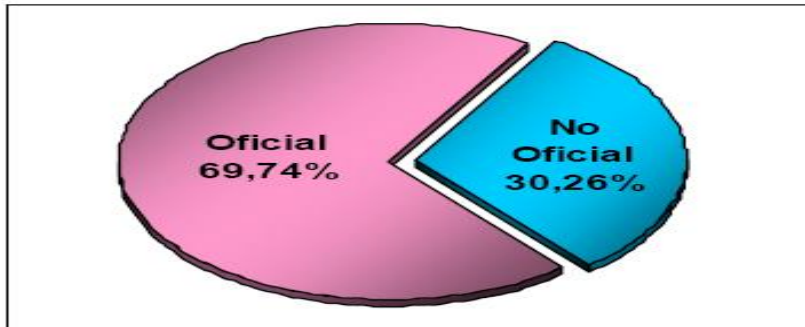
Fuente DANE – EDUC

Fuente: matrícula certificada por la secretaria de educación (2002) MEN- sistema de información nacional de educación básica (SINEB) (2003-2009)

Distribución Porcentual de Docentes, por Sector

De los 429.090 docentes registrados en el año 2007, el 69,74% atendió la matrícula oficial, mientras que el 30,26% prestaron sus servicios en establecimientos educativos no oficiales.

Figura 3. Distribución de Docentes, por Sector 2007

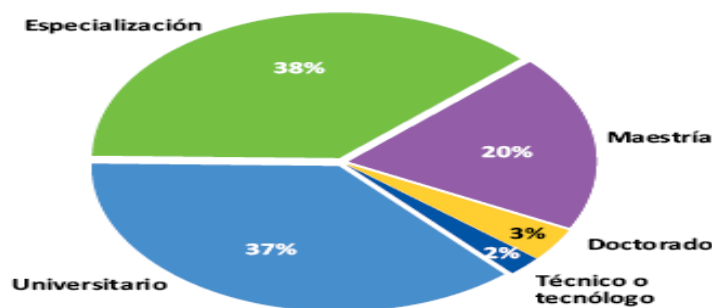


Fuente DANE - EDUC

Fuente: matrícula certificada por la secretaria de educación (2002) MEN- sistema de información nacional de educación básica (SINEB) (2003-2009)

De acuerdo con estudio de McKinsey “la calidad del sistema educativo no puede exceder la calidad de los maestros “. Sin embargo cuando se realiza un revisión de las estadísticas en materia de docencia , investigación e innovación Colombia no califica como país que cuente con docentes calificados . no obstante el SNIES tiene un inventario que muestra que 100.541 docentes de educación superior en 2006 solo el 23% tiene maestría o doctorado . si se quiere mejorar el desempeño de los estudiantes es necesario que las instituciones educativas se preocupen por aumentar el nivel educativo de sus docentes (Ver anexo 6).

Figura 4. Docentes de instituciones de educación superior por nivel de formación, 2006



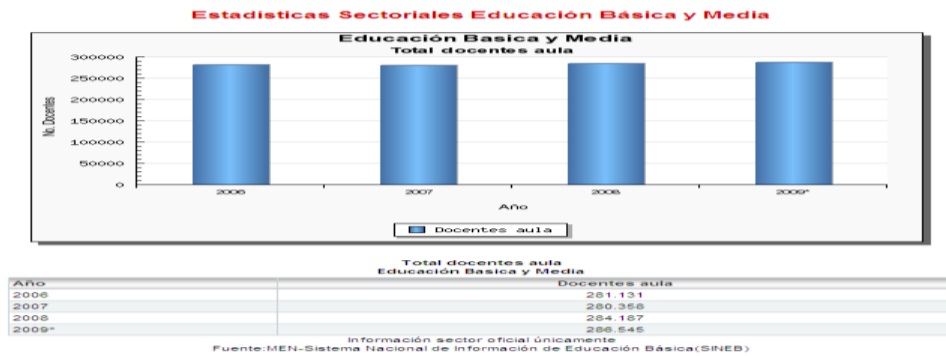
Fuente : Mckinsy (2007) .”how the world’s best performing schools systems come out on top”; Sistema nacional de información de educación superior SNIES (Ministerio de Educación Nacional)

Por todo lo anterior, y bajo los datos obtenidos por los estudios del Ministerio de Educación, las tendencias se evidencian la necesidad de contar con personal docente capacitado generador de cambio y bienestar en los educandos; y de una población o mercado necesitado de formación de acuerdo a las exigencias de la ley 1014. El mercado a donde debe dirigirse la

gestión de este proyecto se caracteriza por ser la población docente que tiene bajo su responsabilidad la formación de estudiantes en los niveles básica y secundaria y que necesitan herramientas para cumplir el objetivo de formación y en especial en lo exigido a la ley 1014 anteriormente mencionada.

Los estudios del Ministerio de Educación Nacional determinan que: A nivel nacional Para el 2009 Colombia contaba con una oferta de docentes de 286.545 .

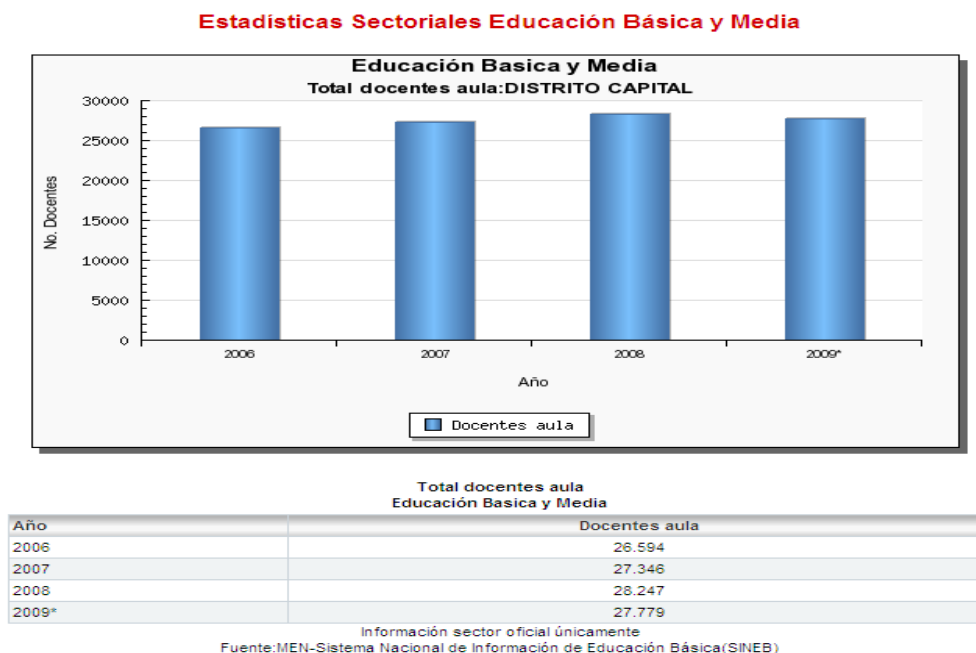
Figura 5. Estadísticas Sectoriales total docentes 2006-2009



Fuente : MEN – sistema nacional de información de educación básica (SNBE)

Y para el caso específico de la ciudad de Bogotá para el mismo periodo contaba con 27.779 docentes

Figura 6. Estadísticas Sectoriales Educación Básica y medio , Distrito capital



Fuente : MEN – sistema nacional de información de educación básica (SNBE)

Por lo anterior nuestro mercado objetivo estará conformada por 27.779 docentes nivel Bogotá. Sin embargo y en razón a condiciones de orden logístico que deberán ser tratadas en el estudio operativo y logístico del proyecto nuestro nicho de mercado se direccionara a atender un primer escenario del 3%⁷ de total de la población objetivo ubicada en Bogotá en razón a que este es el porcentaje de docentes que en una institución de educación se dedican a la formación empresarial.

6. EVOLUCION DEL MERCADO OBJETIVO

6.1 Comportamiento historico del sector

En el año 2007 la matrícula nacional tuvo un crecimiento anual de 1,17%. Básica Secundaria y Media fueron los niveles educativos que registraron la mayor contribución a esta variación con 1,72 puntos porcentuales, mientras que Preescolar presentó una contribución negativa de 0,44 puntos porcentuales.

El 77,34% de la matrícula nacional del 2007 fue atendida en establecimientos educativos oficiales. Por su parte, la participación del sector no oficial y la matrícula subsidiada dentro del total, correspondió al 17,25% y 5,41% respectivamente.

En el año 2007 el total de docentes a nivel nacional presentó una tasa de crecimiento anual de 0,65%. Los niveles educativos que presentaron la mayor contribución a esta variación fueron Básica Secundaria y Media con 1,03 puntos porcentuales. De 65 759 establecimientos (jornadas) reportados en el año 2007, el 78,58% ofrecían Básica Primaria. No obstante, la mayor variación anual se presentó en los establecimientos que ofrecieron Media con el 8,93%.

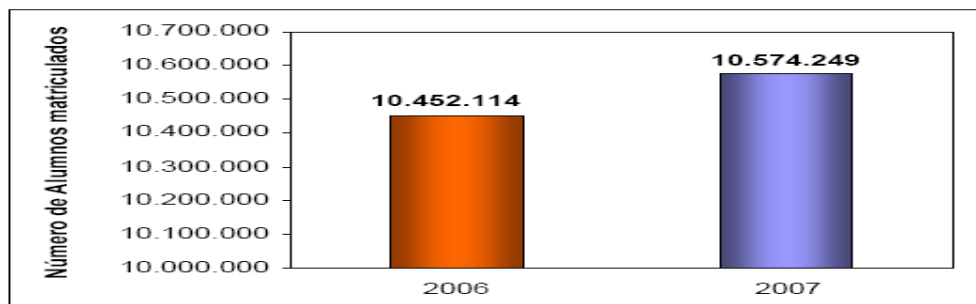
⁷ Dato se obtenido después de realizar entrevista de profundidad al Rector del Colegio Panamericano, el Señor Edilberto Castellanos, quien manifestó que de un total de 10 docentes, tres de ellos manejan los temas administrativos y empresariales

Alumnos

Matrícula Nacional. 2006-2007

En el año 2007 la matrícula nacional ascendió a 10 574 249 alumnos, superando en 122 135 la matrícula nacional del 2006 que fue de 10 452 114 estudiantes.⁸

Figura 7. Matrícula Nacional 2006- 2007



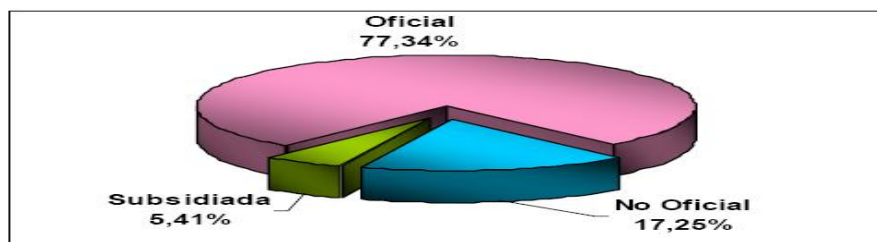
Fuente DANE – EDUC

Fuente: matrícula certificada por la secretaria de educación (2002) MEN- sistema de información nacional de educación básica (SINEB) (2003-2009)

Distribución Porcentual de la Matrícula Nacional, por Sector

En el año 2007, el 77,34% de la matrícula nacional fue atendida en establecimientos educativos oficiales, el 17,25% en establecimientos educativos no oficiales y el 5,41% correspondieron a la matrícula subsidiada por el Estado, atendida en establecimientos no oficiales o privados.

Figura 8. Distribución porcentual de la matrícula nacional, por sector 2007



Fuente DANE - EDUC

9

Fuente: matrícula certificada por la secretaria de educación (2002) MEN- sistema de información nacional de educación básica (SINEB) (2003-2009)

AÑO 2008

En éste año, la matrícula nacional registró un crecimiento anual de 0,1%. Básica Secundaria y Media fueron los niveles educativos que registraron la

⁹Recuperado el 4 de abril de 2011:

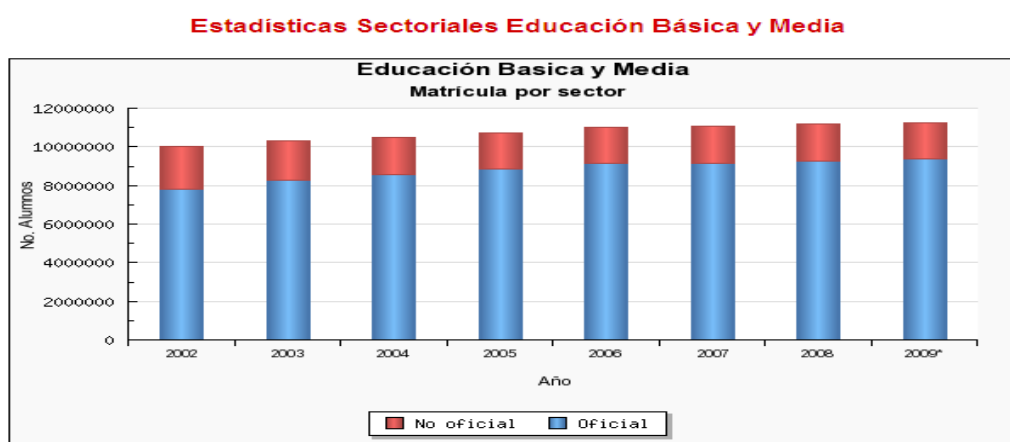
http://menweb.mineducacion.gov.co/seguimiento/estadisticas/principal.php?seccion=17&id_categoria=2&consulta=doc_aula&nivel=17&dpto=&mun=&ins=&sede=

mayor contribución a esta variación con 1,0 punto porcentual, mientras que la primaria presentó una contribución negativa de 1,0 punto porcentual. El 76,8% de los alumnos matriculados a nivel nacional en 2008 fueron atendidos en establecimientos educativos oficiales. Por su parte, la participación del sector no oficial y la matrícula subsidiada dentro del total, correspondió a 17,2% y 6,0% respectivamente. Del total de docentes en el 2008, el 45,3% tenía su mayor carga académica en el nivel de Básica Secundaria y Media, el 42,7% en Básica Primaria, y el 12,0% en Preescolar. De 68.588 establecimientos (jornadas) existente en el año 2008, el 84,1% ofrecían Básica Primaria, 65,3% Preescolar, 26,8% Básica Secundaria y Media el 19,0%

AÑO 2009

De acuerdo con la información reportada por las secretarías de educación en el año 2009 asistieron a educación básica y media 11.322.620 estudiantes, de los cuales 9.499.403 fueron atendidos por el sector oficial y 1.823.217 por el sector no oficial, alcanzando una tasa de cobertura bruta en educación básica y media de 104.65% y una tasa de cobertura neta del 90.03%. Del total de estudiantes matriculados 8.570.218 fueron atendidos en establecimientos educativos localizados en la zona urbana y 2.752.402 en establecimientos ubicados en la zona rural. De los 24.480 establecimientos educativos existentes en el país 13.806 son oficiales y 10.674 no oficiales.

Figura 9. Estadísticas sectoriales Educación Básica y Media , Matrícula por Sector



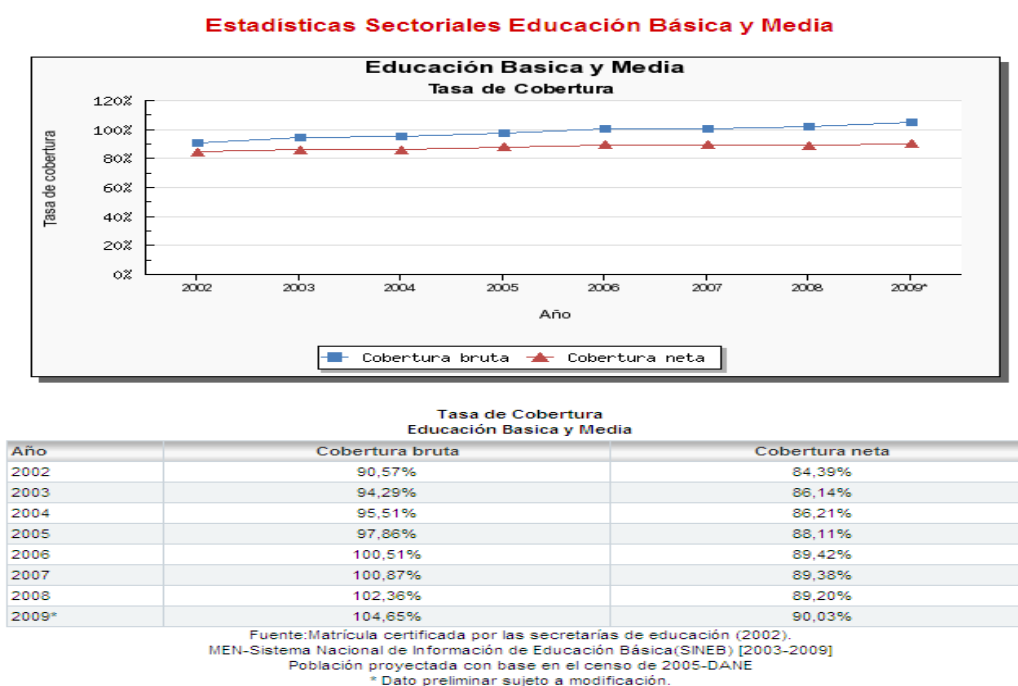
Año	Oficial	No oficial	Total	Oficial(%)	No oficial(%)
2002	7.808.110	2.186.294	9.994.404	78,12%	21,88%
2003	8.297.845	2.025.737	10.323.582	80,38%	19,62%
2004	8.569.959	1.932.000	10.501.959	81,60%	18,40%
2005	8.855.391	1.865.102	10.720.493	82,60%	17,40%
2006	9.156.813	1.865.838	11.022.651	83,07%	16,93%
2007	9.170.199	1.873.646	11.043.845	83,03%	16,97%
2008	9.290.230	1.871.210	11.161.440	83,24%	16,76%
2009*	9.395.880	1.823.217	11.219.097	83,75%	16,25%

Fuente: Matrícula certificada por las secretarías de educación (2002).
MEN-Sistema de Información Nacional de Educación Básica(SINEB) [2003-2009]
*Dato preliminar sujeto a modificación.

Evolución

En la figura numero tal se evidencia el comportamiento que ha presentado el índice de cobertura en educación básica y media; reflejando en los ocho últimos años un incremento importante y constante llegando a un 90.03%.

Figura 10. Estadísticas sectoriales Educación Básica y Media, Tasa de Cobertura.



A su vez en la figura tal se muestra la tendencia constante positiva del gasto o aporte que está teniendo el estado en cuanto a educación se refiere

7. ROL QUE JUEGAN LA INNOVACIÓN Y LOS AVANCES TECNOLÓGICOS

De acuerdo al modelo planteado por Ortiz y Nagles, las características de innovación según la fuente para el diplomado estarán dadas por una taxonomía determinada por la oferta en donde se busca la reacción favorable del mercado, a partir de una propuesta originada en la inquietud del innovador. Es así como las innovaciones se pueden clasificar según su alcance o escala, para nuestro caso parten de un programa o proyecto establecido (ley 1014, Compes de emprendimiento, plan decenal y desarrollo)¹⁰, en donde deben incorporarse nuevas técnicas para la gestión y prestación de un servicio conyevando a que las metodologías, supuestos y técnicas preestablecidas se conviertan posteriormente en un nuevo estándar. Adicionalmente la innovación y su clasificación según la escala se gesten en contextos regionales, nacionales y por su puesto a nivel mundial ya que son

¹⁰ "La cartera del ministerio convertirá el emprendimiento en una política de estado a través de la formulación de un documento de consejo de política económica y social, CONPES" Luis Guillermo Córdoba, Ministro de industria, comercio y turismo.

el referente obligado para competir , permitiendo aportar ventajas significadas para un país , siendo este tipo de proyectos una clara fuente de riqueza y empleo.

Bajo el modelo de educación preestablecido el programa pretende utilizar las TICs como una herramienta que coadyuden a los procesos de formación , la creación de plataformas virtuales permite un aprendizaje más dinámico en donde los usuarios podrán acceder para la observación y consulta de información , lo que permitirá una interacción permanente permitiendo la construcción del conocimiento permanente.

8. SOSTENIBILIDAD DE LA VENTAJA COMPETITIVA FRENTE AL RESTO DEL MERCADO

La mayoría de las instituciones en Bogotá están llevando a cabo procesos de formación en competencias empresariales, sin embargo el diplomado a implementar tendrá un componente claro de estrategias pedagógicas para su posterior divulgación e implementación en las aulas de educación básica y media (específicamente dirigido a docentes o profesionales en pedagogía). La estructura curricular estará constituida de la siguiente forma: un componente de iniciación, un componente de formación, un componente de especialización y un componente de aplicación. Variando su intensidad horaria entre dos y cinco meses administrados en módulos o cursos.

A su vez constituirán manejo de herramientas pedagógicas tales como ¹¹:

1. Etapa motivacional : Permitirá despertar en el estudiante el gusto por la empresarialidad y procesos de transformación (ver anexo 8)
2. Etapa situacional: contextualizará al estudiante en las oportunidades que se le presenten a las empresas nuevas o existentes en un mercado globalizado
3. Etapa psicológica: se trabajaran factores críticos tales como:
 - Fuerza vital
 - Deseo de superación y progreso
 - Capacidad de identificar oportunidades
 - Visión al futuro
 - Habilidad creadora e innovadora
 - Aceptación y propensión al cambio
 - Iniciativa
 - Libertad / Autonomía / Autogobierno
 - Capacidad de toma de decisiones con información incompleta
 - Convicción de confianza en sus facultades
 - Actitud mental positiva hacia el éxito
 - Capacidad de control
 - Compromiso / Constancia / Perseverancia

¹¹ Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias , Rodrigo Varela , PhD, director centro de desarrollo de espíritu emprendedor , Universidad Icesi

- Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos
 - Capacidad de realización
 - Capacidad de administrar recursos
 - Practicabilidad y Productividad
 - Inconformismo positivo
 - Soluciones y no problemas
 - Responsabilidad / Solidaridad / Ética
 - Capacidad para integrar hechos y circunstancias
4. Etapa analítica : da al estudiante los recursos y herramientas de orden técnico para estructurar de manera sistemática su idea de negocio
 5. Etapa económica : permitirá conocer y determinar las fuentes de financiación o apalancamiento financiero (ver anexo 9)

De otra parte ajustar las temáticas empresariales del diplomado a las tendencias de los mercados, iniciativas globales, la prospectiva para la innovación , resolución de conflictos hacen que el diplomado que estamos ofreciendo permanezca siempre actual , bajo la dinámica constante de cambio y de transformación de tendencias a nivel mundial

9. BENCHMARKING (Anexo taller de grado I)

10. BARRERAS DE ENTRADA AL MERCADO Y CÓMO SE PUEDEN SOBREPASAR

En el mercado actualmente hay instituciones con una trayectoria en el tiempo en cuanto a formación en emprendimiento se refiere, y que han ganado reconocimiento, (ICESI, EAFIT, EAN), instituciones que cuentan con formación acreditada y avalada por los respectivos órganos normativos, siendo estos requisitos una barrera de entrada y de competencia institucional, de otra parte, al ser el diplomado un proceso de formación no conducente para ascenso dentro de la categoría del escalafón docente , los docentes preferirán optar por realizar una especialización o maestría , sin embargo estos procesos están dirigidos a otro tipo de programas

Como se sobrepasarla?

El uso de redes y/o el establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones de formación Superior y tecnológica, permitirán en el corto plazo sobrepasar estas barreras. De igual forma el uso de las TICs y la aplicación de tendencias en la de formación por web dirigidas a los educación y negocios, en la formación de uso de clases globales para facilitar inmersión multicultural¹².

¹² BT , Exact , 2006

11. ESTRATEGIA DE MERCADOS

11.1 Concepto del producto, servicio o proceso

Ofrecemos un servicio de formación que contribuya a un proceso que permita el cambio, acción y mejoramiento en la enseñanza que los docentes imparten o sus estudiantes en materia de educación empresarial. Como **propuesta de valor** ofreceremos a lo largo del proceso de formación con los docentes se llevara a cabo la elaboración de una cartilla en la cual quedaran consignados todas las temáticas a nivel conceptual, estrategias pedagógicas de implementación, y estudios de caso para su posterior incorporación en el PEI de las diferentes instituciones; es decir la cartilla se convierte en un mecanismo que servirá como modelo para que los docentes de manera conjunta con la comunidad educativa (directivas, estudiantes y padres de familia, a actores interesados) sean los protagonistas y generadores de cambio instaurando de manera transversal en todas las áreas de conocimiento el emprendimiento como mecanismo de calidad y mejoramiento educativo. En otras palabras serán constructores de su propio material pedagógico, de acuerdo al contexto y características poblacionales en que trabajan.

A su vez la formación de los docentes estará a cargo de un equipo interdisciplinario de profesionales altamente calificados en pedagogía, competencias generales y de emprendimiento (Ver Anexo 10)

11.2 CADENA DE VALOR ORGANIGRAMA

11.3 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

1. Para llevar a cabo la distribución del producto se establecerán alianzas con diferentes instituciones de educación técnica e universitaria las cuales serán las portadoras de las certificaciones donde se indicará la duración, unidades de créditos y que el profesional aprobaba de forma satisfactoria el total de unidades curriculares.

2. A su vez se presentará el modelo de formación a una institución educativa para de esta forma realizar una alianza para posteriormente presentarlo al Ministerio de Educación con el objeto de obtener la licencia de capacitar a los docentes a nivel distrital.

3. Por medio de alianzas con las cooperativas del magisterio CANAPRO, CODEMA, COTRADECUN quienes serán promotores del programa así como mecanismo de financiamiento para los docentes ya que gran parte de los docentes a nivel distrital y nacional se encuentran afiliados a estas cooperativas que entre otras ofrecen servicios de crédito, recreación, capacitación y educación entre otras¹³

¹³ **CANAPRO:** Misión tiene como misión servir de instrumento empresarial para unir los esfuerzos y recursos de los Asociados, con el fin de proveerles bienes y servicios que contribuyan a la satisfacción de sus necesidades y a la de sus familias, a su dignificación personal y al desarrollo comunitario integral, actuando con base en el esfuerzo propio, la ayuda mutua, la solidaridad, la responsabilidad social y ambiental.

La Cooperativa del Magisterio **CODEMA** es una empresa asociativa sin ánimo de lucro, con sección de ahorros; sus asociados son maestros del Distrito Capital que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones

11.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Para el programa de formación basado en competencias empresariales se van a manejar cuatro formas de comunicación: Venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas y publicidad.¹⁴

11.4.1 Ventas personales:

Interacción personal, crea relaciones, Interpersonal.

Para lo anterior se contratara un equipo de tres relacionista comercial que contaran con una base de datos que tendrá la información de los colegios por localidades y sus respectivos rectores para realizar visitas personales donde se mostrara el servicio de formación

A su vez se buscara participar en cada uno de los foros educativos a nivel , local y distrital para llevar a cabo la divulgación del servicio , así como visita personalizada de supervisores educativos en cada uno de los Cadeles a nivel distrital.

11.4.2 Promoción de ventas:

Incentivos a corto plazo para comprar.

Para el caso se realizaran descuentos cuando la capacitación se realice de manera colectiva, por convenio con las cooperativas, Ministerio de Educación ó que la institución sea portadora de las instalaciones y medios audiovisuales

11.4.3 Relaciones publicas:

Busca que la imagen sea bien manejada y sea transmitido a través de producto y la empresa.

Una de las mejores herramientas de difusión es el voz a voz , el objetivo del proceso de formación es dejar al cliente satisfecho cumpliendo con sus expectativas creando una sensación de generación y creación de conocimiento , por medio de una experiencia pedagógica lúdica , interactiva e integral . Es decir como equipo de trabajo trabajaremos de forma ardua en el Servicio al cliente, gestión de calidad, gestión de desarrollo humano; entre otros el objetivo primordial

11.4.4 Publicidad:

Cualquier forma pagada de presentación no personal por un patrocinador identificado, Impersonal. Llega a muchos compradores, expresiva, impersonal.

Para lo anterior se utilizaran flyers, posters, anuncios en periódicos, revistas escolares y académicas así como de información general

12. ESTRATEGIAS DE SERVICIO

económicas, sociales y culturales, que trabajan en común a fin de procurar el beneficio de todos y cada uno de los miembros que la constituyen.

COTRADECUN Es una cooperativa que fundamenta su accionar en la prestación de servicios de crédito, vivienda y turismo que genera a la comunidad asociada u a su entorno.

¹⁴ Recuperado el 4 de Mayo de 2011: Disponible en : <http://lizbrite.wordpress.com/2008/05/06/estrategia-de-comunicacion-de-marketing-kotler-y-armstrong/>

1. Habrá un acompañamiento continuo a lo largo del proceso por parte de todo el equipo dando a lugar a una formación integral en todas las áreas
2. Después de realizar la capacitación se realizarán encuestas donde se evalúe la satisfacción de los docentes con el programa para de esta forma implementar procesos de mejoramiento continuo
3. A su vez se realizará un acompañamiento posterior de asesoramiento para implementar las cátedras de emprendimiento de manera transversal en el PEI de las instituciones educativas

13. ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN

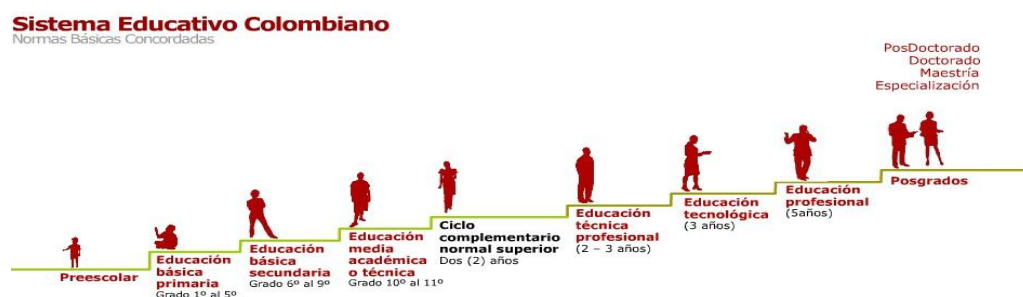
Estrategia de penetración en el mercado. Se considera la posibilidad de crecer a través de la obtención de una mayor cuota de mercado en los productos y mercados en los que la empresa opera actualmente¹⁵.

Utilizando los contactos y redes que tienen algunos de los profesionales que integran el equipo del programa de formación se realizará la divulgación del servicio en los CADELES a nivel distrital para la posterior implementación en colegios tanto públicos como privados.

Se contará con las bases de datos de las instituciones públicas por localidad lo que permitirá tener un acercamiento personalizado con los rectores y supervisores de las mismas. A su vez contamos con la ventaja competitiva de la utilización de las TIC's para la capacitación de cada uno de los docentes en las diferentes instituciones en Bogotá.

14. SISTEMA DE NEGOCIOS Y ORGANIZACIÓN

Figura 11. Sistema Educativo Colombiano



16

14.1 SISTEMA DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA

El sistema de negocios del diplomado estará inmerso en el sistema de educativo colombiano, y de manera transversal las temáticas de

¹⁵ Recuperado el 17 de Abril de 2011 : Disponible en <http://www.umed.net/tesis/2006/pcv/2c.htm>

¹⁶ Recuperado el 17 de Abril de 2011: Disponible en http://www.google.com.co/imgres?q=Sistema+Educativo+Colombiano&um=1&hl=es&rlz=1R2RNRN_esCO435&biw=1280&bih=793&tbm=isch&tbnid=TFpHTnI92GCrCM:&imgrefurl=http://yennialejagomez.blogspot.com/2010/05/educacion-en-colombia.html&docid=bVjGdwguM1SRVM&w=946&h=563&ei=bIFdTsTTHMibtwfpw9zJAw&zoom=1&iact=rc&dur=109&page=1&tbnh=120&tbnw=202&start=0&ndsp=21&ved=1t:429,r:4,s:0&tx=81&ty=31

emprendimiento, competencias empresariales y laborales estaran presentes para el caso del diplomado desde el nivel de preescolar hasta el ciclo de educacion media academica o tecnica (Grado 10º al 11º), como el diplomado hace parte del sistema en sus ultimos eslabones, este nutirira a su vez al mismo sistema en cada una de sus escalas.

15. ACTIVIDADES QUIERE MANEJAR POR SU PROPIA CUENTA Y CUÁLES A TRAVÉS DE TERCEROS

TABLA 2. Actividades propias y tercerizadas

Cuenta Propia	Actividades para Tercerizar
Coordinacion y Administracion del diplomado	Registros y firmas contables
Estructuración de los Syllabus	Infraestructura
Coordinación actividades de Mercadeo	Recurso Humano (Docentes)
Verificacion calidad del servicio	Certificaciones

16. FUNCIONES DE NEGOCIOS QUE EJECUTA SU ORGANIZACIÓN Y CÓMO ESTÁN ESTRUCTURADAS

Tabla 3. Funciones del negocio y estructuracion

Funciones	Como
Diagnostico	<p>Este proceso es pertinente, en cuanto que fortalece el valor diferenciador del Diplomado, aqui se hace un estudio prospectivo de las diferentes tematicas que deberan ser incorporadas en la formacion.</p> <p>Este Diagnostico, permite tener una vision a futuro en forma para la selección de recurso humano profesional y cuerpo profesoral con las competencias propias y conocimientos para ser impartidos a los estudiantes.</p> <p>Este diagnostico incluye la revision del material pedagogico para actualizar y estar a la vanguardia del uso de herramientas nuevas en la formacion.</p>
Planeacion	<p>Una vez definidas las tematicas a trabajar, se realiza un cronograma de actividades, en donde se incluye los ajustes o replanteamientos a los syllabus y material de apoyo</p>

	solicitado a los profesores que cumplen las competencias de conocimiento frente a los nuevos temas. Se determinan los sitios, infraestructura y demás elementos operativos y logísticos para el desarrollo del mismo. Se coordinan actividades outdoor , foros , y conferencias . se determinan los indicadores de gestión y de calidad
Ejecutar	De acuerdo a las fechas establecidas se ajustan los cronogramas de actividades a realizar , según los módulos académicos y la intensidad . Se adelanta la programación de aulas , alumnos , y docentes , así como de material didáctico para cada sesión de clase A su vez se ejecutan las conferencias y foros planeados en los tiempos correspondientes
Controlar	Se le da aplicación a los indicadores de gestión, haciendo los ajustes necesarios
Verificar	Se revisan los resultados arrojados por los indicadores y ajustes realizados que estén para determinar que estén cumpliendo con los objetivos propuestos a nivel de metodologías , asistencia , calidad de los programas , logística, aspectos financieros , legales y administrativos. A su vez se determinarán acciones de cambio si el entorno lo requiere a nivel político , económico , social , tecnológico, ecológico o legal (PESTEL)

17. RECURSOS (CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS) NECESITA PARA CREAR SU PRODUCTO/SERVICIO?¹⁷

De acuerdo a los escenarios presentados en el análisis financiero, se presentan la siguiente información

Tabla 4. Recursos cualitativos y cuantitativos del proyecto

Recursos Cuantitativos	Cualitativos
Instalaciones	
4 computadores (según escenarios)	Syllabus
Docentes	Conocimiento
Material de papelería	Certificaciones
Material didáctico	Alianzas y redes estratégicas con instituciones educativas , ministerio de educación
Oficina de coordinación	
Salarios	

18. SOCIOS CON LOS QUE TRABAJARÁ, VENTAJAS DE TRABAJAR JUNTOS PARA USTED Y SUS SOCIOS

El objetivo del proyecto será trabajar de forma conjunta con una institución de educación superior que se encuentre posicionada en el mercado , es decir por un lado obtendremos el respaldo y aval que nos puede dar una institución educativa , y ellos un plan de negocios a la vanguardia que busca suplir una necesidad de mercado latente , a su vez contamos con el capital humano capacitado y dotado de las herramientas no solo con relación a emprendimiento sino del funcionamiento del mercado

19. DOFA

Cuadro 1. DOFA , Diplomado en Emprendimiento

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Formación en Administración	Baja capacidad de Negociación institucional
Cercanía a cuerpo docente para la obtención de la información	Contar con otras expectativas a corto plazo antes de desarrollar el proyecto (exigencias universitarias)
Conocimiento de proveedores (profesionales expertos y docentes)	Falta de Autorización propia para poder Certificar directamente a los estudiantes.
Bajo Capital de trabajo	No contar con infraestructura propia
Conocimiento del Mercado	
Gusto personal por la temática	
Formación de redes, vínculos con instituciones del sector educativo (Ministerio de Educación , Cadeles , etc)	
OPORTUNIDADES	
Estudios del DANE, referente al consumo de los colombianos, determinó que el 12.61% de los Ingresos se dirigen a la Educación	
Las familias en Latinoamérica consideran que la educación es indispensable para sobrevivir y, por eso, la demanda para formarse en niveles superiores aumenta cada año, al igual que el costo de las matrículas. Esta situación fue revelada por Claudio	

Rama, director del Instituto Internacional para la Educación Superior de América Latina y el Caribe (Iesalc), de la Unesco, durante la presentación del informe 'Metamorfosis de la educación superior', que reúne más de 350 investigaciones elaboradas en la región.

Los ingresos de las familias en esos diez años, según Rama, han sufrido un estancamiento si se compara con el crecimiento del valor de las matrículas. Según las mediciones de Unesco-Iesalc, en 1994 la matrícula privada pasó de 100 puntos a 220 y la pública de 100 a 160 .

Con este comportamiento, cursar una carrera en educación superior será cada vez una necesidad para mantenerse en el mercado laboral y ser más competitivo. En el encuentro, también fue presentado un reciente diagnóstico de la Asociación Colombiana de Universidades (Ascu) sobre la educación superior entre el 2002 y el 2006,

Estudiar un DIPLOMADO, tiene muchas más ventajas, el diplomado es como un plus (punto de bonificación) que se tiene la hoja de vida... es decir haber hecho un diplomado significa estar actualizado respecto a una carrera (si es que el diplomado es de un tema relacionado con la misma) o si no lo es, significa que se es multidisciplinar y el profesional no queda con los conocimientos básicos.....

Establecimiento de una Política de Gobierno. Implementación de un CONPES de Emprendimiento.

Existencia de una normatividad para el impulso de las acciones de emprendimiento. LEY 1014

AMENAZAS

Masificación de la formación por todas las Instituciones Universitarias

Baja asignación de recursos para capacitación por parte de Colegios para formar a sus educadores

Implementación de la formación por parte directa de las Universidades

Cambio de preferencias hacia los estudios de Especialización y/o Maestría

20. COMPROMISO SOCIAL Y AMBIENTAL.



Los niños y jóvenes son un recurso humano vital , la inversión en ellos será un seguro que garantizara el desarrollo sostenible de nuestros países “Las condiciones de vida de la población están ligadas al desempeño de los diferentes sectores sociales”¹⁸. Por ejemplo, la educación y la salud fortalecen el capital humano necesario para la generación de ingresos, factor que a su vez determina el estado de pobreza de un hogar.

La distribución del capital humano en la población determina la composición y salarios en el mercado laboral, lo cual determina en gran medida la distribución del ingreso. Por otra parte, dado que es a través del empleo que las personas generan la mayoría de sus ingresos, la coyuntura laboral tiene repercusiones fundamentales sobre la pobreza, como también sobre la distribución del ingreso. El principal objetivo de la Política Social de Colombia es lograr que todos los colombianos tengan acceso a educación de calidad, a una seguridad social equitativa y solidaria, al mercado laboral -promoviendo la formalización o apoyando el emprendimiento- y a mecanismos de promoción social efectivos.

De esta manera, se pretende generar las condiciones necesarias para que cualquier habitante, sin importar su condición, pueda generar y proteger los activos que posibiliten su desarrollo personal y social” .¹⁹

21. INFORME EJECUTIVO

MISION:

Queremos ser una organización dedicada a la formación de Docentes en educación básica primaria y secundaria en competencias laborales, empresariales y ciudadanas, contribuyendo al desarrollo personal y profesional de los estudiantes, siendo los docentes los multiplicadores del espíritu empresarial, factor clave en el desarrollo del país por medio de la implementación de una metodología de formación que se encuentre a la vanguardia y en los niveles de estándares internacionales

VISIÓN

Para el año 2016, queremos ser una organización reconocida a nivel nacional que sea punto de referencia por su experiencia, capacidad e innovación en los procesos formativos del espíritu empresarial, así como modelo de buenas prácticas educativas, RSE e implementación de nuevas tecnologías para la formación en todas las instituciones educativas de orden nacional , regional y local.

¹⁸ Plan Nacional Desarrollo , 2006 -2010

¹⁹Recuperado el 17 de abril /2011 ; Disponible en

<http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/Educaci%C3%B3nyculturasaludempleoypobreza.aspx>

OBJETIVO DEL PLAN

El objetivo del presente trabajo de grado consistió en realizar a través de un Plan de Negocio, la implementación de un diplomado como un proceso de formación dirigido a los docentes para dotarlos con las herramientas necesarias que generen competencias en emprendimiento en niños y jóvenes que se están educando en los niveles de educación básica y secundaria, para que de esta forma hagan parte activa de la transformación productiva a la que le apuesta el país siendo este proceso de formación instrumento de . Creación de bienestar y construcción de futuro

Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio aplicado de tipo descriptivo e investigación de mercados por medio de la obtención de datos primarios y secundarios que permitió el cumplimiento de los objetivos específicos planteados desde el inicio como lo fueron entrevistas de profundidad a expertos, análisis estadísticos y encuestas de opinión. Para el desarrollo de plan de negocios se utilizo la metodología planteada por Ventures 2011²⁰.

RESULTADOS:

Los principales resultados de la investigación fueron:

El 38% de los docentes tiene estudios de especialización, el 37% universitarios, 20% estudios doctorado, 3% Maestría, 2% estudios técnicos. A su vez el 77,34% de los docentes se encuentran laborando en el sector público

Estudios del DANE, referente al consumo de los colombianos determinaron que el 12,61% de los ingresos se dirigen a la educación.

Los resultados en cuanto al mercado objetivo, corresponde a 833 docentes del total de maestros que ejercen a nivel Bogotá , siendo este nuestro nicho de mercado inicial.

El análisis organizacional, permitió definir una estructura sencilla pero dinámica en cuanto a la administración de las relaciones comerciales e institucionales mostrando las ventajas del proyecto, acorde al modelo de negocio. Implementar la estrategia de alianzas corporativas genera una mayor visibilidad al proyecto, máxime cuando estas están abiertas a generar también redes de cooperación permitiendo mayor penetración de mercados.

La estructura de precios se enmarca dentro de los parámetros propuestos por el mercado y estipulado para este tipo de productos, en otras palabras los precios son competitivos en el sector (Entre un techo de \$2.500.000 y un piso de un \$1.000.000).

²⁰ Ventures tiene la misión de promover el emprendimiento, atraer capital y generar empleo, y en ese sentido se convierte en un medio para captar y canalizar buenas ideas de negocio y para ayudarle a los participantes a aterrizar sus ideas empresariales a través de la capacitación que se ofrece para elaborar los planes de negocio.

Dentro de las actividades claves en este modelo de negocio la generación de material pedagógico como resultado del proceso de formación, por parte de participantes del programa de formación será un valor agregado que permitirá tener una interacción permanente y adaptación al contexto y macro entorno bajo el cual se está desarrollando el ejercicio profesional de los Docentes.

Respecto a la estructura de costos, se definen tres escenarios (optimista, normal y pesimista), en donde las variaciones oscilan entre un mayor o menor número de participantes (entre 20 y 30 Docentes participantes), así como en la variación del costo del Diplomado. Manteniendo constante el tiempo de duración de los módulos (120 horas).

La definición de las estrategias previstas para el crecimiento y posicionamiento en la implementación del diplomado en Emprendimiento, se realizaron bajo la legislación Colombiana (Plan Decenal de Educación, Ley 1014, proyecto de Conpes de emprendimiento 2011, Proyecto Plan de Desarrollo Nacional 2011-2015) y los requerimientos exigidos por el Mercado (Sector de Talla mundial, estudios de tendencias de uso y consumo, indicadores de Desarrollo tales como incremento en las tasas de subempleo, pobreza, escasez de recursos).

El estudio financiero y económico arrojó los siguientes indicadores

VPN: 34954,672

TIR: 63%

Se realizó una proyección, a través de un modelo financiero por un periodo de cinco años, en donde se pueden dinamizar los escenarios propuestos.

Con respecto al problema planteado, se evidencia que la implementación de un diplomado con las características planteadas permitirá cubrir una necesidad latente en el Mercado que de manera holística contribuirá con el desarrollo de todos los actores que intervienen en el proceso educativo.

Palabras clave: Proceso de formación, educación básica primaria, básica Secundaria, Plan de negocios.

Bibliografía

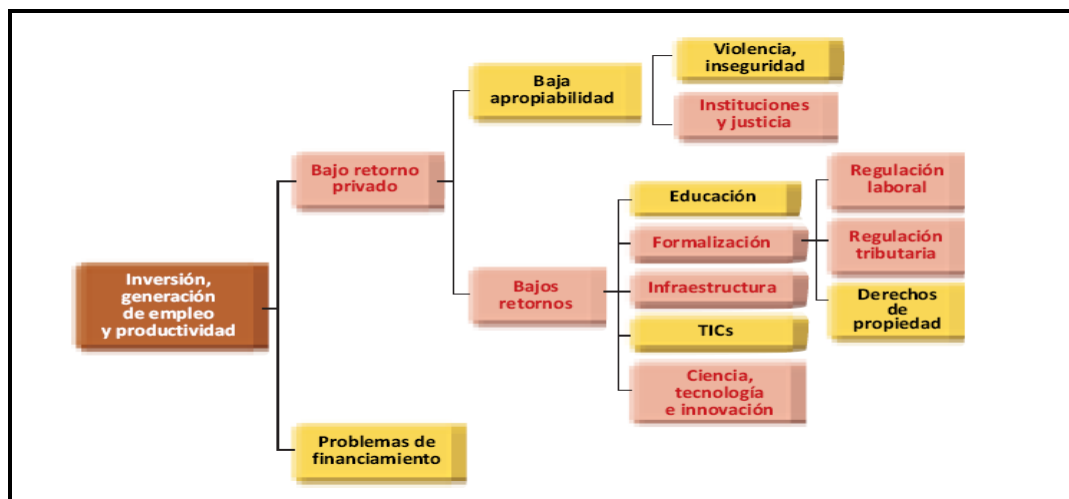
1. Informe nacional de competitividad 2009 -2010 ruta a la prosperidad colectiva , consejo privado de competitiva Colombia
2. Disponible en:
<http://quimbaya.banrep.gov.co/servicios/saf2/BRCodigosCIIU.html>
documento recuperado el 18 de agosto del 2010
3. Plan nacional decenal de educación 2006 2016 pacto social por la educación – asamblea general agosto 3 al 7 de 2007 , Mesa: ciencia y tecnología integradas a la educación
4. ley 1014 del 26 de enero del 2006 de fomento de cultura al emprendimiento congreso de la republica
5. Mejorando la competitividad de Colombia- Consejo Privado de Competitividad grafico de las países y regiones
6. Disponible en: <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/article-145438.html>, recuperado el 8 de agosto del 2010
7. Banco Mundial incrementa inversiones en juventud latinoamericana
8. <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTSPPAISES/LACINSPANISHEXT/EXTLACREGTOPEDUINSPA/0,,contentMDK:22685083~menuPK:703479~pagePK:2865114~piPK:2865167~theSitePK:703332,00.html>
9. Juventud Reseña temática
<http://www.bancomundial.org/temas/juventud/index.htm>
10. Porque hay tanto desempleo , que se puede hacer / Eduardo lora
11. Empleo juvenil
http://www.ilo.org/global/Themes/Youth_Employments/lang--es/index.htm
12. Aportes para la construcción de currículos pertinentes, articulación de la educación con el mundo productivo – competencias laborales generales, ministerio de educación nacional
13. Competencias laborales generales , ruta metodológica para su incorporación al currículo de la educación media , alcaldía mayor de Bogotá , secretaria de educación – Bogotá sin indiferencia
14. Corporación – Corpoeducación
15. Informe TUNNIG
16. Informe GEM
17. Ministerio de industria y comercio
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/EstudiosEconomicos/PerfilesPaises/Colombia.pdf>
18. La educación indispensable para los objetivos del milenio
<http://datos.bancomundial.org/node/345>
19. informe del banco mundial importancia de la educación para reducir la pobreza
20. La crisis económica mundial causa un aumento sin precedentes en el desempleo juvenil, dice la OIT
http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/Media_and_public_information/Press_releases/lang--es/WCMS_143360/index.htm
21. informe Bogotá como vamos 2010

22. Organización de Las Naciones Unidas
<http://www.un.org/esa/socdev/unyin/wpayemployment.htm>.
23. <http://www.oij.org/>
24. Organización Iberoamericana para la Juventud
25. Guía de recursos sobre Empleo de los Jóvenes
<http://www.ilo.org/public/spanish/support/lib/resource/subject/youth.htm>
26. Mejorando la competitividad de Colombia- Consejo Privado de Competitividad grafico de las países y regiones

Anexos

Anexo A.

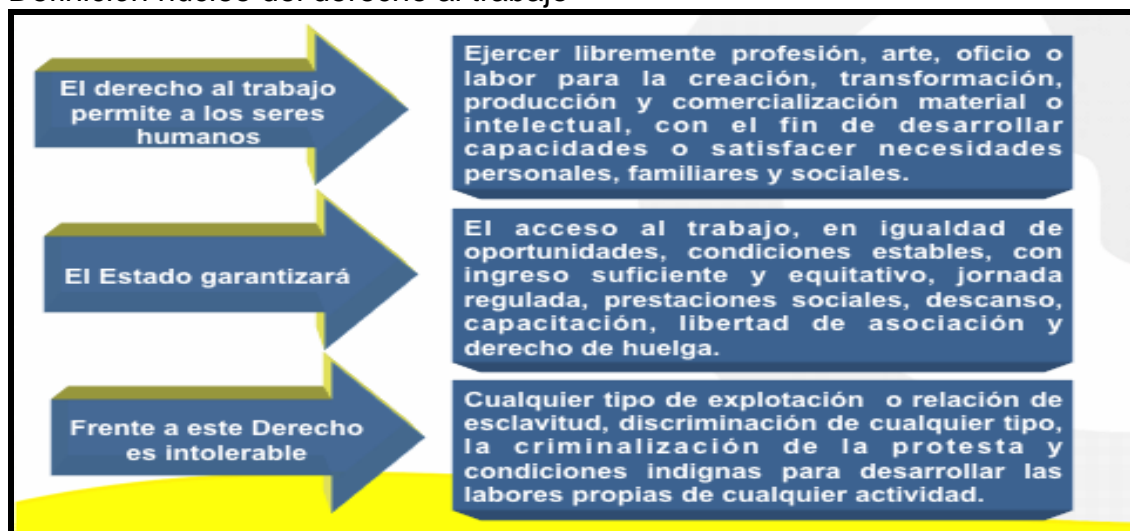
Principales cuellos de botella del crecimiento de la inversión, la generación de empleo y las mejoras de productividad



Fuente Con base en Leibovich y Estrada (2008)

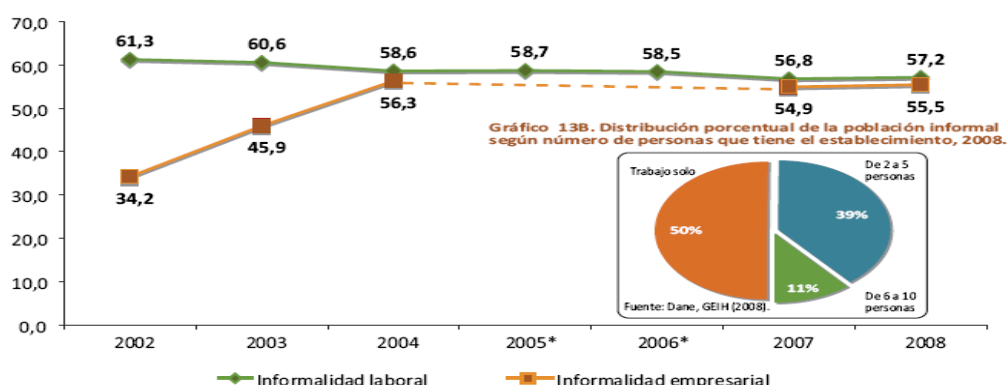
Anexo B.

Definición núcleo del derecho al trabajo



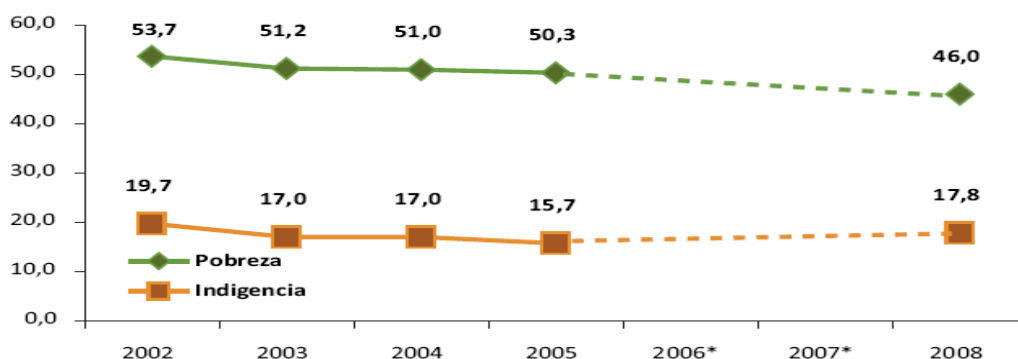
Fuente: En la construcción de la ciudad de derechos Secretaria Distrital de Integración social Bogotá 2 de junio de 2009 informe Bogotá como vamos 2010 fundación corona – periódico el tiempo y Pontifica Universidad Javeriana

Anexo C. Informalidad laboral y empresarial en Colombia (13 áreas metropolitanas)



fuelle : Informailidad laboral – dane –GEIH (Periodo abril – junio):
informailidad empresarial – Dane , encuesta de microestablecimientos IV trimestre (datos de 2002 y 2003 , cardenas y mejia (2007))

Anexo D. Incidencia de la pobreza e indigencia en Colombia (%)



fuelle : Incidencia de la pobreza – dane –GEIH (Periodo abril – junio):
informailidad empresarial – Dane , encuesta de microestablecimientos IV trimestre (datos de 2002 y 2003 , cardenas y mejia (2007))

Anexo E. Por qué se debe invertir en la juventud

Las inversiones en capital humano y social son la base del desarrollo económico y bienestar social. La educación y la experiencia laboral, así como las redes sociales, aumentan la capacidad productiva, el ingreso, y el bienestar general de una persona. Las políticas que mejoren estas capacidades humanas se traducen en una mayor productividad para el individuo y la sociedad.

La acumulación de capital humano y social debe comenzar a una edad temprana. La infancia temprana y la adolescencia son los períodos en que el cerebro se encuentra en rápido crecimiento, el aprendizaje y la experimentación

están en su máximo, y los patrones de comportamiento de toda una vida se establecen.

Invertir en programas hechos a la medida de la niñez y la juventud fomenta el desarrollo socioeconómico, estableciendo una base sólida que promueve las oportunidades individuales, la movilidad social y una buena ciudadanía. Esto es especialmente relevante en grupos vulnerables, cuyas condiciones de vida los ponen en desventaja a la hora de acceder al capital humano y social.

Muchos países no invierten lo suficiente en sus jóvenes. Dada la evidencia, un esquema óptimo de gasto social invertiría abundantemente en la niñez y la juventud para reducir la necesidad de inversiones ulteriores. Sin embargo, el gasto público actual está sesgado hacia la población adulta (>25 años), más que nada como reflejo de las pensiones y del costo de la asistencia médica.

Fuente:<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTSPPAISES/LACINSPANISHEXT/EXTLACREGTOPEDUINSPA/0,,contentMDK:22685083~menuPK:703479~pagePK:2865114~piPK:2865167~theSitePK:703332,00.html>

Anexo F.

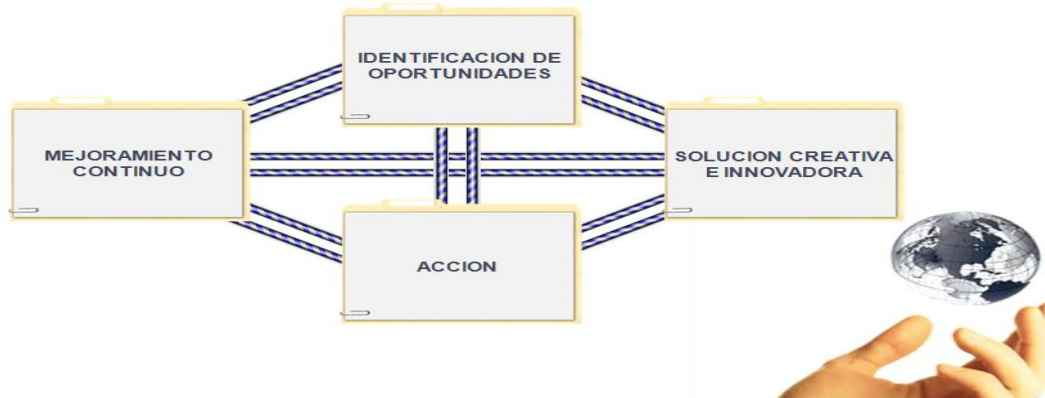
Los maestros: Piedra angular para mejorar la calidad educativa

Los maestros: piedra angular para mejorar la calidad educativa

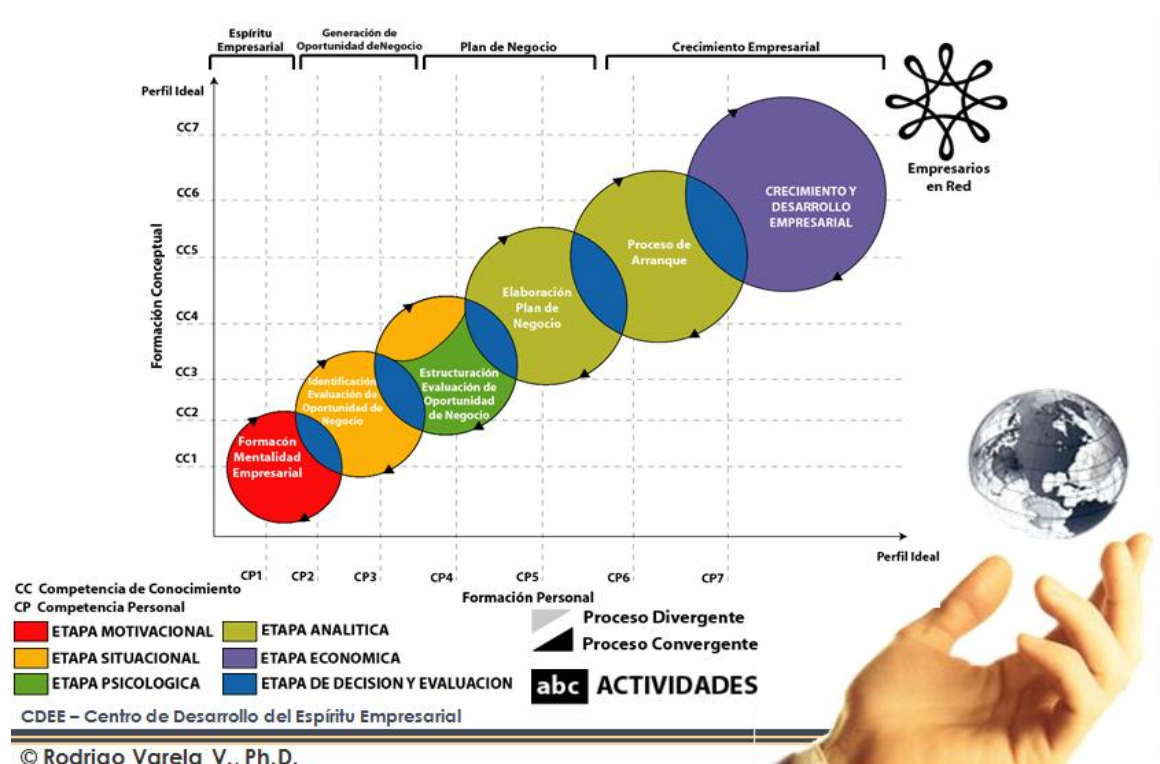
El estudio de McKinsey (2007), cuyo objetivo era identificar los factores comunes a los países que obtienen los mejores resultados en la prueba PISA (Hong Kong, Finlandia, Corea del Sur, Japón, Canadá), encontró que los rasgos comunes son tres: contratan a los mejores profesores, les dan una formación práctica y supervisan su desempeño, e intervienen cuando los resultados de los alumnos empiezan a bajar. Además de pagar salarios competitivos, su proceso de selección es muy riguroso e incluye la evaluación de competencias numéricas, cultura general, solución de problemas, comunicación, interés por aprender, habilidad académica y motivación para enseñar. De esta manera, se entiende la selección y formación continua de profesores y el seguimiento a los estudiantes para detectar problemas e intervenir (pronto y permanentemente), como factores determinantes en la calidad de la formación de niños y jóvenes.]

Fuente : “how the world is best performing schools systems come out on top” , McKinsey , 2007 , Ministerio Nacional de información de educacion superior SNIES Ministerio de Educación Nacional

Anexo F.
Los maestros: Piedra angular para mejorar la calidad educativa



Fuente: Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias , Rodrigo Varela PhD; Director centro de desarrollo de espíritu emprendedor . Universidad Icesi



Fuente : Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias , Rodrigo Varela PhD; Director centro de desarrollo de espíritu emprendedor . Universidad Icesi

Benchmarking (Taller de grado I)
UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA - CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL²¹

Objetivo

1. Apoyar la formación de profesionales emprendedores empresarios.
2. Despertar, motivar y orientar a los estudiantes a través de actividades curriculares y extracurriculares,

El espíritu emprendedor / Instrumentos Principales:

Cátedra de liderazgo
Cátedra de Espíritu Emprendedor
Formación Profesional
Planes de Negocios
Misiones internacionales de Negocios

Dirigido a:

- Estudiantes desde 1º hasta 10º semestre.
- Estudiantes que hayan terminado materias
- Profesionales hasta con 2 años de graduados

Grupo ZEIKY creado bajo un convenio interinstitucional entre Proexport, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Bancoldex, con el fin de brindar y proporcionar la ayuda necesaria al público en general y especialmente a las pequeñas y medianas empresas que buscan ampliar sus horizontes en el área de comercio exterior, servicios de asesoría integral que buscan optimizar la promoción de la oferta exportable y apoyar la generación de cultura exportadora. La Universidad Sergio Arboleda es socio estratégico de Zeiky desde el 2003.

Programa Proyección social

Acuerdo con el Programa Consejería de la Mujer de la Presidencia de la Republica

- Programa para Mujer Cabeza de Familia Microempresaria. (Urbana y Rural)
- Plan Nacional de Capacitación Empresarial.

Objetivos de la universidad en este proyecto

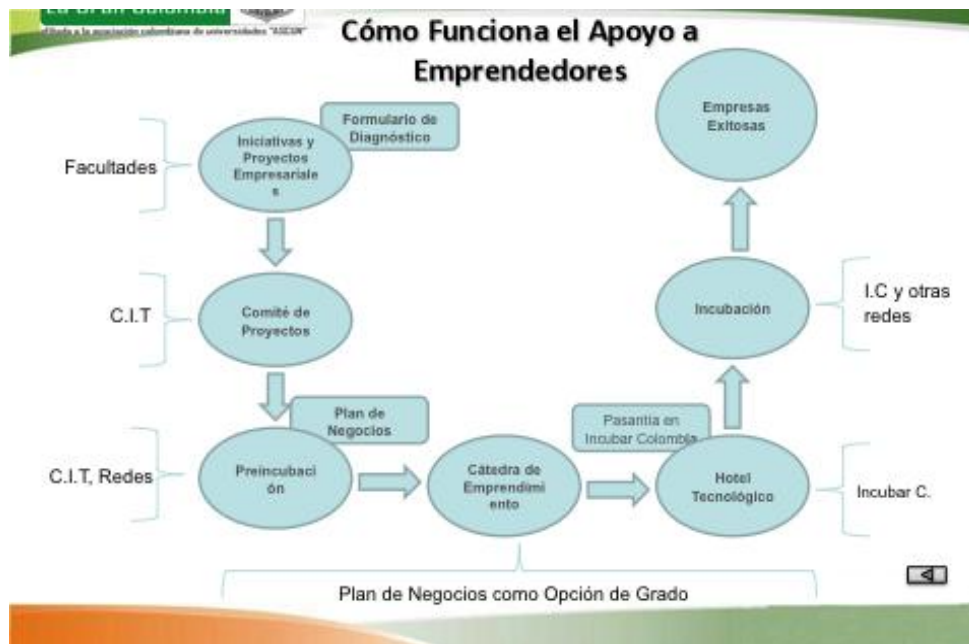
1. Brindar capacitación a las mujeres cabeza de familia microempresarias.
2. Crear una cultura empresarial de acceso a recursos y a capacitación.
3. Crear una cultura de buen manejo del crédito.

²¹ Fuente : Universidad Sergio Arboleda

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA - CENTRO DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

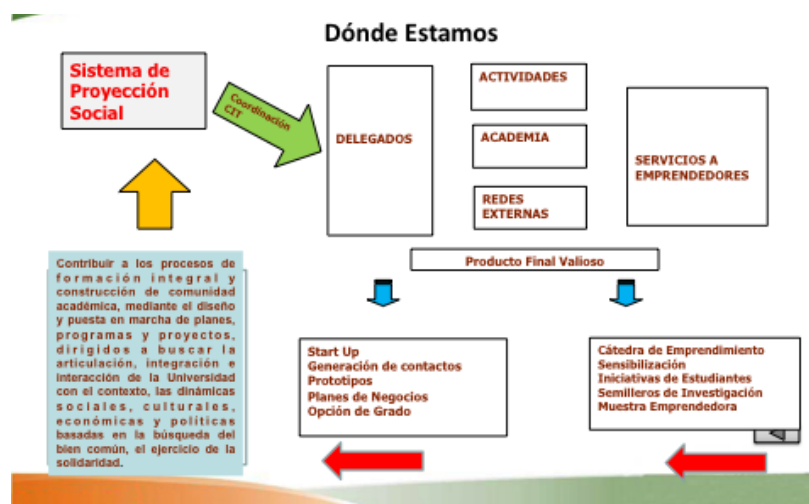
El Centro de Innovación Talento CIT, es un componente de la Dirección de Proyección Social de la Universidad La Gran Colombia, el cual realiza articulaciones necesarias y actividades pertinentes para que los aprendizajes individuales y colectivos, obtenidos en la vida académica, hagan tránsito de la teoría hacia la gestión y sean apropiados como proyectos empresariales con un componente especialmente asociativo y solidario; formando de esta manera emprendedores sociales y empresarios de base tecnológica.²²

Figura 8. Cómo funciona el apoyo a emprendedores



Fuente: Universidad la Gran Colombia

Figura 9. Donde estamos



Fuente : Universidad La Gran Colombia

²² Fuente : Universidad La Gran Colombia

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC - COORDINACIÓN DE EMPRENDIMIENTO, VALORES Y LIDERAZGO

Es un área de formación transversal dentro de cada uno de los programas académicos existentes en Unitec que apoya el desarrollo de la Misión de la Corporación, promoviendo la formación del espíritu emprendedor en nuestros estudiantes.

Currículo Transversal (Visible y Oculto):

1. Cátedra Uniteista
2. Valores y liderazgo
3. Creatividad e innovación
4. Espíritu Emprendedor
5. Afirmación Profesional

Coordinación de Emprendimiento Valores y Liderazgo

- fomentar la cultura del emprendimiento y la pasión por emprender.
- La creación y el desarrollo de ideas. (Consultorio)
- Apoya la transición de la teoría a la práctica. (Cualquier temática relevante)
- Genera redes de acción con las diferentes instituciones que apoyan, financian y soportan la red de emprendimiento que a nivel nacional se vienen tejiendo.
- Suministra asesoría e información necesaria en temas de emprendimiento a nivel interno y externo. UNIACTIVA.

Algunas Actividades primordiales

- Muestra Emprendedora.
- Investigación.
- Proyección social (Sociedades Vulnerables, Colegios)
- Grupo de Emprendimiento.
- Eventos en General (Conferencias, congresos, concursos)
- Reality de Emprendimiento.
- Modelo Propio de emprendimiento.

CESA- CENTRO DE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO²³

Figura 10. Proceso de pe- incubación

Pre-incubación

- **Espíritu Emprendedor**
- Convenio Cesa-Tec Monterrey
- 25 planes de negocio por semestre
- 100 alumnos por semestre
- 4 Entregas Virtuales
- Profesores TEC-Cesa
- Muestra Empresarial



²³ Fuente :

Figura 11. Proceso de incubación y aceleración



fuelle: Cesa

Convenios cesa:

1. Tec Monterrey
2. Adolfo Ibañez
3. Sracuse
4. Georgetown Univ
5. Babson College
6. Instituto de empresa

UNIVERSIDAD DEL BOSQUE POR UNA CULTURA DE LA VIDA, SU CALIDAD Y SU SENTIDO

Figura 12. Consultorio Empresarial



Fuente: Universidad Del Bosque

UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD EXTERNADO

Desarrollo del programa:

Pre- grado.

Manejan tres talleres que se dictan así:

Tercer semestre: Desarrollo de la capacidad empresarial

Contenido: Sensibilización, motivación empresarial

Identificación de las competencias emprendedoras, elaboración de un pre-plan de negocios

Sexto semestre: Elaboración del plan de negocios (este taller es equivalente a formulación de proyectos

Séptimo semestre: Evaluación de proyectos

Octavo semestre: Taller tres “opción de grado “todos los estudiantes que quieren crear sus empresas tendrán la asesoría de expertos para el fortalecimiento del plan de negocios y comenzar a estructurar su trabajo de grado.

Posgrados: En la maestría en administración de empresas, se tiene una materia sobre desarrollo de la capacidad empresarial (24 horas). los estudiantes que quieran crear empresa , la tienen como opción de grado .

Como estrategia académica utilizan la “fertilización cruzada” la cual consiste en que los estudiantes pueden recibir el apoyo de los profesores de la facultad en los diferentes temas del fortalecimiento del plan de negocios.

Resultados: pregrado: 55 empresas creadas. En proceso 3

Posgrados: 24 empresas creadas en proceso 10

Investigación: se está investigando sobre emprendimiento, hay un trabajo de grado estudiantes del MBA, y actualmente 2 estudiantes continúan en estudio

UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO / CONSULTORIO EMPRESARIAL UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

1. Atención a egresados estudiantes y funcionarios
2. Asesorías y consultorías a empresas
 - 2.1 desarrollo de productos
 - 2.2 desarrollo de planes de negocio
3. Asesorías a usuarios externos en: asesoría y acompañamiento en el desarrollo de ideas de negocio
4. orientación para financiamiento
5. diseño y montaje de capacitación en formar formadores (colegios, instituciones técnicas, organizaciones etc.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA KONRAD LORENZ – CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL FULK FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS²⁴

Figura 13. Justificación y objetivos específicos del del proyecto

JUSTIFICACION



OBJETIVOS GENERALES



Fuente: Fundación universitaria Konrad Lorenz

Objetivos generales de la unidad:

- 1.promover el diseño y generación de empresa de forma transversal en la institución , para generar sinergias entre diferentes programas
- 2.integrar la universidad y la empresa en un escenario común

Figura 14: niveles de desarrollo de la propuesta de plan de negocio y mecanismo de acción

²⁴ Fuente : Fundación universitaria Konrad Lorenz

Niveles de desarrollo de la propuesta de plan de negocio



Fuente: Fundación universitaria Konrad Lorenz

UNIVERSIDAD DE LA SABANA – EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE LA SABANA
EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Alianza universidades – Cámara de comercio de Bogotá
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SABANA – CEIS

Propósitos

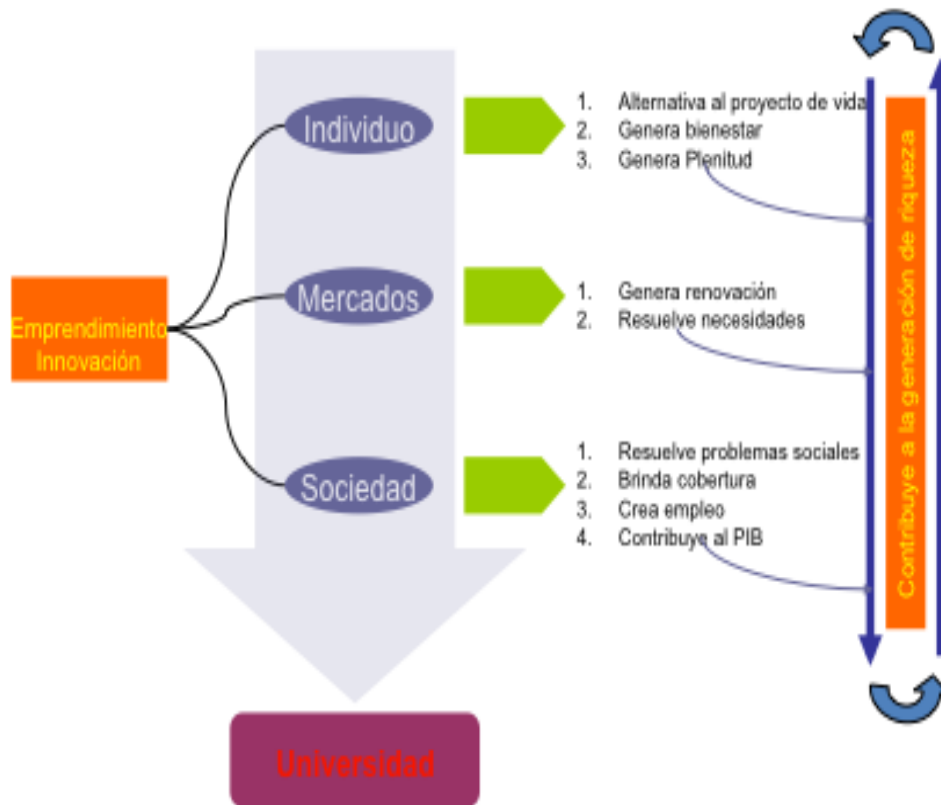
Nuestro deseo de promoción del emprendimiento y la innovación se basa principalmente en tres conceptos:

- Queremos articularnos en el propósito nacional de generación de prosperidad que nos permita superar o al menos mitigar los problemas de pobreza e inequidad en nuestro país.
- Consideramos que el emprendimiento es inevitable. La naturaleza humana

ha demostrado querer siempre mejorar sus condiciones de vida, transformar su entorno y progresar.

- Consideramos que para muchos, el emprendimiento es su mejor opción como proyecto de vida.

Figura 15. Funcionamiento unidad de emprendimiento e innovación



Fuente : Universidad de la Sabana

Situación actual

1. En Investigación:

- ◆ Grupo de investigación en Cultura Emprendedora. (C Colciencias)
- ◆ Grupo de investigación en Cambio e Innovación. (B Colciencias)
- ◆ Grupo de investigación en Empresas Familiares. (C Colciencias)
- ◆ Grupo de investigación en Emprendimiento y Gastronomía. (En formación)
- ◆ Opciones de Grado en pregrado y postgrados.
- ◆ Programa de semilleros de investigación.
- ◆ Participación en redes nacionales e internacionales.

2. Proyección Social.

- ◆ Beca Emprendimiento
- ◆ Prácticas Sociales
- ◆ Apoyo Fundaciones
- ◆ Club de Empresarios
- ◆ Club de Empresarios Egresados de Ingeniería
- ◆ Programa de Apoyo a Zona de Influencia. (Sabana Centro)
- ◆ Participación en redes nacionales e internacionales.
- ◆ Visión Consultoría Empresarial. (Financiación)
- ◆ CEIS Acompañamiento de proyectos empresariales.
- ◆ CEIS Desarrollo de redes.
- ◆ CEIS Proyectos Especiales.
- ◆ CEIS Alianza para el desarrollo del Cooperativismo.

3. Docencia.

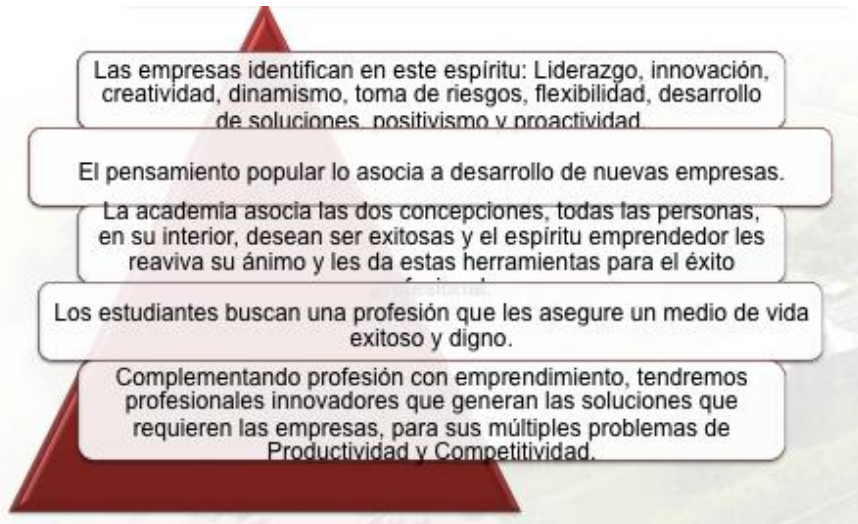
- ◆ Desarrollo del Espíritu Emprendedor. Transversal.
- ◆ Programa Observatorios.
- ◆ Feria Empresarial
- ◆ Opción de grado en emprendimiento para estudiantes de administración.
- ◆ Escuela de Verano.

Figura 16. Programas de acompañamiento y desarrollo



**PROGRAMA TRANSVERSAL DE EMPRENDIMIENTO
 ESCUELA COLOMBIANA DE INGENIERIA “JULIO GRAVITO”
 LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO INTEGRADA A LOS PROCESOS
 DE FORMACION DE LA ESCUELA**

Figura 17. El espíritu emprendedor en la formación



Fuente: Disponible en: www.escuelaing.edu.co . Recuperado el 29 de agosto de 2010

Figura 18. Programa transversal de emprendimiento



Fuente: Disponible en : www.escuelaing.edu.co, recuperado el 29 de agosto de 2010

Figura 19. Estructura conceptual del centro de emprendimiento



Fuente: Disponible en : www.escuelaing.edu.co, recuperado el 29 de agosto de 2010

UNIVERSIDAD JAVERIANA

La universidad javeriana en este momento cuenta con un grupo denominado javeriana emprende donde con las descritas a continuación, donde se manejan entre otras temas de acompañamiento con proyectos y actividades de impacto para poblaciones en estado de vulnerabilidad (emprendimiento social) foros, conferencias (movilidad) e investigación.



Fuente: Disponible en : www.escuelaing.edu.co, Recuperado el 29 de Agosto de 2010