



## **Educación para el emprendimiento. Un eje integrador de experiencias para el aprendizaje.**

33

ROSMIRA SALAZAR.

ROSMISA7@HOTMAIL.COM

LICENCIADA EN EDUCACIÓN INTEGRAL MENCIÓN CIENCIAS SOCIALES.

ESPECIALISTA EN EDUCACIÓN RURAL.

DOCENTE DE AULA. ESCUELA BOLIVARIANA MARIÑO DE TOVAR

MORABIA MÉNDEZ

INGENIERO DE PRODUCCIÓN ANIMAL. LICENCIADA EN EDUCACIÓN MENCIÓN EDUCACIÓN

PARA EL TRABAJO Y DESARROLLO ENDÓGENO. ESPECIALISTA EN EDUCACIÓN RURAL.

DOCENTE DE LA UNIDAD EDUCATIVA FELISA ELUSTONDO

RECIBIDO: 10/11/14 REVISADO:01/02/15 ACEPTADO:20/05/2015

### **Resumen**

Este trabajo tuvo como objetivo proponer acciones basadas en el emprendimiento como eje integrador a fin de facilitarle a los estudiantes de sexto año de Educación Media Técnica en agropecuaria, mención producción pecuaria, criterios básicos para la realización de un plan de negocio en la Unidad Educativa "Hermana Felisa Elustondo" Fe y Alegría, municipio Tovar del estado Mérida. Para lograr este objetivo se empleó la investigación de campo, bajo un modelo de proyecto factible, con diseño de investigación no experimental: transeccional-descriptivo. El estudio situacional arrojó resultados que permitieron determinar las limitaciones formativas respecto a los criterios básicos que debe tener un plan de negocio o idea de emprendimiento por parte de los estudiantes sujetos de estudio. Sobre la base de esta realidad se diseñó una propuesta que tuvo como fin sensibilizar a los estudiantes para que logren descubrir su potencial para el emprendimiento, así como facilitar conocimientos y experiencias que les permita organizar sus propias ideas de negocio.

Se pudo concluir que educar desde las aulas las competencias básicas emprendedoras, tal como: conocer cuáles son los elementos básicos de un proyecto y aprender a utilizarlos, desarrollar el proyecto con creatividad, aprender a aprovechar las oportunidades, iniciar negocios a partir de una idea innovadora y contribuir con el país para dar el giro hacia el emprendimiento; le permite a los jóvenes promover en cada uno su inmenso capital emprendedor. A la vez que le permite al estudiante acceder a oportunidades para identificar objetivos de aprendizaje y así aprender de forma autónoma.

Palabras claves: Educación, emprendimiento, experiencias, aprendizaje.

### **Education for entrepreneurship. An integrating axis of learning experiences.**

## **34 Abstract**

This work aimed to propose actions based on entrepreneurship as integrating axis to provide students of sixth year of secondary technical education in agriculture, mention livestock production basic criteria for carrying out a business plan in the Education Unit "Sister Felisa ELUSTONDO Fe y Alegría, in the Tovar Municipality, Merida state. To achieve this work researches use a field research under a feasible project model with non-experimental research design: transeccional-descriptive. The results allowed diagnose educational weaknesses regarding the basic criteria that should have a business plan or idea of entrepreneurship by students subject of study. Based on this reality was design a proposal that was aimed at sensitizing students to achieve their potential to discover entrepreneurship and facilitate knowledge and experience to enable them to organize their own business ideas. It was concluded that educate from the classroom the basic entrepreneurial skills such as: know how to use the basic elements of a project, how to develop the project with creativity, to seize opportunities, to start business from an innovative idea and contribute with the country to the shift towards entrepreneurship; It allows young people to promote in each his immense entrepreneurial capital. At the same time that allows students to access opportunities to identify learning objectives and to learn independently.

Key words: entrepreneurship, business plan, business education, creativity.

### **Introducción**

Diversos estudios demuestran que los emprendedores son personas innovadoras, gerentes, auténticas, son las que crean nuevas formas para sus propias organizaciones, gozan de su labor porque les parece



estimulante y significativo. Las personas innovadoras se caracterizan porque imaginan, adecuan, exploran y promueven ideas hasta transformarlas en nuevas oportunidades.

En este sentido, se puede decir que una persona emprendedora identifica oportunidades para luego congrega y motiva los recursos necesarios para lograr los objetivos. De esta manera, la educación cumple una función relevante en el fortalecimiento del espíritu creador, para ello puede desarrollar el emprendimiento como eje integrador que transversalice el currículo con el fin de sensibilizar a los estudiantes y capacitarlos para que puedan emprender ideas de negocios. El emprendimiento puede ser un eje integrador que permita articular el aprender a ser, a conocer, a hacer y a convivir, al tiempo que puede permitir el desarrollo armónico de los aspectos cognitivos, afectivos, axiológicos y prácticos.

Así, los docentes se convierten en guías importantes en la motivación y orientación del liderazgo y del emprendimiento en los adolescentes y jóvenes. Deben dar a conocer a los estudiantes que detrás de una gran empresa, negocio u organización existen espíritus emprendedores. A través de la formación constante, los profesores colaboran con los estudiantes para que éstos identifiquen las oportunidades que surgen del medio ambiente donde habitan o en otros lugares a fin de que puedan organizar las ideas, los recursos, se planteen objetivos y metas. Deben hacer que cada uno comprenda que el emprendimiento se caracteriza por el espíritu constante de innovación y que éste se conjuga con el autoconocimiento personal y la autoconfianza en las propias habilidades y capacidades.

Esta investigación responde a la necesidad de proponer acciones basadas en el emprendimiento como eje integrador a fin de proporcionarles a los estudiantes de sexto año criterios básicos para la realización de un plan de negocio en la Unidad Educativa "Hermana Felisa Elustondo" Fe y Alegría, municipio Tovar del estado Mérida. Fue relevante realizar una investigación bajo el enfoque cuantitativo y el método descriptivo porque los adolescentes y jóvenes son el futuro de esta sociedad y necesitan que se les forme en el emprendimiento de manera transversalizada, es decir, que el plan de negocios debe ser nutrido por todas las áreas de aprendizaje. En síntesis, la formación de los estudiantes va desde ayudarlos a identificar las oportunidades, hasta elaborar un plan de negocio que tome en cuenta los criterios básicos como: el mercado, el perfil del consumidor, determinación del producto o servicio definitivo, sistema de negocio, infraestructura, materiales y equipos. Así como el equipo de trabajo, modelo de ingresos, análisis económico, proyección de ventas y la responsabilidad social, entre otros criterios. Todos estos elementos viabilizados a partir de las intencionalidades didácticas para innovar, ser originales, transformadores del contexto local.



## MARCO TEÓRICO

### Antecedentes

Valenzuela (2012) realizó una investigación titulada diseño de evaluación de impacto para programas de emprendimiento escolar en Chile, la metodología se desarrolló con los pasos de un diseño de evaluación de impacto. Se caracterizaron 37 programas de fomento al emprendimiento que cuentan con financiamiento de CORFO y se presentó un diseño de evaluación de impacto para estos programas. Dentro de las conclusiones que se pueden obtener del desarrollo de este seminario, se tiene que la evaluación de impacto es fundamental y debe estar considerada en la implementación de los programas. El autor sostiene que los programas de emprendimiento deben implementarse considerando grupos de control y tratamiento homogéneos a fin de establecer variables que midan la eficacia del programa.

36

El aporte que representa esta investigación es significativo debido a que se hace evidente dentro de la evaluación de impacto que en el emprendimiento existen tres factores fundamentales como lo son la deseabilidad percibida la cual hace referencia a que tan atractiva es la idea para el individuo. La viabilidad detectada que se relaciona con qué tan viable es el emprendimiento dentro de las posibilidades y condiciones con las que cuenta el individuo y la propensión a actuar que consiste en la capacidad de decidirse por realizar el emprendimiento. Tiene que ver con la rapidez en la toma de decisiones y el grado de aversión al riesgo. Estos tres factores deben verse reflejados en el programa de formación que se desee implementar en jóvenes para promover el emprendimiento.

Julca, (2011), realizó un estudio cuyo objetivo fue evaluar el desarrollo de factores Básicos de Competencia de Emprendimiento Empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres (Lima, Perú) con la finalidad de establecer una relación entre el desarrollo de dichas competencias y los rasgos propios de cada alumno (nivel socioeconómico, edad biológica y entorno familiar). Se desarrolló bajo el diseño comparativo, la población estuvo conformada por 975 estudiantes de Hotelería y Turismo de la Universidad San Martín de Porres matriculados en el semestre académico 2011, la muestra fue de 706.

Se obtuvo como resultado que los rasgos propios (nivel socioeconómico, sexo, entorno familiar, características personales) de los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres tienen una estrecha relación con el desarrollo de los factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial.

Se recomienda que las universidades deben potenciar la com-



petencia de emprendimiento para que las personas se puedan auto emplear y generar proyectos en diversos campos que les posibiliten los ingresos a escenarios para vivir. El aporte que le hace la investigación al presente estudio radica en que la escuela y la universidad deben desarrollar iniciativas para formar en competencias de emprendimiento a sus estudiantes.

Otero (2005) realizó una investigación titulada diseño de un modelo para promover emprendimiento para estudiantes de secundaria en grados 10 y 11 de estratos 1,2 y 3 en Colombia. El estudio estuvo enfocado a cumplir los pasos de un proyecto factible. El diagnóstico permitió conocer que los jóvenes de los estratos 1,2 y 3 no alcanzan a llegar a la universidad por lo que se dedican a trabajar en economías informales sin las competencias básicas. El autor concluye que es necesario hacer investigaciones de temas emergentes como la inversión en tecnología y los procesos académicos.

La investigación se relaciona con el actual estudio porque se empleó como muestra a jóvenes, pudiéndose detectar una realidad que es parecida a la del contexto venezolano y del área de estudio.

Bases Teóricas

### ¿Qué es el emprendimiento?

En la actualidad muchos autores lo asumen como sinónimo de innovación, cambio y toma de riesgos. Drucker (1986), Del Teso (2000) y Varela (2001) coinciden en darle relevancia al desarrollo emocional del individuo cuando se habla de emprendimiento. En este sentido, la motivación intrínseca y extrínseca debe reflejarse en el deseo de crear y mantener la empresa. Así se debe generar espacios que promuevan el desarrollo de las características propias de cada emprendedor.

De esta manera, desde una perspectiva psicológica los autores antes citados concuerdan en expresar que el emprendimiento es “una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto que puede definirse como característica de su comportamiento y bajo la cual el comportamiento orientado hacia la tarea puede clarificarse en forma lógica y fiable” (p. 12). Así se puede esclarecer que existen conductas que obstaculizan y otras que influyen en la cultura de emprendimiento.

En síntesis la educación debe contribuir con la formación de los jóvenes emprendedores incorporando lo más avanzado de la ciencia y de la técnica. Con el fin de que los estudiantes estén en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y guiarlo para que comience a actuar como emprendedor en su rol de estudiante. El emprendedor debe conocer cuáles son las claves que pueden contribuir al éxito de la empresa o idea de negocio.



El emprendimiento como eje integrador debe fomentar el espíritu creador, la originalidad y las nuevas prácticas que superen las debilidades del contexto sociocomunitario. Asimismo, debe estar enfocado en la formación de un ciudadano con sentido social comprometido con la honestidad, el ingenio y el respeto por los semejantes y por ambiente natural.

### **Elementos necesarios en la idea de negocio para el emprendimiento como eje integrador**

Lo ejes integradores son elementos que caracterizan la transversalidad y ésta es entendida como una estrategia docente en la que el conocimiento es definido como una construcción social que sirve como herramienta para mejorar los procesos sociales, culturales, educativos y económicos. La transversalidad permite en todos los niveles educativos estudiar la realidad del estudiante, tratar a las áreas para reinterpretar las realidades, comprender las realidades desde distintas aristas pero comprendiendo que todo forma parte de un sistema y que cada área debe aportar herramientas instrumentales e interpretativas de la realidad. Así, el emprendimiento interpretado desde una perspectiva transversal debe reflejar la necesidad de permitir el trabajo significativo y relevante del alumnado ayudarlo para que pueda junto con su familia y la sociedad resolver algunas dificultades que le plantea su vida personal, social y profesional. Existen algunos elementos necesarios en la idea de negocio para el emprendimiento como eje integrador, a continuación se detallan cada uno de ellos, tomando las ideas de González, (2011):

38

#### **Mercado**

Es el total de clientes actuales o potenciales cuyas necesidades las puede compensar el producto o servicio que se desea desarrollar. Es el grupo de personas que estarían dispuestos a comprar el producto elaborado o a utilizar el servicio prestado,

#### **Perfil del consumidor**

El perfil del consumidor o del cliente hace referencia a las características que lo describen. En la medida en que se conoce el perfil del consumidor o del cliente el producto o servicio que se desarrolla podrá satisfacer más las necesidades.

#### **Análisis de competencia**

Así como es relevante conocer los clientes también lo es saber cuáles son las características de la competencia tanto de los productos o servicios como de las personas o empresas que los producen. Analizar la competencia permite que se pueda crear un producto o prestar un servicio diferente y mejor, con esto se puede lograr que el cliente lo elija primero que el de la competencia.



## Investigación de mercado

La investigación de mercado consiste en recopilar, procesar y analizar la información, respecto a temas relacionados con el mercadeo, como: mercado, clientes, competidores.

Para organizar y definir claramente el plan de mercadeo es necesario algunos elementos básicos, estos son:

**Producto o servicio:** Es el bien o servicio que el negocio va a producir o prestar con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes de un mercado objetivo.

**Precio:** Es el dinero que recibirás por la venta del producto o la prestación de un servicio. Existe una comparación que el cliente siempre va a hacer y es la relación el precio y la calidad. El cliente siempre comparará consciente o inconscientemente lo que está pagando con lo que está recibiendo.

**Plaza (distribución):** Es el lugar donde se piensa vender o comerciar el producto o servicio aquí se toma en cuenta la voluntad que se requiere para hacerle llegar al cliente el producto o servicio.

**Promoción:** Tiene que ver con las acciones como ventas, ofertas, publicidad y relaciones públicas que permiten que los clientes conozcan el producto o servicio.

## Propuesta de Valor único (El Producto)

Los productos son los bienes tangibles o intangibles que se pueden vender, intercambiar o regalarse. Son los atributos de valor que recibirá el cliente o usuario con el producto. Estos atributos deben hacer que el cliente esté satisfecho completamente y hacerlo sentir que es el mejor producto o servicio que puede recibir.

## Procesos

Los procesos son los pasos organizacionales que permiten entregar al cliente la propuesta de valor. Estos pasos se interconectan, se ejecutan en un tiempo determinado y un número identificable de “entradas” y “salidas” son los responsables de ofrecerle al cliente un resultado de valor de distinta naturaleza. Según Silva (2010) existen algunos procesos básicos involucrados cuando se quiere desarrollar un producto y/o servicio:

- Proceso de diseño: hace referencia a la creación del producto
- Proceso de producción: es la transformación de materias primas y/o insumos de diferente naturaleza en productos y servicios.
- Proceso de compra: es la adquisición de los insumos y las materias primas que se necesitan para realizar el proceso de producción.



- Proceso de comercialización o venta: Cuando el sistema de negocio tiene como fin obtener ingresos se debe incorporar al sistema el proceso de comercialización o venta.
- Proceso de administración: el proceso de administración hace referencia a que los recursos deben disponerse y conducirse de manera adecuada con el fin de aminorar los costos y lograr mejor y mayor rendimiento.

### **Equipo de trabajo**

Para llevar al mercado un producto y/o servicio se necesita del capital humano, éste lo integra el grupo de personas que acompañan al emprendedor en su tarea. El equipo humano debe estar compuesto por personas que tengan distintas actitudes, valores, cualidades, conocimientos, habilidades y destrezas.

### **Análisis económico**

40

Luego de haber realizado el estudio de mercado y haber definido el sistema de negocio se debe hacer el análisis económico, éste consiste en poner en práctica acciones que permitan conocer si el negocio es rentable o no, es decir, si se está ganando o perdiendo.

En síntesis, la escuela debe asumir un nuevo reto e innovación para la mejora en el significado de los aprendizajes. En tanto, se debe ofrecer a los adolescentes y jóvenes una formación adaptada a las distintas situaciones, intereses de los educandos, habilidades y ritmos de aprendizajes. La transversalidad es comprendida como una estrategia con la que cuenta el docente para integrar el conocimiento, el procedimiento y los valores. Se piensa que a través de puentes de unión entre el aprendizaje académico y el aprendizaje natural-práctico se puede lograr que el estudiantado desarrolle habilidades que les permitan aprender más fácilmente y que puedan ejecutar lo aprendido, además de ofrecer la oportunidad para que se desarrolle en la esfera del progreso social, cultural y económico. Hay que resaltar que la enseñanza no puede entenderse aislada sino en mutua dependencia de lo social, de lo cultural y de lo personal. Cultura y sociedad posibilitan el qué, para qué y por qué de la enseñanza y el marco de presiones, instituciones, orientaciones... e incluso las variaciones o disgregaciones posibles. (González Soto, 2002).

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **Tipo de investigación**

El estudio estuvo enmarcado dentro de la modalidad metodológica de una investigación de campo, debido a que se tomaron los datos directamente en la institución involucrada en la investigación, a través



del cuestionario, Tamayo y Tamayo (2001), señalan que “la investigación de campo recoge los datos de una manera directa en el ámbito real donde ocurren naturalmente los hechos a considerar” (p. 117).

Para lograr el propósito de este estudio se llevó a cabo una investigación descriptiva que permitió especificar las propiedades del emprendimiento, así como los criterios básicos para planificar y desarrollar una idea de negocio. Para llevar a cabo el análisis de esta investigación se seleccionó el método cuantitativo, debido a que la evaluación fue sometida a los criterios de confiabilidad y de validez y además el método cualitativo, porque se utilizó la inferencia inductiva, el cual centra el análisis en la descripción de los resultados obtenidos. Se requiere de la necesidad de utilizar instrumentos y técnicas como vía para llegar a la meta preestablecida.

La clasificación de esta investigación en la citada modalidad y tipología responde a que el estudio permitió diagnosticar los conocimientos que poseen los estudiantes respecto a un plan de negocio, sobre estas informaciones se proyecta un plan mediante un diseño de investigación no experimental: transeccional-descriptivo, debido a que se originó sobre la base a un número de variables que tiene por objeto guiar la búsqueda de información válida en su contexto natural en un solo momento para determinar y analizar las necesidades e identificar el problema concreto, sin embargo estas variables no fueron manipuladas deliberadamente durante el estudio. .

De esta manera, la investigación también se enfocó bajo un modelo de proyecto factible, según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2012) consiste en la “Elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable o una solución posible a un problema de tipo práctico, para satisfacer necesidades de una investigación o grupo social” (p.7).

### **Población y muestra**

La población estuvo integrada por 17 estudiantes de sexto año de Educación Media Técnica en agropecuaria, mención producción pecuaria de la Unidad Educativa “Hermana Felisa Elustondo” Fe y Alegría, municipio Tovar del estado Mérida.

El tipo de muestra que se eligió para este estudio fue la censal porque se eligió el 100% de la población, es decir los 17 estudiantes de sexto año. Se puede decir que estos estudiantes en su mayoría se están formando en la institución desde los primeros años en la especialidad de agropecuaria, un número importante de ellos provienen del medio rural y zonas periurbana, son educandos que su mayoría son mayores de edad, un número importante de los estudiantes no continúan sus estudios universitarios por lo que se inician en el mundo



laboral, en tal sentido, ofrecerles una formación en el área de emprendimiento e idea de negocio se justifica debido a que ellos podrían organizar sus propios negocios.

Para la recolección de los datos, se decidió aplicar la técnica de la encuesta. Esta técnica se operacionalizó a través de un cuestionario, estructurado por 12 preguntas cerradas y categorías de respuestas, estas son completamente (5), aceptablemente (4), regular (3), poco (2) y nada (1). El contenido del instrumento estuvo referido a buscar información con el fin de diagnosticar los conocimientos que poseen los estudiantes respecto a un plan de negocio, se empleó el análisis inferencial para analizar los cuadros con los datos obtenidos en el cuestionario, obteniendo respuestas con el fin de establecer comparaciones con el problema planteado.

### RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA

#### Resultados del cuestionario aplicado a los estudiantes

42

Cuadro 5  
Resultados obtenidos en la variable emprendimiento  
Dimensión: Situaciones de negocio. Indicadores: Iniciativa empresarial y Responsabilidad social

Interrogantes	Frecuencia					Porcentaje				
	C	A	R	P	N	C	A	R	P	N
1. ¿En qué medida has pensado en una oportunidad o situación de negocio que te gustaría emprender?	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	17					100				
2. ¿Qué tan claro tienes las metas empresariales o de negocio?						100				
						17				
3. ¿Sabes qué es el emprendimiento?						100				
						17				

C: Completamente (5); A: Aceptablemente (4); R: Regular (3); P: Poco (2); N: Nada

(1).

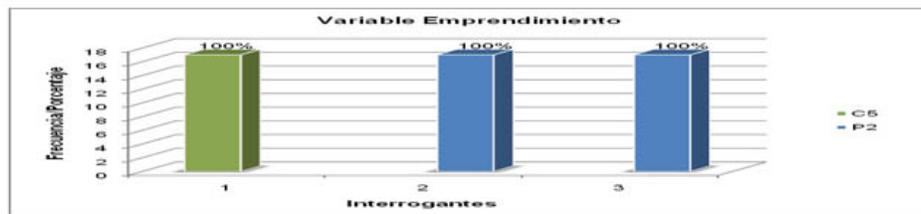


Gráfico 3. Resultados obtenidos en la variable emprendimiento. Dimensión: Situaciones de negocio. Indicadores: Iniciativa empresarial. Responsabilidad social.

En síntesis de estas tres interrogantes se concluye que el 100% de la muestra sí ha pensado en una idea de negocio, aspecto que se considera clave pues si ésta no existe sería imposible orientar al estudiantado en un proceso de formación para que sean verdaderos



emprendedores de su propio negocio, por otra parte, una idea de negocio es la oportunidad que se traduce en productos y/o servicios. También, se conocieron dos aspectos relevantes, el primero tiene que ver con las metas que se propone la idea de negocio, aquí los estudiantes no las tienen clara, se sabe que las metas de la idea de negocio es la que permitirá determinar con claridad cuál es el producto y/o servicio que quieres ofrecer y cuáles son sus principales ventajas o atributos, al mismo tiempo son las que permiten pensar en determinar los aspectos generales y operativos del emprendimiento.

El segundo aspecto que se conoció hace referencia a que el estudiantado no tiene claro qué es el emprendimiento, aspecto considerado necesario comenzar a trabajar a fin de orientar y lograr que los estudiantes diseñen los diferentes procesos que requieren para desarrollar el producto y/o servicio desde su creación hasta que el mismo esté en manos del consumidor o cliente.

**Cuadro 6**  
 Resultados obtenidos en la variable plan de negocio  
 Dimensión: criterios básicos. Indicadores: Idea de negocio. Estudio de mercado. Análisis de la competencia. Perfil del consumidor. Servicio al cliente. Proceso de comercialización. Modelo de ingresos

Interrogantes	Frecuencia					Porcentaje				
	C	A	R	P	N	C	A	R	P	N
4. ¿En qué medida piensa usted que el bien o producto que te gustaría producir está claro?	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. ¿En qué medida piensa usted que el conocimiento que se tenga del contexto social-geográfico-cultural deben ser tomados en cuenta en la idea de emprendimiento?	1	7				100				
6. ¿Qué tan claro tiene los criterios básicos para organizar un plan de negocio o de mercado?				7	1				41.1	58.8
7. ¿Qué tan de acuerdo está usted en que se debe conocer la competencia a fin de definir el plan de mercado?						10				0
8. ¿En qué medida piensa usted que conocer el perfil del consumidor puede satisfacer un mayor número de necesidades?	1					10				0
9. ¿En qué medida piensa usted que los clientes son la razón de ser del producto o servicio?	1					10				0
10. ¿Qué tan claro tiene las capacidades organizacionales de gestión que debe desarrollar la idea de emprendimiento?				7	1				41.1	58.8
11. ¿Qué tan claro tiene las distintas formas de hacer negocio?						17				10
12. ¿Tienes claridad al hacer un análisis económico?						17				10
										0

Completamente (5); Aceptablemente (4); Regular (3); Poco (2); Nada (1).

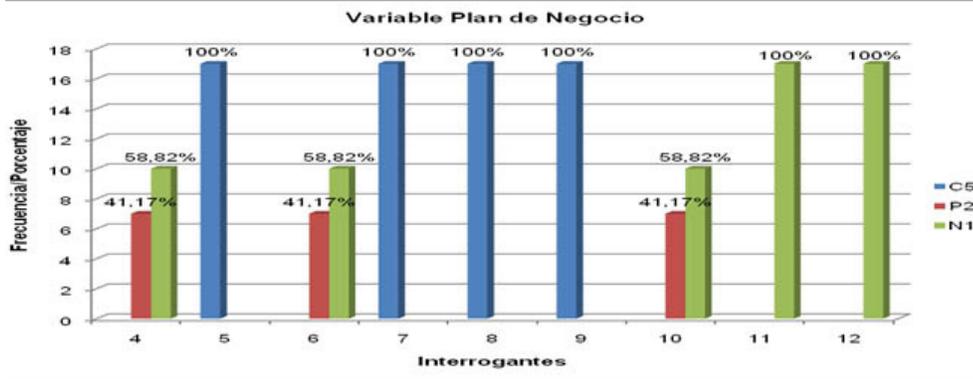


Gráfico 4. Resultados obtenidos en la variable plan de negocio. Dimensión: Criterios Básicos. Indicadores: Idea de negocio. Estudio de mercado. Análisis de la competencia. Perfil del consumidor. Servicio al cliente. Capacidad organizacional. Modelo de ingresos.

44

En síntesis, se detecta debilidades formativas respecto a los criterios básicos que debe tener un plan de negocio o idea de emprendimiento por parte de los estudiantes objeto de estudio. En tal sentido, se justifica que el plan de acción contenga los criterios mínimos que necesita el plan de negocios a fin de lograr que el estudiantado descubra nuevas oportunidades de negocio y emprendimiento. Más aún cuando en el país se necesitan ideas innovadoras, exitosas y creativas, detrás de las cuales haya personas motivadas, emprendedores que busquen cumplir sus objetivos de vida a través de una iniciativa empresarial.

## PROPUESTA

La propuesta fundamentada en una serie de acciones basadas en el emprendimiento como eje integrador se ostenta como una alternativa confiable para los estudiantes de la mención pecuaria de la Unidad Educativa "Hermana Felisa Elustondo" Fe y Alegría, municipio Tovar del estado Mérida porque permitirá que éstos se formen con los criterios básicos que les permitan realizar un plan de negocio en lo que a ellos más le llame la atención para que en un futuro no muy lejano puedan emprender pequeñas empresas basadas en el valor de responsabilidad social y el buen desempeño.

La Unidad Educativa "Hermana Felisa Elustondo" Fe y Alegría, ubicada en el municipio Tovar del estado Mérida está ubicada en un sector rural del municipio y los estudiantes que allí acuden son provenientes en su mayoría también de este sector y zonas aledañas. Esta característica le imprime a la institución y a su contexto una situación especial, debido a que los planes y proyectos educativos que aquí se desarrollan van dirigidos al desarrolla agrícola y pecuario. Fe y Alegría como institución educativa ha querido proyectar a sus





estudiantes como técnicos medios formados integralmente con suficientes ideas de emprendimiento para que éstos logren posicionarse un lugar relevante en la sociedad sintiendo orgullo por lo que hacen o desean hacer. La idea de emprendimiento como eje integrador que ha querido desarrollar Fe y Alegría como institución dedicada a la educación de los jóvenes en todo el mundo está fundamentada en la Organización Internacional del Trabajo en el marco del Programa Conjunto “Promoción del Empleo, el Emprendimiento de Jóvenes y Gestión de la Migración Laboral Internacional Juvenil” del Sistema de las Naciones Unidas en algunos países de Latinoamérica. El Programa Conjunto es financiado por el Fondo PNUD-España para el logro de los objetivos de desarrollo del milenio. Los organismos de la ONU (y organismos asociados) participantes en el Programa Conjunto son el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Esta propuesta se conformó en dos partes o etapas en la primera se plantea la sensibilización con temas y ejes necesarios para que el estudiante reflexione de forma organizada sobre la posibilidad de ser él mismo su propio jefe del negocio que más le guste. La segunda parte hace referencia a acciones más académicas que buscan promover la formación integral en los temas que han de tener en cuenta para que la idea de emprender se convierta en realidad. En esta etapa los estudiantes escucharán las explicaciones de los docentes, oirán a sus compañeros y expondrán ellos mismos las ideas producto del análisis. Además desarrollarán ejercicios los cuales deben aplicar a la propia realidad. En síntesis los estudiantes al final de las acciones serán capaces de elaborar un plan de negocio.

45

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

La Unidad Educativa “Hermana Felisa Elustondo” Fe y Alegría ubicada en el municipio Tovar del estado Mérida adolecía de un diseño de acciones basadas en el emprendimiento como eje integrador a fin de proporcionarles a los estudiantes los criterios básicos para la realización de un plan de negocio. Entendiéndose por emprendimiento un sistema de actividades humanas diseñadas bajo un cierto orden (organización) de tal manera que permitan el desarrollo de productos y/o servicios dirigidos a un determinado mercado.

En el transcurso de la investigación se pudo dar respuesta a las interrogantes planteadas al inicio del estudio. La primera se desarrolló con el diseño, implementación y análisis de las respuestas obtenidas con la aplicación de un cuestionario a los estudiantes. De aquí se obtuvo que los mismos desconocían los criterios básicos para la

realización de un plan de negocio. Aspecto que permitió sustentar el diseño de acciones basadas en el emprendimiento, éstas fueron organizadas en tres fases sensibilización, formación y organización del negocio, la esencia de las acciones radica en que se quiere hacer énfasis en la práctica y no en la teoría. La idea es que durante el desarrollo de las acciones los estudiantes logren definir su plan de negocios con la cooperación del docente y el aporte de los compañeros. También se requiere de apoyo logístico y de condiciones académicas y administrativas especiales que permitan enriquecer cada una de las acciones.

46

El conjunto de acciones que han sido propuestas para la formación de los estudiantes parte de los intereses académicos planteados por el programa que adelanta Fe y Alegría en Latinoamérica, el cual hace referencia a aprender a emprender esta filosofía Fe y Alegría la considera clave en el mundo de hoy. Las experiencias de los países que han logrado un buen nivel de desarrollo con equidad social se basan en la creatividad y capacidad laboral de sus ciudadanos, sustentados en sistemas educativos y de formación de calidad; pero también en la capacidad para emprender, generar empresas, innovar desde los diversos ámbitos de la vida. Por ello, una de las principales capacidades y competencias que emerge y sobresale en estas experiencias de desarrollo es la del emprendimiento.

### Recomendaciones

Se sugiere planificar acciones continuas que tengan una mirada interdisciplinaria a fin de integrar conocimientos de distintas áreas en la formación de los jóvenes emprendedores.

Lograr que los planes o propuestas se institucionalicen, se renueven y enriquezcan con el aporte de los docentes.

Realizar evaluaciones periódicas en el corto y mediano plazo a la implementación de las acciones que permitan realizar correcciones y/o ajustes a las mismas de acuerdo con las necesidades del momento histórico y cultural en que se desarrolle.



## Referencias Bibliográficas

- Del Teso, L. (2000). Factores claves para la creación de empresas. Salamanca, España: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Drucker, Peter. (1986). La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios. Buenos Aires, Argentina: Norma.
- González, K. (2011). Emprendimiento. Revista: @revista\_rsevzla, Publicado en edición N°9 de Revista RSE Venezuela. Disponible en: [www.rsevenezuela.com] Consulta: [Agosto, 31, 2013].
- González Soto A. P. (2002). Algunas cuestiones sobre aprendizaje (y docencia) ¿Qué debemos saber para enseñar? En A. P. González Soto (coord.): Enseñanza, profesores y universidad: Tarragona: Instituto de Ciencias de la Educación.
- Hurtado, J. (1999). Metodología de la Investigación holística. Caracas: SYPAL
- Julca, E. (2011). Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo. Caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú). Tesis Doctoral, Departamento de Psicología Social y Antropología.
- Otero, A. (2005). Modelo para promover emprendimiento para estudiantes de secundaria en grados 10 y 11 de estratos 1,2 y 3 en Colombia. Colombia: Universidad de los Andes. Facultad de Ingeniería.
- Silva, O. (2010). Proceso básicos para el plan de negocio. Buenos Aires, Argentina: Norma.
- Tamayo y Tamayo. (2001). El proceso de investigación científica. México: Panapo.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2013) Manual De Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: Autor.
- Valenzuela, F. (2012). Diseño de Evaluación de Impacto para Programas de Emprendimiento Escolar en Chile. Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial, Mención Economía. Santiago de Chile: Universidad de Chile
- Varela; P. (2001). Las características empresariales y su desarrollo educacional. Cali, Colombia: Buari