

**LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE EMPRENDIMIENTO AL INTERIOR
DEL AULA**

PRESENTADO POR
JOHANA MAYERLI ORTEGA AMADO

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADORA SOCIAL

PERIODISMO & COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

ASESOR: ALEXANDER BANCES GÓMEZ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ
NOVIEMBRE DE 2012

ARTÍCULO 23

« La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia»

Agradecimientos

Agradezco a Dios y a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado durante mi carrera, especialmente por su cariño. Igualmente a mis hermanos, les dedico todo el esfuerzo y empeño que puse en esta tesis.

Además, quiero agradecer y dedicar este trabajo de manera muy especial a la Institución Educativa Agustín Fernández, a su rector Gustavo Gallego y a Martha Villamizar, porque sin ellos no hubiera sido posible realizar esta valiosa investigación. Por último agradezco a Alex Bances, mi director de proyecto, quien me guío durante todo este proceso.

CONTENIDO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	6
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I – MARCO TEÓRICO	13
Estrategias comunicativas y didácticas en la educación	15
La naturaleza del emprendimiento	16
CAPITULO 2 – DIAGNÓSTICO DE UNA PROBLEMÁTICA PUNTUAL	19
1. Contextualización de la realidad u objeto de estudio	20
1.1 Historia	20
1.2.1. Misión, Visión y Valores Educativos.....	20
1.2.3 Principios Institucionales	21
2. COORDENADAS ESPACIO-TEMPORALES	22
2.1 Priorización del Problema:	24
2.3 Matriz de Véster:	25
2.4 Elaboración de Hipótesis.....	28
ESTRUCTURA DEL PROCESO PARA LA FORMULACIÓN DE LOS REACTIVOS EN LOS INTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	29
FORMATO DE IDENTIFICACIÓN DE TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	30
Enfoque metodológico: Cualitativo	31
CAPÍTULO 3 – LLEGANDO A UN RESULTADO PRÁCTICO	32
CONCLUSIONES.....	42
ANEXOS	44
BIBLIOGRAFÍA	72

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación tiene como finalidad demostrar que la comunicación y el lenguaje pueden transformar categóricamente las estructuras sociales.

Enfocaré la proyección de la misma al ámbito educativo, haciendo énfasis en la comunicación como una herramienta de emprendimiento e intercambio para los niños y niñas al interior de las aulas, donde se pueden generar reflexiones capaces de hacer a los pequeños más autónomos y conscientes de sus procesos de aprendizaje.

Esta iniciativa obliga a que el comportamiento académico y formativo al interior de las aulas de clase no se reduzca a un proceso de transmisión de información, sino que las condiciones pedagógicas deben fomentar la actividad constructiva del estudiante frente al conocimiento que recibe, como también a la actividad formadora del docente para proyectar e interpretar correctamente su personalidad profesional y académica frente a los estudiantes, de acuerdo con sus expectativas, pero ante todo de cara a sus necesidades.

Lograr este proceso requiere un empeño que va más allá de lo teórico para encontrarse con las posibilidades prácticas, iniciativa que será llevada a la realidad por medio de una pieza educativa para los grados tercero y cuarto del Institución Educativa Distrital Agustín Fernández, en la cual se genera una propuesta piloto para dinamizar los canales de comunicación, emprendimiento e interpretación de los intereses tanto de los maestros como de los estudiantes de una manera fácil, dinámica y didáctica.

Dos fueron los procesos que mayor reflexión y puesta en práctica de la comunicación, el análisis y la creatividad, demandaron: la selección del Colegio y la definición de por qué realizar el producto que resume el fruto del análisis de esta investigación, denominado como ‘¿Qué Quieres Ser?’.

Respecto al Colegio este fue un buen escenario pues es representativo frente a la oferta, situación, calidad académica y población (estratos 2 y 3), estando además en línea con el Proyecto

Educativo Institucional (PEI) aceptado por el Ministerio de Educación Nacional, que se constituye en la carta máxima de guía para las escuelas en el país.

Por su parte, el insumo didáctico es una solución creativa que llama al emprendimiento a través de la creación de flujos de comunicación dinámicos, amables y divertidos que son transversales a los procesos cognoscitivos y de emprendimiento.

Mencionado lo anterior, a continuación se desarrolla un marco teórico que sustenta la importancia de la comunicación en los procesos académicos y del emprendimiento, el cual luego permite ingresar en una fase diagnóstica y de reflexión, para terminar con una puesta en práctica sólida, concreta y ajustada a las necesidades de un grupo poblacional específico, para el cual el interés es abrir espacios de comunicación, diálogo, construcción y emprendimiento, capaces en suma de mejorar la relación de los más pequeños con la educación y la vida misma.

CAPITULO I – MARCO TEÓRICO

La historia nos señala de forma detallada cómo la comunicación y la pedagogía han estado estrechamente ligadas en la educación, generando un vínculo más cercano entre el docente y el alumno. Estamos hablando de una comunicación más significativa, que fomenta a una conciencia de reflexión colectiva, puesta en común y participación.

Entre la unión de la comunicación y el lenguaje se origina la comunicación pedagógica, está con el fin de facilitar la comprensión y elaboración del aprendizaje en el estudiante.

Para Arregocés Escobar y María Francina (2004, p, 7) la comunicación pedagógica se involucra de una manera asertiva la interacción docente y estudiante, mediada por un “proceso pedagógico transmisionista”. Es decir, que la representación del docente como modelo positivo o negativo se encuentra asociada con los valores y empatía que éste tiene con sus alumnos, generando de esta manera el fácil aprendizaje de la información. De este proceso depende principalmente la iniciativa que tenga el docente, puesto que la intencionalidad e interacciones que propicia éste en el proceso de formación, se orientan a que el estudiante reflexione y cuestione su desarrollo personal en torno a la responsabilidad que tiene el profesional.

La principal característica de la comunicación pedagógica es construir significados compartidos sobre el conocimiento y las experiencias. Entre sus cualidades se encuentra el saber escuchar las dudas y puntos de vista del otro, utilizar la pregunta como vía de reflexión. De esta manera se guía al interlocutor en el análisis.

Hoy en día podemos observar, que el concepto de comunicación en la interacción educativa ha variado, puesto que no sólo se define como un determinado intercambio de mensajes, si no que por el contrario adquiere un carácter sistémico. Es en este carácter donde se hace posible la interacción de la comunicación porque existen las causas y efectos, entre lo expresado por cada uno de los individuos.

En el texto “Interacción y comunicación en entornos educativos: Reflexiones teóricas, conceptuales y metodológicas” de Martha Rizo, podemos resaltar lo siguiente:

*“En términos comunicativos en el proceso de enseñanza-aprendizaje los facilitadores y los estudiantes son a la vez emisores y receptores de información; producen e interpretan sistemas de mensajes que incluyen palabras, ademanes, gestos, etc. Esta afirmación rompe con la tradicional forma de concebir al estudiante como agente pasivo en el proceso de enseñanza y aprendizaje. En este caso, el estudiante se considera un ser activo del proceso”*¹.

Es en este punto donde los mensajes transmitidos a los estudiantes son de tanta importancia, pues ellos son los protagonistas que interpretan los mensajes y hacen de este parte de sus proyecciones. En palabras de Luz Moreno, se refiere al ámbito educativo formal o informal, en el cual la comunicación incide en la apropiación y organización que el aprendiz hace del mundo; es a partir del contacto con el otro o con los otros que pueden desplegar habilidades y conocimientos mediante los cuales se adquiere estatura humana.²

La comunicación educativa genera un enfoque dinámico que abarca el proceso de enseñanza y aprendizaje. Es en esta dinámica donde la educación participa como un acto de relación y comunicación en el aula. Para el docente es importante tener un auto reconocimiento acerca de cómo realiza su discurso pedagógico, esto con el fin de ser claro en su expresión verbal.

Dentro de la educación encontramos factores determinantes para la enseñanza al interior del aula, entre estas las estrategias didácticas y el juego. Ambas propician en el estudiante un estímulo dentro del aula, creando una mayor aceptación de los temas y participación de estos, es por ello que se genera una mayor relación entre el docente y sus alumnos, teniendo como participe la comunicación verbal y no verbal.

Para José María Asensio (2004, p, 22) “la comunicación verbal es aquella en la que se usa alguna lengua, que tiene estructura sintáctica y gramatical completa, la cual debe ser oral o escrita, se involucra no sólo el lenguaje oral y la escritura, sino que además se refiere al conjunto de las vivencias humanas en general”. En este aspecto, la comunicación verbal se asocia también con la

¹ Rizo, M. (2005) “Interacción y comunicación en entornos educativos”, *Revista Iberoamericana de Educación*, [en línea], disponible en: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/143/144>, recuperado: 22 de febrero de 2012.

² Moreno, L. (2004, febrero) “La Comunicación en la Educación formal”, en *Revista Razón y Palabra*, [en línea], núm. 37, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n37/lmoreno.html/> , recuperado: 28 de noviembre de 2011.

posibilidad de expresarse y de construir conjuntamente con el docente un proceso reflexivo y de emprendimiento.

Para el docente es importante tener un auto reconocimiento acerca de cómo realiza su discurso pedagógico, esto con el fin de poder ser claro en su expresión verbal. Al tener presente los aspectos mencionado el profesor puede mantener una mejor atención e interés de sus estudiantes en el aula de clase.

Por otra parte, en términos de comunicación No Verbal, este mismo autor la define como un proceso comunicativo que se distingue en procesos de un juego simbólico, el cual mediante nociones establece significados y genera respuestas, y a su vez implica una respuesta de parte del alumno a la oferta simbólica del docente.

Tanto la comunicación Verbal y la No Verbal son indispensable para la fomentación de nuevos contenidos para el aula, porque es desde allí donde los estudiantes podrán comunicar información y expresarse o comunicar diferentes estados.

Estrategias comunicativas y didácticas en la educación

Las estrategias comunicativas y didácticas juegan un papel trascendental en la educación porque permiten direccionar de manera positiva el aprendizaje, además de proporcionar de manera lúdica y creativa diferentes espacios de conocimiento e interacción entre alumno y docente.

En el ámbito educativo se entiende por estrategia didáctica: “las acciones desarrolladas durante el proceso enseñanza-aprendizaje, utilizada por el profesional en educación, esta permite reforzar los conocimientos estudiantiles previos. Las estrategias pueden ser utilizadas con técnicas recursos, con el fin de lograr que los estudiantes aprendan, reflexionen, tomen decisiones, participen y aporten soluciones a problemas”³.

El proceso enseñanza – aprendizaje permite que el docente y el alumno establezcan relaciones de retroalimentación, tanto en la práctica escolar como en las áreas de esparcimiento, produciéndose

³ Valverde, M (2009, Agosto) “La comunicación pedagógica: Elemento transformador de la práctica educativa”, en *Revista Actualidades Investigativas*, [en línea], núm. 2, disponible en http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/comuni.pdf, recuperado: 12 de marzo de 2012.

así un contacto directo y estimulante para ambos actores. En este espacio, es donde el juego se convierte en un estimulante de emprendimiento para las nuevas actividades que se produzcan al interior del aula.

Es sin duda a través de su implementación que se facilita para el estudiante la posibilidad de procesar mejor y con mayor profundidad la información, lo que es visible a la luz de la reflexión teórica que se desarrolla en este camino “la selección de estrategias didácticas es una razón de los climas de aula participativos o igualmente, de los tradicionales, cuya base es la transmisión de conocimientos. Las estrategias didácticas son valiosas herramientas de intercambio, comunicación y diálogo las cuales propician una enseñanza centrada en el grupo y no en el profesor”⁴.

Podríamos decir al respecto que es evidente que a través una adecuada estimulación del aprendizaje, en compañía de facilidades de observación, análisis, opinión y participación, todas propias de la comunicación e interacción en el aula, se facilita la creación de ambientes más dinámicos para promover aprendizajes significativos con una huella duradera en el estudiante, en los cuales se logre una mejor dinámica académica cargada de nociones de emprendimiento.

La naturaleza del emprendimiento

Los seres humanos por naturaleza buscamos salir adelante usando todo tipo de estrategias. Las habilidades de los emprendedores no solo se ven reducidas al ámbito individual, sino también a lo colectivo. También puede asociarse a la forma en que se abordan las situaciones problemáticas y desde luego a sus respectivas soluciones. Como se puede analizar de forma preliminar el emprendimiento no sólo se aplica en creación de las empresas, los negocios o las estrategias comerciales, sino también y de manera constante a las instituciones educativas que actúan organizadamente el emprendimiento se hace presente. En este sentido, Leonor Jaramillo escribió⁵:

⁴ *Ibíd*, p. 13.

⁵ Jaramillo Leonor, 2008. p. 2, *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*, Editorial Universidad del norte Lumen, Colombia.

“El docente es un ciudadano de la sociedad del conocimiento que asume el reto ante los cambios, respondiendo de manera positiva con nuevas ideas y formas de hacer las cosas, con iniciativa y decisión ante las distintas circunstancias. Estamos hablando de un docente emprendedor que ha desarrollado unas competencias para el desempeño ciudadano. Una persona competente que sabe y sabe hacer, permitiendo un aprendizaje continuo a lo largo de la vida y para el desarrollo de competencias específicas. Es decir, se necesita desarrollarse como persona para luego tener las competencias profesionales o específicas. El desarrollo de tales competencias debe estar en un marco contextualizado en el ámbito en que se desenvuelve la persona; debe ser un aprendizaje activo y significativo porque, en últimas, es lo que permitirá el uso de las competencias en otros espacios, es la manera de poder transferir lo aprendido”. (2008., p ,2)

Como se puede analizar el docente es un emprendedor que debe hacer un uso adecuado de los cambios sociales y tecnológicos que la nueva sociedad impone de manera arbitraria todos los días. Por otra parte debe usar estrategias comunicativas en el lenguaje pedagógico que le permitan hacer de los niños y niñas al interior de las aulas de clase seres más autónomos y racionales; que puedan llegar a vivir como ciudadanos que usan el emprendimiento a nivel académico, ético e intelectual.

Emprender supone enfrentarse a una serie de circunstancias, en la mayoría de los casos, desconocidas. Es más, requiere enfrentarse a las propias debilidades, al entorno, y a los desafíos que nos depara cada día. Hablar de “espíritu emprendedor”, nos aproxima a esa fuerza que nos alienta y fortifica en la acción. Ello, puesto que necesitamos de esa disposición para hacernos cargo de los cambios y transformaciones, carencias y/o anomalías existentes en el mundo que habitamos. Sin embargo es necesario anotar algunas características especiales del docente emprendedor.

Silvia del Solar Sepúlveda (2010, p, 27) realiza las siguientes anotaciones:

- *El espíritu emprendedor del docente debe estar estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción.*
- *Las personas desarrollan su capacidad de innovar con voluntad de probar cosas nuevas o de hacerla de manera diferente. Por esta razón de ser emprendedor y experimentar el camino que lleve a los niños y niñas a la nueva práctica de las cuestiones académicas.*
- *Para convertirse en emprendedor, es necesario que los docentes puedan desarrollar la disposición mental y afectiva hacia la experimentación, reaccionando con mayor apertura y flexibilidad ante los desafíos que enfrentan.*
- *Docentes y emprendedores no son lo mismo; se puede ser emprendedor sin ser empresario.*

- *Hay diversos tipos de emprendimiento, entre ellos los personales, no obstante, en muchos de los emprendedores existe un vínculo de preocupación y acción social.*
- *Dentro de los ámbitos a desarrollar en un emprendedor están las habilidades sociales.*

La educación debe ser un proceso cargado de emprendimiento. Por lo tanto hace referencia a las estrategias e innovaciones pedagógicas y comunicativas que se usan a fin de educar a los ciudadanos para la vida. Además de fortalecer las instituciones para que puedan alcanzar los objetivos establecidos para cada año escolar. El emprendimiento a nivel educativo genera espacios de participación estudiantil, debates, formas de educación popular, entre otras. Tanto así como decir que cualquier persona puede ser educada de una manera excelente si se le brindan las herramientas necesarias para lograr dicho fin.

Es tan cierto, y tan ampliamente considerado de esta manera, que ya es un propósito gubernamental desde años atrás. La Ley 1014 de 2006, está dirigida a promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, para disponer de un conjunto de marcos normativos que sientan las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional encaminado a promover el emprendimiento y la creación de empresas, entre otros propósitos clave.

Su resultado ha sido una fructífera Red Nacional de Emprendimiento, recursos, iniciativas de estimulación, entre otros mecanismos dinámicos para los cuales es necesario capacitar a las nuevas generaciones, que serán las llamadas a sacar provecho de estos espacios que se generan desde lo público para extenderse hacia los escenarios privados.

Aunque este documento legislativo está enfocado claramente en el entorno empresarial y las iniciativas de carácter económico, son las formativas las semillas idóneas para que la práctica tenga el sustento comunicativo y teórico suficiente para sacarle todo el provecho.

CAPITULO 2 – DIAGNÓSTICO DE UNA PROBLEMÁTICA PUNTUAL

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario buscar un escenario académico genérico, repetible, fácilmente identificable en otros lugares similares. Así mismo, resultaba fundamental poder establecer en nuestro proyecto las dinámicas académicas que se establecen al interior del aula durante las jornadas escolares cotidianas.

Finalmente, se prefirió un colegio de carácter público para poder trabajar con una entidad que reflejara en plenitud los estándares y esfuerzos del Estado por generar una educación de calidad, cargada de emprendimiento y enfocada en dar nuevas generaciones productivas capaces de aportar a la economía nacional.

Para esto era necesario además identificar proyectos educativos, que ligados con la comunicación, puedan generar soluciones enfocadas en la participación, la creatividad y el intercambio de ideas, propuestas e iniciativas capaces de construir un entorno pedagógico transformado a partir de buenas prácticas de comunicación.

En este camino, la Institución Educativa Distrital Agustín Fernández mostró reunir todas las características requeridas para el análisis propuesto, y durante el intercambio con la institución educativa se encontró de común acuerdo que los cursos de tercero y cuarto de primaria eran los indicados para poner en marcha lo que hoy se constituye como un piloto de transformación de la educación desde la comunicación y el emprendimiento.

La metodología entonces emprendida para este análisis consta de un diagnóstico de la institución, en donde se tomarán como base fundamental las enseñanzas vistas durante la asignatura Diagnostico Organizacional con el docente Alexander Bances en el año 2009; seguido de esto un diario de campo fotográfico y entrevistas a los docentes, elementos que en su conjunto posibilitan la construcción del producto final en el que se ponen en juego todas las habilidades adquiridas durante la carrera, así como los conceptos teóricos y prácticos que surgieron durante la investigación.

1. Contextualización de la realidad u objeto de estudio

1.1 Historia

La fundación del Colegio Distrital Agustín Fernández se remonta al año 1929, cuando Francisco Javier Fernández Bello donó un terreno en la vereda de Barrancas, del entonces municipio de Usaqué, con destino a la construcción de una escuela rural a la cual se dio el nombre de Agustín Fernández, en memoria de su hijo, muerto a los 29 años.

El 20 de febrero de 1989, el plantel abrió las puertas a 900 estudiantes, en las jornadas de mañana, tarde y noche, con los grados sexto, séptimo y octavo. Para el 28 de agosto de 1989, Día de San Agustín, se dio paso a la bendición del colegio y se estableció esta fecha como los cumpleaños del Colegio.

Ya hacia el año 2001, a partir de las Políticas Educativas del Ministerio de Educación, se plantea la fusión de colegios y es a través de la Resolución 1652 de 24/05/2002 que se conforma el Colegio Distrital Agustín Fernández en tres sedes: Sede A: Antiguo Colegio Distrital Agustín Fernández, Sede B: Escuela San Bernardo y Sede C: Escuela Santa Cecilia Alta.

1.2.1. Misión, Visión y Valores Educativos

Dentro del contexto de la realidad de la Organización académica, la misión, visión y valores educativos muestran una tendencia de los factores políticos, económicos y sociales que contribuyen al estudio del contexto necesario para plantear un producto idóneo para el grupo académico.

Misión: Ser una comunidad educativa comprometida con la calidad académica y convivencia para educar ciudadanos íntegros, autónomos y con responsabilidad social, mediante el diseño y gestión de proyecto.

Visión: Para el 2015, la institución será reconocida como formadora de personas competentes en el diseño y gestión de proyectos en diversas áreas del conocimiento para asumir responsabilidades en sus ámbitos social universitario y laboral.

Valores:

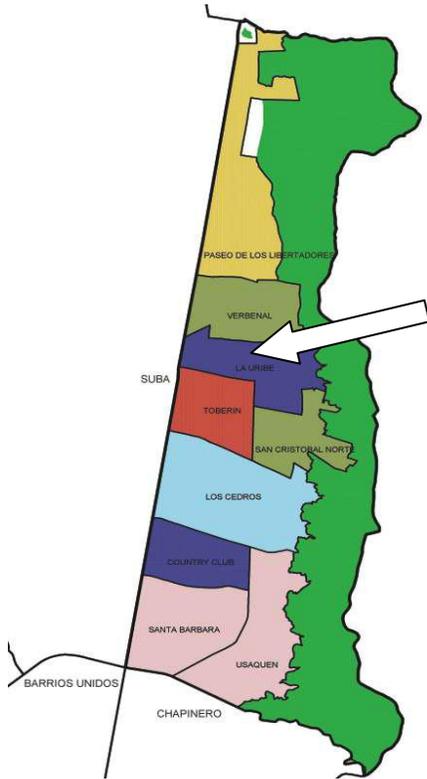
- La autonomía en el actuar y decidir de los niños, niñas y jóvenes de acuerdo a sus niveles de complejidad en la construcción de su personalidad y reflejados en su diario vivir.
- La autogestión de los estudiantes desde la posibilidad de resolver problemas sencillos en su diario vivir en la relación con otros y su contexto hasta los de mayor complejidad que les presenta la vida.
- La responsabilidad individual.
- Responsabilidad social.
- Los docentes en sus procesos de autogestión desarrollan dinámicas de aula y estrategias pedagógicas que tienden a calidades académicas y convivenciales.
- La responsabilidad individual en el equipo de docentes, donde busca su cualificación permanente como medio para estar en permanente reflexión pedagógica alrededor de su praxis pedagógica.
- La responsabilidad social imprescindible en el sentir, pensar y actuar del docente, dado que hace parte del discurso de su ética.

1.2.3 Principios Institucionales

- Educar en las diferentes dimensiones del ser humano y en la diversidad del conocimiento.
- Educar en la dignidad del ser humano.
- Educar en y para la democracia y la convivencia
- Educar en el cuidado del ambiente
- Educar en la creatividad y autogestión de proyectos.

2. COORDENADAS ESPACIO-TEMPORALES

El Colegio Distrital Agustín Fernández está ubicado en la localidad de **Usaquén**, en la UPZ **San Cristóbal Norte**, con una extensión de 272,3 hectáreas, equivalentes a 7,3% del suelo urbano de la localidad.

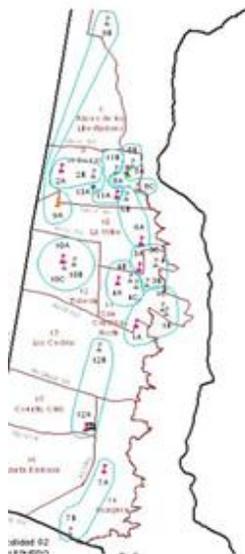


A la UPZ San Cristóbal, pertenecen entre otros los barrios Alta blanca, Barrancas, California, Cerro Norte, Danubio, Don Bosco, La Perla Oriental, Santa Teresa, Soratama, Torcoroma, Villa Nidia, Villa Oliva.

El Colegio está integrado por tres Instituciones, la sede A ubicada en la Av. Séptima con calle 154, la sede B en la carrera 1 A con 161 y la sede C en la carrera 1E con calle 163. Estos dos últimos se encuentran enclavados en las montañas orientales de Bogotá.

SEDE

SEDE



SEDE B



Los equipamientos colectivos de bienestar social son las edificaciones y dotaciones destinadas al desarrollo y promoción del bienestar social a grupos sociales específicos: familia, infancia, orfandad, tercera edad, discapacitados y grupos marginales. Se consideran equipamientos colectivos de cultura: los espacios de expresión cultural (teatros, salas de cine, centros culturales artísticos salas de exposición, salas de concierto y casas de la cultura); equipamientos para la memoria colectiva y el avance cultural (bibliotecas, hemerotecas, archivos, museos y centros de ciencia y tecnología y espacios para el encuentro, y la cohesión social (centros cívicos, casas juveniles y salones comunales).

De estos espacios la UPZ San Cristóbal cuenta con el Centro Comunitario Servita, dotado de una Biblioteca y Teatro Comunal y en el Cerro un Centro Cultural llamado Casa Taller, el cual tiene una cobertura de 80 estudiantes por jornada.

A partir de cartografías sociales realizadas en 2006 por los docentes de cada una de las Sedes del Colegio, se identifican como principales problemas sociales alrededor de la sede B los expendios de alcohol y droga en los alrededores del colegio, reconocidos por los mismos estudiantes como ollas. Respecto al componente ambiental se identifican: urbanización de invasión, explotación anti técnica del cerro y sus canteras, aguda erosión, constantes deslizamientos y el terreno inclinado que dificulta los planes de contingencia y emergencia.

En la Sede C y sus alrededores se identifican como principales problemas ambientales las excavaciones profundas, derrumbes y deslizamientos, erosión hídrica superficial, contaminación de la quebrada, contaminación por polvo y deterioro del paisaje, micro sismicidad ocasionada por el uso de dinamita y deficiencias de los servicios de agua y alcantarillado.

La niñez de acuerdo con las cifras dadas por la comisaria de familia y bienestar familiar, es víctima en alto de grado de violencia intrafamiliar y abuso sexual, sin embargo se sabe que los casos que se denuncian son mínimos comparados con los que se quedan en la impunidad.

La población que presenta mayor problemática está en los rangos de los 14 a los 25. En general las condiciones de vida de este grupo poblacional, están vulneradas por la falta de oportunidades

para mantenerse e ingresar en el sector educativo y productivo de la localidad. Otros problemas que salta a la vista, es la población joven que no estudia ni trabaja, y se mantiene en casa indiferente ante su situación.

2.1 Priorización del Problema:

Los siguientes problemas se hallaron luego de realizar el diagnóstico en la institución:

- No existe un empoderamiento de los profesores referente al tema de emprendimiento artístico.
- No hay una retroalimentación de las dinámicas impartidas por el maestro hacia el estudiante en el aula de clase.
- Se hace mayor énfasis en desarrollar el área de emprendimiento artístico en Bachillerato, excluyendo a los estudiantes de básica primaria.
- No se ha diseñado un proyecto que integre en la estructura pedagógica y de aprendizaje el emprendimiento como una opción de desarrollo profesional.

PROBLEMA	VALORIZACIÓN (5 ES LA MÁS IMPORTANTE)
No existe un empoderamiento de los profesores referente al tema de emprendimiento artístico.	3
No hay una retroalimentación de las dinámicas impartidas por el maestro hacia el estudiante en el aula de clase.	4
Se hace mayor énfasis en desarrollar el área de emprendimiento artístico en Bachillerato, excluyendo a los estudiantes de básica primaria.	5

No se ha diseñado un proyecto que integre en la estructura pedagógica y de aprendizaje el emprendimiento como una opción de desarrollo profesional.	5
---	---

2.3 Matriz de Véster:

Es una herramienta que consiste en medir el nivel de causalidad entre los problemas encontrados. La matriz evalúa la incidencia que tiene uno de los problemas sobre otro y de este modo, identificar cuál es la necesidad prioritaria o de mayor urgencia; si se establece la raíz o dificultad causal de otros inconvenientes al interior de la organización, muchos de los problemas subyacentes pueden ser superados. A cada problema se le asigna una calificación que, en proporción, significa el grado de causalidad sobre otro problema⁶.

Las calificaciones a asignar son:

0= NULO 1= BAJO 2=MEDIO 3=ALTO

P1= No existe un empoderamiento de los profesores referente al tema de emprendimiento artístico.

P2= No hay una retroalimentación de las dinámicas impartidas por el maestro hacia el estudiante en el aula de clase.

P3= Se hace mayor énfasis en desarrollar el área de emprendimiento artístico en Bachillerato, excluyendo a los estudiantes de básica primaria.

⁶ Bances, A. Diagnóstico de comunicación en las organizaciones, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá: 2009.

P4= No se ha diseñado un proyecto que integre en la estructura pedagógica y de aprendizaje el emprendimiento como una opción de desarrollo profesional.

CONSECUENCIAS

C
A
U
S
A
S

	P1	P2	P3	P4	EJE X
P1		1	0	3	4
P2	2		1	3	6
P3	0	0		3	3
P4	3	3	2		8
EJE Y	5	4	3	9	

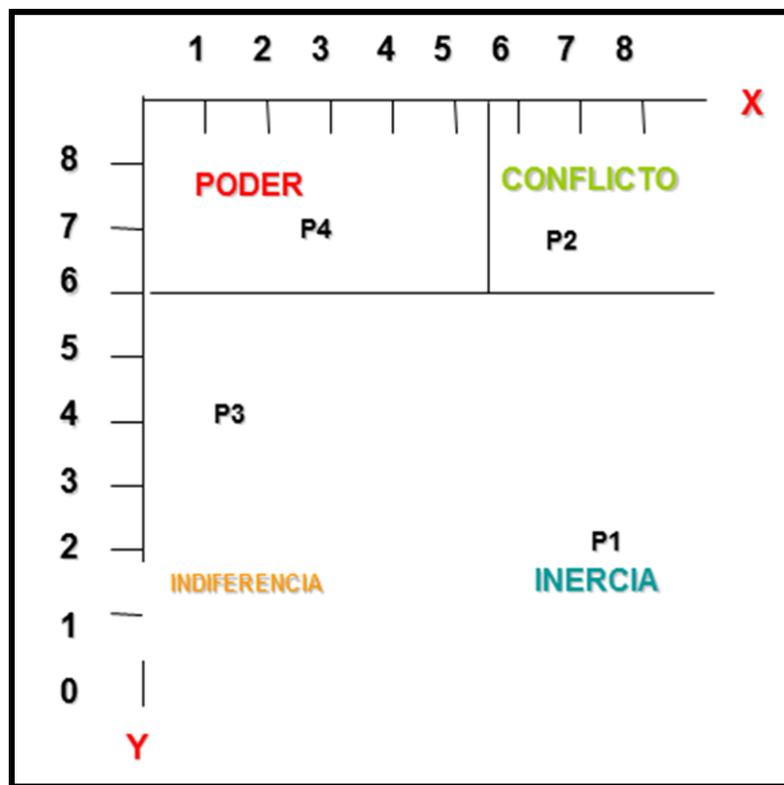
Después de haber ubicado los problemas en la Matriz de Véster se sitúan en su determinado cuadrante, todo esto se establece según los parámetros establecidos en la asignatura de clase de Diagnóstico de comunicación, los cuales son:

Cuadrantes del plano cartesiano: Esta herramienta es el resultado de haber consolidado la matriz de causa y efecto, de tal forma que podamos plasmar los problemas identificados en un mapa de ubicación determinado por cuatro cuadrantes con las siguientes características:

- **Cuadrante de Poder:** En este espacio se ubicarán aquellos problemas que presentan una alta causalidad y por ende son dinámicos dentro de la estructura organizacional, de tal manera que se caracterizan por su movilidad y potencia, pues al influir sobre ellos se podrán resolver problemas que aparezcan en otros cuadrantes. Se puede denominar también *cuadrante dinamizador*.
- **Cuadrante de Conflicto:** En este espacio se ubicarán aquellos problemas que presentan una relación directa con las causas y que dependen de los que se ubican en el cuadrante de poder. También se denomina como *cuadrante dependiente*.

- **Cuadrante de Indiferencia:** En este espacio se ubicarán aquellos problemas que no ejercen ninguna influencia de causalidad y que se consideran de baja movilidad para la generación de alternativas de solución en la organización. Este cuadrante también se conoce como *cuadrante neutro*.
- **Cuadrante de Inercia:** En este espacio se ubicarán aquellos problemas que no tienen ninguna importancia significativa y contemplan una nula influencia sobre los cambios organizacionales. Este cuadrante también se denomina *Inmóvil*.

A través de este sistema se puede plasmar en un espacio delimitado la ubicación del problema según sus resultados y así definir las coordenadas de ubicación. Estudiar el cuadrante de ubicación y analizar hacia donde podría dirigirse, con el objetivo de mitigar el problema o minimizar su grado de conflicto.



Después de situar las coordenadas en el plano cartesiano se deduce que el problema principal es el número 4, “no se ha diseñado un proyecto que integre en la estructura pedagógica y de aprendizaje el emprendimiento como una opción de desarrollo profesional”, por ubicarse dentro del cuadrante de Poder o de alta causalidad. Es decir que su motricidad y poder causal genera

otros problemas y es susceptible de ser intervenido a fin de lograr la solución que demanda la organización educativa.

Se han dado cifras cuantitativas a nuestros problemas prioritarios y se han ubicado en un esquema que nos permite visibilizarla de una forma más precisa. Ahora se elabora una hipótesis que permita darle vía a las posibles soluciones a los problemas identificados, pero anclados en el eje prioritario que se enunció como el problema de mayor causalidad en la estructura organizacional educativa.

2.4 Elaboración de Hipótesis

A partir de la priorización del problema se propone una alternativa de solución sobre el cual se trabaja el resultado final del proyecto. El hallazgo puntual en este caso es que “no se ha diseñado un proyecto que integre en la estructura pedagógica y de aprendizaje el emprendimiento como una opción de desarrollo profesional”.

Pero qué significa este problema para la institución educativa; básicamente explicaremos que la hipótesis de campo nos señala que la ausencia del eje de emprendimiento como un elemento propicio del contexto de formación educativa y curricular del colegio influye en restarle capacidad de respuesta a los problemas sociales y económicos que caracterizan a la población de estas localidades, y además minimiza las competencias para la vida productiva que podrían fortalecerse en los alumnos y docentes del plantel educativo si se tuviese como enfoque estratégico el emprendimiento para la formación y transformación de ciudadanos, como sujetos adaptados a los cambios, necesidades y oportunidades que ofrece el entorno, el mercado y la formación del espíritu emprendedor.

En adelante probaremos esta hipótesis de manera práctica y mediante una propuesta concreta desde el ámbito comunicacional.

A partir del diagnóstico realizado en la institución Agustín Fernández se establecen las siguientes técnicas para la recolección de información:

ESTRUCTURA DEL PROCESO PARA LA FORMULACIÓN DE LOS REACTIVOS EN LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Componente	Definición	Variable	Indicador	Reactivo
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.	Plena identificación del emprendimiento en el aula.	Grado de divulgación de contenidos de emprendimiento al interior del aula.	¿La I. E. D Agustín Fernández posee contenidos de emprendimiento para el fortalecimiento de las capacidades y competencias de los niños que Usted identifica?
Comunicación y educación	Busca conformar dentro de la enseñanza- aprendizaje de los alumnos el desarrollo de una cultura que promueva la autorrealización del sujeto, donde por medio de una acción autónoma conlleve al cambio y transformación de su realidad en beneficio de su autogestión.	Plena identificación de los procesos comunicativos en la educación	Grado de acción de la comunicación al interior del aula.	¿La I.E.D Agustín Fernández promueve la comunicación y educación para los grados de 3° y 4° de primaria que Usted pueda identificar?
Emprendimiento en el aula	Instituciones educativas preocupadas por inculcar en sus alumnos un espíritu emprendedor, en donde ellos tengan la necesidad de generar ideas pioneras en el mercado, entendiendo como base el autoconocimiento de cada uno y sabiendo cuáles son sus fortalezas y debilidades.	Metodologías y aptitudes de Emprendimiento en el Aula	Grado de divulgación de metodologías pedagógicas para el fomento del emprendimiento	¿Los profesores de los grados de 3° y 4° de primaria de la I.E.D Agustín Fernández reciben por parte del colegio metodologías pedagógicas para fomentar el emprendimiento en el aula que Usted pueda identificar?

FORMATO DE IDENTIFICACIÓN DE TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Información (concepto amplio) que se requiere recoger de los individuos a quienes se les aplicará la técnica	Grupo de individuos a quienes se les aplicará la técnica	Características de la técnica que se utilizará	Criterios de análisis
<p>1. Metodologías y aptitudes de Emprendimiento en el Aula en los estudiantes.</p>	<p>48 alumnos. (24 del grado 3° y 24 del grado 4°)</p>	<p>Diario de campo para los estudiantes y profesores.</p>	<p>a) Identificación de los conceptos relacionados con el emprendimiento. b) Reconocimiento de los diferentes estilos de liderazgo y las estrategias comunicativas participes.</p>
<p>2. Estrategias de Comunicación en el aula para introyectar en los niños el concepto de emprendimiento (Focalizar las estrategias de comunicación)</p>	<p>* Cuatro profesores grado 3° *Cuatro profesores grado 4°</p>	<p>*Entrevista para los profesores de 3° y 4° de primaria</p>	<p>a) Identificación del papel de las estrategias de comunicación para fortalecer las capacidades y competencias de los niños y niñas de 3° y 4° de primaria al interior del aula.</p>
<p>3. Metodologías y aptitudes de Emprendimiento en el Aula en los docentes de la I.E.D Agustín Fernández.</p>	<p>* Cuatro profesores grado 3° *Cuatro profesores grado 4°</p>	<p>*Entrevista para los profesores de 3° y 4° de primaria.</p>	<p>a) Reconocimiento de las diferentes metodologías y aptitudes que existen para fomentar el emprendimiento en el aula. b) Asociación de los conceptos comunicativos y educativos en la enseñanza.</p>

Enfoque metodológico: Cualitativo

Observación No Participante - (Diario de Campo Fotográfico) y entrevista abierta con los docentes

Temas tratados:

1. Registro del Aula (Ambiente Físico)
2. Registro del docente (Inicio – Intermedio – Cierre)
3. Registro de los alumnos (interacción docente- alumno)
4. Situaciones especiales que se presenten (conflicto, exposiciones, talleres, trabajos en grupo).
5. Comunicación pedagógica entre docente y estudiantes.
6. Contenidos de emprendimiento en la asignatura.
7. Relaciones entre alumno y docente en contenidos de emprendimiento y cómo se da la comunicación pedagógica como participe de conocimiento.
8. Estrategias de comunicación que se dan dentro del aula (Inicio- Intermedio y Cierre).
9. Ejecución de las respectivas matrices de análisis.

CAPÍTULO 3 – LLEGANDO A UN RESULTADO PRÁCTICO

Como su nombre lo indica, este capítulo se desprende de un concepto práctico. Por eso, su contenido se remite a la transcripción del texto de la pieza práctica que se propone como un vehículo de estímulo, a través de la comunicación de los procesos académicos y pedagógicos que se desarrollan en el aula de clase.

De manera complementaria, luego del contenido, se relacionan algunas fotos del producto terminado, el cual será entregado en varias copias a la institución académica que tan amablemente se prestó para este trabajo.

Esta pieza educativa y comunicativa tiene como fin otorgar al docente una herramienta que permita establecer y estimular las diferentes competencias que existen en cuanto al tema de emprendimiento estudiantil. Es por ello que se enfoca en el tema artístico, desde un ámbito que puede otorgar a los docentes y estudiantes un espacio de esparcimiento, conocimiento e interacción con la comunicación y la actualidad. Así mismo, fue este el enfoque seleccionado en tanto era acorde con los planes académicos en marcha y las edades de los pequeños.

En este sentido, los temas que se desarrollan en esta pieza educativa están ligados al P.E.I educativo de la Institución Educativa Agustín Fernández, en donde la fomentación de nuevos proyectos es la clave para la formación de sus estudiantes.

Desde el diagnóstico que se realizó en esta Institución se determinó que eran necesarios proyectos que vincularan el emprendimiento en los estudiantes. Fue desde esta observación directa - no participativa que se pudo analizar cómo estimular a los estudiantes de primaria en temas de emprendimiento artístico.

Se establece que este producto estará dirigido para estudiantes de básica primaria, sin embargo para el estudio y determinación del nicho de estudio se estableció que era pertinente trabajar con los estudiantes de grados tercero y cuarto, debido a que este grupo focal sabe leer y puede comprender con mayor facilidad los conceptos de creación de nuevas ideas emprendedoras para generar diferentes soluciones a problemas determinados. Sin embargo, este producto se puede

utilizar para cualquier grado de primaria siempre y cuando el docente sea el guía en todo el proceso de aprendizaje e interacción pedagógica y comunicativa.

Se escoge el tema de emprendimiento artístico como eje transversal de este producto comunicativo, para poder enfatizar en el maestro la importancia de recalcar las diferentes áreas en donde el estudiante puede emprender, tanto sea sus competencias y habilidades.

En los anexos se hace un breve análisis de la aplicación de las técnicas de recolección de información y cómo estas fueron clave fundamental en la creación de esta pieza educativa.

CONTENIDO DE LA PIEZA

Título de la pieza educativa:

¿Qué quieres ser?

Introducción:

Con esta pieza pedagógica y comunicativa los estudiantes podrán personificar diferentes roles, en una serie de actividades que les permitirán comprender las dinámicas artísticas y de emprendimiento actuales. De otro lado, el docente podrá determinar las características y afinidades de sus alumnos en el área de emprendimiento; además de generar reflexiones que gradualmente permitan a sus estudiantes a ser más autónomos y conscientes de sus capacidades.

Ítems de las actividades de Emprendimiento Artístico

Danza:

(Sinopsis) La danza es una forma de arte y creatividad en la cual se utiliza el movimiento del cuerpo como forma de expresión. La dinámica de bailar nos implica un compromiso constante ya que utilizamos un lenguaje no verbal entre los seres humanos por medio del cual se expresan emociones y sentimientos a través de nuestro cuerpo.

Actividad: Organiza un grupo de 4 personas con tus compañeros de clase, selecciona de acuerdo con tus gustos una región del país y rescata de ella todas las tradiciones folclóricas y culturales más relevantes. Ahora bien, monta un baile con ayuda de tu profesor y preséntalo ante tu colegio en una actividad de carácter público.

Aquí una idea...

La guabina chiquinquireña – Región Andina de Colombia.

Deporte:

(Sinopsis) El deporte es toda aquella actividad física que nos involucra una serie de normas a desempeñar dentro de un espacio. Ser deportista requiere de un profundo compromiso consigo mismo y con los demás para ser realizado con la energía y la dinámica adecuada. Allí el espíritu de competencia es importante, pero también el de diversión y compañerismo.

Actividad: Dentro del marco de las actividades deportivas que existen en tu colegio, organiza con tus compañeros un campeonato en el que se integren todas las disciplinas deportivas posibles. Con ayuda de tu profesor piensa en los premios para cada ganador, busca patrocinadores y de esta forma despierta el interés en tus compañeros. Haz difusión de este magno evento, e impulsa esta actividad con el ánimo de llevarla a cabo en cada año escolar.

Aquí una idea...

Festival Deportivo de Verano: Fútbol, Baloncesto, Voleibol y Tenis.

Premio: Bonos de regalo para comer con tus compañeros en su restaurante favorito.

Radio:

(Sinopsis) La Radio se cataloga como un medio de comunicación masivo, con el cual se logra un alcance informativo a un público objetivo de amplio rango. Flexible y eficaz, no demanda equipos sofisticados para lograr resultados interesantes y divertidos. Su señal es capaz de transportarnos a un mundo mágico en el que se desarrollan habilidades creativas de comunicación y locución para relacionarnos con la audiencia.

Actividad: Diseña una parrilla de programación para la emisora de tu colegio en la que incluyas programas y formatos radiales que informen y diviertan a tus compañeros en sus horas de receso.

Aquí una idea...

Puedes estructurar una radionovela con varios capítulos y fechas de emisión. Con ayuda de tu profesor incluye datos y escenarios históricos que informen los sucesos de aquella época.

Fotografía:

(Sinopsis) La fotografía es la técnica para obtener imágenes duraderas gracias a la acción de la luz. A través de este arte es posible retratar lugares o momentos que serán inolvidables. Para tomar una foto necesitas aprender una serie de conceptos técnicos que son la base para hacerlo bien e imprimir tu sello personal y artístico en cada registro.

Actividad: Con ayuda de tu profesor plantea una actividad en la que retrates las múltiples dinámicas que se dan en tu colegio desde la fotografía.

Aquí una idea....

El anuario escolar es un libro fotográfico en el que puedes compilar todas las actividades relevantes del año escolar.

Medio Ambiente:

(Sinopsis) El cuidado del medio ambiente se ha convertido en una de las preocupaciones de grandes y chicos. En la actualidad existen múltiples campañas a escala mundial que pretenden despertar el interés por conservar, cuidar y preservar el ecosistema. Ser un líder en este campo no solo te permitirá aprender mucho más sobre la naturaleza y los cuidados que debes tener con ella, sino llevar un mensaje clave para los demás generando reflexiones que serán tangibles y se traducirán en transformaciones para nuestra planeta.

Actividad: Escribe 7 acciones que puedas emprender en tu hogar, en tu colegio y en tu comunidad para contribuir a evitar que nuestro medio ambiente se siga deteriorando. A su vez contempla una serie de acciones que puedas desarrollar en tu colegio para ayudar de manera significativa al cuidado de tu entorno.

Aquí una idea...

Lidera con tus compañeros una campaña de reciclaje en tu colegio en la que el mensaje clave a transmitir para todos los participantes esté relacionado con los beneficios que obtenemos como estudiantes al contribuir de manera significativa con estos actos.

Contenidos fichas docente:

Cada ficha está orientada a condensar los logros (3) u objetivos que el estudiante debe alcanzar. El docente debe aportar sus conocimientos generando constantemente un acompañamiento, que permita cumplir a cabalidad lo propuesto, y así identificar fortalezas y debilidad en el estudiante de acuerdo con su desempeño.

(Frente: Nombre de la Actividad de emprendimiento artístico)

(Respaldo: Logros de guía al docente)

Danza:

- Incentivar al estudiante por la expresión artística a través de la música, fomentando actividades de liderazgo.
- Afianzar a través de la danza su personalidad auto concepto y autonomía esencial para su diario vivir.
- Estimular en el estudiante la expresión corporal, buscando diversas alternativas para afrontar un intercambio con la sociedad.

Deporte:

- Aprender habilidades físicas necesarias para lograr actitudes de integración e interacción en los estudiantes.
- Desarrollar su parte física acelerando su fuerza y energía, para un mayor liderazgo.
- Incrementar en el estudiante las destrezas y habilidades con diferentes actividades para que enriquezcan su nivel motriz y corporal.

Radio:

- Desarrollar en los pequeños niveles de comprensión de lectura y habilidades comunicativas destacables.
- Fortalecer la escritura y fomentar los índices de investigación a través de la producción radial.
- Despertar interés por la comunicación como herramienta clave en el desarrollo social.

Fotografía:

- Brindar a los estudiantes los conocimientos propios para estructurar la noción del espacio y tiempo, permitiéndoles que se expresen por medio de la fotografía, y apoyados en su entorno.
- Desarrollar en el estudiante su aspecto afectivo a través de la emotividad y sus diferentes manifestaciones por medio de la fotografía.
- Incentivar el autoconocimiento de las dinámicas profesionales modernas desde el registro fotográfico artístico.

Medio Ambiente:

- Fomentar la relación y expresión del estudiante frente a la naturaleza.

- Generar conciencia de cuidado sobre el medio ambiente con el propósito de construir las bases para una sociedad que se desarrolla en equilibrio con los emprendimientos ecológicos.
- Desarrollar comportamientos en los estudiantes, afectivos y sociales, para lograr una mejor calidad de vida en el futuro a través del cuidado del medio ambiente y desde el reciclaje.

PIEZA EDUCATIVA: ¿QUÉ QUIERES SER?

Radio



Actividad

Organiza una petate de preparación para la emisión de tu colegio en la que incluyas programas y formatos radiales que informen y diviertan a tus compañeros en sus horas de recreo.

Aquí una idea...

Trabaja estructurar una radioemisión con varios capítulos y temas de interés. Con ayuda de tu profesor incluye datos e interesantes historias que informen los capítulos de aquella época.

Danza



Actividad

Organiza un grupo de 4 personas con tus compañeros de clase, selección de acuerdo a tus gustos una región del país y rescata de ella toda las tradiciones festivas y culturales más relevantes. Ahora bien, monta un baile con ayuda de tu profesor y preséntalo ante tu colegio en una actividad de carácter pública.

Aquí una idea...

La guabina chiqueguireña Región Andina de Colombia.

Fotografía



Actividad

Con ayuda de tu profesor plantea una actividad en la que tengas las múltiples técnicas que se dan en la fotografía desde la fotografía.

Aquí una idea...

El alumno escalar en un libro fotográfico en el que puedas registrar todas las actividades relevantes del año escolar.

Deporte



Actividad

Dentro del marco de las actividades deportivas que existen en tu colegio, organízala con tus compañeros un campeonato en el que se integren todas las disciplinas deportivas posibles. Con ayuda de tu profesor plantea en los premios para cada ganador basta patrocinadores y de esta forma despierta el interés en tus compañeros. Haz difusión de esta magna evento e invita esta actividad con el ánimo de llevarla a cabo en cada una escuelas.

Aquí una idea...

Torneo Deportivo de Fútbol, Fútbol, Baloncesto, Vóleybol y Tenis. Premios Bonos de regalo para comer con tus compañeros en la restaurante favorita.

Radio



Deporte



Danza



Fotografía



Radio

- 1 Desarrollar en los pequeños niveles de comprensión de lectura y habilidades comunicativas de los niños.
- 2 Fortalecer la escritura y fomentar los índices de investigación a través de la producción radial.
- 3 Desarrollar interés por la comunicación como herramienta clave en el desarrollo social.

Deporte

- 1 Aprender habilidades físicas necesarias para lograr actitudes de integración e interacción en los estudiantes.
- 2 Desarrollar su parte física accediendo su fuerza y energía, para un mejor aprendizaje.
- 3 Incrementar en el estudiante las destrezas y habilidades con diferentes actividades para que enriquezcan su musculatura y corporal.

Fotografía

- 1 Brindar a los estudiantes los conocimientos propios para estructurar la noción del espacio y tiempo permitiéndoles que se expresen por medio de la fotografía, y apoyados en su entorno.
- 2 Desarrollar en el estudiante su aspecto artístico a través de la creatividad y sus diferentes manifestaciones por medio de la fotografía.
- 3 Incrementar el autoconocimiento de las disciplinas profesionales modernas desde el registro fotográfico artístico.

Danza

- 1 Incentivar al estudiante por la expresión artística a través de la música, fomentando actividades de aprendizaje.
- 2 Afianzar a través de la danza su personalidad, auto concepto y desarrollo esencial para su diario vivir.
- 3 Estimular en el estudiante la creatividad artística, buscando diversas alternativas para afrontar un intercambio con la sociedad.

CONCLUSIONES

El cierre de este trabajo parece más un principio que un final. Aunque la ejecución de las diferentes etapas de estudio, análisis, entrevistas, diario de campo fotográfico y evaluación de la investigación culminan en un producto pedagógico desarrollado desde la visión de la comunicación social que será implementado de manera gradual durante los próximos meses en la Institución Educativa Distrital Agustín Fernández para los grados tercero y cuarto, se despiertan muchos interrogantes respecto a lo que está por venir.

¿Cómo reaccionarán los estudiantes?, ¿Los profesores realmente lo utilizarán?, ¿Será suficiente para motivar el emprendimiento?, ¿Logrará habilitar nuevos canales de comunicación entre los docentes y los pequeños?, entre muchas otras dudas, las cuales, de acuerdo con el diagnóstico y la teoría, deberían tener un impacto positivo en la comunidad estudiantil, que parece necesario registrar como parte del compromiso con el proyecto y con una posible segunda parte en el futuro.

Con que una sola de las preguntas se responda afirmativamente se podría considerar una victoria académica, pues finalmente, luego de años de preparación, fue posible llevar a la práctica un producto que resume habilidades adquiridas, experiencias compartidas, conocimientos consolidados y el entusiasmo en general que genera poder afectar diferentes esferas de la educación y la sociedad del país con una ejecución transversal del producto comunicativo.

De cualquier manera, y hasta el momento, la retroalimentación es positiva. Las docentes de la institución académica han manifestado su complacencia y la buena interpretación de las necesidades de los docentes para incentivar de manera lúdica el aprendizaje e interés de los pequeños, quienes normalmente tienen sus propios propósitos, y saber interpretarlos parece ser un camino acertado para mejorar su disposición frente a la academia y su inquietud intelectual en temprano desarrollo.⁷

⁷ Villamizar, M. (2012, 17 de septiembre), entrevistado por Ortega, J., Bogotá.

Dentro de los hallazgos, se pudo establecer además que una vez desarrollado el modelo es ajustable a las necesidades de diferentes niveles educativos, así como se presta para yuxtaponerlo a otros escenarios educativos que presentan unas exigencias académicas de similar composición, por lo que se podría replicar y extender en caso de ser exitoso, convirtiéndose en sí mismo en un modelo de emprendimiento que a través de la comunicación ayuda a la construcción de una mejor sociedad.

Lograr esto es importante además por que es una puesta en práctica de la aplicabilidad de las ciencias de la comunicación a diferentes áreas que muchas veces parecen distantes, pero en las cuales los modelos pedagógicos o las exigencias de la educación han dejado en un segundo plano temas tan relevantes como la manera como nos comunicamos y establecemos con claridad las expectativas en la posición de profesor y en la posición de estudiante, ambas totalmente relevantes en el proceso de construcción del pensamiento complejo, punto de partida para la innovación, la creatividad, la exposición de ideas que el día de mañana pueden convertirse en emprendimientos exitosos.

Ahora, dado que es un punto de partida, solo se abren nuevas puertas y horizontes para proponer alternativas ciertas, lógicas y reales para desarrollar nuevos ángulos de esta investigación, que espera generar un Efecto Mariposa lo suficientemente sutil pero poderosos como para cambiar la vida, la mente, la posición o disposición de algunas personas de la institución educativa del proyecto o de cualquier otro más adelante desde el emprendimiento en sus dimensiones de desarrollo de competencias comunicacionales y de relacionamiento para la vida.

El propósito de este trabajo de grado además, queda cumplido en la medida en que su desarrollo demostró que la Comunicación Social es transversal a todas las disciplinas tanto en el escenario académico como en la ejecución.

ANEXOS

A continuación en los anexos, recogemos un paquete de contenidos en imágenes y texto sin los cuales habría sido posible entretener los contenidos y las conclusiones presentadas a través de las páginas.

En primer lugar, una muestra gráfica de la dinámica de las clases, de la relación de los alumnos de los niños con sus maestros en el entorno educativo, y un archivo para la memoria frente al trabajo de observación que se realizó para lograr proponer y ejecutar un producto comunicativo y ciertamente pedagógico acorde con las necesidades de la institución.

ANEXO I

Diario de Campo Fotográfico- Prácticas escolares **Institución Educativa Distrital Agustín Fernández**



Estudiantes del grado 4° junto con la profesora María Alvarado de Castañeda.



Estudiantes del grado 4-A. Clase de sociales.



Estudiantes del grado 4-A. Clase de sociales.



María Alvarado de Castañeda docente grado 4° y Martha Villamizar docente de Ciencias Naturales de grados 3° y bachillerato.



Estudiantes de grados 3-B en clase de Español.



Estudiantes del grado 4-B. Clase de matemáticas.



Estudiantes de grados 3-A



Estudiantes de grados 3-B.



Estudiantes de grados 3-B en clase de Sociales.

ANEXO II **Práctica escolar al interior del aula- grados terceros y cuarto**

En las siguientes ilustraciones por parte de los estudiantes de grado tercero y cuarto podemos observar cómo el tema de emprendimiento se puede potencializar al interior del aula, esto se debe a que los alumnos tienen conceptos de iniciativa, generación de nuevas propuestas y alternativas para problemáticas actuales.

A través de su trabajo se expresan, proponen soluciones y muestran actitudes e intereses que a través del juego, la colaboración y la comunicación deben ser contempladas.

Los niños responden de manera satisfactoria cuando la docente maneja este tipo de comunicación dentro de la asignatura, debido a que ellos pueden expresar fácilmente sus opiniones, argumentos e inquietudes en pro de un desarrollo para la clase.





Siembro arboles con frutas con flores
hojas

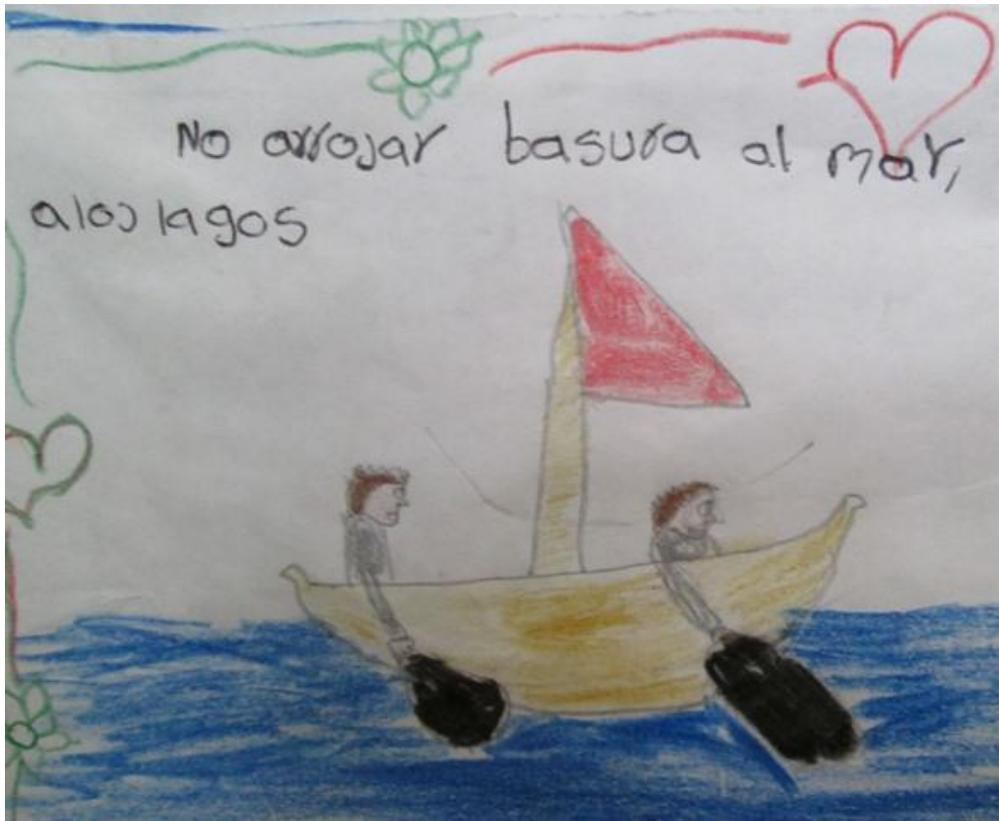


LAVADORA llena y
reutilizar esa agua



Cuidemos
el
agua

MASSARY
ADELA SANDOVAL



ANEXO III
ENTREVISTAS A DOCENTES DE LOS GRADOS 3° Y 4° DE PRIMARIA DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA AGUSTÍN FERNÁNDEZ

Entrevista Individual a Docentes N°1

Con este instrumento se propone indagar aspectos relacionados con las funciones, formas y tipos de comunicación pedagógica durante la interacción docente – alumno en un grupo de estudiantes de 3 y 4 de primaria de la Institución Educativa Distrital Agustín Fernández.

La información de esta entrevista es de carácter académico y los datos se manejarán en forma confidencial.

Los resultados de la misma son de gran relevancia para el énfasis de Comunicación Organizacional de Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

1. ¿Cuál es su nombre y apellidos?

= María Alvarado de Castañeda.

2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta institución educativa?

= 13 años.

3. ¿Podría indicarnos la(s) materia(s) que enseña actualmente?

= Matemáticas.

4. ¿En su quehacer docente qué características e importancia tiene la comunicación en el marco de la interacción con sus estudiantes?

= La comunicación es clave, cuándo hay una buena interacción con los estudiantes se logra avances notorios. Cuando por el contrario hay distanciamiento es difícil. Por eso lo mejor es una pedagogía con amor.

5. ¿En su opinión cuál es la importancia que tiene el emprendimiento para la formación personal del alumno?

= El emprendimiento es clave ya que permite que el alumno mire mas allá para promover su futuro, promover las habilidades que tiene para luego desempeñarse mejor. La importancia radica en las buenas bases y conocimientos que el estudiante tenga, la familiaridad que se tengan de los conocimientos bases para poderse proyectar a un futuro.

6. ¿Desde su asignatura usted promueve este emprendimiento?

= Quisiera hacerlo, pero a veces por cuestión de tiempo y de estructuras pedagógicas en el plantel educativo es difícil hacerlo.

7. ¿Cómo considera que se deben tratar temas de comunicación pedagógica para el emprendimiento en niños y niñas?

= Se debe tener una buena relación maestro- estudiante, ya que desde este punto se puede forjar los procesos comunicativos que logran forjar los temas de emprendimiento estudiantil.

Entrevista Individual a Docentes N°2

Con este instrumento se propone indagar aspectos relacionados con las funciones, formas y tipos de comunicación pedagógica durante la interacción docente – alumno en un grupo de estudiantes de 3 y 4 de primaria de la Institución Educativa Distrital Agustín Fernández.

La información de esta entrevista es de carácter académico y los datos se manejarán en forma confidencial.

Los resultados de la misma son de gran relevancia para el énfasis de Comunicación Organizacional de Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

1. ¿Cuál es su nombre y apellidos?

= Nora Dávila Cortes.

2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta institución educativa?

= 11 años.

3. ¿Podría indicarnos la(s) materia(s) que enseña actualmente?

= Lengua castellana e inglés.

4. ¿En su quehacer docente qué características e importancia tiene la comunicación en el marco de la interacción con sus estudiantes?

= Básica, porque a muchos de los estudiantes no les gusta escribir, la parte escrita no les gusta pero si les gusta comunicarse y expresarse. Hay que valorar eso en el estudiante, la comunicación. Y aparte que en el siguiente nivel que es la universidad hay muchas exposiciones, y a los niños les da miedo, les da pánico escénico pasar al frente a exponer, etc. Entonces para mi es importante que el chico participe, porque cuando un estudiante participa se comunica, y lo valoro y apruebo, nunca le digo que está mal, le explico los errores para estimularlo, pues si le dices desde un comienzo que está mal se contiene y no sigue participando.

5. ¿En su opinión cuál es la importancia que tiene el emprendimiento para la formación personal del alumno?

= Yo entiendo el emprendimiento en una manera de buscar hacer empresa, y para mi es muy importante, porque para mí lo importante es que el chico busque, forme su propia empresa y no depende de otras empresas sino que muchos busquen una estabilidad entre comillas, porque si tú buscas una empresa propia puedes ir surgiendo y es muy importante que los niños busquen esa parte de emprendimiento, la parte de formar empresas propias.

6. ¿Desde su asignatura usted promueve este emprendimiento?

= Claro, por ejemplo yo en la parte de literatura manejo mucho lo que son cuentos, poemas. Y tengo niños que han escrito libros, he incluso les publicaron el libro a dos estudiantes míos, unos

artículos de ellos. Yo les digo, escriban las experiencias y documenten un diario, hagan un cuento. Eso significa que pueden ir haciendo un cuento y lo publican. Y es una forma de tener su propia empresa, pues lo que usted siente lo va plasmando. También la parte del arte escénico, el hecho de que dramaticen también pueden ellos incursionar en otros ámbitos.

Aunque en ocasiones siento que dentro de las asignaturas se debería emplear más el emprendimiento y más aún que estamos hablando de estudiantes de primaria, en donde cualquier estímulo que se haga les sirve como guía para el futuro.

7. ¿Cómo considera que se deben tratar temas de comunicación pedagógica para el emprendimiento en niños y niñas?

= El tema de la comunicación al estudiante para que le sirve? Para expresarse, para poder elaborar bien las oraciones, para poder escribir bien, para saber escribir en un tablero y que no le dé pena que le falte una tilde. Esa es una forma de comunicación correcta. Aparte de eso, pues si tu sabes entender y quieres montar por ejemplo una valla publicitaria tienes que mirar que creatividad tienes para que las palabras que vayas a utilizar sean a tal punto adecuados para la publicidad que quieres hacer, todo enlazado entorno a la comunicación, por palabras, por símbolos, señas, por lo que sea, lo escrito lo oral es básico para cualquier empresa.

Entrevista Individual a Docentes N°3

Con este instrumento se propone indagar aspectos relacionados con las funciones, formas y tipos de comunicación pedagógica durante la interacción docente – alumno en un grupo de estudiantes de 3 y 4 de primaria de la Institución Educativa Distrital Agustín Fernández.

La información de esta entrevista es de carácter académico y los datos se manejarán en forma confidencial.

Los resultados de la misma son de gran relevancia para el énfasis de Comunicación Organizacional de Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

1. ¿Cuál es su nombre y apellidos?

= Olga Beatriz Castro.

2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta institución educativa?

= 16 años.

3. ¿Podría indicarnos la(s) materia(s) que enseña actualmente?

= Español y literatura.

4. ¿En su quehacer docente qué características e importancia tiene la comunicación en el marco de la interacción con sus estudiantes?

= Es la base de la comunicación para las relaciones humanas y obviamente en mi clase se le da mucho más énfasis, teniendo en cuenta las dificultades que tienen los estudiantes en diferentes habilidades comunicativas.

5. ¿En su opinión cuál es la importancia que tiene el emprendimiento para la formación personal del alumno?

= Es definitivamente fundamental porque los prepara con una nueva mentalidad para organizarse, para trabajar en equipo, para planear proyectos, y me parece que todo esto lo debe incorporar el joven a su proyecto de vida.

6. ¿Desde su asignatura usted promueve este emprendimiento?

= Realmente no y es porque a los docentes no se les explica la manera correcta de manejar temas de esta índole con los estudiantes.

7. ¿Cómo considera que se deben tratar temas de comunicación pedagógica para el emprendimiento en niños y niñas?

= Es bien sabida la dificultad que tienen en la comprensión de lectura y en la producción textual. Igualmente en la oralidad notamos unas deficiencias tremendas. Y con la influencia de tanta tecnología y medios de comunicación ya se nota el aislamiento de los chicos, dificultad para enviar mensajes de diferente tipo, inclusive la violencia es una forma de comunicación no verbal que también está trayendo tales dificultades.

Entrevista Individual a Docentes N°4

Con este instrumento se propone indagar aspectos relacionados con las funciones, formas y tipos de comunicación pedagógica durante la interacción docente – alumno en un grupo de estudiantes de 3 y 4 de primaria de la Institución Educativa Distrital Agustín Fernández.

La información de esta entrevista es de carácter académico y los datos se manejarán en forma confidencial.

Los resultados de la misma son de gran relevancia para el énfasis de Comunicación Organizacional de Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana.

1. ¿Cuál es su nombre y apellidos?

= Martha Villamizar.

2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta institución educativa?

= 12 años.

3. ¿Podría indicarnos la(s) materia(s) que enseña actualmente?

= Ciencias Naturales.

4. ¿En su quehacer docente qué características e importancia tiene la comunicación en el marco de la interacción con sus estudiantes?

= La comunicación es la base de todas las asignaturas. Si uno enseña las bases de la comunicación es importante porque dentro de todas las asignaturas se debería trabajar ese ámbito. Mientras yo no maneje muy bien el lenguaje, en este caso científico, pues yo no voy a poder expresarme adecuadamente en lo que me preguntan.

5. ¿En su opinión cuál es la importancia que tiene el emprendimiento para la formación personal del alumno?

= El emprendimiento debe ser una asignatura como todas, de relevancia, digamos de importancia, porque dentro del tema del emprendimiento, una persona emprendedora es aquella que aprende a solucionar problemas. Entonces yo pienso que desde todas las asignaturas se debería trabajar en las habilidades de todo tipo, en cuanto a la parte textual, escrita, en cuanto a la parte financiera, en cuanto al proyecto de vida, en cuanto a la parte de habilidades específicas de cada estudiante desarrollando en cada uno de ellos lo que más se destaca o le gusta.

6. ¿Desde su asignatura usted promueve este emprendimiento?

= Sí, yo trabajo bastante en eso. Me gusta mucho que ellos lean, que conozcan historias de personas que no tenían, porque muchas personas piensan que porque no tienen nunca van a tener, y digamos que una parte del emprendimiento es cambiar la manera de pensar del estudiante frente a ni tener esa mentalidad, digamos de persona pobre, como yo soy, mi familia fue entonces yo no puedo, sino mostrarles a ellos en las historias de la gente exitosa que ellos empezaron de ceros y ahora son muy exitosos.

7. ¿Cómo considera que se deben tratar temas de comunicación pedagógica para el emprendimiento en niños y niñas?

=Con estrategias pedagógicas y lúdicas en el aula.

ANEXO IV
Ley 1014 de 2006 sobre el fomento de la cultura del emprendimiento

Este documento resultó de referencia para el desarrollo de esta tesis. Un marco de contexto, una inspiración.

LEY 1014 DE 2006

(enero 26)

De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°. Definiciones

a) **Cultura:** Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;

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

c) **Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a acabo 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;

d) **Empresarialidad:** Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

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

f) **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

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;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

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

a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad,

asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;

b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;

c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;

d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

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

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

CAPITULO II

Marco Institucional

Artículo 5°. *Red Nacional para el Emprendimiento.* La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.

2. Ministerio de Educación Nacional.
3. Ministerio de la Protección Social.
4. La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
5. Departamento Nacional de Planeación.
6. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.
7. Programa Presidencial Colombia Joven.
8. Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.
9. Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
10. Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.
11. Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
12. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
13. Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
14. Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.
15. Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Parágrafo 1°. Los delegados deberán ser permanentes, mediante delegación formal del representante legal de la Institución o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional, podrá una vez se encuentre en funcionamiento y debidamente reglamentada “la Red para el Emprendimiento”, crear una institución de carácter mixto del orden nacional, que en coordinación con las entidades públicas y privadas adscritas, desarrollen plenamente los objetivos y funciones establecidas en los artículos 7° y 8° de esta ley respectivamente.

Artículo 6°. Red Regional para el Emprendimiento. La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.

3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
10. Un representante de los gremios con presencia en la región.
11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

Parágrafo. Los delegados deberán ser permanentes mediante delegación formal del representante legal de la Institución, o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Artículo 7°. Objeto de las redes para el emprendimiento. Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

- a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;
- b) Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;
- c) Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;
- d) Ser articuladoras de organizaciones que apoyan a acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;
- e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;
- f) Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Artículo 8°. Funciones de las Redes para el Emprendimiento. Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

- a) Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas “SISEA empresa”, el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial;
- b) Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;
- c) Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red;

- d) Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;
- e) Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;
- f) Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros Invima, sanitarios, entre otros);
- g) Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos;
- h) Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;
- i) Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;
- j) Emitir avales a los planes de negocios que concursan para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

Artículo 9°. *Secretaría Técnica.* La Secretaría Técnica será el instrumento operativo de las redes de emprendimiento encargada de coordinar todas las acciones de tipo administrativo, y deberá cumplir entre otras con las siguientes funciones:

1. Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento.
2. Presentar informes mensuales a los integrantes de la red sobre las acciones y programas realizados en torno al emprendimiento.
3. Impulsar el desarrollo de las funciones asignadas a la red.
4. Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el Emprendimiento.
5. Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora en la región.
6. Las demás asignadas por la red.

Parágrafo. La Secretaría Técnica de cada red se encargará de su propia financiación, organización e instrumentación de sus respectivas sedes.

Artículo 10. *Mesas de trabajo de la red de emprendimiento.* Las mesas de trabajo son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.

Artículo 11. *Objeto de las mesas de trabajo.* Las mesas de trabajo conformadas por las redes de emprendimiento tendrán el siguiente objeto:

1. **Sensibilización:** Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado, orientado a motivar a la gente para que se involucre en el emprendimiento. Lograr masificación del mensaje con una utilización más eficiente de los recursos.
2. **Formación:** Unificar criterios de formación. Formar Formadores. Extender la Formación a colegios públicos y privados.

3. **Preincubación:** (Planes de Negocio): Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocios orientado a simplificar procesos en la región y adecuarlos a la toma de decisiones de inversionistas y del sector financiero.

4. **Financiación:** Impulsar y recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región, permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresas del sector real. Además deben proponer nuevos mecanismos viables de estructuración financiera (capital semilla, capital de riesgo, préstamos, financiación e inversionistas) a nivel nacional e internacional.

5. **Creación de Empresas:** La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su autosostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.

6. **Capacitación Empresarial y Sostenibilidad:** Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.

7. **Sistemas de Información:** Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los programas de formación de emprendedores.

Parágrafo. Las redes, podrán de acuerdo con su dinámica de trabajo establecer parámetros distintos en cada región e implementar nuevas mesas de trabajo de acuerdo con sus necesidades.

CAPITULO III

Fomento de la cultura del emprendimiento

Artículo 12. *Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.* Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;

b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;

c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;

d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 13. *Enseñanza obligatoria.* En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación

básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.

2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.

3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.

4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia.

Parágrafo. 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.

Artículo 14. Sistema de información y orientación profesional. El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Icfes, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias, y el sector productivo, establecerá en un plazo máximo de (1) un año, un Sistema de Información y Orientación Profesional, Ocupacional e investigativa, que contribuya a la racionalización en la formación del recurso humano, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional.

Artículo 15. Formación de formadores. El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, coordinará a través de las redes para el Emprendimiento y del Fondo Emprender y sus entidades adscritas, planes y programas para la formación de formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 16. Opción para trabajo de grado. Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Artículo 17. Voluntariado Empresarial. Las Cámaras de Comercio y los gremios empresariales podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores y realicen acompañamiento en procesos de creación de empresas.

Artículo 18. *Actividades de Promoción.* Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades:

1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.
2. Macrorrueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.
3. Macrorruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.
4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures).
5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.
6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de empresas: Apoyo financiero para el desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, incubadoras de empresas y ONG.

Parágrafo. *Recursos.* El Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las Areas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras.

Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo.

Artículo 19. *Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento.* Quienes se vinculen con proyectos de emprendimiento a través de la red nacional o regional de emprendimiento, tendrán como incentivo la prelación para acceder a programas presenciales y virtuales de formación ocupacional impartidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, a acceso preferencial a las herramientas que brinda el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la dirección de promoción y cultura empresarial, como el programa emprendedores Colombia.

De igual manera podrá acceder de manera preferencial a los servicios y recursos manejados a través de las entidades integrantes de las redes.

Artículo 20. *Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas.* Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitarán al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas

de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes.

Artículo 21. Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública. La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, deberá conceder espacios en la televisión pública para que se transmitan programas que fomenten la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 22. Constitución nuevas empresas. Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.

Parágrafo. En todo caso, cuando se trate de Sociedades en Comandita se observará e requisito de pluralidad previsto en el artículo 323 del Código de Comercio.

Artículo 23. Reglamentación. Se exhorta al Gobierno Nacional para que a través de los Ministerios respectivos, reglamente todo lo concerniente al funcionamiento de las redes para el Emprendimiento, durante los tres (3) meses siguientes a la sanción de esta ley.

Artículo 24. Vigencia. La presente ley entrará a regir a partir de su promulgación.

La Presidenta del honorable Senado de la República,

Claudia Blum de Barberi.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Julio E. Gallardo Archbold.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 26 de enero de 2006.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Viceministro de Comercio Exterior, encargado de las funciones del Despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo,

Eduardo Muñoz Gómez.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, M. (2004), *La pedagogía de la diversidad: Una propuesta de inspiración humanista*, Chile, Editorial BBS.

Asencio, J. (2004), *Una educación para el diálogo*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

Bances, A. (2009), *Diagnóstico de comunicación en las organizaciones*, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Escobar, F. (2004), *Las interacciones profesor estudiante en los procesos formativos*. [Tesis de Maestría], [CD-ROOM], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Maestría en Educación.

Jaramillo, L. (2008) *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*, Colombia, Editorial Universidad del norte Lumen.

Moreno, L. (2004, febrero) “La Comunicación en la Educación formal”, en *Revista Razón y Palabra*, en línea], núm. 37, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n37/lmoreno.html/>, recuperado: 28 de noviembre de 2011.

Sepúlveda, S. (2008), *Emprendedores en el aula*, Editorial Fundación para la Educación, el Desarrollo y la Cultura Regional, La pampa Chile, FUNDAR.

Kaplún, M. (1998) *Una pedagogía de la comunicación*, España, Ediciones de la torre.

Torres, M. “Pedagogía del lenguaje viviente para comprometer la mente y el corazón en acción empoderante”, en *Revista Iberoamericana de Educación* [en línea] núm. 47, disponible <http://www.rieoei.org/deloslectores/1712Torresv2.pdf>, recuperado: 4 de abril del 2012.

Ley 1014 DE 2006 (enero 26) De fomento a la cultura del emprendimiento. El Congreso de Colombia Decreta: Capitulo I Disposiciones generales. Artículo 1°. Definiciones, Artículo 2°.

Pérez, R. (2006), *Estrategias de Comunicación*, España, Editorial Ariel, S.A.

Rizo, M. (2005) “Interacción y comunicación en entornos educativos”, *Revista Iberoamericana de Educación*, [en línea], disponible en: <http://www.compos.org.br/seer/index.php>, recuperado: 28 de noviembre de 2011.

Valverde, M. (2009, Agosto) “La comunicación pedagógica: Elemento transformador de la práctica educativa”, en *Revista Actualidades Investigativas*, [en línea], núm. 2, disponible en http://revista.inie.ucr.ac.cr/uploads/tx_magazine/comuni.pdf, recuperado: 12 de marzo de 2012.