

**Del emprendimiento al empresarismo: un ambiente virtual de aprendizaje
dirigido a la formación empresarial en estudiantes universitarios**

**JUAN FERNANDO REINOSO LASTRA
HUGO VLADIMIR SANCHEZ MORENO**

**UNAB VIRTUAL
ESPECIALIZACION EN EDUCACION CON NUEVAS TECNOLOGIAS
BUCARAMANGA
2008**

**DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO: UN AMBIENTE VIRTUAL DE
APRENDIZAJE DIRIGIDO A LA FORMACION EMPRESARIAL EN
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**



**JUAN FERNANDO REINOSO LASTRA
HUGO VLADIMIR SANCHEZ MORENO**

REPORTE DEL PROYECTO INVESTIGATIVO

**PROFESORES
CLAUDIA PATRICIA SALAZAR
JUAN HILDEBRANDO**

**UNAB VIRTUAL
ESPECIALIZACION EN EDUCACION CON NUEVAS TECNOLOGIAS
BUCARAMANGA
2008**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. RESUMEN	1
2. INTRODUCCIÓN	
2.1. INTRODUCCION DEL PROBLEMA	9
2.2. ANTECEDENTES	
2.2.1. Definición de Ambientes Virtuales de Aprendizaje	10
2.2.2. El Ambiente Virtual de Aprendizaje como un proceso de aprendizaje autónomo, propiciador de encuentros para la formación empresarial	12
2.2.3. La formación empresarial: el camino del emprendimiento al empresarismo	13
2.2.4. El ambiente virtual de aprendizaje como mediador de la formación Empresarial	16
2.2.5 La educación virtual como parte de la institución educativa su inclusión en los aspectos curriculares	17
2.3. OBJETIVOS	18
2.3.1. Objetivo general	18
2.3.2. Objetivos específicos	18
2.4. MARCO DE REFERENCIA	
2.4.1. Acerca del emprendimiento y el empresarismo	19
2.4.2. El uso de medios tecnológicos en la educación: en búsqueda de la calidad	20
2.4.3 Los ambientes virtuales de aprendizaje	27
2.4.4 El diseño de ambientes virtuales de aprendizaje	28
2.4.5 La educación en emprendimiento desde los AVAs	29
2.4.6 Resúmenes analíticos RAES	34
2.5 HIPÓTESIS DE TRABAJO	86
3. MÉTODO	87
3.1. POBLACION Y MUESTRA	87
3.2. PROCEDIMIENTO DE DISEÑO DEL MATERIAL EDUCATIVO	88
3.2.1. Primera fase: planeación	88
3.2.2. Segunda fase: diseño	92
3.2.3. Tercera fase: implementación	94
3.2.4 Cuarta fase: evaluación. Pretest y postest	95
3.2.5 Quinta fase: resultados	96
4. RESULTADOS	
4.1. DE LA ACTIVIDAD EN DOKEOS	97
4.1.1. Descripción del curso	98
4.1.2. Itinerarios de aprendizaje	98
4.1.3. Actitud emprendedora	98
4.1.4. Creatividad	100
4.1.5 Conoce el entorno	101
4.1.6 El proceso empresarial	106

4.1.7 La presentación de las ideas y el proyecto de empresa	106
4.2. EVALUACIÓN DE LA INICIDENCIA Y APLICACIÓN DEL AVA	
4.2.1. Análisis del pretest	108
4.2.2. Análisis de percepción del ambiente en cuanto a su presentación y comprensión	117
4.2.3 Análisis del postest	118
4.2.4 Comparación entre resultados obtenidos: pretest y postest	133
5. DISCUSIÓN	135
6. REFERENCIAS	137
ANEXOS	139

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1. DIRECTORIO DE ENTIDADES SOBRE EMPRENDIMIENTO	30
TABLA 2. CONTENIDOS DEL AVA	88
TABLA 3. RESULTADOS DEL PRETEST.	108
TABLA 4. RESULTADOS DEL POSTEST.	118

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1. IMAGEN DE UTILIZACION DE PRETEST Y POSTEST	19
FIGURA 2. MOMENTOS DE APRENDIZAJE AUTONOMO	91
FIGURA 3. RECURSOS EMPLEADOS	91
FIGURA 4. METODOLOGIA	92
FIGURA 5. DISEÑO PREVIO DEL AVA	93
FIGURA 6. CURSO EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN DOKEOS	97
FIGURA 7. DESCRPCION DEL CURSO	99
FIGURA 8. ACTITUD EMPRENDEDORA	100
FIGURA 9. EJRECICIOS DE CREATIVIDAD	100
FIGURA 10. ENTORNOS EMPRESARIALES	102
FIGURA 11. HERRAMIENTA FOROS	103
FIGURA 12. MARIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS	103
FIGURA 13. FORO – ENTORNOS EMPRESARIALES	104
FIGURA 14. HERRAMIENTA TRABAJO	105
FIGURA 15. PROCESO EMPRESARIAL	106
FIGURA 16. GRUPOS DE TRABAJO	107
FIGURA 17. NOTIFICACION VIA EMAIL DEL ENVIO DE TRABAJOS	108

ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1. Guía No.1. EXPLORACION PREVIA Y BOCETO GENERAL	139
ANEXO 2.Guía No.2. DISEÑO COMUNICATIVO DEL MATERIAL	145
ANEXO 3.Guía No.3. GUIONIZACION	150
ANEXO 4. Guía No.4. FORMATO SELECCIÓN DE RECUROS SEGÚN ACTIVIDADES PROPUESTAS	151 153
ANEXO 5.Guía No.5. EVALUACIONES	154
ANEXO 6.Guía No.6. CONTENIDOS	162
ANEXO 7. PRETEST	170
ANEXO 8. POSTEST	171

1. RESUMEN

La preocupación permanente de instituciones educativas, gubernamentales y profesores en el tema de emprendimiento y formación empresarial, por desarrollar competencias empresariales que se concreten en la creación y sostenimiento de una empresa ha sido un tema interminable en los diferentes encuentros de profesores e investigadores sobre el tema de emprendimiento y empresarismo. Y, aunque muchas instituciones educativas, entidades de fomento empresarial y el propio gobierno colombiano han sido pródigos en políticas, estrategias y recursos para la creación de empresa, ha faltado algún motivador o impulsor educativo y pedagógico que estimule más la participación de los estudiantes universitarios en dichos procesos de emprendimiento, empresarismo y, superen el desafío o reto formativo que implica pasar del proyecto o plan de negocios a la creación y sostenimiento de una empresa propia.

La concurrencia y aplicación de las TICs a la educación como mediadoras de la enseñanza y el aprendizaje trae nuevas oportunidades y brinda un espacio para concretar un objetivo de aprendizaje que se ha mostrado con dificultades para su logro, porque, el uso de las TIC en la educación, contiene nuevos elementos pedagógicos y comunicativos, que facilitan y motivan el aprendizaje en entornos familiares para los estudiantes y con nuevas condiciones de asincronía, atemporalidad y sin necesidad de la presencia física de los participantes en el proceso educativo.

El AVA (Ambiente Virtual de Aprendizaje) denominado DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO se ha diseñado con la intencionalidad pedagógica de orientar la actitud emprendedora hacia la actitud empresarial, en un proceso de acompañamiento y retroalimentación permanente que contiene seis (6) momentos de aprendizaje autónomo en donde se estimulan el saber conocer, el saber hacer y el saber ser.

Partiendo de describir la relación pedagógica existente entre el aprendizaje del emprendimiento y el empresarismo como parte de la formación empresarial, se presenta el proceso de diseño del AVA, su implementación y, la evaluación con la aplicación de un pretest y postest .

Al final, se presentan los resultados de una primera evaluación realizada por 22 estudiantes de la Universidad del Tolima a quienes se les aplicó el AVA y, las conclusiones derivadas tanto del diseño como su aplicación.

2. INTRODUCCIÓN

2.1 INTRODUCCIÓN DEL PROBLEMA

Uno de los problemas educativos es la falta de fuentes de empleo para el desempeño profesional o laboral, así como la falta de herramientas y estrategias del recién egresado para la creación de una empresa que en realidad le permita producir y poner en práctica conocimientos que adquirió en su pregrado. El emprendimiento, entendido como el uso de la capacidad creativa e innovadora para la solución de problemas, se hace necesario en tiempos de cambio, como el actual, donde es evidente que las soluciones únicas y tradicionales no funcionan y es necesario buscar nuevas alternativas.

De otra parte, la educación presencial aunque ha incorporado dentro de sus currículo la formación empresarial, presenta limitaciones físicas, académicas y pedagógicas para el aprendizaje del emprendimiento empresarial, pues se ha limitado al desarrollo de una asignatura que tiene como objetivo la elaboración de planes de negocio, documento escrito que se tiene como producto de competencias empresariales, pero que no se proyecta al verdadero fin, desafío o reto pedagógico que es la creación de empresa, aunado al hecho educativo que el emprendimiento se basa más en la actitud, comportamiento o conducta del estudiante, lo que de por sí más ignora y menos privilegia la educación presencial o incluso está ausente en muchos programas. Nos encontramos así, con serias debilidades y dificultades pedagógicas que es necesario superar para lograr el objetivo de aprendizaje real y concreto que guía toda actividad, práctica, programa o asignatura de emprendimiento, que es la creación de empresa.

Dice Unigarro (2.004, p. 13): “Uno de los retos principales, si no el más importante de todos, que debe abordar la educación de nuestros días se refiere a la responsabilidad que tiene frente al conocimiento y a la nueva manera de concebirlo, fruto de las transformaciones de la sociedad y la cultura” y

consecuente con esta propuesta a partir de la aplicación de las TICs en la educación, empieza a hablar de educación virtual cuando expresa (p.5): “La Educación virtual ha aparecido en nuestro contexto como una nueva manera de realizar la acción educativa.”, lo cual también se convierte en nuestro problema, el tratar de buscar nuevas maneras de abordar la formación empresarial, la ruta pedagógica que nos permita orientar una actitud emprendedora (emprendimiento) innata hacia la actitud empresarial (empresarismo), encontrando la alternativa pedagógica que nos ofrecen las nuevas TICs a través de los ambientes virtuales de aprendizaje AVAs.

El desarrollo de las TICs y su aplicación en la educación ha mostrado ventajas (BAILENSEN, 2008; NAJJAR, 2008; WATERS, 2008) en el aprendizaje a partir del diseño y puesta en escena de cursos virtuales. Implementar un curso virtual de emprendimiento para estudiantes universitarios orientado a la creación de empresas, permite entre otras ventajas: llegar a un mayor número de estudiantes en horarios flexibles, la aplicación de nuevas TIC's para el desarrollo de actividades que fomenten actividades formales e informales de creatividad e innovación; desarrollar diferentes metodologías para elaborar planes de negocio; el uso de un nuevo lenguaje compartido para motivar el aprendizaje colaborativo; la utilización de recursos diferentes al texto que motivan y comunican. Lo anterior, no implica que este espacio no pueda ser empleado por otro tipo de personas con nivel de formación diferente.

2.2 ANTECEDENTES.

2.2.1 Definición de Ambiente Virtual de Aprendizaje

En el documento de Salazar y Merchán (2004) encontramos dos definiciones de Ambientes virtuales de aprendizaje a saber: "Un Ambiente Virtual de Aprendizaje es el conjunto de entornos de interacción, sincrónica y asincrónica, donde, con

base en un programa curricular, se lleva a cabo el proceso enseñanza-aprendizaje, a través de un sistema de administración de aprendizaje" y, "....se entiende por Ambiente Virtual de Aprendizaje (AVA) la relación pedagógica y telemática que establece un usuario con un conjunto de elementos instruccionales, tutoriales y tecnológicos que le posibilitan construir, adquirir y modificar su conocimiento y sus estructuras de conocimiento de manera autónoma y flexible. Relación pedagógica que establece un conjunto de acciones intencionadas y procesuales que la caracterizan como acto educativo tendiente a la formación, y que se establecen de manera sincrónica y/o asincrónica mediante el uso de herramientas telemáticas, lo cual le otorga el sentido de virtualidad al ambiente en cuanto que los sujetos se presentan en un estado de inmaterialidad, acorporalidad y atemporalidad que genera nuevas formas de comunicación e interacción personal entre los sujetos, entre estos con los conocimientos y los materiales".

Cuando se diseña un ambiente virtual de aprendizaje se define una clara intencionalidad pedagógica mediante la definición de objetivos de aprendizaje a partir del conocimiento de una población objetivo, que orienta todos los momentos de aprendizaje presentados al usuario a través de unas actividades previstas y diseñadas con el empleo de recursos tecnológicos buscando con la combinación de imágenes, sonidos, videos o textos mantener el interés sobre el proceso de aprendizaje hasta el logro del objetivo, suministrando simultáneamente a través de otros instrumentos, una evaluación retroalimentadora y permanente desde el inicio, durante y al final, asegurando su intencionalidad. Los ambientes virtuales de aprendizaje también se presentan como espacios que posibilitan acciones colectivas a través del aprendizaje colaborativo y la comunicación (BAILENSON, 2008).

Sobre los AVA, Galvis Panqueva (s.d., p. 6) sostiene que "los estudiosos de los ambientes virtuales de aprendizaje coinciden en señalar que lo único en tales entornos de aprendizaje no es la rica mezcla de componentes de la interfaz, tales como texto, gráficos, sonido, animación y vídeo, ni los vínculos electrónicos, que

permiten tener acceso a fuentes de información y a personas a lo largo y ancho del planeta, sino las dimensiones pedagógicas que el diseñador de los ambientes puede darles”. Lo cual ha sido una tesis que siempre se ha mantenido alrededor de los AVA como mediadores tecnológicos con un componente pedagógico que lo caracteriza.

Zwierewicz y otros autores(2.005) al tratar el AVA como estrategia de inclusión de la diversidad mediante el uso de las TICs, sugiere que “Es con esa premisa que las NTIC, y su utilización en los AVA, deben estar insertas en la propuesta de currículo inclusivo, señalando posibilidades concretas de heterogeneidad en las estrategias adoptadas para el proceso de enseñanza y aprendizaje, buscando optimizar la autonomía y respetar los diferentes ritmos de aprendizaje, permitiendo conseguir estudios autónomos o colectivos y favoreciendo prácticas interactivas”. La diversidad hace referencia a que mediante el AVA se puede llegar a un público heterogéneo con diferentes intereses, ritmos de aprendizaje, profesiones u oficios, género, raza.

2.2.2 El ambiente virtual como un proceso de aprendizaje autónomo, propiciador de encuentros para la formación empresarial.

Partiendo del concepto de ambiente virtual de aprendizaje AVA como un espacio no físico que representa aspectos de la realidad (espacio virtual) en el cual el estudiante o usuario cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para interactuar con contenidos, actividades y comunicarse con otras personas, haciéndose responsable de su propio aprendizaje, estableciendo y evaluando sus propios ritmos y progresos y, que las tendencias educativas están exigiendo el componente de formación empresarial dentro de los currículos, entendiendo la necesidad de reorientar las competencias hacia un nuevo contexto de desarrollo personal y social, en el cual el estudiante haga uso de su pensamiento y acción creativa, su capacidad de comprensión, la práctica de valores éticos y sociales y, unas nuevas habilidades racionales (plan de negocios o proyecto de empresa en este caso) para aprovechar las oportunidades de un nuevo escenario en el cual

esa actitud inicial emprendedora puede ser orientada al empresarismo colectivo (creación de empresas) de una manera pedagógica, motivadora e integral; podemos entonces, relacionar los dos aspectos (tecnología y emprendimiento) en un proyecto educativo que, aprovechando las características comunicativas, pedagógicas, educativas y sociales del uso de las TICs, se dirija a desarrollar un conjunto de competencias emprendedoras y empresariales que tengan como producto o resultado tangible, nuevos proyectos empresariales, dando como valor agregado del proceso, el aval institucional de una entidad que a partir de este producto educativo, pueda brindar crédito y acompañamiento para continuar el proceso hasta la creación y sostenimiento de la empresa.

La mayoría de instituciones comprometidas con la formación empresarial: SENA, Universidades, Institutos técnicos y tecnológicos, Colegios, Institutos no formales, han empezado a construir sus procesos de formación con la inclusión de las TIC, de acuerdo con las orientaciones formativas que los guían, tal como se puede observar en el directorio suministrado en las páginas 29 a 32.

Los profesores Franco Sepúlveda y Álvarez Gómez (2.007) de la Fundación Universitaria Católica del Norte expresan que “la formación en ambientes virtuales de aprendizaje presenta una escasa investigación sobre procesos formativos apropiados, incipiente formación de docentes en esta modalidad de educación, currículos tradicionales, rígidos y poco flexibles que se trasladan sin adecuarse a las características de la formación virtual, dando como resultado un aprendizaje lineal y teórico. Deben entonces generarse alternativas y estrategias pedagógicas y didácticas, incorporar elementos y herramientas que refuercen habilidades técnicas, valores éticos y capacidad creativa y de liderazgo de manera que se articule el perfil del egresado con experiencias laborales”, lo cual representa una barrera que se debe superar para lograr los objetivos de aprendizaje propuestos para la formación empresarial.

2.2.3 La formación empresarial: el camino del emprendimiento al empresarismo.

El emprendimiento, entendido como el uso de la capacidad y actitud creativa e innovadora (innata en las personas) para la solución de problemas, la creación de nuevos escenarios, la búsqueda de sueños posibles, se hace necesario en tiempos de cambio, como el actual, donde es evidente que las formas tradicionales y rutinarias no funcionan para nuevas situaciones en donde la incertidumbre y el riesgo es mayor por ausencia de racionalidad o concordancia con lo previsto. Uno de los problemas universitarios que cambia la lógica de empleabilidad del egresado, es la falta de fuentes de empleo para el desempeño profesional y, la falta de conocimientos, actitudes y estrategias del recién egresado para la creación de una empresa, que le permitan, poner en práctica los conocimientos, prácticas y experiencias de aprendizaje que adquirió en su pregrado.

Otro concepto, define el emprendimiento como la capacidad de la personas para crear a partir de significados, aprender a solucionar problemas, con base en sus emociones, su creatividad, sus actitudes y valores personales, lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que este brinda para beneficio propio y el de la sociedad en la que está inmerso (ley 1014 de 2.006, Ley de emprendimiento). Esto le permite fijarse metas y retos para alcanzarlos estableciendo un estilo de vida caracterizado por actitudes, habilidades, valores, competencias, conocimientos en donde están presentes la innovación, la creatividad, la autoconfianza, la ética y la capacidad para analizar el entorno, comprender procesos y desarrollar proyectos. Ese perfil emprendedor que refleja una capacidad inicial de emprendimiento, es el momento inicial del proceso de aprendizaje autónomo de formación empresarial, propuesto a través del Ambiente Virtual de Aprendizaje DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO, cuya intencionalidad pedagógica pretende conducir al empresarismo, pasando por otros momentos de aprendizaje autónomo como la idea de empresa, su posterior proyecto y puesta en marcha.

La importancia de la capacidad emprendedora en la persona (creatividad, actitud hacia el riesgo, liderazgo, compromiso, autoconfianza, orientación a metas, motivación al logro, autoestima) es más evidente en ambientes complejos, dinámicos, en los que las personas requieren idear alternativas para enfrentar situaciones en las que la incertidumbre y el riesgo están presentes (Dávila en Revista Dinero, 2.004, 63) y, respecto a las cuales no hay experiencias previas similares. Para Schumpeter (Dávila, 2.003, 11) el empresario es la persona que enfrenta estas situaciones con la innovación, la cual se puede dar en varias formas, una de las cuales es la creación de una empresa, convirtiéndose así, en un líder durante el desarrollo económico, “el agente capaz de dar una “respuesta creadora”, esto es de poner en marcha innovaciones de producción”.

El emprendimiento ha sido trabajado por muchas instituciones en Colombia, desde Fundaciones, Universidades, ONGs, hasta el SENA, a través de la cual el Gobierno Nacional creó y está administrando el Fondo Emprender, iniciando una política seria de formación y apoyo al emprendimiento y el empresarismo.

Posteriormente, se promulga la ley 1014 de 2.006, ley de fomento al emprendimiento, que entre otros apartes, define el emprendimiento como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a 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” y, la empresarialidad como “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”.

La ley busca principalmente promover el espíritu emprendedor en todo el sistema educativo y “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” , promoviendo la formación de redes regionales y nacionales de emprendimiento y el apoyo a la creación de empresas.

2.2.4 El ambiente virtual de aprendizaje como mediador de la formación empresarial

El Ambiente Virtual de Aprendizaje denominado DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO, se presenta como un proceso de aprendizaje autónomo, con la intencionalidad pedagógica de orientar una actitud emprendedora inicial hacia una actitud empresarial, compuesto por seis momentos de aprendizaje autónomo definidos y diseñados a partir de la definición y conocimiento previo de una población objetivo (estudiantes universitarios de los últimos cinco (5) semestres en cualquier programa, con edades comprendidas entre los 17 y 23 años), para identificar cómo llegar a causar un impacto positivo en los sentidos, que estimule la lúdica, la creatividad, la colaboración y la interacción como las capacidades buscadas en su contacto con los AVA, similar a lo que expresa Gloria Elena Gómez Escobar en su ponencia acerca del proyecto Ludomática de la Universidad de Los Andes.

Al respecto de dicha población objetivo que son los jóvenes universitarios, Zyrin Dentzel, estadounidense residente en Madrid, director ejecutivo de Tuenti, la mayor red social online en castellano, opina que “los últimos años han alumbrado un nuevo tipo de ciudadano: personas que hemos crecido conectados a Internet y que volcamos en la red nuestra vida diaria sin padecer la brecha digital que pudo afectar a las generaciones anteriores. Somos conscientes de nuestra identidad digital y de cómo gestionamos en las pantallas nuestra información para disfrutar de entornos relevantes para comunicarnos, compartir y aprender”.

Como se puede ver, este ambiente virtual de aprendizaje, se convierte por sus características pedagógicas y componentes educativos en un espacio de aprendizaje propicio para desarrollar en su proceso de formación empresarial otras competencias como habilidades de comunicación, trabajo en equipo, aprendizaje permanente, responsabilidad social, en una mezcla de habilidades, conocimientos y actitudes.

Es de resaltar que el diseño del Ambiente Virtual de Aprendizaje contempla la inclusión en el momento pedagógico del proyecto de empresa, de recursos tecnológicos (formatos, sonovisos y otros) pertenecientes a instituciones públicas o privadas de fomento y crédito a la empresa, con su debida autorización para avalar el proceso, generar un valor agregado al producto final y asegurar la continuidad del proceso hasta la puesta en marcha y sostenimiento de la empresa, que es el desafío pedagógico y formativo.

2.2.5 La educación virtual como parte de la institución educativa y su inclusión en los aspectos curriculares

Desde una perspectiva metodológica integral, se asegura que el ambiente virtual de aprendizaje esté alineado con el PEI, su misión, sus principios, sus lineamientos curriculares para que entre a formar parte de su currículo. Así, el PEI de la Universidad del Tolima contempla como misión: “La Universidad del Tolima tiene como fines fundamentales: a) La formación integral y permanente de todas las personas que conforman su comunidad con base en los más altos valores éticos, de tolerancia, de respeto activo y convivencia; b) La búsqueda incesante de la verdad, la producción, sistematización y socialización del conocimiento en los campos de la ciencia, la tecnología, el arte y las humanidades; c) El compromiso con el desarrollo socialmente equitativo, ambientalmente sustentable y promotor de la plena productividad social y económica, que conduzcan al bienestar de toda la sociedad regional y nacional” y, sus lineamientos curriculares apuntan a la formación integral de sus estudiantes, lo que se podrá lograr a partir del desarrollo de competencias para: aprender a aprender, aprender a ser, aprender a conocer y

aprender a hacer. Respecto a la docencia en los mismos lineamientos curriculares, expresa que:

“El cambio tecnológico explica hoy más de la mitad del crecimiento tanto en los países desarrollados como en aquellos que han seguido estrategias comerciales abiertas, reconociéndose su papel como motor en el conocimiento y sus límites más inmediatos en la escasez de talentos humanos con una formación flexible que potencie sus capacidades para mantenerse a la vanguardia de la innovación. La anterior concepción no se limita al ofrecimiento de un variado portafolio de programas y sus correspondientes planes de estudio, sino que involucra todo el quehacer de la universidad, incluyendo por supuesto, un cambio en la pedagogía universitaria, en las didácticas para la enseñanza y el aprendizaje de las disciplinas, en los cambios necesarios de los sistemas evaluativos, en la incorporación de la tecnología de punta enfocada hacia los procesos educativos como aulas inteligentes, bibliotecas virtuales que permitan de una u otra manera la formación de un carácter crítico, científico, democrático y capacitado para adaptarse a las constantes evoluciones del conocimiento, la cultura y la sociedad”. Tal planteamiento estratégico permite que esfuerzos de este tipo no queden aislados y sin ningún sentido pedagógico y educativo.

2.3 OBJETIVOS.

2.3.1 Objetivo general.

Caracterizar un Ambiente Virtual de Aprendizaje AVA que posibilite la formación empresarial en estudiantes universitarios a partir del reconocimiento, apropiación y aplicación del emprendimiento empresarial o empresarismo.

2.3.2 Objetivos específicos.

- Definir y relacionar el punto de encuentro pedagógico entre la formación empresarial y la aplicación de las TICs a través de un AVA
- Definir un programa a desarrollar que comprenda: población objetivo, objetivos de aprendizaje, metodología, contenidos, recursos, actividades de evaluación.
- Aplicar el AVA a un grupo de estudiantes como muestra piloto.
- Aplicar pretest y posttest, como herramientas de evaluación del AVA.
- Presentar y evaluar resultados de la evaluación.
- Presentar conclusiones y recomendaciones que permitan suscitar discusión y promover la aplicación pedagógica del AVA y su efectividad en la formación empresarial de estudiantes universitarios y otros grupos de población.

2.4 MARCO DE REFERENCIA.

2.4.1 Acerca del emprendimiento y el empresarismo

La ley 1014 de 2.006 <http://www.secretariassenado.gov.co/leyes/L1014006.HTM> define el emprendimiento como “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a 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” y, la empresariedad como “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”.

El emprendimiento es la capacidad de la personas para crear a partir de significados, aprender, solucionar problemas, con base en sus emociones, su creatividad, su lado irracional, lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que brinda para beneficio propio y el de la sociedad

en la que está inmerso. Esto le permite fijarse metas y retos para alcanzarlos estableciendo un estilo de vida caracterizado por actitudes, habilidades, valores, competencias, conocimientos en donde están presentes la innovación, la creatividad, la autoconfianza, la ética y la capacidad para desarrollar proyectos. El emprendimiento puede conducir al empresarismo, al orientar la persona su capacidad emprendedora, hacia una idea de empresa, su posterior proyecto y puesta en marcha, teniendo en cuenta factores tanto de orden personal (desarrollo de la capacidad emprendedora, percepción del entorno) como técnico (plan de negocios, consecución de recursos).

La importancia de la capacidad emprendedora es más evidente en ambientes complejos, dinámicos, en los que las personas requieren idear alternativas para enfrentar situaciones en las que la incertidumbre y el riesgo están presentes (Dávila, 2004, 63) y respecto a las cuales no hay experiencias previas similares. Para Schumpeter (Dávila, 2004) el empresario es la persona que enfrenta estas situaciones con la innovación, la cual se puede dar en varias formas, una de las cuales es la creación de una empresa.

La implementación de las nuevas TIC en la educación es una realidad que se puede dar en diferentes formas, una de ellas es el Ambiente Virtual de aprendizaje AVA. Una de las propuestas para el plan decenal de educación 2006-2015 http://participacion.plandecenal.edu.co/debate/consolidado.php?id_mesa=1491 sobre la Renovación pedagógica y el uso de las TICs en la educación propone como Objetivo: “Apropiar las TIC, como recurso mediático del Sistema Educativo, con calidad, equidad, ciencia, tecnología, innovación, contenidos pertinentes, emprendimiento y empresariedad, para la competitividad”.

2.4.2 El uso de medios tecnológicos en la educación: en búsqueda de la calidad.

Una nueva realidad caracterizada por la incorporación de nuevas TICs en la cotidianidad de nuestras vidas y organizaciones está haciendo cambiar las

relaciones sociales, culturales, económicas y humanas que nos gobiernan. Según Peter Drucker, en su libro *La Gerencia en la sociedad futura* (2002) con las TICs surge una revolución del conocimiento en donde las fronteras del conocimiento se amplían, la información se convierte en un bien público, las estructuras organizacionales se horizontalizan, existen nuevas relaciones de trabajo alrededor del uso de las TIC y un nuevo entorno de comunicación con lenguajes no tradicionales surge entre las personas, es el lenguaje digital, el entorno virtual de comunicación brindando muchas posibilidades de interacción, acortando distancias y aumentando la cantidad y calidad de las interacciones humanas. Entonces, la educación tiene el enorme reto y papel de preparar a la gente para su desempeño en un nuevo entorno.

En ese nuevo escenario, el papel de la educación como formadora no puede permanecer alejada de la nueva realidad y comienza a incorporar las nuevas TIC, lo que provoca nuevas relaciones y nuevos roles entre sus integrantes: estudiantes, profesores, institución. Una nueva subjetividad está presente con claro dominio de un nuevo lenguaje utilizando una amplia diversidad de medios tecnológicos, que antes en número reducido cumplían otras funciones diferentes a las educativas, los jóvenes se hacen difíciles para la educación tradicional basada en el lenguaje escrito y oral porque la comunicación se desarrolla en entornos diferentes. Si consideramos, que una educación de calidad forma personas que transformen positivamente su entorno facilitando la comprensión y aplicación de conocimientos mediante objetivos, estrategias y medios de aprendizaje acordes a las nuevas realidades, nos referimos a esta educación, como un sistema integrado y holístico, que utiliza con una intencionalidad pedagógica y educativa los medios tecnológicos a su alcance para poner a disposición del usuario contenidos y estrategias que ayuden a cumplir sus propósitos de formación, en un lenguaje que facilita la comunicación e interacción, porque la educación sale de las aulas tradicionales y adquiere mayor importancia las actividades extraclase, los encuentros asincrónicos, la comunicación permanente, la invisibilidad del profesor, facilitados por los medios tecnológicos que crean nuevas habilidades cognitivas

centradas en la comprensión porque la mente ya no se llena de contenidos sino de significados para su vida, de relaciones con su mundo subjetivo y social.

La aparición de una mayor diversidad de medios puestos al alcance de los usuarios, con un uso cotidiano, cercano a su mundo, cambia su papel lúdico y de entretenimiento para ejercer un gran impacto como transmisor de valores, generador de estilos de vida, patrones de gusto, representando una nueva cultura de vida, trabajo y educación compartida por todos y llena de beneficios para la educación en sus propósitos de formación. Julio Cabero de la Universidad de Sevilla en su artículo "Uso e integración de los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías en el currícula" (1998) afirma que, efectivamente se amplía la diversidad de medios pero su uso es minoritario y no integrado, la visión acerca de su uso en la educación es individual respecto al sistema. El mismo autor señala que, los medios son exclusivamente elementos curriculares integrados no solamente como elementos lúdicos y motivadores sino de aprendizaje, y entre otros aspectos referentes al uso de medios anota:

- Se justifica su uso por el fin pedagógico que van a cumplir y la facilidad de su movilización para llegar al usuario.
- El profesor determina las posibilidades de aplicación del medio en el contexto educativo (mi opinión es que más que un ejercicio individual debe ser un trabajo colectivo e institucional por áreas disciplinares o de trabajo).
- Antes de utilizar el medio es necesario preguntarse para quién, cómo utilizar el medio y los propósitos de aprendizaje o formación.
- No hay un mejor medio que otro, depende del objetivo de aprendizaje y otras variables que interactúan (usuario, disponibilidad y acceso a las TIC, etc) y ayudan a decidir sobre el medio más adecuado a una situación de aprendizaje. Aconseja Cabero, que se usen diversidad de medios de manera complementaria, lo cual se debe tener como principio y estrategia educativa.

Los medios tecnológicos cumplen muchas funciones dentro de las cuales tenemos: innovadora (al presentar nuevos entornos y usos educativos), motivadora (muchas posibilidades de llamar la atención), estructuradora de la

realidad (le da formas específicas a consideración del usuario), comunicativa (facilita la interacción y amplía el número de los que intervienen), formativa (ayuda al desarrollo de nuevas habilidades y actitudes). Los medios tienen un alto significado para el análisis, reflexión, crítica y transformación de las prácticas de enseñanza y aprendizaje al colocar a disposición elementos y contenidos que llevan al pensamiento y análisis crítico de la realidad. Son potenciadores de experiencias colectivas y humanas y cumplen funciones de liberación, democratización y emancipación de los participantes.

Para que los medios cumplan sus propósitos de aprendizaje en busca de una educación de calidad se requiere un trabajo integral, institucional y holístico, que ayude a la comprensión de los medios tecnológicos y su adecuada utilización en la educación, empezando por la capacitación y perfeccionamiento de los profesores en el uso, la selección de medios, hasta el diseño y la producción de contenidos que se llevan a través de los medios. Con esa actividad inicial se fomenta una cultura del uso de los medios y su receptividad por parte de los estudiantes al incorporarlos a la dinámica educativa que se da en las interacciones profesor-estudiante-contenidos.

Los medios son ayudas para cumplir un fin pedagógico, no pueden convertirse simplemente, en elementos de distracción o entretenimiento para rellenar un curso, ni tampoco en el objetivo o el centro de atención. Su uso para una educación de calidad se determina y justifica por el fin pedagógico y de formación que se les haya asignado en un trabajo colectivo e institucional previamente planeado dentro del desarrollo de un curso o asignatura. La importancia educativa de los medios no está en ellos mismos, ni en su uso por moda, o porque representen la solución a los viejos problemas educativos, sino en su intencionalidad pedagógica que determina la forma de leer e interpretar los contenidos por ellos transmitidos dando lugar a las actividades de comprensión, reflexión, crítica y producción de nuevos conocimientos. Dos citas textuales encontradas en el sitio de internet http://www.pangea.org/jei/edu/f/tic-uso-edu.htm#_Toc50017374 acerca del artículo "El uso educativo de las TIC" nos

acercan al cuidado que se debe tener en el uso de los medios "al usar los medios de forma comprensiva/situacional, los consideramos como recursos:

- que permiten realizar representaciones,
- que obligan y ayudan a representar problemas y encontrar más fácilmente sus soluciones,
- beneficiosos, pues tales representaciones constituyen estructuras cognitivas que posibilitan enfrentarse eficientemente a fuentes de información ambiguas;
- ventajosos, al permitir aprender y utilizar sistemas de representación que son básicos para desarrollar el pensamiento y para interpretar, entender y relacionarse con el contexto social, físico y cultural

[Se tienen en cuenta las dimensiones contextuales y procesuales, se modifican las tareas según ellas y según elementos no previstos generados....](Bautista, 1994, p. 51). "Consideramos que el uso crítico de los medios debe ser entendido como la utilización que hacen de los mismos los profesores que asumen la función de intelectuales críticos y transformativos. Este tipo de uso contempla los recursos como herramientas de investigación y, como tal, la utilización de los mismos lleva implícita un análisis" (Bautista, 1994, p. 52)

Existen tanto defensores como críticos radicales del uso de los medios tecnológicos, nos gusta una posición central reflexiva y consciente que las TIC representan un apoyo básico para una educación de calidad que forme para un entorno en donde lo virtual hace parte de la cotidianidad. Dentro de los múltiples usos educativos de las TIC, Javier Echeverría (en el mismo sitio de internet), lleno de idealismo pero con una proyección que se aproxima en el corto plazo, propone diversos escenarios en una escuela en donde las TIC ocupan todos los espacios: "Escenarios para el estudio (telepupitre, teleescuela siempre abierta, a la que se puede acceder desde casa o la escuela...), Escenarios para la docencia (aulas o campus virtuales, teletutor...), Escenarios para la interrelación (equivalentes a los pasillos, rincones, teatros, cines....; por ejemplo, se trata de enseñar al alumnado a diseñar su imagen digital, a moverse, a dirigirse a otras personas..., lo que es tan importante como lo académico), Escenarios para el juego y el entretenimiento

como "patios electrónicos"; afirma el autor que "es indispensable si de verdad se quiere crear un sistema educativo y no simplemente una academia a distancia" (Echeverría, 2000b, p. 44), por lo que "el *telepatio de colegio* ha de ser diseñado con extremo cuidado, porque buena parte de los procesos de socialización y de adaptación real al nuevo espacio telemático tendrán lugar en esos ámbitos, que han de ser netamente interactivos y deben propiciar la invención y la creatividad" (Echeverría, 2000b, p. 45).

Julio Cabero afirma que estos entornos *de formación telemáticos*, deberían: "a) Ofrecer un entorno de comunicación lo más rico y variado posible, incorporando las herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica más usuales de la comunicación telemática. b) Incorporar zonas para el debate, la discusión y la complementación. c) Utilizar guías visuales que faciliten la percepción al estudiante del recorrido seguido en su proceso de formación. Guías que deberán estar a disposición del profesor para el conocimiento del ciclo formativo seguido por el estudiante y de las posibles lagunas cometidas y problemáticas encontradas; en definitiva, para que pueda apoyar y seguir el proceso de aprendizaje .d) Ofrecer al estudiante la posibilidad de poder elegir el recorrido de aprendizaje, los sistemas simbólicos y el tipo de material con el cual desea realizarlo. e) Flexibilidad en su construcción y desarrollo. f) Apoyarse en principios fáciles de interpretar para el seguimiento e identificación del entorno. g) Utilizar formas de presentación multimedia. h) Incorporar zonas para la comunicación verbal, auditiva o audiovisual con el profesor. i) Guiarse por los principios de la participación y la responsabilidad directa del alumno en su propio proceso formativo. j) Asumir una perspectiva procesual de la enseñanza por encima de una perspectiva centrada en los productos. k) Introducir elementos tanto para la evaluación del estudiante como para la evaluación del entorno de comunicación desarrollado."(Cabero, 2002, en: http://www.pangea.org/jei/edu/f/tic-uso-edu.htm#_Toc50017374).

Como puede verse los usos educativos de los medios tecnológicos para una educación de calidad son diversos y amplios, hasta exagerados en su cobertura, lo importante es contextualizar su uso dependiendo de un entorno educativo que consulte realidades sociales, económicas y tecnológicas; tarea que corresponde al trabajo no de un solo profesor sino de un colectivo educativo institucional e interinstitucional que oriente el uso de los medios dándoles intencionalidad pedagógica con propósito, y, configurando una cultura de educación con calidad a partir del uso de medios.

2.4.3 Los ambientes virtuales de aprendizaje.

La importancia de los ambientes virtuales de aprendizaje como medios que facilitan el aprendizaje, adecuados a un nuevo contexto de lenguajes y comunicaciones, se pone de presente en la actual era de la información y el conocimiento. En el artículo Conocerte a ti mismo – hacerse cargo de su propio aprendizaje, <http://www.trainingplace.com/source/research/knowthyselfspanish.rtf> al respecto se expresa como condición del contexto que “en nuestros días, las cosas están cambiando, y no necesariamente por moda o como consecuencia del desarrollo tecnológico. Ahora, no es posible continuar delegando la responsabilidad sobre los procesos de aprendizaje individuales en los profesores o en las instituciones encargadas de la formación. El éxito del estudiante virtual se fundamenta en la responsabilidad y en asumir el control sobre su propio aprendizaje. Es necesario desarrollar estrategias que habiliten en los aprendices capacidades de autodirección y de automotivación, dado que ya no existe físicamente un lugar de congregación en el cual se conduce paso a paso la actividad de los estudiantes. El estudiante típico de los ambientes virtuales necesita adquirir nuevas habilidades para facilitar su aprendizaje, cada persona debe entender sus diferencias individuales de aprendizaje y descubrir, por su

cuenta, las mejores prácticas que le permitirán alcanzar el éxito como estudiante en un nuevo contexto”.

En el artículo *Ambientes Virtuales De Aprendizaje Una Nueva Experiencia*, Patricia Avila M. y Martha Diana Bosco H., definen el AVA como un espacio físico que trasciende las fronteras del aula tradicional apoyado en las nuevas TICs, incluyendo nuevos elementos, roles y procesos, presentándolo junto al desarrollo de las TICs en cuatro generaciones.

Para Merchán y Salazar (2002), los AVA además de describirlos como el espacio donde concurren varios actores le dan una connotación de relación pedagógica y telemática apropiada para la enseñanza y el aprendizaje. La citada profesora Claudia Salazar en el documento titulado “A Propósito De Los Ambientes Virtuales De Aprendizaje”, presenta varias definiciones referentes a sus elementos, sus características, el proceso de aprendizaje, sus fases, lo que orienta hacia el concepto, proceso y uso pedagógico de los AVAs.

En el Artículo *Enfoque pedagógico de la Fundación Universitaria Católica del Norte* http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/Volumen16/articulo0_enfoque2.htm hay una consideración del contexto de aprendizaje en Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVAS) en donde se encuentra las clases de aprendizaje, el papel pedagógico de los AVAs, la evaluación y la accesibilidad a recursos digitales.

2.4.4 El diseño de ambientes virtuales de aprendizaje.

La profesora Salazar coloca al diseño del AVA en la segunda y tercera fase. En la segunda fase tiene en cuenta el diseño pedagógico y el diseño gráfico. En la tercera fase se contemplan la puesta en línea y operación. Importante además del proceso son los antecedentes previos y la conformación del equipo de diseño del AVA.

En <http://ava.uniandes.edu.co/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=17> , recuperado el 19 de julio de 2.008, se encuentra el proceso de diseño e

implementación del proyecto de “Ambientes virtuales de aprendizaje como apoyo a la educación superior presencial de la Universidad de Los Andes”, teniendo como propósito la incorporación de la tecnología informática y de comunicaciones (TIC’s) en el ámbito académico, y proponiendo alternativas de acompañamiento a profesores, para el diseño y puesta en marcha de ambientes virtuales como apoyo a los cursos presenciales.

La Universidad de la Sabana presenta en su página http://sabanet.unisabana.edu.co/informatica/andres/docs/Fases_Proceso_AVAS.pdf las fases del proceso de generación de ambientes virtuales de aprendizaje. La segunda fase denominada de Diseño Instruccional es para articular y garantizar la calidad de los componentes pedagógicos. Se tiene como propósito perfilar el ambiente de aprendizaje en términos de sus objetivos, espacios, actividades, recursos, herramientas y navegación. Incluye por tanto la concreción de los objetivos del AVA especificando el apoyo al curso presencial. Y se concluye: “Esta etapa se caracteriza por ser un momento especialmente creativo en el que se conjuga el saber disciplinar con la intencionalidad educativa y la visualización de las oportunidades que ofrece la tecnología informática. Es por ello que se vincula al diálogo el ingeniero interlocutor quién además de apoyar la creación del ambiente, hace explícitas las condiciones para su desarrollo”.

En el diseño del AVA se identifican los componentes del mismo, la incorporación de las TICs y el papel que juega el docente y el estudiante en la configuración de un espacio digital para el logro de objetivos de formación y aprendizaje, en términos de sus objetivos, contenidos, estrategias y los criterios y recursos de evaluación.

Alberto Fernández Beltrán en su artículo Procedimiento para el Desarrollo de Ambientes Virtuales de Aprendizaje que se encuentra en http://www.ucn.edu.co/cenayudas/FUND_CONCEPTUAL/AVA_ok.doc , presenta las fases para la creación de un Ambiente Virtual de Aprendizaje, en ellas se contiene el diseño pedagógico y el diseño gráfico. Al final se definen los participantes del equipo, su función y perfil.

Otro artículo sobre el diseño de ambientes virtuales se encuentra en http://ceantic.javeriana.edu.co/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1154618368813_2122083731_10175, donde Juan Carlos Barbosa H. (2004), autor del documento titulado Bases para el diseño y construcción de Ambientes Virtuales de Aprendizaje –AVA, presenta ideas generales sobre ambientes virtuales de aprendizaje – AVA – y las bases para su diseño y construcción.

2.4.5 La educación en emprendimiento desde los AVAs: experiencias investigativas y prácticas de emprendimiento, materiales en línea, ambientes virtuales, cursos, programas.

Desde su expansión la formación en emprendimiento se ha desarrollado por parte de programas formales e informales de instituciones educativas (SENA <http://sis.senavirtual.edu.co/oferta.php?areaid=1> , Universidades, Institutos tecnológicos y técnicos), incubadoras de empresa como la Incubadora de empresas de base tecnológica de Antioquia que se puede observar en <https://www.cream.com.co/>, Fundaciones dedicadas a la actividad de fomento y desarrollo empresarial como Fundación Carvajal, Fundación Corona, institutos gubernamentales como la Alcaldía de Medellín siendo significativos sus programas de emprendimiento que se pueden seguir a través de http://www.medellin.gov.co/escuelaemprendimiento/sitios_interes_documentos.html , ONGs como Actuar y Mundo Mujer.

La gran mayoría utilizan las TICs como parte de programas de emprendimiento (ver directorio de entidades presentado a continuación). Es importante ver como algunas entidades utilizan las TICs para conformar redes y programas de emprendimiento como en <http://www.retev.net/moodle/flashpaperretev/PresentaciondeRETEV.swf>.

TABLA 1. DIRECTORIO DE ENTIDADES SOBRE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

<i>Actuar Famiempresas</i>	www.actuar.org.co
<i>Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI</i>	www.andi.org.co
<i>Asociación Red Jóvenes Empresarios de Colombia</i>	www.redexpopaynow.com
<i>B - Col Grupo Empresarial</i>	http://b-col.blogdns.com
<i>Bogotá Emprende</i>	www.bogotaemprende.com
<i>Bogotá Emprendedora</i>	www.bogotaemprendedora.org.co
<i>Catedra Virtual de Creación de Empresas de Base Tecnológica - Campus Virtual</i>	www.campusvirtual.com.co
<i>Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial</i>	www.icesi.edu.co/cdee
<i>Centro de Innovación y Emprendimiento de la Escuela de Ingeniería de Antioquia</i>	www.eia.edu.co/educacion/extension/emprendimiento/index.htm
<i>Colombia Emprende</i>	www.geocities.com/colombiaemprende
<i>Comfama</i>	www.comfama.com
<i>Compañeros del Emprendimiento - Camilo Montes</i>	http://jcmontesp.spaces.live.com
<i>Compartamos con Colombia</i>	www.compartamos.com
<i>Consultorio Empresarial - División Promoción Estudiantil - Universidad Nacional de Colombia</i>	www.empresarial.unal.edu.co
<i>Corporación Bucaramanga Emprendedora</i>	www.bucaincu.org
<i>Corporación Bucaramanga Emprendedora</i>	www.geocities.com/cbevirtual/index.html
<i>Corporación de Planeación y Transferencia Tecnológica Agropecuaria - Plantta</i>	www.corplantta.org.co
<i>Corporación Incubadora de Agrupamientos Agroindustriales del Uraba</i>	www.incubaruraba.org.co
<i>Corporación Incubadora de Empresas de Base</i>	www.incubarfuturo.org.co

<i>Tecnologica del Suroccidente - Incubar Futuro</i>	
<i>Corporacion Innovar</i>	www.innovar.org
<i>Corporacion para el Desarrollo de las Microempresas</i>	www.microempresas.com.co
<i>Corporacion para el Desarrollo de Tunia</i>	www.corpotunia.org
<i>Corporacion para el Desarrollo Integral y Biotecnologico - Corpointec</i>	www.corpointec.com
<i>Corporacion para el Progreso y Bienestar Social Club Alianza - Corpoalianza</i>	www.corpoalianza.org
<i>Corporacion Siembra Futuro</i>	www.siembrafuturo.org
<i>Crea - Me</i>	www.crea-me.com
<i>Cultura E - Alcaldia de Medellin</i>	www.culturae.net
<i>Cultura E - Alcaldia de Medellin</i>	www.culturaemedellin.gov.co
<i>Desafio Sebrae</i>	www.desafiosebrae.com.co
<i>DMG Grupo S. A.</i>	www.dmggrupo.com
<i>Educacion Futuro</i>	www.educacionfuturo.edu.co
<i>Emprendedor Social del Año - Dinero y Schwab Foundation for Social Entrepreneurship</i>	www.schwabfound.org/colombia
<i>Emprendedores Colombia</i>	www.mincomercio.gov.co/VBeContent/ecolombianos/Emprendedores.asp
<i>Fincomercio Cooperativa de Ahorro y Credito</i>	www.fincomercio.com
<i>Fondo Emprender</i>	www.fondoemprender.com
<i>Fundacion AlvarAlice</i>	www.alvaralice.org
<i>Fundacion Compartir</i>	www.fundacioncompartir.org
<i>Fundacion Corona</i>	www.fundacioncorona.org.co
<i>Fundacion Fondo de Desarrollo Empresarial</i>	www.desarrolloempresarialcorona.org
<i>Fundacion Incubadora de Empresas de Base Tecnologica del Caribe</i>	www.incubarcaribe.org
<i>Fundacion Mario Santo Domingo</i>	www.fundacionmariosantodomingo.org.co
<i>Fundacion Norte - Sur</i>	www.fundacionnortesur.org

Fundacion Progresamos www.fundacionprogresamos.org.co

Fundacion Promover Formacion Especializada - FunProfes www.funprofes.org

Fundaempresa Santodomingo www.fundaempresa.org.co

Fundalianza www.fundalianza.org

Genesis - Corporacion Incubadora de Empresas de Base Tecnologica del Oriente Antioqueño www.incugenesis.org

Gestiopolis.com www.gestopolis.com

Grupo Empresarial del Campo y Confederacion Empresarial del Campo Colombiano www.confecampo.com

Confecampo

Incubadora de Empresas de Base Tecnologica de Antioquia www.incubadora.org.co

Incubadora de Empresas de Base Tecnologica de Manizales www.incubar.org

Incubadora Internacional de Bionegocios - Inbio www.inbiocolombia.org

Incubadora Virtual Corporacion Bucaramanga Emprendedora www.incubadoravirtual.com.co

Incubar Colombia www.incubarcolombia.org.co

Incubar de Oriente Boyaca y Casanare www.incubarboyaca.org.co

Incubar Eje Cafetero www.incubarejecafetero.org.co

Jhart International USA Inc. www.jartconsulting.com

Jovenes con Empresa www.jovenesconempresa.com

La Red - Red Colombiana de Productores Comunitarios Ambientalmente Amigables www.cajadeherramientas.org/red

Laboratorios Empresariales www.laboratorioempresariales.com

Latinnova www.latinnova.com

Organización Internacional para las Migraciones OIM - Mision en Colombia www.oim.org.co

Programa Colombia Joven - Presidencia de la www.colombiajoven.gov.co

Republica de Colombia

Promotora de Proyectos S. A.

www.promotora.com.co

Proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Rural - Pademer / Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Proyectos Colaborativos - World Links Colombia :

www.geocities.com/creandoempresa

Creando mi Propia Empresa

Red de Desarrollo Tecnológico - Area de

Innovación, Desarrollo Tecnológico y

www.unal.edu.co/aide

Emprendimiento - Universidad Nacional de

Colombia

RedCoo - Centro Virtual de Negocios

<http://redcoo.coomeva.com.co>

Tecnoparque Colombia

www.tecnoparquecolombia.com

TecnoParque Colombia

www.tecnoparquecolombia.org

Unidad de Gestión Ceagro / Universidad Nacional

de Colombia Sede Medellín - Facultad de www.agro.unalmed.edu.co/ceagro

Ciencias Agropecuarias

Universia Colombia S. A.

www.universia.net.co

Yo Creo en Colombia

www.yocreoencolombia.com

Fuente: Universidad de Córdoba.

En el campo latinoamericano, la experiencia chilena (Recuperado de <http://www.educacionempresa.cl/archivos/descriptivo.doc>, el 18 de julio de 2008). muestra que dentro de la nueva organización del currículum nacional, se tomaron cuatro medidas de innovación principales. En lo que respecta al emprendimiento:

“Una nueva dimensión en la arquitectura correspondiente a objetivos de aprendizaje que no dependen de ninguna asignatura específica y que por lo tanto deben ser comunicados por el conjunto de la experiencia escolar, cruzando “*transversalmente*” los límites definidos por las fronteras disciplinarias y Se define una *nueva asignatura*, Educación Tecnológica, obligatoria de 1° Año Básico a 2°

Año Medio. El propósito de esta nueva área es el desarrollo de las habilidades y conocimientos necesarios para identificar y resolver problemas en los cuales la aplicación tecnológica significa un aporte a la calidad de vida de las personas, así como a la comprensión del mundo tecnológico haciéndolas consumidoras críticas e informadas. (Cox, 2003)".

En esta nueva perspectiva del currículum chileno, hay aprendizajes que se convierten en responsabilidad profesional de los diferentes docentes que dentro de un establecimiento implementan el currículum y el surgimiento de nuevas "disciplinas" o sectores de aprendizaje que recogen los desafíos de una sociedad compleja, global y tecnológica, son la base en donde la formación de habilidades para el emprendimiento encuentra el sustento para su desarrollo y proyección. En este sentido la línea de capacitación a los profesores de educación tecnológica debe contribuir a que se produzca esta proyección a los distintos sectores de educación. Y concluye que: "es posible afirmar que desde el nuevo Sector de Educación Tecnológica se puede iniciar un proceso formativo de la capacidad de emprendimiento de los niños y jóvenes por cercanía en cuanto a objetivos de formación¹ y por similitud en tanto la opción metodológica (trabajo en proyecto)" (Sobre el modelo de emprendimiento chileno y su incorporación en la educación, en el sitio web

http://www.atinachile.cl/media/users/0/1255/archivos2006/pdf/el_espiritu_emprendedor_y_la_vida_wired.pdf se encuentran fundamentos de cómo el espíritu emprendedor se toma el nuevo contexto educativo y de trabajo incorporando las nuevas TICs.

2.4.6 Resúmenes analíticos RAES.

a) Acerca de los ambientes virtuales de aprendizaje

RAE No. 1. Elementos Favorables para el diseño de ambientes virtuales de aprendizaje.

AUTORES: MERCHAN B., Carlos Alberto y Claudia SALAZAR B.

PUBLICACIÓN: En: Revista Colombiana de Computación, 2003, pp.97-106

PALABRAS CLAVES: Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA), Educación Virtual, tecnologías de la información y la comunicación (TICs), elementos esenciales de los AVA, investigación cuasiexperimental.

DESCRIPCION: Es un informe de avance de la investigación ¿Cuáles son los elementos favorables para el diseño de ambientes virtuales de aprendizaje? desarrollada por los autores como integrantes del grupo de investigación EDUTECH de la UNAB. Se presenta una disertación inicial acerca de los AVA, su entorno, sus problemas de diseño pedagógico, su metodología, su importancia, los hallazgos del grupo de investigación y proponiendo algunas variables que el grupo considera “fundamentales” para su consideración e investigación.

FUENTES: Se incluyen 12 , relativas a la educación, el aprendizaje autónomo, las tecnologías informáticas desde la pedagogía, el diseño de ambientes de aprendizaje

CONTENIDOS: En 3 capítulos se presenta el documento. El planteamiento del problema contiene la indagación del grupo sobre el tema, los aspectos conceptuales, que los definen y caracterizan, los elementos considerados fundamentales, la evolución de la educación hasta llegar a la educación virtual, la importancia y uso de las TICs en la educación para el diseño de ambientes de aprendizaje.

En el capítulo denominado Hipótesis y fundamentación, tratan primero, sobre los ambientes virtuales de aprendizaje, su concepto, proponen y definen sus elementos, su intencionalidad de formación. En segundo lugar, abordan la metodología y los impactos esperados, en donde describen el proceso de la investigación.

El capítulo 3 denominado Estado actual y conclusiones presenta las intenciones y resultados esperados de esta investigación, así como unas conclusiones a manera de reflexión.

METODOLOGIA: Se utiliza una metodología de investigación cualitativa de orden estructural cuasiexperimental, caracterizada por la comprobación de hipótesis mediante la recolección de datos durante observaciones previas y posteriores al objeto de investigación, con la finalidad de construir una regla teórica que sustente y posibilite su control.

CONCLUSIONES: Los autores presentan las siguientes conclusiones invitando a considerar la acción educativa desde los siguientes retos:

- Las nuevas relaciones interpersonales producidas y mediadas por las tecnologías informáticas y las nuevas relaciones y grupos sociales de orden presencial.
- El diseño de actividades estructurales, procesuales e intencionadas que se incorporen a los medios exógenos de motivación que ofrece el entorno virtual de aprendizaje y que movilizan el aprendizaje.
- El diseño de ambientes que ataquen de forma directa los elementos educativos propuestos en la disertación.

Finalmente invitan a aunar esfuerzos en un trabajo colaborativo, de construir teoría para la educación virtual, de empezar a generar identidad educativa para construir un movimiento pedagógico de la educación virtual en Colombia.

FECHA DE ELABORACION: Diciembre 22 de 2007, jfrl.

RAE No. 2. Los simuladores, estrategia formativa en ambientes virtuales de aprendizaje.

AUTORES: FRANCO S. Irma Lucia y Francisco Javier ALVAREZ G.

PUBLICACIÓN: como parte del Sistema de investigación de la Fundación Universitaria católica del Norte (FUCN), aprobado abril 17 de 2007, disponible en: [www.ucn.edu.co/portal/uzine/volumen21/articulos/3 Investigaci3n simulado res.pdf](http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/volumen21/articulos/3_Investigaci3n_simulado_res.pdf).

PALABRAS CLAVES: Ambiente digital, Aprendizaje a corto plazo, Aprendizaje lineal, Era del conocimiento, Laboratorios virtuales, Prácticas profesionales, Simulación, Trabajo experimental.

DESCRIPCION: Es un artículo como primer avance de un proyecto de Investigación que se adelanta desde el año 2006 en la FUCN denominado: La simulación, estrategia formativa en ambientes virtuales de aprendizaje en la Fundación Universitaria Católica del Norte, haciendo parte del Sistema de Investigaciones de la Institución. Trata de la simulación como estrategia de aprendizaje en la FUCN y de como se ha venido impulsando el Semillero Simuladores con la participación de docentes y estudiantes que adelantan los aspectos tecnológicos y metodológicos del Proyecto y cuyos resultados se esperan para el segundo semestre de 2007.

FUENTES: LOZANO, Javier D. Las simulaciones en el e-learning: innovando en el aprendizaje digital [citado enero, 2007] disponible en:

http://www.microsoft.com/spain/empresas/formacion/simulaciones_elearning.aspx

MARTINEZ A., Javier. Contenidos en e-learning: El rey sin corona, noviembre 2002 [citado abril, 2007] disponible en:

<http://www.gestiondelconocimiento.com/leer.php?colaborador=javitomar&id=246>

ROSADO L., Herreros J.R., Nuevas aportaciones didácticas de los laboratorios virtuales y remotos en la enseñanza de la física, junio 2005 [citado abril 2007] disponible en:

http://209.85.165.104/search?q=cache:JCAD80KOvJYJ:www.formatex.org/micte2005/286.pdf+%22Nuevas+aportaciones+did%C3%A1cticas+de+los+laboratorios+virtuales+y+remotos+en+la+ense%C3%B1anza+de+la+f%C3%ADsica,+%22&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=co&lr=lang_es

HEREDIA, Alberto. Materiales de Formación Tecnológica en Ambientes Virtuales de Aprendizaje, noviembre 2005, [Citado sept., 2006] disponible en:

<http://www.tecsup.edu.pe/webuds/web/publicacion/publicacion10/index.htm>

VARY, James P. Informe de la reunión de expertos en Laboratorios Virtuales, julio 2000 [citado abril 2007] disponible en:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001191/119102s.pdf>

CONTENIDOS: El artículo contiene una Introducción sobre la importancia del conocimiento y las nuevas tecnologías, un primer gran capítulo aborda los conceptos de ¿Qué es un simulador?, ¿Qué es un laboratorio virtual?, ¿Qué son los laboratorios virtuales colaborativos?, y, muestra el Impacto de la simulación en el aprendizaje. El otro gran capítulo presenta la simulación en la FUCN , a través del Semillero Simuladores, las perspectivas tecnológicas del proyecto, los usuarios futuros, el escenario actual y el escenario futuro. Finalmente, presenta un breve glosario

METODOLOGIA: Los Autores presentan como metodología algunos pasos para lograr el escenario futuro que son:

- Definición de estándares para el desarrollo de simuladores.
- Diseño de prototipos de simulador.
- Elaboración de laboratorios virtuales.
- Publicación versiones beta.
- Creación herramienta de validación.
- Validación de prototipos.
- Publicación de versiones definitivas numeradas.
- Creación de herramienta de reportes, tipo estadísticas de uso.

Aspectos por considerar en la definición de estándares: Legal, administrativo, financiero, de factibilidad, técnico, operativo, estético, pedagógico, de usabilidad, ergonómico, de comunicación (interplataformas).

CONCLUSIONES: Algunas conclusiones encontradas dentro del documento son: El artículo, además de describir cómo la simulación se convierte en una nueva propuesta de enseñanza aprendizaje en la FUCN, plantea la simulación como apoyo a las prácticas educativas en los diferentes programas que la Institución ofrece a los estudiantes. La formación en ambientes virtuales de aprendizaje presenta una escasa investigación sobre procesos formativos apropiados, incipiente formación de docentes en esta modalidad de educación, currículos tradicionales, rígidos y poco flexibles que se trasladan sin adecuarse a las características de la formación virtual, dando como resultado un aprendizaje lineal y teórico. Deben entonces generarse alternativas y estrategias pedagógicas y didácticas, incorporar elementos y herramientas que refuercen habilidades técnicas, valores éticos y capacidad creativa y de liderazgo de manera que se articule el perfil del egresado con experiencias laborales.

Una de las estrategias de capacitación y reforzamiento de conceptos y procesos son los simuladores y laboratorios virtuales, éstos permiten al usuario interactuar a través de diferentes herramientas y familiarizarse con ambientes a los cuales se puede llegar a enfrentar; aprende a manejar posibles situaciones y la manera de reaccionar ante éstas, siguiendo la lógica del aprendizaje: aprender haciendo.

FECHA DE ELABORACION: Diciembre 22 de 2007, jfrl.

RAE No. 3. Inclusión de la diversidad en Ambientes Virtuales de Aprendizaje.

AUTORES: ZWIEREWICZ Marlene, Neide de OLIVEIRA M, Antonio PANTOJA V.

PUBLICACIÓN: referencia 197-TC-A3, 04/2005. Brasil. Disponible en:

<http://www.abed.org.br/congresso2005/esp/pdf/197tca3.pdf>

PALABRAS CLAVES: Ambientes Virtuales de Aprendizaje, Diversidad, Interactividad, Inclusión, Currículo

DESCRIPCION: Es un artículo de profesores de un grupo de investigación en Brasil para un congreso, que tratan el tema de la diversidad de estrategias educativas para facilitar la política de inclusión en el sistema educativo y proponen en este artículo emprender una reflexión delante de las posibilidades producidas en medio a los avances de las NTIC, contextualizando inicialmente la inclusión de la diversidad en la realidad brasileña y española a través del acceso a las instituciones de la enseñanza regular y, en la secuencia, tratar directamente de las diferentes estrategias que pueden ser utilizadas para la inclusión de los estudiantes en Ambientes Virtuales de Aprendizaje, independiente de su condición física, emocional, socioeconómica, cultural, origen étnico, bien como su nivel de desarrollo cognitivo, su ritmo o estilo de aprendizaje.

FUENTES: 10 fuentes bibliográficas, 3 de los autores sobre ambientes virtuales de aprendizaje y los otros sobre las aplicación de las NTICs.

CONTENIDOS: El artículo contiene una introducción que trata el tema de las políticas inclusivas y la diversidad en la educación y de cómo el avance de las NTIC posibilita el escenario deseado. Otro capítulo aborda el tema de la diversidad en los Ambientes virtuales de aprendizaje a través de la interactividad y el tratamiento de la heterogeneidad, así como, el entorno a desarrollar para que esto sea posible.

En otro aparte denominado Planificando para la diversidad, se trata un contenido problemático, unas actividades interactivas y la evaluación inclusiva, aportando unos gráficos de mapas conceptuales que señalan los procesos a seguir.

METODOLOGIA: No está explícita en el documento. Los autores proponen en el aparte "Planificar para la diversidad" lo siguiente: implica necesariamente prever tanto condiciones técnicas cuanto condiciones pedagógicas para la utilización de las NTIC en los AVA, entre ellas la garantía de acceso, la formación previa y el estímulo a la cibercultura ya mencionadas por Zwierewicz y Pantoja (2004), referencia bibliográfica del artículo. A partir de la atención de tales necesidades,

que se constituyen en elementos imprescindibles para la inclusión, pasamos a proponer estrategias para la aplicación de contenidos *on-line* y para el acompañamiento del aprendizaje de los alumnos: contenido problemático, actividades interactivas y evaluación inclusiva.

CONCLUSIONES: Los AVA han construido una historia basada en las posibilidades de comunicación bidireccional ofrecidas por los avances técnicos científicos. En esa trayectoria de transformaciones, estamos actualmente delante de posibilidades inéditas de comunicación sincrónica y asincrónica que pueden contribuir significativamente para propuestas educativas inclusivas que superan un carácter eminentemente técnico. Por tanto, se hace necesario planificar la disposición de contenidos con la perspectiva de proporcionar estrategias que consideren la especificidad de cada participante y que permitan la articulación entre los conocimientos previos de los alumnos y los conocimientos científicos que precisarían ser apropiados.

La organización de estos momentos debe contemplar una propuesta secuencial que articule las actividades y que proporcione momentos interactivos para que los alumnos avancen y amplíen el conocimiento a través de un proceso permanente de acción-reflexión-acción, permitiendo al estudiante su desarrollo en un ambiente en que al mismo tiempo que aprende, comparte, siendo que su inclusión se vuelva viable por el ofrecimiento de actividades interactivas y por un proceso evaluativo inclusivo y permanente

FECHA DE ELABORACION: Diciembre 22 de 2007, jfrl.

RAE No. 4. Ambientes Virtuales de Aprendizaje: una nueva experiencia.

AUTOR: AVILA M. Patricia, Martha Diana Bosco H.

PUBLICACIÓN: Trabajo presentado en el “20th International Council for Open and Distance Education”. Abril 1-5. Dusseldorf, Alemania. 6 p. Disponible en: http://investigacion.ilce.edu.mx/panel_control/doc/c37ambientes.pdf

PALABRAS CLAVES: Ambientes virtuales de aprendizaje, entornos de aprendizaje, educación a distancia, redes, nuevas tecnologías.

DESCRIPCION: Es un artículo en español e inglés, relativo a los ambientes virtuales de aprendizaje como una nueva experiencia educativa, preparado para un congreso de educación abierta y a distancia, que muestra las ventajas de la aplicación de nuevas tecnologías en la educación para superar muchas dificultades de la educación presencial.

FUENTES: No presenta fuentes bibliográficas.

CONTENIDOS: Una primera parte explica lo que son los ambientes virtuales de aprendizaje, su aplicación en entornos de aprendizaje y su relación con la educación a distancia, mostrando una breve evolución marcada por el desarrollo de las TICs. También, explican porque los ambientes virtuales de aprendizaje constituyen una nueva experiencia educativa.

En una segunda parte presentan su experiencia con el diseño de cursos de educación a distancia con aplicación de NTICs y de cómo se logran nuevas experiencias de aprendizaje en ambientes virtuales.

METODOLOGIA: Como no se trata de un trabajo de investigación, no hay metodología propuesta o explícita. El documento muestra los resultados de una experiencia o práctica educativa de las autoras en educación a distancia, a partir de la cual hacen una propuesta general a manera de recomendaciones para vincular los ambientes virtuales de aprendizaje.

CONCLUSIONES: Un aspecto importante derivado de la práctica es la evaluación de procesos y resultados que acompañan a los actores durante su formación, donde la reflexión, el análisis, la síntesis, la crítica y la aplicación son los elementos a evaluar y no la memorización ni mecanización de los contenidos.

En cuanto a la evaluación del modelo desde la planeación se tienen sistemas de recuperación de experiencias a nivel cualitativo y cuantitativo que permitan orientar, corregir, decidir y modificar la propuesta original. La práctica educativa nos ha demostrado una vez más que no es suficiente con la incorporación de las tecnologías las cuales tienen un desarrollo vertiginoso día a día y por sí mismas

no tienen significado educativo, se requiere que éstas vayan acompañadas de un modelo pedagógico innovador y creativo que le dé sentido a su uso, que de manera continua se renueve y se transforme con base en propuestas acordes a los planteamientos del nuevo siglo, es decir, responder a los cambios de paradigmas educativos, a la globalización, a la sociedad del conocimiento, a la democratización de la educación y a la formación para toda la vida.

FECHA DE ELABORACION: Diciembre 22 de 2007, jfrl.

RAE No. 5. Consideraciones sobre la evaluación formativa en Ambientes Virtuales de Aprendizaje en licenciaturas de educación.

AUTORES: YEPEZ P. Luz Marina y Mauricio A. Ochoa C.

PUBLICACIÓN: En: “Revista Virtual Universidad Católica del Norte”, [en línea], ISSN 01245821, #22, [Sep. – Dic. 2007]. Acceso a través de: www.ucn.edu.co

PALABRAS CLAVES: Análisis, Aplicaciones, Aprendizaje, Ambientes virtuales de aprendizaje (AVAS), Conducta de entrada, Conocimiento fuente, Conocimiento meta, Contenidos escolares, Evaluación, Flexibilidad, Fuentes bibliográficas, Gradualidad analógica, Investigación, Objetos de conocimiento, Objetos de enseñanza, Proceso.

DESCRIPCION: Es un informe de avance del proyecto de investigación denominado “Hacia un sistema de estudios de la Fundación Universitaria Católica del Norte”, FUCN, en las licenciaturas de Educación Básica en Humanidades con Énfasis en Lengua Castellana e Inglés y de Filosofía y Educación Religiosa. El texto está orientado a describir el estado de la evaluación formativa para determinar el nivel de aproximación o distanciamiento con relación a lo que propone el Sistema de Estudio (Sisestudio), a partir de los siguientes criterios: a. La evaluación en ambientes virtuales en la FUCN; b. La evaluación por competencias; c. Requerimientos didácticos sugeridos desde Sisestudio; d. Un breve bosquejo sobre los núcleos interdisciplinarios; y e. un análisis de caso interdisciplinario en la FUCN bajo la forma de módulo.

FUENTES: 19 fuentes bibliográficas, acerca de la temática propia de las licenciaturas, la formación de maestros y la aplicación de NTIC a la educación.

CONTENIDOS: Se presentan 5 partes después de hacer una breve presentación de la importancia de la evaluación en los programas de licenciatura de la institución. La primera parte es “La evaluación en ambientes virtuales en la FUCN”, explicando lo que es la evaluación en la FUCN, involucrando los Ambientes virtuales de aprendizaje en esta actividad. La segunda parte es “Requerimientos Didácticos sugeridos desde Sisestudio”, el cual presenta 8 requerimientos didácticos para la construcción modular que desemboca en la evaluación. Una tercera parte “Elementos para el diseño curricular” aborda lo que son los contenidos, los objetos de conocimiento y los objetos de enseñanza. Para la cuarta parte “Breve bosquejo sobre núcleos interdisciplinarios”, se explica el concepto y el proceso de los núcleos interdisciplinarios para construir planes de estudio y, la quinta parte “Análisis de caso interdisciplinario” presenta un análisis de caso centrado en el módulo de “Sujeto y Educación” que existe en la Licenciatura en Básica en Humanidades con Énfasis en Lengua Castellana e Inglés, partiendo del uso didáctico de las herramientas en la gestión docente.

METODOLOGIA: No está explícito dentro del trabajo. Los autores señalan que este avance de investigación presenta un estudio sobre la evaluación formativa en la Fundación Universitaria Católica del Norte (FUCN) para comprender cómo se están llevando a cabo los procesos de evaluación dentro del marco de referencia de su Sistema de Estudios (método propio de la Institución y que denominaremos en este artículo Sisestudio). El texto pretende ayudar a viabilizar los propósitos institucionales hacia el logro del mejoramiento de la calidad académica de la Institución.

CONCLUSIONES: Se constatan significativas experiencias en la Institución que permiten afirmar que se vienen dando adelantos exitosos, aunque aún persisten situaciones a las que se les debe poner toda la atención, en especial lo relacionado con la evaluación, las cuales se encuentran en este aparte. Valga decir que de la posición que se asuma y de la forma en que se pretenda dar

solución dependerá en buena parte el horizonte que tome la evaluación formativa y el mismo diseño instruccional en la Fundación Universitaria Católica del Norte (FUCN), como caracterización y posicionamiento en el medio para ubicarse con un sistema de estudio propio que dé respuesta a las necesidades y expectativas de las nuevas generaciones con miras a una cualificación permanente y actualizada, tanto de los docentes como de los estudiantes (estudiosos) de la FUCN.

FECHA DE ELABORACION: Diciembre 22 de 2007, jfrl.

b) Sobre el emprendimiento

RAE No. 1. Reflexiones: La riqueza compartida crea más riqueza; Crepes & Waffles S.A., una empresa que construye futuro.

AUTORES: Gabriel Alfonso Pineda Forero y Olga Lucía Anzola Morales.

PUBLICACION EN: En revista SotaVento, Universidad Externado de Colombia, segundo semestre de 2.004, pág. 61 – 69.

PALABRAS CLAVES: Perdurabilidad organizacional, emprendedor, desarrollo organizacional, gestión del talento humano.

DESCRIPCION: La línea de investigación “La organización como unidad económica y social” del centro de investigaciones de la facultad de administración de empresas organizó el evento “Dos empresas familiares exitosas”, al que asistió el señor Eduardo Macía Restrepo, socio y fundador de Crepes & Waffles S.A. el cual realizo una presentación donde mostró sus experiencias, conocimiento y lo que es más importante, su actitud de vida la cual ha plasmado en la organización, razón por la cual se considero importante presentar algunos elementos relevantes de su exposición en este documento.

FUENTE: no cita fuentes.

CONTENIDO: En 3 capítulos se presenta el documento. Se presenta un poco de historia de lo que ha sido Crepes Waffles a través del tiempo desde su creación. Accionando idea, donde se describe algunas de las ideas del señor Eduardo Macía Restrepo. Y, el compromiso con la gente, donde se explica cómo mantener

un nivel de vida satisfactorio en los empleados para lograr un buen servicio al cliente.

METODOLOGIA: no cita metodología.

CONCLUSION: Los autores presentan las siguientes conclusiones.

El ser una empresa que se apoya en un modelo de gestión humana que reconoce y busca el desarrollo del talento humano, hace mucho más posible el logro de las metas y por tanto de los objetivos establecidos claramente por la gerencia de la empresa.

El tener en una empresa unas estrategias de asociación que busquen consolidarse bajo esquemas o modelos de relación donde todos ganan algo, permite el fortalecimiento financiero de la empresa y brinda las condiciones necesarias para el establecimiento de un clima laboral caracterizado por el compromiso de los socios y los trabajadores con la empresa.

El ser una empresa que apoye y desarrolle el talento humano, es una empresa que está segura de tener en cada trabajador un aliado más que cuida los recursos, el nombre y el futuro de la empresa.

FECHA DE ELABORACION: Junio 10 del 2008, SRR.

RAE No. 2. De emprendedor a empresario.

AUTOR: José Antonio Meza.

PUBLICACION EN: Revista SotaVento, Universidad Externado de Colombia, primer semestre de 2.003, pág. 75 – 82.

PALABRAS CLAVES: Emprendimiento, empresario, riesgo, motivación, interés, convicción, tenacidad, visión, mente abierta, decisión personal, espíritu emprendedor y espíritu empresarial.

DESCRIPCION: José Antonio Meza cree que todo hombre es emprendedor por naturaleza, pero no todos son empresarios, aun cuando todo empresario es emprendedor, piensa que el hombre, por si solo es sociable y que esta sociabilidad está basada en la cultura, mecanismo que le permite afrontar los problemas que encuentra en el proceso de satisfacer sus necesidades. Este

proceso exige adaptación a una vida social donde se deben compartir experiencias, por eso piensa que el aprendizaje conceptual no basta, es necesario tener un aprendizaje que sea fruto de la comprensión y una nueva conducta de pensar y hacer, pues el experimentar le permite al hombre lograr ver la totalidad de la vida en vez de partes de esta, esta conectividad le da un dominio personal y una conciencia de formar parte del mundo en vez de estar aparte de él, factor que le facilita el tener un propósito común que le permita desarrollar una visión compartida y al mismo tiempo poder lograr un alineamiento originado en el aprendizaje en equipo, razón por la cual se considera aclarar la diferencia entre el hombre emprendedor y el hombre empresario en este documento.

FUENTES: no cita.

CONTENIDO: En 5 capítulos se presenta el documento. Se presenta el emprendedor, donde se describe el hombre emprendedor. El espíritu emprendedor, donde se explica el espíritu del hombre emprendedor. Como lograr el desarrollo del espíritu emprendedor, donde se expone la manera de desarrollar el espíritu emprendedor en cada persona. El espíritu empresarial, donde se explica el espíritu de un empresario. Y el empresario, donde se define el hombre como empresario por medio de diferentes ejemplos.

METODOLOGIA: no cita.

CONCLUSION: no hay.

FECHA DE ELABORACION: Junio 10 del 2008 SRR.

RAE No. 3. Determinantes de las acciones gerenciales en microempresas y empresas pymes.

AUTORES: Olga Lucia Anzola y Myriam Celina Puentes.

PUBLICADO EN: El departamento de publicaciones de la universidad externado de Colombia – Bogotá (publicaciones@uexternado.edu.co), 2007, 142p.

PALABRAS CLAVES: Culturas corporativas, perdurabilidad empresarial, gestión humana, desarrollo organizacional, microempresas, empresas pymes, modelo mental, representación mental, sentido, esquemas de significado, visión interior,

visión exterior, orientación, estilo administrativo, problemas administrativos, periodo evolucionario, periodo revolucionario, creatividad, dirección, delegación, coordinación, actividades gremiales, innovación técnica, innovación administrativa, relación intraempresarial, perdurabilidad organizacional, cultura del servicio, cultura de calidad, visión prospectiva,

DESCRIPCION: En la universidad el externado de Bogotá se creó un grupo de investigación sobre gestión organizacional que ha venido desarrollando proyectos de investigación desde primer semestre del año 1998, en temas relacionados con culturas corporativas y perdurabilidad empresarial como parte de la línea de investigación gestión humana y desarrollo organizacional, del centro de gestión humana y organizaciones de la facultad de administración de empresas de la universidad.

Elaboraron casos empresariales donde tomaron como ejemplo las empresas pymes y microempresas, pues son empresas que tienden a estudiar estrategias que garanticen su perdurabilidad y desarrollo, lo que les permitió constatar, enriquecer y reevaluar los conceptos propuestos. Analizaron la cultura de las empresas pymes no solo internamente sino involucrando variables de relación con otras empresas en el sector económico donde interviene el estado. Esto se hizo para entender que la cultura es un fenómeno que caracteriza tanto las relaciones en el interior de la organización como interrelaciones con el entorno y así demostrar que los problemas que se les presentan a las empresa a la hora de buscar ser perdurables y competitivas están relacionados con las valoraciones y representaciones de sus líderes.

FUENTE: Se incluyen 49 fuentes, relacionadas con la cultura, supervivencia y perdurabilidad organizacional, la cultura y el procedimiento en una mirada de la cultura corporativa, características de la cultura corporativa, la cultura empresarial, los valores, metodología del caso en estudios empresariales realizados, la sucesión en la empresa familiar, la cultura y la región, los 20 problemas de la pequeña y mediana industria, la construcción social de la realidad, temas de interés particular para los dueños y gerentes de negocios pequeños o

microempresas, empresas que perduran con principios de éxitos de compañías triunfadoras, empresas que sobresalen y diferencian en la mejora de sus rentabilidades, la constitución de sentido, la visión general de las instituciones voraces, Colombia como un proyecto inconcluso en cuanto a valores, instituciones y capital social, la cultura organizacional en testimonios de gestión humana, la cultura organizacional como instrumento de la gerencia, la cultura organizativa y productividad organizacional, la competitividad sistémica como un nuevo desafío para las empresas y la política, las redes de soluciones empresariales, la confianza, la evolución y revolución como crecen las organizaciones, la familia y la cultura colombiana, las diferentes culturas y organizaciones como el software mental, la gerencia del cambio y la organización de aprendizaje, el estilo de vida y cultura técnica de los artesanos colombianos del siglo XIX, la competitividad y productividad, la comprensión, la medición y mejoramiento de la productividad, el liderazgo en 10 países de América Latina, Colombia como un país fragmentado una sociedad dividida, ejemplos de experiencias en busca de la excelencia, de las empresas mejor gerenciadas en Estados Unidos, la identidad en la nueva competitividad, el desafío de formar una elite técnica y empresarial en Colombia, los valores socioculturales, las estructuras y las políticas públicas en el desarrollo colombiano, el impacto de la tradición hispánica en el comportamiento empresarial latinoamericano, las etapas de crecimiento en una empresa, la ruptura cultural para el desarrollo, innovación en tres regiones colombianas, la estrategia, la estructura y las formas de asociación como fuentes de ventaja competitiva para las empresas pymes colombianas, la ética protestante y el espíritu del capitalismo, las empresas pymes como un cambio de mentalidad, las empresas pymes en cifras, las empresas pymes como portadoras de aprendizaje y finalmente quien es enemigo o amigo.

CONTENIDO: El libro se presenta en 3 capítulos. Se presenta el componente teórico, conformado por la problemática de las pymes en Colombia, el componente cultural de esta problemática, la actividad de dirección, como una acción humana,

algunos estudios de perdurabilidad empresarial, las fases de crecimiento propuestas por el autor.

Luego se presenta el componente metodológico, conformado por los estudios de la población y la muestra, el tipo de estudio, los instrumentos para la recolección de la información.

Y por último, se presenta el análisis y los resultados, conformado por algunas características de las empresas, algunas características de los empresarios y de los gerentes, las actividades gremiales y formas de relación con otras empresas, las relaciones de las empresas con el estado, las practicas e imágenes de los cuadros directivos en relación con los trabajadores, la actitudes hacia la innovación técnica y administrativa, las formas de relación intraempresarial, la relación con el exterior, es decir, el contexto internacional, la perdurabilidad organizacional como visión prospectiva, la dinámica entre empresas, clientes y proveedores en la cultura de servicio y en la cultura de calidad.

METODOLOGIA: La metodología usada es de tipo estadístico, se tomó una población y una muestra, se hizo un tipo de estudio exploratorio y de carácter descriptivo, para aportar al conocimiento de aspectos sobre los cuales existe poca investigación en el medio en que vivimos, debido a este carácter, el estudio busca mostrar tendencias, pero no la representatividad estadística.

CONCLUSION: Al final de cada tema escrito trae algunas consideraciones.

FECHA DE ELABORACION: Junio 11 del 2008 SRR.

RAE No. 4. La gerencia en la sociedad futura.

AUTOR: Peter Drucker.

PUBLICADO EN: Norma, Bogotá, 2002, 290p.

PALABRAS CLAVES: Inteligencia artificial, comercio electrónico, revolución, clase trabajadora, geografía mental, informática, tecnología, desafíos gerenciales, servicio, mercader, software, empleados, centro de utilidades, bypass, centro de utilidades, innovación, productividad de capital, trabajo, capital, productividad del capital, perdidas comerciales, desequilibrio móvil, intereses especiales, dinero

mundial, marketing, guías administrativa, mercado campesino, posición social, riqueza social, dumping y destrucción creativa.

DESCRIPCION: Los grandes cambios sociales que están creando la sociedad futura dominarán la tarea del ejecutivo en los próximos 10 o 15 años, o aun más. En efecto la tesis básica de los capítulos del libro es que los cambios sociales pueden ser más importantes que los hechos económicos para el éxito o el fracaso de una empresa y sus ejecutivos.

El propósito de este libro es hacer que los empresarios tengan en cuenta las realidades de la sociedad futura y basar en ellas sus políticas y sus estrategias, para que así puedan administrar en la sociedad futura.

FUENTE: Se incluyen 16 fuentes relacionadas con el comercio electrónico, como el reto central, los servicios financieros, la sociedad futura, el mundo explosivo del internet, la nueva economía, empresarios e innovación, ir más allá del capitalismo, la economía global y el estado nación, la prelación de la sociedad, el director ejecutivo en el nuevo milenio, del conocimiento del computador al conocimiento de la información, la ciudad civilizada, la revolución informática, surgimiento de las grandes instituciones y los empleados como personas.

CONTENIDO: El libro se presenta en cuatro partes, la primera es la sociedad de la información, la segunda son las oportunidades comerciales, la tercera es la cambiante economía mundial y la cuarta es la sociedad futura.

La primera parte contiene 6 apartes, que tratan de ver más allá de la revolución informática, del mundo explosivo del internet, de la alfabetización del computador, del comercio electrónico como un reto central, de la nueva economía y del director ejecutivo en el nuevo milenio.

La segunda parte contiene 4 apartes, sobre los empresarios y la innovación, de los empleados como personas, de los servicios financieros y de ver más allá del capitalismo.

La tercera parte contiene 4 apartes, sobre cómo surgen las grandes instituciones, de la economía global y el estado nación, de la prelación de la sociedad y de la sociedad civilizada.

La cuarta parte contiene 1 subcapítulo, que contiene la sociedad futura.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: No se presentan.

FECHA DE ELABORACION: Junio 21 del 2008 SRR.

RAE No. 5. Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI.

AUTOR: Peter Drucker.

PUBLICADO EN: Norma, Bogotá, 1999, 277p.

PALABRAS CLAVES: Estrategia competitiva, liderazgo, creatividad, trabajo en equipo, tecnología, seguridad, predicciones, el futuro, economía, cambios gerenciales, realidades sociales, gobiernos, política económica, gerencia, negocios, oportunidades, paradigmas, instituciones humanas, disciplina, practica, administración de negocios, sociedad desarrollada, suposiciones, jerarquía, principios, crisis, jefe, vocero, director ejecutivo, empleados, subalternos, asociados, resultados, medios de producción, monopolio natural, recursos básicos, multinacional, transnacional, unidad de negocios, centro de costos, mercado libre, privatización, industria creciente, industria decreciente, industria madura, finanzas minorista, flexibilidad, electrónica, computadores, información, calidad y servicio, compromiso, desempeño, productividad, productividad laboral, costos laborales, incongruencia, dinero virtual, inversión de cartera, libertad, clientes, ventas, canal de distribución, éxito, abandono organizado, innovación, cambio, mejoramiento, aprovechamiento, reorganizar, experimentar, proveedores, personalidad, equilibrar, sorpresas, sentido, propósito, alta gerencia, operaciones, educación, rendimiento, alianza, riesgo, puntos de referencias, habilidades esenciales, tácticas, comunicación, probabilidad, fenómenos, equipo de producción, mano de obra, destreza, conocimiento, racionalización, calidad, responsabilidad, lealtad, emergentes, satisfacción, trabajadores de conocimiento, gobierno, empresa, ventaja comparativa, medible, tangible, capitalismo, preguntas claves, sistema económico, análisis de retroinformación, aptitudes, inteligencia,

malos hábitos, cortesía, esfuerzos, problema de principios, planificar, conflictos de personalidad, empresarios sociales, realidades contrarias, movilidad y estabilidad.

DESCRIPCION: Es un llamado a la acción, que trata de los nuevos paradigmas de la gerencia y como han cambiado, lo mismo que los supuestos básicos sobre la práctica y los principios de la administración, esto a causa que los desafíos y temas tratados en el libro ya están presentes en la sociedad, para decirle a la gente que si no trabajan en fortalecer estos desafíos, por lo menos se esfuercen por responder a ellos preparándose a sí mismos y a sus instituciones.

FUENTES: No cita.

CONTENIDO: El libro se presenta en seis capítulos. El primero, son los nuevos paradigmas de la gerencia, que incluye la importancia de las suposiciones, la administración es administración de negocios, la única organización correcta, la única manera correcta de administrar el personal, las tecnologías y los usuarios finales son fijos y determinados, el ámbito de la administración está definido en términos legales, el ámbito de la administración está definido en términos políticos y la esfera de la administración es el interior.

El segundo capítulo, es la estrategia: los nuevos fenómenos seguros, que tratan el porqué de la estrategia, la tasa de natalidad descendiente, la distribución del ingreso, las industrias crecientes actuales, la definición del desempeño, la competitividad global, la creciente incongruencia entre la realidad económica y la realidad política.

El tercer capítulo, es el líder del cambio, sobre: el cambio no se puede administrar, las políticas del cambio, el mejoramiento organizado, el aprovechamiento del éxito, la creación del cambio, las ventanillas de oportunidad, que no hacer, la experimentación, los dos presupuestos del líder del cambio, el cambio y la continuidad y la hechura del futuro.

El cuarto capítulo, son los desafíos de la información, que incluye, la nueva revolución de la información, de la "T" a la "I" en la "TI", las lecciones de la historia, la lección de la historia para los tecnólogos, la nueva revolución de la imprenta, la información que las empresas necesitan, de la contabilidad de costos al control de

resultados, de la ficción legal a la realidad económica, información para la creación de riqueza, donde están los resultados, la información que los ejecutivos necesitan para su labor, la organización de la información, que no haya sorpresas y la adquisición de información externa.

El quinto capítulo, es la productividad de quienes trabajan con el conocimiento, que trata: la productividad del trabajador manual, los principios de la productividad del trabajo manual, el futuro de la productividad del trabajo manual, que sabemos sobre la productividad de quienes trabajan con el conocimiento, cuál es la tarea, las personas que trabajan con el conocimiento como activo de capital, los tecnólogos, el trabajo de conocimiento como un sistema, como empezar y el gobierno de la empresa.

El sexto capítulo, es la administración de uno mismo, que incluye, cuales son mis aptitudes, como me desempeño, donde debo estar, cual es mi aporte, la responsabilidad en las relaciones, la segunda mitad de nuestra vida y la carrera paralela.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: El autor presenta las siguientes conclusiones:

La gerencia es el órgano específico y distintivo de toda organización.

No existe o debe existir una única organización correcta.

Al personal no se le administra. El cometido es dirigir al personal y la meta es hacer productivos los conocimientos y atributos específicos de cada individuo.

La nueva suposición que tendrá que servir de base para la administración como disciplina y la administración como practica será que el ámbito de la administración no es igual. Ha de ser operacional, ha de abarcar el proceso en su totalidad. Tiene que dirigirse hacia los resultados y el desempeño a todo lo largo de la cadena económica.

Las fronteras nacionales son importantes ante todo como factores restrictivos. La práctica de la administración y esto de ninguna manera se limita a los negocios, tendrá que definirse cada vez más en términos operativos en vez de políticos.

Es la institución administrada como el órgano de la sociedad que esta para producir resultados.

Lo que incumbe a la gerencia es todo aquello que afecta al desempeño de la institución y a sus resultados, sean en el interior o en el exterior, encuéntrense bajo el control de la institución o totalmente fuera de él.

FECHA DE ELABORACION: Junio 23 del 2008 SRR.

RAE No. 6.

AUTOR: Carlos Dávila L. de Guevara. Empresas y empresarios en la historia de Colombia siglos XIX – XX, Tomo I.

PUBLICADO EN: Norma, 2003,591p.

PALABRAS CLAVES:

DESCRIPCION: El libro es el resultado de un proyecto colectivo en el que participaron 42 investigadores nacionales y extranjeros. Su dirección estuvo a cargo Carlos Dávila de Guevara y contó con un comité editorial internacional integrado también por los profesores Pablo Martín Aceña y Francisco Comín.

FUENTE: Se incluyen 92 fuentes relacionadas con el análisis del senado, “exposición de motivos al proyecto de ley sobre el ferrocarril central de Bolívar”, los archivos nacionales de los estados unidos, la gaceta departamental, “informe del alcalde de Turbana”, la ganadería de Bolívar, la revista nacional de agricultura, el archivo histórico de Antioquia, el archivo municipal de Manizales, el archivo particular de Ramiro Henao Jaramillo, el agricultor: órgano de la sociedad de agricultores colombianos, el municipio: monografía de Manizales, la patria: varios años Manizales, los ecos del Ruiz: seminario Manizales, notaria primera de Manizales, notaria única de Pácora, el archivo de la cámara e comercio de Cali, el archivo historial municipal de Cali, el boletín de estadística municipal, la contraloría general de la república, notaria primera, segunda y tercera de Cali, el periódico el día de Cali, el periódico el país de Cali, el periódico el relato de Cali, la revista Cali viejo de Cali, la cámara colombiana de la confección, la clase empresarial, la revista Dinero, dinero institucional, dinero de negocios, el Espectador, el País, el

Tiempo, la Nota, revista Poder, el Portafolio, revista del empresariado profesional, www.cali.cetcol.net.co, www.corfivalle.com.co, www.interbanco.com.co, el archivo general de Indias (Sevilla), escribanía de cámara, el archivo general de la nación, abastos, miscelánea, notaria primera, segunda y tercera, temporalidades, testamentarias de Cundinamarca, tierras de Cundinamarca, el archivo histórico nacional de Madrid, órdenes militares, el archivo histórico de Cartagena, la biblioteca nacional de Colombia: fondo pineda, gacetas y prensa, el archivo epistolar del general Domingo Caicedo, el archivo epistolar del general Pedro Alcántara Herrán, el archivo genealógico de Celedonio Piñeres de la Espriella, el árbol genealógico de la familia Vargas de Barichara, las notarias primera, segunda y tercera de Bogotá, la biblioteca Luis Ángel Arango, la constitucional de Cundinamarca, el samario, el tradicionista, la gaceta de la nueva granada, la gaceta de Colombia, la Gaceta oficial, la opinión, la public record office, la república de Colombia, la academia de historia Leonardo Tascón, el archivo central del Cauca, el archivo del ingenio Manuelita, el aviso, el ferrocarril, la voz del sur, la notaria primera de Palmira, la notaria primera de Tulúa, notaria segunda de Palmira, el boletín comercial de Medellín, el comercio de Medellín, la revista de Medellín, la librería Restrepo de Medellín, la notaria primera de Barranquilla, memorias de Ricardo Olano Estrada, la fundación Antioqueña para los estudios sociales, el archivo histórico del banco de la república, el archivo personal de Guillermo Oeding, el archivo de la familia Oeding Kuethe, el comercio de Barranquilla, el porvenir de Cartagena, archivo contable de Rafael Castillo & Compañía, Cartagena, Banco de la República, Biblioteca Bartolomé Calvo, el archivo de la empresa, basado en registros parroquiales, el archivo histórico de Cartagena, sección Notaria y Prensa, la Colección de la Gaceta Comercial de la Cámara de Comercio de Cartagena y la Colección de prensa y gacetas microfilmada de la Biblioteca Bartolomé Calvo, Banco de la República, Cartagena.

CONTENIDO: El libro en su tomo I presenta 3 apartes: El primer aparte trata la teoría e historia sobre el empresario, que incluye, funciones empresariales, el

cambio institucional y el desarrollo económico y, segundo, las teorías de la empresa y la historia empresarial en España.

El segundo aparte, trata de la historia de las elites empresariales regionales, entre las cuales presenta: los empresarios y ganaderos en la Costa Atlántica, el empresario en el antiguo departamento de Caldas, las prácticas empresariales en el Estado Soberano del Cauca, la élite empresarial de Santander, los empresarios industriales pioneros en Cali, de las sociedades de negocios al “Sindicato Antioqueño” y, la respuesta del empresario vallecaucano a la apertura económica en los años 90 y la recesión hacia finales de la década.

El tercer aparte, contiene la historia de empresarios, que incluye, tres empresarios coloniales de la Sabana de Bogotá, los herederos del poder: Juan de Francisco Martín, el retrato de “un hombre hecho a sí mismo”: La vida del santandereano Juan Crisóstomo Parra, escrito por Daniel Cote, el comercio de importación en Bogotá en el siglo XIX: Francisco Vargas, un comerciante de corte inglés, Lisandro Caicedo: un empresario territorial caucano, Carlos E. Restrepo: el empresario, Ricardo Olano Estrada: un empresario antioqueño de la primera mitad del siglo XX, Barranquilla hanseática: el caso de un empresario alemán y, las redes familiares y el comercio en Cartagena: el caso de Rafael del Castillo & Compañía.

METODOLOGIA: Es una compilación de varios autores nacionales.

CONCLUSION: En algunos temas trae conclusiones.

FECHA DE ELABORACION: Junio 24 del 2008 SRR.

RAE No. 7. La microempresa de punta en Colombia.

AUTORES: Cecilia Delgado Wiesner y Ernesto Parra Escobar.

PUBLICADO EN: Universidad del Externado de Colombia, 2008, 204p.

PALABRAS CLAVES: Microempresa, empresario, gestión empresarial, ventas, utilidad bruta, salario, gasto, rentabilidad, actividades productivas, nivel educativo, tiempo de operación, sector informal.

DESCRIPCION: En el centro de investigaciones sobre dinámica social (CIDS) de la facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Externado de

Colombia y específicamente en el área de economía, trabajo social y sociedad, existe una línea de investigación, dirigida hacia los sub sectores económicos que presentan características tradicionales en la forma de organización del trabajo, y que son considerados como pertenecientes al llamado “sector informal” de la economía. Son ellos principalmente el comercio callejero, el pequeño comercio de tiendas de barrio, la microempresa manufacturera (de hasta 10 empleados), la microempresa de servicios personales, comunales y de transporte y la unidad de producción campesina. El libro es resultado de la investigación realizada, la cual caracteriza a la microempresa de punta, constituye un trabajo dirigido a explorar la presencia de nuevas actividades económicas a partir de los años 90 en la ciudad de Bogotá.

FUENTE: Incluye 19 fuentes como: una misión imposible: políticas y programas de apoyo a la microempresa en Colombia; un sistema de evaluación de impacto de programas de apoyo a la microempresa; Cámara de comercio de Bogotá: observatorio económico; la informalidad en Colombia nueva evidencia; la situación de la microempresa en Colombia: programas de apoyo y acceso al crédito; la globalización y crisis económica, incidencia en la financiación de unidades de pequeña escala; el café internet como un espacio real para la virtualidad; Centro de investigaciones para el desarrollo; Comisión de regulación de telecomunicaciones: medición de factores multiplicadores para el calculo de usuarios de internet en Colombia; Departamento nacional de planeación: plan nacional para el desarrollo de la microempresa y política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas; Estudio sobre la calidad del empleo en Colombia; Desarrollo y la promoción de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana; La apertura, estructura económica e informalidad: un modelo teórico; informalidad laboral en Colombia: evolución, teorías y modelos; la corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo; de la informalidad a la modernidad.

CONTENIDO: El libro se presenta en 8 capítulos, el primero trata de la microempresa en Colombia, el segundo de los objetivos y la metodología, que incluye, la caracterización del proceso, los objetivos generales y específicos, los aspectos metodológicos, la selección de la muestra, la localización geográfica y los instrumentos de recolección de información.

El tercer capítulo trata de la caracterización general del empresario y la empresa, que incluye, la ubicación, edad y actividades de las empresas de la muestra, el estrato de ubicación del negocio, la edad de la empresa, el tipo de empresa, el tipo de actividades, el tipo de actividades del negocio por localización de la empresa, las características del local, las características de los propietarios, la edad, el género del propietario, el lugar de nacimiento, el estado civil, el nivel educativo, el origen de la empresa, la experiencia laboral previa, la motivación para iniciar el negocio, la forma de adquisición, la fuente de financiamiento para iniciar el negocio, la formación técnico-empresarial, las características de los empleados, el género, la edad, la escolaridad, las características del empleo, la jornada laboral en número de horas, los ingresos de los empleados, el número de empleados por empresa, el tipo de contratación y el tamaño inicial de la empresa.

El cuarto capítulo, es sobre la gestión empresarial, que incluye, la organización y el funcionamiento, la forma de manejo del negocio, la dedicación horaria del propietario, los ingresos provenientes del negocio, la reinversión de ingresos, las actividades y dedicación laboral del propietario, la persistencia en el negocio, la operación de la empresa, el tiempo de operación y jornada de trabajo, la dificultad principal de la empresa, la organización y funcionamiento empresarial, el registro y uso de la información, la utilización de los registros contables, los indicadores utilizados para conocer el comportamiento de la empresa, los insumos, equipos y programas, el proveedor de los insumos, el proveedor de maquinaria, equipos y programas, el proveedor de asistencia técnica, los montos mensuales para asistencia técnica, el dinamismo tecnológico, la actualización de máquinas o equipos, el cambio de máquinas o equipos, el internet, la evolución tecnológica, el

acceso y al utilización al crédito, la financiación, los planes y proyectos, la dinámica esperada del negocio y la dinámica y manejo de la competencia.

El quinto capítulo, trata de los resultados de la gestión empresarial, que incluye el mercado, costos de producción y ventas, el internet, el celular, las cabinas telefónica, las impresiones, las fotocopias, los video juegos, los plotter, el tipo de clientela, los ingresos y la rentabilidad, los ingresos totales por ventas, la utilidad bruta, la rentabilidad respecto a las ventas y otros ingresos.

El sexto capítulo, trae el grado de informalidad, escala de informalidad-formalidad, que incluye, las consideraciones generales, la metodología, los indicadores, las preguntas y frecuencias y de la informalidad a la formalidad.

El séptimo capítulo, sobre las obligaciones laborales, los impuestos y la formalidad, que incluye, el planteamiento del problema, la metodología, la matricula mercantil, la matricula para establecimientos de comercio, los impuestos de industria y comercio, los avisos y tableros, la sobretasa bomberil, el impuesto predial, el impuesto a la renta, el registro de libros, los resultados, la utilidad bruta teniendo en cuenta los impuestos y los costos laborales, la rentabilidad teniendo en cuenta los impuestos y los costos laborales y la rentabilidad teniendo en cuenta solo las obligaciones laborales.

El octavo capítulo, trata de las conclusiones y consideraciones, que incluye, las conclusiones, el perfil del microempresario, el perfil de la empresa, el perfil de los empleados, el perfil de la clientela y las recomendaciones.

METODOLOGIA: La metodología es de tipo estadístico, toman una muestra de la población, luego hacen la prueba piloto y al fin la aplican a la muestra en total, en si es una metodología estadística de tipo descriptivo.

CONCLUSION: En el capítulo número 8 se encuentran algunas conclusiones.

FECHA DE ELABORACION: Junio 24 del 2008 SRR.

RAE No. 8. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas.

AUTOR: Rodrigo Varela.

PUBLICADO EN: Prentice Hall, Bogotá, D.C., 2001, 382p.

PALABRAS CLAVES: Empresario, innovación empresarial, progreso, desarrollo, bienestar, superación, mejoramiento, reestructuración, reorganización, microempresas, plan de desarrollo, creatividad, iniciativa, diversidad, código genético empresarial, espíritu empresarial, prosperidad, estructura empresarial, capacidad empresarial, oportunidades empresariales, dinámica de los negocios, desarrollo económico, mentalidad empresarial, ética empresarial, comercio electrónico, eficiencia, efectividad, desempeño, educación empresarial.

DESCRIPCION: El libro nace de la necesidad de adaptar a la realidad latinoamericana, la conceptualización y las teorías que en el mundo se han elaborado sobre el tema. El objetivo central de la obra es ayudar a formar más y mejores empresarios capaces de ser competitivos.

Los contenidos van dirigidos a estudiantes universitarios de ciencias económico-administrativas e ingenierías en las que se imparte la asignatura de espíritu empresarial o creación de empresas. El libro sirve también para las personas que deseen adoptar la cultura del espíritu empresarial como fundamento del proceso de creación de empresas, expone en forma sencilla las principales teorías, los conceptos y experiencia aplicables al entorno latinoamericano. Incorpora casos y ejemplos de empresas reales, cada capítulo al final incluye un resumen, preguntas, ejercicios y referencias.

FUENTE: Incluye 178 fuentes, las cuales están relacionadas con el plan maestro para el programa de desarrollo empresarial, las siete normas de ética para líderes, planes de negocio, guías de planificación comercial, la transmisión del poder en los negocios familiares, las relaciones empresariales durante los años noventa, el aprender a vivir con el dinero disponible, la psicología de un empresario como el ate y al ciencia de las relaciones empresariales, la economía de América, el poner las cosas en orden, la modernización de china y la implicaciones, la nueva elite de china, el portátil MBA en las relaciones empresariales, las reflexiones sobre la ética de la empresa, la edad de la gacela, el estado de los pequeños negocios, ¿Por qué crecen las naciones?, las memorias del foro nacional sobre políticas de ciencia y tecnología para el desarrollo, los

problemas creativos, sucesión y planificación en la empresa familiar, el dinero, el comercio electrónico, apuntes para la elaboración de una estrategia de desarrollo empresarial en Colombia, el desarrollo empresarial como una alternativa para la energía y el progreso de Colombia, definiendo las relaciones empresariales, el proceso de innovación, el misterio de las empresas, la dirección y el trabajo del mundo, las experiencias de algunas empresas, en busca del espíritu empresarial, la dirección de las empresas, la educación de los empresarios en internet, los 10 pasos para la enseñanza de una empresa, como hacer para financiar algo, la cultura empresarial, estimular el desarrollo de nuevos negocios, explorando el papel importante de las relaciones empresariales en la economía y el desarrollo social, entendiendo el proceso de empezar un negocio pequeño, entendiendo el crecimiento de las pequeñas empresas, los costos económicos y políticos de la corrupción, la diversidad de las sucesiones, los sueños y los retos, el problema con los Ángeles, las nuevas iniciativas por la industria y para crear empleo creando industrias de servicio, el empresario con un comportamiento rebelde frente a la sociedad tradicional, ¿Qué se puede aprender de Korea y Taiwan?, las relaciones interpersonales en las empresas familiares son importantes para la próxima generación, investigaciones para el reconocimiento de las oportunidades, las consecuencias culturales, diferencia internacionales en el trabajo, la dirección de la motivación en una organización, la naturaleza del empresario, nuevos roles de la economía, como generar ideas para desarrollar productos novedosos, destrucción creadora para la innovación, las ventajas y desventajas de asociarse con un familiar, factores contemporáneos en una empresa familiar y su influencia en la gestión, las características de la empresa familiar caleña, las diferencias entre hijos e hijas en las empresas familiares, el discurso de la graduación en la universidad de Icesi, lo que todo pequeño empresario debe saber, política nacional para el fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas, las condiciones que favorecen el crecimiento sostenido de la empresa pequeña y mediana, como constituir una empresa, ¿Cómo apoyarlas ideas?, una guía para la estrategia corporativa, las ideas son inútiles si no se usan, como gobernar a la

familia después de tener autoridad en la empresa, la semilla del capital, ¿Por qué Peter Drucker está equivocado sobre el futuro?, los logros de la sociedad, los ingenieros en la nueva economía, la educación d las relaciones empresariales en los años 90, los hermanos y la sucesión en un negocio familiar, las exportaciones como un frente nacional para el desarrollo, la anatomía de un plan de negocios, la empresa educativa como una lección importante por aprender, la paradoja global, iniciando una idea, los ex - empresarios y la decisión para empezar una carrera de empresa, la decisión para no convertirse en un empresario, la decisión de convertirse en un ex – empresario y trabajarle a alguien más, probando el potencial de los empresarios, la ventura de la empresa, el ancla de la carrera: descubriendo sus valores reales, la dinamica de la carrera, el capitalismo el socialismo y la democracia, secciones económicas y de negocios, conferencia sobre educación empresarial, como la educación impulso el desarrollo de Taiwan, los cambios hacia el nuevo siglo, congreso latinoamericano sobre el espíritu empresarial, convención del recurso humano como estrategia clave del desarrollo para América Latina, creatividad e innovación para el desarrollo del espíritu empresarial, el manual e evaluación del proyecto de la gerencia en las pequeñas y medianas empresas, la ética en los negocios ¿realidad o mito?, la evaluación económica de proyectos de inversión, el punto de equilibrio económico multidimensional, hacia una educación con perspectiva empresarial, las características empresariales y su desarrollo educacional, la educación empresarial en Latino América, el centro de creatividad, innovación y desarrollo empresarial, el espíritu empresarial como opción de desarrollo profesional, estrategia del proceso de ceración del centro de innovación e incubación de empresas, la política de desarrollo empresarial en Honduras, los líderes empresariales, la libertad y el poder y los nuevos empresario.

CONTENIDO: El libro se presenta en 13 capítulos. El primero sobre el espíritu empresarial, que incluye, la cultura del espíritu empresarial, el ser humano frente a sus opciones de trabajo, la generación de riqueza y los valores culturales e ideológicos, las nuevas políticas de gestión humana, las nuevas empresas como

generadoras de empleo, bienestar y satisfacción, las tendencias de comienzo de milenio, la sociedad informática, el aprender a aprender, las economías globales, el cambio de las industrias, la responsabilidad individual, empresas pequeñas, auto empresariales y participativas, el socialismo de libre mercado, los negocios en el arte, los estilos de vida universal y nacionalismo cultural, el océano pacífico, el liderazgo femenino, la edad de la biología, la edad de las telecomunicaciones, el e – business, el resurgimiento religioso, el desarrollo sostenible, la responsabilidad social y ética y el triunfo del individuo.

El segundo capítulo, trata del espíritu empresarial y el desarrollo socioeconómico, que incluye, las relaciones entre el espíritu empresarial y el desarrollo socioeconómico, el desarrollo de América Latina versus el desarrollo de los tigres asiáticos, el sistema de desarrollo de las naciones y la competitividad, las necesidades culturales del desarrollo y algunos modelos errados.

El tercer capítulo, incluye, la visión histórica del empresario, la definición del empresario, los mitos sobre el empresario, dentro de los cuales se encuentran: los empresarios no analizan sino que van haciendo cosas, los empresarios nacen, no se hacen, el empresario clásico o puro, todo lo que se necesita es dinero, el empresario es falta de preparación, los empresarios son los fracasados, todo lo que se necesita es suerte, con el primer negocio me enriquezco, la mayoría de los negocios fallan rápidamente, solo los experimentados pueden ser empresarios, la situación del país no permite crear empresa, para formar empresas hay que ser inventor o trabajar con tecnología avanzada, mi estatus profesional se rebaja por ser empresario, el empleo es seguro los negocios no, mi profesión no es para formar empresas, incluye también las características, capacidades y habilidades del empresario y algunas historias empresariales.

El cuarto capítulo, trata del proceso empresarial, incluye, la teoría de Albert Shapero, la teoría de David McClelland, la teoría de Ronstadt, la teoría de Timmons, el modelo de Gibb y otras teorías más.

El quinto capítulo, sobre las etapas y componentes en el establecimiento de una empresa, los ingredientes básicos de todo negocio, el conocimiento técnico, las

oportunidades, los contactos personales, los recursos, los clientes con pedidos, el rancho de Jonás, el amazon.com, las etapas del proceso de formación de una empresa y la carrera empresarial.

El sexto capítulo, trata de cero a la oportunidad de negocio, incluye, la creatividad, los conceptos básicos, la creatividad, invención e innovación, el proceso creativo, las técnicas de desarrollo de la creatividad, las barreras a la creatividad, las guías para resolver en forma creativa, la innovación, las ideas, las ideas de negocio, el origen de las ideas de negocios, las necesidades, los deseos, las características de las ideas de negocio, las fuentes generales de las ideas de negocio, los caminos en la búsqueda de las ideas de negocios, el clicking con su idea de negocio, las sugerencias finales y la evaluación de la idea de negocio.

El séptimo capítulo, sobre el plan de negocio, las razones de elaboración, las bases conceptuales, el documento final, el análisis del mercado, el análisis del sector y de la compañía, el análisis del mercado propiamente dicho, el plan de mercadeo, análisis técnico, el análisis del producto, las facilidades, los equipos y maquinarias, la distribución de la planta, el plan de producción, el plan de consumo, el plan de compras, el sistema de control, el análisis administrativo, el grupo empresarial, el personal ejecutivo, la organización, los empleados, la organización de apoyo, el análisis legal y social, los aspectos legales, los aspectos de legislación urbana, el análisis ambiental, el análisis social, el análisis económico, la inversión en activos fijos, la inversión en capital de trabajo, el presupuesto de ingresos, el presupuesto de materias primas, servicios e insumos, el presupuesto de personal, el presupuesto de otros gastos, la deducciones tributarias, el análisis de costos, el análisis de valores personales, el análisis financiero, el flujo de caja, el estado de resultados, el balance, el análisis de riesgos de mercado, el análisis de riesgos técnicos, el análisis de riesgos económicos, el análisis de riesgos financieros, la evaluación integral del proyecto, la evaluación de contado, la evaluación con financiación, el análisis de sensibilidad, el análisis de estructura financiera, la evaluación integral, otras

visiones sobre el plan de negocio, el grupo empresarial, la oportunidad, el contexto, los riesgos y las recompensas.

El octavo capítulo, trata de la financiación de nuevas empresas, incluye, los mitos sobre la financiación, dentro de los cuales se encuentran: se necesita mucho dinero para establecer una empresa, todo lo que necesito para que mi negocio sea exitoso es una buena capitalización, comenzar sin dinero es comenzar en pequeño y sin posibilidades de crecer, no hay dinero para financiar los negocios, solo le prestan a los que tiene y no necesitan, es decir, los ricos, es absolutamente necesario usar información externa, es decir, una palanca financiera, solamente los locos y los aventureros empiezan sin dinero, incluye también como iniciar un negocio sin mucho dinero, las fuentes de financiación, el capital propio versus los prestamos versus socios, el tramite ante las entidades financieras, la búsqueda d socios.

El noveno capítulo, sobre la administración de un nuevo negocio, las similitudes y diferencias entre el líder empresarial y el gerente, la administración financiera, la administración del mercado, la administración de la producción, la administración de personal, las estrategias de operación, la rivalidad que exista entre las empresas que están ya en el lugar del mercado, la amenaza de que nuevas empresas ingresen en el sector, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de productos los servicios sustitutos, las redes de apoyo, los aspectos éticos de la empresa, la empresa y su responsabilidad social, los procesos de crecimiento, el desarrollar mercados y productos, el adquirir licencias para elaborar productos u/o hacer alianzas con otros distribuidores, las franquicias, las alianzas estratégicas y joint ventures, las adquisiciones y fusiones y la racionalización.

El décimo capítulo, trata de la empresa familiar, incluye, las empresas familiares en perspectiva, la caracterización de la empresa familiar, el estado de formación/relación de baja intensidad, estado de formación/relación de alta intensidad, estado de consolidación/relación de baja intensidad, estado de consolidación/relación de alta intensidad, estado de desarrollo/relación de baja

intensidad, estado de desarrollo/relación de alta intensidad, la administración de las empresas de familia, la confusión entre el hecho de ser propietario y la capacidad real de dirigir la organización, la confusión en las políticas de remuneración a los miembros de la familia, los problemas de la capitalización de la empresa, los problemas en la normatividad de la empresa, el integrar los hechos empresariales con hechos familiares, las diferencia entre la visión y la finalidad de la empresa, los problemas de sucesión de dirección, los problemas en el fondo de retiro del líder empresarial, problemas en la sucesión de la propiedad el estar asociándose con un familiar, el plan de desarrollo empresarial y familiar, la educación de la familia en actitud empresarial, la educación de los hijos, la experiencia empresarial de los hijos o hijas, las grandes decisiones, la entrada de los hijos o hijas a la empresa, el retiro propiamente dicho, la entrada del sucesor y el protocolo familiar.

El capítulo once, sobre los negocios en internet, incluye, la e-economía, la categoría de los negocios en la e-economía, los modelos de empresa en internet y como hacer negocios en internet.

El capítulo doce, trata de la educación empresarial, el nuevo enfoque educativo para formar empresarios, las características empresariales y su desarrollo educacional, el área motivacional, el área fiscal, el área intelectual, los ingredientes básicos empresariales y su desarrollo educacional y las recomendaciones para los profesores universitarios.

El capítulo trece, trata de las políticas de desarrollo empresarial, incluye, la cultura empresarial, las asociaciones específicas, el sector educativo, el sector educativo, el sector empresarial y algunas consideraciones adicionales.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: Al final de cada capítulo tiene un resumen donde hay algunas consideraciones finales.

FECHA DE ELABORACION: Junio 25 del 2008 SRR.

RAE No.9. Creatividad e innovación empresarial.

AUTOR: Raymond Prada.

PUBLICADO EN: TecnoPress Ediciones, Bogotá, 2002, 289p.

PALABRAS CLAVES: Sinemática, visiones válidas, estándar de innovación, creatividad, perseverancia, metas, habilidades, dinamizadores, calidad, competitividad, emprender, realidad, aprehender, educación, experiencia, información, estímulo, expectativa, posibilidades, sinaptogénesis reactiva, actividad mental, dominancia, cultura, calidad pictórica, flexibilidad, percepción selectiva, educación emocional, inteligencia emocional, conectividad, público objetivo, reflejo Eureka, reglas, evaluación, recomendaciones, análisis cruzado, tensión creativa, nivel espiritual o mental superior, tiempo, nervios, responsabilidad, solidaridad.

DESCRIPCIÓN: Este libro aporta a la generación de ideas prácticas y novedosas en una gran diversidad de proyectos empresariales y en la inventiva personal. Presenta la nueva técnica sinemática, que permite ordenar las fases de producción de ideas y potenciar la originalidad mediante matrices funcionales dinamizadores. La sinemática ha sido ampliamente validada en el ámbito empresarial y en la academia, a través de numerosas cátedras prácticas relacionadas con el tema creatividad y la innovación en una diversidad de carreras administrativas, en el mercadeo, la publicidad y en la ingeniería.

FUENTE: Se incluyen 97 fuentes, relacionadas con la creatividad, el pensamiento lateral, como generar ideas, la psicología para el desarrollo de la cooperación y de la creatividad, la toma creativa de decisiones, como aprovechar la incertidumbre positiva, los secretos de los genios de la creatividad, como desarrollar la creatividad en la empresa, el poder de la mente, la administración del cambio, el pensamiento creativo integral, un análisis de la física cuántica, manual de fisiología, psicología y ecología de la visión, el texto de la sabiduría, las sombras de la mente: hacia una comprensión científica de la consciencia, la percepción personal, el ejecutivo emprendedor, aprovechar la creatividad de los empleados, los mapas mentales, el nuevo mapa del cerebro, arte, mente y cerebro, la autoestima en el trabajo, el liderazgo centrado en principios, hábitos de la gente

altamente efectiva, gestión de competencias, los desafíos de la gerencia para el siglo XXI, la inteligencia emocional en práctica, la inteligencia emocional en la empresa, reflexiones para los gerentes, curso de administración moderna, posibilidades de la inteligencia emocional, el pensamiento innovador en la empresa, la excelencia mental, la psicología de la organización, la quinta disciplina en la práctica, ¿Qué nos mueve a lograr la excelencia?, la motivación y la personalidad, estudio de la motivación humana, las formas de motivar, las respuestas claves para todos los gerentes, la emoción, los juegos para empresarios y economistas, el comportamiento organizacional, un primer curso de teoría de juegos y teoría de juegos en las ciencias sociales.

CONTENIDO: El libro se presenta en 8 capítulos. El primero, trata de la creatividad, la vivencia de la libertad, la dimensión ética de la creatividad, la creatividad en las organizaciones y la innovación empresarial.

El capítulo segundo, trata de la percepción, que incluye, la visión general, los diferentes puntos de vista, la percepción y la realidad, los mapas y territorios, la percepción como realidad en el tiempo presente, la realidad paradójica, la percepción flexible, la realidad conectada, la percepción de las otras personas, la percepción y las emociones, la percepción no sensorial y la percepción y el aprendizaje.

El capítulo tercero, sobre el cerebro como aparato de la creatividad.

El capítulo cuarto, trata del pensamiento gráfico, incluye, los mapas mentales, los gaps o links abiertos, las asociaciones sin límites, el pensamiento gráfico, los mapas perceptuales, la matriz de flexibilidad-motivación, el empresario tradicional, el soldado resignado, el hijo de papi, Daniel el travieso, la oveja en el gran rebaño, el emprendedor y los mapas conceptuales.

El capítulo quinto, trata del sesgo y las barreras a la creatividad, que incluye, los sesgos, otros sesgos, las barreras a la creatividad, el paradigma (percepción dominante o creencia compartida), las barreras emocionales, las barreras organizacionales, las afirmaciones que matan al creatividad, despejando las

barreras, focalizando una situación, proyección empática de una perspectiva, desaprender, ser consciente y las barreras insalvables.

El capítulo sexto, trata de la sinecmática, incluye, la introducción a la sinecmática, los dinamizadores, el proceso creativo de la sinecmática, la identificación del objetivo-problema, la motivación, la preparación, la incubación, la iluminación, la verificación, la decisión, la comunicación, la técnica de la sinecmática, la aplicación personal, la aplicación grupal, las reglas de juego, el combinar, el reversar, el reservar, el extender, el adaptar, el modificar, el otorgar, el sustituir y las claves para estimular analogías.

El capítulo séptimo, sobre los 100 años de la creatividad, las técnicas creativas, lluvia o torbellino de ideas, el pensamiento lateral, seis sombreros para pensar, sinéctica, biasociación, análisis morfológico, análisis matricial, la técnica Delphi, la teoría para la resolución inventiva de problemas triz y cuarenta principios inventivos y matrices de la sinecmática.

El capítulo octavo, trata de las cinco habilidades para ganar en el juego de la innovación, incluye, poner principios y valores en la visión, valores, los caracteres altos del nivel mental, el carácter más alto del nivel espiritual, los principios, la acción de éxito más probable posible, alinee sus valores con principios, agregue principios a un sueño, póngale principios a la misión, cambie el paradigma del juego, lidere la motivación, corra no se precipite, haga un alto, no trabaje a presión, trabaje con planeación, buen estrés o tensión creativa, la personalidad tipo a o b, juegue limpio, monopolio para adultos-el juego del paradigma a, reconózcase para reconocer a los demás, un modelo nuevo de reconocimiento, conózcase primero, prémiese, siéntase amado, extienda el círculo, de y reciba reconocimiento, conéctese, ¿Qué valor agrega usted al mundo?, entre a la fiesta, participación de la calidad, el gasto se compensa, empatía, lenguaje no verbal, ausencia de empatía, preparando el terreno para aprender empatía, reconozca las emociones, escuche activamente sin juzgar, observe, fomente relaciones auténticas, el nivel físico, el nivel emocional, el nivel mental, correspondencia entre los opuestos del nivel emocional y los caracteres mentales positivos, preguntas

complementarias de autoevaluación y recomendaciones decisionales para un modelo de análisis cruzado.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: Al final de cada capítulo hay un resumen que tiene algunas consideraciones generales.

FECHA DE ELABORACION: Junio 25 del 2008 SRR.

RAE No.10. Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocio.

AUTOR: Carlos Julio Galindo Ruiz.

PUBLICADO EN: Ecoe Ediciones, Bogotá, 2004, 165p.

PALABRAS CLAVES: Creación de empresa, planes de negocio, nivel de inversión, aspectos climáticos, aspectos geográficos, estrato, competidores, clientes, motivación, objetivos corporativos, variables económicas, factores sociales y culturales, factores legales y políticos, tecnología.

DESCRIPCION: Este libro presenta al futuro empresario una serie de herramientas que le permitirán visualizar el horizonte que lo conducirá hacia el éxito empresarial. A lo largo de los periodos de instalación y de operación del proyecto empresarial, se puede evaluar si es viable o factible la implementación de la empresa, para ello es necesario seguir cada uno de los pasos establecidos en las unidades de este libro. Se puede evaluar cual es el impacto de los resultados esperados, por medio de la satisfacción de sus necesidades.

FUENTE: Se incluyen 30 fuentes, relacionadas con el arte de resolver problemas, el emprendedor del éxito, la contabilidad hotelera, el plan de negocios, guía para constituir y formalizar una empresa, la dirección ya administración de la producción de la producción y de las operaciones, la administración de recursos humanos, introducción general de la teoría de la administración, las matemáticas para la administración y la economía, las finanzas en la empresa, la contabilidad de costos, la dirección por servicio, el talento como solución, el mejoramiento de los procesos de la empresa, la contabilidad administrativa, el análisis estratégico del entorno empresarial, la investigación integral de mercados, las empresas

triunfadoras, el análisis de la planeación de la calidad, la dirección de la mercadotecnia, la creatividad, la gerencia de la calidad total, la gestión de la calidad total, los sistemas de producción, planeación, análisis y control, el plan de negocios del emprendedor, el nuevo producto y la administración de recursos humanos.

CONTENIDO: El libro se presenta en 6 capítulos. El primer capítulo sobre la visión empresarial, el análisis del entorno, los factores sociales y culturales, el factor económico, el factor tecnológico, el factor político y legal, el factor ecológico o medioambiental, la innovación, la creatividad, el proyecto, la empresa, el análisis de la industria, el tamaño de la empresa, la ubicación de la empresa, la misión de la empresa, la visión de la empresa, la visión y los objetivos corporativos, la ventajas corporativas y competitivas y el cronograma de actividades o diagrama de Gantt.

El segundo capítulo, de la mercadotecnia, el plan de mercadeo, el estudio de mercado, investigación del mercado, la encuesta, tabulación de la encuesta, canales de distribución, cadena de valor, mix de mercado y presupuesto de ventas.

El tercer capítulo, trata de la distribución de la planta, las instalaciones y equipo, la capacidad instalada, los edificios, los terrenos, el equipo de oficina, los muebles y enseres, los vehículos y los computadores.

El cuarto capítulo, es sobre la producción, el plan de producción o de servicio, las características del producto o servicio, el diagrama de operación, el requerimiento de materia prima, la compra de materia prima, los inventarios, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

El quinto capítulo, la estructura organizacional, el ambiente organizacional, la cultura organizacional, el organigrama, la contratación de personal, la descripción de cargos, el manual de funciones, la evaluación del desempeño, los salarios y las obligaciones del patrón.

El sexto capítulo, trata de la estructura financiera, los estados financieros, el balance inicial o de instalación, el presupuesto de ventas, al costo de ventas, los

gastos de administración, los gastos de ventas, el estado de resultados o de ganancias y pérdidas, el flujo de efectivo o flujo de caja, el balance general proyectado, los indicadores financieros, el flujo del proyecto y el punto de equilibrio.

METODOLOGIA: DE acuerdo con un plan de negocios.

CONCLUSION: No las presenta.

FECHA DE ELABORACION: Junio 25 del 2008 SRR.

RAE No.11. La administración a la velocidad del internet.

AUTORES: Mark Breier Y Armin Brott.

PUBLICADO EN: Norma, Bogotá, 2.000, 164p.

PALABRAS CLAVES: Internet, Administración, retroalimentación, las reuniones eficaces, marca.

DESCRIPCION: El internet ha cambiado la manera en que todos trabajan. Cada negocio, cada gerente, tiene que satisfacer las exigencias de los mercados y de los clientes más rápido y mejor. Ofrece valiosos consejos a toda persona que desee entrar en la nueva economía y construir una compañía y una cultura en internet. Su lectura le permitirá aprender a aprovechar al máximo cada minuto; utilizar el correo electrónico como un experto; usar la red para obtener una rápida respuesta del cliente a sus productos, a su plan de marketing e incluso al modelo de negocio que se tiene; seleccionar la información que se da a los inversionistas; cómo volver divertidos los extenuantes cargos a los cuales los ejecutivos de hoy deben dedicar tanto tiempo, y mucho más.

FUENTE: No incluye.

CONTENIDO: Este libro se presenta en siete capítulos. El primer capítulo, sobre los secretos de actuar con rapidez, la rapidez no basta y los secretos de actuar con inteligencia.

El segundo capítulo, trata de la utilización del correo electrónico, durante todo el día.

El tercer capítulo, de convertir la retroalimentación en aliada, obtener la retroalimentación de los empleados y obtener la retroalimentación de los clientes.

El cuarto capítulo, sobre los secretos de las reuniones eficaces y la importancia de la marca, sobre todo en internet.

El quinto capítulo, trata de la marca.

El sexto capítulo, es sobre cómo sobrevivir en la jungla inversionista y las notas especiales si se va a tratar con los primeros inversionistas.

El séptimo capítulo, sobre algunos consejos para manejar a la gente de la empresa..

METODOLOGIA: No hay metodología.

CONCLUSION: no hay.

RAE N.12. Casos empresariales No. 6.

AUTORES: Carlos José Bello Pérez, Olga Lucia Anzola y Carlos Guillermo Tapias Cote.

PUBLICADO EN: Universidad externado de Colombia, Bogotá, 2004, 117p.

PALABRAS CLAVES: Historia empresarial, mejoramiento de procesos, perdurabilidad empresarial, cambio organizacional, cultura corporativa, adaptación al entorno, empresario, empresa familiar, relación entre universidad y empresa.

DESCRIPCION: Contiene 5 casos empresariales: Mecanizados y troquelados, Colchones el dorado, Indegas de Colombia, La actividad avícola: el caso de un empresario y su organización, Comestibles Colibrí.

Los casos pretenden analizar y caracterizar las prácticas gerenciales en el contexto particular colombiano y latinoamericano.

FUENTES: Se incluyen 11 fuentes, relacionadas con el caso empresarial desarrollado por el grupo del centro de investigación del modelo de la universidad externado-Fundes, en el año 2002, la entrevista en las sesiones realizadas en el programa universidad externado de Colombia-Fundes-tecnológico de Monterrey con el ingeniero Rafael Garavito, gente de mecanizados y troquelados, los programas de visitas de la facultad de administración de empresas de la

universidad externado de Colombia (desarrollando guías de acercamiento empresarial), empresas en familia, frente al desempleo, crear empresa, entrevista realizada en las diferentes sesiones con el ingeniero Miguel Beltrán, gerente de Indegas y la entrevista con la señora Ana Cecilia Salcedo, gerente de comestibles colibrí.

CONTENIDO: La revista presenta 5 casos empresariales. El primer caso es sobre la empresa Mecanizados y troquelados: éxito empresarial, el origen y la evolución, la planta, maquinarias y equipos, el personal administrativo y operativo, la estructura organizacional, el mercadeo y las ventas, las finanzas y el análisis del sector.

El segundo caso trata de la empresa colchones Eldorado, en la búsqueda de la perdurabilidad empresarial, el origen y evolución de la empresa, la crisis, las acciones tomadas y los resultados obtenidos.

El tercer caso empresarial es sobre la empresa Indegas de Colombia: una experiencia empresarial, el origen y la evolución, la estructura organizacional, los recursos humanos, el mercadeo y las ventas, la producción y operaciones, las finanzas y el análisis del sector.

El cuarto caso es sobre la actividad avícola, el caso de un empresario y su organización, la avicultura en Santander, el surgimiento de avidesa, avicultura, apertura, prosperidad y recesión, la avicultura frente a la integración económica regional, las fuentes de financiación y los clusters.

El quinto caso es de la empresa Comestibles Colibrí, una iniciativa empresarial, el origen y la evolución, la estructura organizacional, la misión, la visión, los valores, la comunicación, la toma de decisiones, el organigrama, la planta y equipos, el diseño de la planta, el mantenimiento, la planeación y control de producción, los proveedores, el nivel de cumplimiento, los procesos de pedidos, la calidad, la salud ocupacional, higiene y seguridad industrial, los indicadores de producción, los mercados y las ventas, la competencia, la promoción y publicidad, el mercadeo, los canales de distribución, la internacionalización, la investigación de mercados,

las metas y cumplimientos, la caracterización del cliente, el recurso humano y los aspectos financieros.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSIONES: Están al final de cada caso empresarial.

FECHA DE ELABORACION: Junio 26 del 2008 SRR.

RAE No.13. Manual de creación de empresas.

AUTOR: Román Villaescusa.

PUBLICADO EN: Edipyme, s.d., 55p..

PALABRAS CLAVES: Idea de negocio, el éxito, el fracaso, el empresario, el plan, los clientes, el entorno, la competencia, el capital, los precios y emprendimiento.

DESCRIPCION: Se presenta un manual para la creación de empresas que muestra la idea y el plan de negocio en diferentes partes.

FUENTES: No cita.

CONTENIDO: El libro se presenta en 14 partes. La primera parte, sobre la otra alternativa, la creación de una empresa propia, las ventajas y los inconvenientes. La segunda parte se trata de la idea de negocio. La tercera parte sobre el plan de negocio. La cuarta parte trata del mercado el entorno, la demanda, los clientes, la competencia y los proveedores.

La quinta parte trata del plan de marketing, el producto o servicio, los precios por costos, por demanda y por competencia, la distribución, la estrategia de distribución, la estrategia de comunicación, la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones publicas y la fuerza de venta. La sexta parte, sobre la descripción técnica, el diseño de la producción, el diseño de la prestación del servicio y la localización. La séptima parte trata del plan de compras.

La octava parte trata de la organización de los recursos humanos. La novena parte sobre el estudio económico-financiero, cuánto dinero se necesita para poder desarrollar un proyecto empresarial, donde conseguir el dinero, los estados financieros básicos, el estado de costos, el estado de resultados, la estructura del estado de resultados, el flujo de caja y su estructura, los flujos de fondos y su

estructura, el balance general y su estructura, los indicadores de carácter financiero, los indicadores de liquidez, los indicadores de rentabilidad, los indicadores de endeudamiento y los indicadores de actividad. La decima parte trata del emprendedor. La parte once, trata de los aspectos formales, la elección de la forma jurídica, la persona natural, la persona jurídica, las clases de personas jurídicas, los tipos de sociedades, sus definiciones, las formalidades para su constitución, los requisitos para obtener la matricula, las características, la situación jurídica, el capital, la responsabilidad de los socios, la negociabilidad de las partes de interés, la razón social, la administración, la distribución de las utilidades, las reservas, la duración y las causales de disolución de cada una de las sociedades. La parte doce, sobre los trámites de creación y constitución de una empresa, la homonimia, la consulta de marca, el uso del suelo, el ciuu, la normatividad, la escritura pública y los tramites posteriores a las etapas de creación y constitución. La parte trece, trata de la fundación Iberemprende, la fundación Colombia Emprende y la fundación Mac.

La parte catorce, trata de los programas de ayuda para la creación de empresa, el fondo emprender, los requisitos para acceder al fondo, la cuantía de la financiación, que financia el fondo, que no financia el fondo, la formulación del plan de negocio, la evaluación de los planes de negocios y las metas.

METODOLOGIA: No la cita

CONCLUSIONES: No hay.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE No.14. Negocios y gestión en Antioquia: la trayectoria empresarial de don Alejandro Echavarría Isaza (1859-1928).

AUTOR: Víctor Álvarez Morales.

PUBLICADO EN: Revista Ad-Minister, Universidad EAFIT de Medellín, Septiembre del 2003, p. 46-63.

PALABRAS CLAVES: Región, industria textil, café, negocios de familia, banca, trabajo social, compañía de electrificación, Coltejer y la guerra de los mil días.

DESCRIPCION: Este artículo habla sobre la trayectoria empresarial del antioqueño Alejandro Echavarría Isaza desde su nacimiento, a mediados del siglo XIX, hasta su fallecimiento en 1928. Presenta como eje central la diversidad de sus negocios y la forma en que los asuntos de la vida familiar tuvieron relación con sus empresas y acciones económicas. La diversificación de sus inversiones, la innovación, y la creación de nuevas empresas indican que se trataba de un verdadero empresario, según Shumpeter.

FUENTES: Se incluyen 24 fuentes, relacionadas con los comerciantes de Medellín, todos los datos demográficos y familiares, el boletín oficial de Medellín, la restauración, el viaje a la nueva Granada, las memorias histórico-políticas, las empresas de Antioquia, la historia urbana y juego de intereses, las escuelas de artes y oficios, el desarrollo económico de Antioquia desde la independencia hasta 1920, los bancos de Antioquia y la monografía histórica de las empresas y servicios de Medellín.

CONTENIDO: Presenta 16 partes. La parte uno, sobre la familia Echavarría, la parte dos, trata de don Alejandro Echavarría y la escuela de artes y oficios, la parte tres sobre don Alejandro Echavarría como comerciante, la parte cuatro sobre la diversificación de inversiones del comercio a la banca, la parte cinco de los Echavarría Isaza como unidad familiar y unidad de negocios, la parte seis sobre la familia Echavarría Misas, la parte siete de la guerra de los mil días como una coyuntura de negocios, la parte ocho sobre la nueva diversificación de inversiones en servicios públicos, la compañía de instalaciones eléctricas, la parte nueve de la integración de los hijos en el negocio de don Alejandro Echavarría, la parte diez sobre don Alejandro Echavarría como industrial en la compañía colombiana de tejidos COLTEJER, la parte once trata de las inversiones en propiedad raíz, la parte doce sobre los nuevos frentes de actividad, la parte trece sobre don Alejandro Echavarría y sus hijos, la parte catorce de la construcción de un mundo nuevo, la parte quince del hospital de San Vicente de Paúl y la parte diez y seis sobre los años finales.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: No hay.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE No.15 Caracterización socioeconómica y empresarial del barrio la Azucena, localidad de Bosa.

AUTOR: Karen Gómez.

PUBLICADO EN: Revista Sota Vento No.8, 2004, p. 64-78.

PALABRAS CLAVES: Pymes, estudios sectoriales, estrategias de asociación.

DESCRIPCION: El documento hace parte de una investigación mas amplia realizada por la universidad Externado de Colombia, dirigida a apoyar el desarrollo de nuevas actividades productivas en el barrio la Azucena de la localidad de Bosa en Bogotá. Presenta datos estadísticos y cualitativos sobre el barrio.

FUENTES: Se incluyen seis fuentes relacionadas con la política de fomento a la competitividad de la pyme, experiencias internacionales, la prosperidad de las fundaciones microeconómicas, el foro del mundo económico, reportes de competencia global y ser competitivos.

CONTENIDO: El documento de presenta en cinco capítulos: El primer capítulo trata de la composición sectorial.

El segundo capítulo, del sector comercio, las empresas, las prácticas gerenciales, el desempeño, el mercado, el gerente propietario, los aspectos socioeconómicos, el personal ocupado, el liderazgo, el entorno institucional y la infraestructura.

El tercer capítulo, trata del sector manufacturero, la empresa, las prácticas gerenciales, el desempeño, el mercado, el gerente propietario, los aspectos socioeconómicos, el personal ocupado, el liderazgo, el entorno institucional y la infraestructura.

El cuarto capítulo, del sector servicios, la empresa, las prácticas gerenciales, el desempeño, el mercado, el gerente propietario, los aspectos socioeconómicos, el personal ocupado, el liderazgo, el entorno institucional y la infraestructura.

El quinto capítulo, trae los comentarios finales.

METODOLOGIA: Se trata de determinar la estructura sectorial de las empresas ubicadas en el barrio, sus principales características a nivel de la empresa y el empresario y a partir de allí, definir los aspectos sobre los cuales la localidad debe emprender acciones en el corto y mediano plazo.

En particular los resultados obtenidos permiten establecer las debilidades empresariales, con el fin de diseñar espacios de formación empresarial que permitan a los empresarios adquirir conocimientos generales, enfocados hacia la generación en negocios basados en estrategias de asociación, que posibiliten a su vez a las empresas garantizar su competitividad y con ello su permanencia en el mercado.

CONCLUSION: Al final del documento se presentan los comentarios finales.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE No. 16 Soluciones tecnológicas que apoyan la gestión del conocimiento.

AUTORAS: Mónica Henao Calad y María Pía Arango Fonnegra.

PUBLICADO EN: Revista Ad-minister No.8, EAFIT de Medellín, 2006, p. 69-85.

PALABRAS CLAVES: Gestión del conocimiento, tecnologías informáticas para la gestión del conocimiento y estrategias tecnológicas para la gestión del conocimiento.

DESCRIPCION: Este documento hace parte del conjunto de resultados que se obtuvieron en el marco de una investigación institucional que se titula “las tecnologías informáticas que apoyen los procesos de gestión de información y de conocimiento”. Se presenta haciendo una descripción detallada de las tecnologías informáticas que la apoyan. Estas tecnologías se denominan “soluciones tecnológicas o estrategias tecnológicas” y facilitan la gestión de los activos de conocimiento. Algunas de ellas están orientadas a identificar los conocimientos explícitos que se tienen o que se necesitan; otras, están más orientadas a identificar los conocimientos tácitos que tienen las personas.

FUENTES: Se incluyen 34 fuentes relacionadas con la construcción de conocimientos en comunidades virtuales, la gestión del conocimiento, nuevos

perfiles profesionales, mapas conceptuales como estrategia de conversión de conocimiento en la gestión del conocimiento, las tecnologías informáticas que apoyen los procesos de gestión de información y conocimiento, las organizaciones creadoras de conocimiento, aprendiendo a aprender, el modelo de implantación de gestión del conocimiento y tecnologías de información para la generación de ventajas competitivas, la gestión del conocimiento como un nuevo enfoque en la gestión empresarial, lo fundamental y lo más genérico acerca de la gerencia del conocimiento, la buena dirección que brindan los europeos ante la práctica del conocimiento, el conocimiento activo, ¿Cuál es el proyecto de dirección del conocimiento?, el papel de las técnicas, la dirección del conocimiento hacia Microsoft, la dirección del conocimiento en software y los portales de información en las empresas.

CONTENIDO: Presenta 3 capítulos. El primero, sobre el conocimiento, las propiedades básicas del conocimiento, la clasificación del conocimiento, la gestión del conocimiento, procesos de la gestión de conocimiento y los proyectos de implementación de la gestión del conocimiento en las organizaciones.

El segundo capítulo, sobre las tecnologías en la gestión del conocimiento, las estrategias tecnológicas que apoyan la gestión del conocimiento, los mapas de conocimiento, las páginas amarillas, las comunidades de expertos, las comunidades virtuales, las comunidades de práctica, las lecciones aprendidas, los cafés de conocimiento, los portales de conocimiento y el modelo de conocimiento en mapas conceptuales.

El tercero, trae las conclusiones y los trabajos futuros.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: En el último capítulo están escritas algunas conclusiones.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE No.17 El empresario: peculiaridades y diferencias. Aproximaciones a un marco teórico.

AUTOR: Carlos Guillermo Tapias.

PUBLICADO EN: Revista SotaVento No. 4, Universidad Externado de Colombia, 1999, p. 20-31.

PALABRAS CLAVES: Empresa, empresarios, capitalista, iniciativa, autoridad, previsión, libertad espiritual, energía espiritual, tenacidad, perseverancia, negociar, el empresario técnico, el empresario comerciante y el empresario financiero.

DESCRIPCION: La intención de este documento es diseñar una aproximación a la elaboración de un marco teórico con diferentes autores para analizar, interpretar desde el punto de vista histórico al empresario y a su quehacer.

El principal actor de la actividad empresarial, el empresario, tiene un escenario propio. La contextualización del escenario y los diferentes matices de su papel permiten apreciar mejor al empresario en su dimensión. Adentrarse en sus especificidades permite una mejor comprensión.

FUENTES: Se incluyen 9 fuentes relacionadas con la innovación y el empresario innovador, la práctica y los principios, la sociología del renacimiento, el empresario dentro de la empresa, el intraempresariado como una estrategia gerencial del estímulo al espíritu empresarial y a la innovación de las empresas, el ser y el hacer empresarial, sus mitos y perspectivas empresariales, la teoría del desenvolvimiento económico como una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico, un nuevo paradigma de administración empresarial, el apogeo del capitalismo y la contribución a la historia espiritual del hombre económico y moderno.

CONTENIDO: El libro se presenta en 2 capítulos. El primer capítulo, sobre la interpretación clásica del empresario, el desenvolvimiento económico, las nuevas combinaciones, los recursos, la empresa, el carácter del empresario, el liderazgo empresarial, el actuar empresarial y los conceptos empresariales.

El segundo capítulo, sobre el comportamiento empresarial, los tipos de empresario, diferenciación en el comportamiento empresarial, el intraempresario y las conclusiones.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSIONES: El autor define las siguientes conclusiones: Históricamente la figura del empresario es el sujeto que le da dinamismo a la sociedad capitalista.

La actividad empresarial y el empresario, como ejecutor de la misma, poseen unas características peculiares que lo convierten en uno de los ejes fundamentales del desenvolvimiento económico por cuanto es él quien articula la idea con la ejecución de la misma.

El empresario para llevar a la práctica su quehacer empresarial, diseña una serie de estrategias que le permiten visualizar el logro de sus objetivos.

La manera particular de actuar del empresario es precisamente lo que lo diferencia de otros actores de la vida económica, algunas veces nutrido por ideas que si bien no surgen de él, si las puede estimular, considerándolas como oportunidades por desarrollar.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE No.18 El desarrollo de lo empresarial en Colombia: ¿un camino hacia la racionalidad?

AUTORA: Olga Lucia Anzola Morales.

PUBLICADO EN: Revista SotaVento No.5, Universidad Externado de Colombia, 2001, p. 46-56.

PALABRAS CLAVES: Modernización, tareas administrativas, individuo, sociedad, actividades familiares, productivas y sociales, negociantes, racionalidad e irracionalidad.

DESCRIPCION: A partir del acercamiento a la teoría de Norbert Elías, se intenta establecer la evolución que sufrieron los colombianos en el desarrollo empresarial, y que se observa en los cambios dados en la mentalidad de nuestros empresarios y trabajadores, ante la exigencia gubernamental de modernización empresarial y los retos de un mundo en transición, que dan cuenta de la interdependencia que hay entre los individuos y la sociedad y el cambio en las estructuras, los comportamientos sociales y la personalidad de los individuos en los procesos de larga duración.

FUENTES: Se incluyen 12 fuentes, relacionadas con la cultura organizacional, la productividad, la mujer, la religión, la industria, las oleadas de las ideologías de control normativo y racional en el discurso administrativo, una nueva clase obrera, neocapitalismo y enajenación, ser obrero en Colombia, la modernización industrial, empresas y trabajadores, competitividad, modelos de producción, el simbolismo organizacional, las teorías organizacionales y enfoques críticos.

CONTENIDO: Se presentan 4 partes. La primer parte, sobre el artesano, de la casa al taller; la segunda parte, sobre los inicios; la tercera parte, de las empresas fabriles, la ciudad y la fábrica y la cuarta parte, sobre estar en medio de la exigencia, la racionalidad y la manifestación de lo irracional.

METODOLOGIA: No cita.

CONCLUSION: Trae las siguientes conclusiones: La buena o mala administración se mide por el grado en el que se logran los objetivos perseguidos por el sistema socioeconómico en que se actúa.

La administración no es un fin en si misma, sino un medio para lograr un fin, el cual es satisfacer las necesidades humanas a través de productos y servicios.

El grado en que se logre satisfacer las necesidades humanas a través de productos y servicios en forma productiva es también un problema social, en este sentido no hay empresa pública, todas son privadas.

Las organizaciones son instituciones formadas por seres humanos al servicio de seres humanos, que se auto renuevan no solo modificando viejos conceptos sino buscando nuevos puntos de vista diferentes.

El reto consiste en crear, dentro de las empresas, condiciones en las cuales las personas, trabajando por los fines de las organización, puedan satisfacer al mismo tiempo sus expectativas de índole laboral y personal.

Los valores determinan estrategias administrativas, pues la acción es concordante con el pensamiento “sentido”, es decir, con aquello que se cree haber percibido, aunque la percepción diste mucho de la realidad.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE No. 19 ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas?.

AUTOR: Félix Antonio Malagón Malagón.

PUBLICADO EN: Revista EAN No.48, Mayo y Agosto de 2003, p. 72-81.

PALABRAS CLAVES: Innovación, entrepreneurship, creatividad, emprendedor, social y líder.

DESCRIPCION: El propósito de este documento es mostrar la importancia que en este tercer milenio ha cobrado el tema del espíritu emprendedor y la creación de empresa, así como la necesidad de inculcarlo e impulsarlo en los creativos para que desarrollen su potencial emprendedor y presente nuevas alternativas de solución y nuevas propuestas a la sociedad para el mejoramiento de la calidad de vida.

Se resaltan los elementos constitutivos de una vida emprendedora y las responsabilidades que la vida conlleva.

FUENTES: Se incluyen 17 fuentes, relacionadas con la aventura de emprender, la estrategia para la competitividad de las pymes, la creación de empresas, como convertir una idea en empresa, la gestión creativa, el manual de la creatividad, el emprendimiento, la gestión del conocimiento, las oportunidades y los visionarios.

CONTENIDO: El documento se presenta en 6 partes. La primera parte, trata del espíritu emprendedor; la segunda, sobre algunos ejemplos; la tercera parte, trata del emprendedor y su relación con la comunidad; la cuarta parte, de lo que es un emprendedor social; la quinta parte, trata de lo que hay que hacer para que la educación superior se oriente hacia la formación de emprendedores y, la sexta parte, trata de la reflexión sobre el empresario y la actitud emprendedora.

METODOLOGIA: El documento trae algunos ejemplos de emprendedores mundialmente reconocidos y se plantea la relación social que el emprendedor debe tener con la comunidad y los atributos que este debe poseer.

CONCLUSION: Trae las siguientes conclusiones:

El deseo de ser empresario es el punto de partida del proceso para convertirse en emprendedor.

El deseo de ser empresario es la consecuencia de diversos estímulos personales, sociales y culturales.

Todo emprendedor tiene una motivación, una necesidad o una dificultad personal, familiar o social que lo impulsan a iniciarse en un proyecto ya sea social, económico, político, artístico, cultural o de cualquier otra índole.

El espíritu emprendedor, entrepreneurship, se puede entender como la capacidad de una persona para desarrollar proyectos innovadores o de oportunidad para obtener un beneficio; para desarrollar una idea nueva o modificar una existente y traducirla en una actividad social rentable y productiva; para buscar beneficios económicos, sociales o políticos.

El entrepreneurship, implica una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteadas con una visión global y llevadas a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado.

El resultado del entrepreneurship, es una creación de valor de la que se beneficia la empresa, la economía, la sociedad y el mismo creativo o emprendedor.

El principal reto del entrepreneurship durante el presente siglo es su expansión mundial.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

RAE. No.20 Historia empresarial de Colombia: 150 años.

AUTOR: Revista Dinero.

PUBLICADO EN: Edición especial de la revista Dinero No. 214, Septiembre del 2004, 224p.

PALABRAS CLAVES: empresario, historia empresarial, empresa, responsabilidad social, estrategia.

DESCRIPCION: Es una edición especial de la Revista Dinero, dedicada a la historia empresarial de Colombia, a sus empresas y empresarios como actores fundamentales del desarrollo económico y social del país.

FUENTES: Incluye 18 Fuentes, de autores como Carlos Dávila, Luis Fernando Molina, Frank Safford, Alberto Mayor Mora, Manuel Rodríguez Becerra y otros que han tratado sobre la historia empresarial de Colombia.

CONTENIDO: Presenta historia de sectores empresariales, empresas y empresarios entrelazados con artículos de historiadores. Entre otras partes: Los inmigrantes, el café, el transporte, el azúcar, banco de Bogotá, Colseguros, Organización Corona, Hernán Echavarría, ETB, Bavaria, Postobón, Carvajal, Carulla, Coltejer, Avianca, Cementos Samper, Bancos, A quién le interesa la historia del empresariado?, Manuelita, La importancia de la cultura empresarial, Nacional de Chocolates, Fabricato, Loa al comerciante, Ley y Éxito, Colombina, Chaid Neme, Cemento Argos, Ospinas, Tabaco, Porqué somos pobres?, Confecciones Colombia, Suramericana de seguros, Empresas y empresarios del Caribe, Fernando Mazuera, Ecopetrol, Olímpica, Fruco, Leonisa, Sanford, Un siglo de gestión empresarial, Pedro Gómez, Empresas que fueron.

METODOLOGIA: No la cita.

CONCLUSION: No hay.

FECHA DE ELABORACION: Junio 30 del 2008 SRR.

2.5. HIPOTESIS DE TRABAJO.

El AVA “Del emprendimiento al empresarismo” posibilita la formación empresarial de estudiantes universitarios a través de actividades y recursos tecnológicos que les permiten desarrollar actitudes emprendedoras y empresariales.

3. MÉTODO

3.1 POBLACION Y MUESTRA.

La población objetivo del AVA en una primera fase son estudiantes universitarios de los primeros 5 semestres en cualquier programa, con edad comprendida entre 15 y 23 años, posteriormente se ampliará a otra población universitaria interna y externa. Los estudiantes esperan encontrar un ambiente de aprendizaje innovador y diferente a los esquemas tradicionales, que los guíe y motive hacia el desarrollo de una idea de empresa. Este tipo de estudiantes poseen **habilidades cognitivas**: acerca de su disciplina y una aproximación práctica de lo que es una empresa. En algunas ocasiones estas habilidades cognitivas pueden ser escasas y por medio del AVA se puede llegar a reforzar, lo que implica en el diseño del AVA unas actividades de aprendizaje y prueba de conducta de entrada y salida (pretest y postest). **Habilidades actitudinales**: agilidad mental para el desarrollo de problemas, interés por lo innovador, capacidad de resolver problemas.

Habilidades motrices: búsqueda de información, habilidades para el uso de TICs. En presaberes y conocimientos pueden demostrar alguna aproximación por la novedad del tema o para actualizarse en el tema de emprendimiento y a lo que es una empresa, muestran conocimiento de alguna historia empresarial o experiencia directa o indirecta de creación de empresa.

El AVA se aplicó a una muestra piloto de 22 estudiantes de X semestre del programa de Administración de empresas de la Universidad del Tolima, con edades entre 18 y 22 años, a los cuales se les dio una inducción inicial y tienen una experiencia de aprendizaje en temas administrativos por su propia formación y por experiencia laboral o manejo de microempresas informales de subsistencia.

3.2 PROCESO DE DISEÑO DEL MATERIAL EDUCATIVO.

3.2.1 Primera fase: planeación.

A partir de la caracterización de la población usuaria que son estudiantes universitarios de cualquier programa, con edad comprendida entre 15 y 23 años, el AVA consta de las siguientes partes:

- Unos objetivos de aprendizaje que buscan motivar y orientar el emprendimiento de cada estudiante universitario hacia la creación de empresa; diseñar y aplicar un espacio virtual, flexible, motivador y creativo de aprendizaje orientado a desarrollar habilidades sociales, cognitivas y contextuales (relacionadas con su entorno) y, actitudes emprendedoras para el empresarismo (creación de empresas), que le sirvan al futuro profesional o usuario del AVA como estrategia alternativa de desempeño; desarrollar una actitud positiva de emprendimiento orientada a concretar una idea y proyecto personal de empresa, que le facilite conseguir recursos y poner en práctica su experiencia de aprendizaje con la creación y sostenimiento de su empresa; y, aplicar las TIC en el diseño de un AVA que permita aprovechar y aplicar sus ventajas comunicativas, interactivas, innovadoras, en un proceso de aprendizaje que estimule efectivamente en el estudiante o usuario, el emprendimiento y el emprendimiento.
- Los contenidos expresados en competencias que especifican el saber conocer, el saber hacer y el saber ser. Para este AVA se han definido los siguientes contenidos:

TABLA 2. CONTENIDOS DEL AVA. Reinoso y Sánchez, 2.008.

CONCEPTUALES	PROCEDIMENTALES	ACTITUDINALES
Actitud emprendedora	Elaboración e identificación de un perfil de actitud emprendedora	Autoevaluación inicial
El pensamiento creativo.	Desarrollo de ejercicios de habilidad creativa	Capacidad de resolver problemas no previstos

El proceso de crear empresa	Manejo de variables internas y externas para crear empresa	Relaciones de aspectos personales y contextuales. Lo subjetivo y lo objetivo.
El entorno del emprendimiento y el empresarismo	Desarrollo de habilidades estratégicas para identificar oportunidades y amenazas	Pensamiento estratégico
La idea de empresa	Desarrollo de actitudes emprendedoras, habilidades creativas y actitud colaborativa para formular una idea de empresa	Ser propositivo, creativo y comunicativo
El proyecto de empresa	Manejo holístico e integrador para diseñar un proyecto de empresa	Autoevaluación y evaluación del proceso de emprendimiento

Fuente: Los Autores.

- La metodología se basa en la interactividad del estudiante con diferentes recursos que lo evaluarán y retroalimentarán permanentemente en un proceso de formación en emprendimiento, en la modalidad virtual, tratando de incorporar o despertar actitudes (iniciativa, creatividad, disciplina, persistencia, entusiasmo, autoconfianza, toma de decisiones, actitud al riesgo, liderazgo) y habilidades (análisis del entorno, comprensión de procesos, formulación de estrategias, elaboración y gestión de proyectos) empresariales.

- Las actividades de aprendizaje van de acuerdo a los contenidos, parten de un pretest (ver anexo 1) de conducta que identifica un perfil de actitud emprendedora para ubicar inicialmente al estudiante en una primera fase de autoevaluación de sus propias capacidades, conocimientos y actitudes.

FIGURA 1. IMAGEN DE UTILIZACIÓN DE PRETEST Y POSTEST

	Nombre de la encuesta	Código de la encuesta	Número de preguntas	Autor	Idioma	Disponibilidad desde	Disponibilidad hasta	Invitados	Anónimo	Modificar
<input type="checkbox"/>	POSTEST	EMPRENDERISMO	26	Vladimir Sánchez	spanish	2008-09-03	2008-08-13	21 / 28	No	
<input type="checkbox"/>	PERFIL DE ACTITUD EMPRENDEDORA	prefect	25	Vladimir Sánchez	spanish	2008-08-11	2008-08-18	22 / 27	No	

Fuente: Dokeos.

Seguidamente, empiezan una serie de actividades interactivas como ejercicios de creatividad, mediante los cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información. Mediante un análisis del entorno que le presenta información sobre diferentes contextos, se prepara para detectar amenazas y oportunidades relacionadas con el empresarismo. Un análisis de caso le servirá para ir identificando y comprendiendo las diferentes etapas del proceso empresarial. Con información sobre su perfil de actitud emprendedora, el análisis del entorno y la comprensión del proceso, requiere tomar la decisión en grupo de generar ideas de empresa y elegir una de ellas para elaborar su propio proyecto empresarial mediante un recurso (formato) institucional de una entidad que como valor agregado del proceso de aprendizaje, financia y acompaña al estudiante hasta la puesta en marcha y sostenimiento de su proyecto empresarial.

FIGURA 2. MOMENTOS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMOS.

Nombre	Progreso	Descripción	Experiencia SCORM	Modificar	Mover
ACTITUD EMPRENDEDORA	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↓
CREATIVIDAD	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↓↑
CONOCE EL ENTORNO	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↓↑
PROCESO EMPRESARIAL	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↓↑
IDEA DE EMPRESA	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↓↑
PROYECTO DE EMPRESA	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↓↑
POST-TEST	100%	Dokeos local ISO-8859-1	+		↑

Fuente: Dokeos.

- Los recursos tecnológicos se usan para presentar cada actividad de tal forma que faciliten el aprendizaje mediante la comprensión y la evaluación del aprendizaje. Los recursos elegidos para este proyecto son: gráficos interactivos, infograma, sonoviso, cuestionarios, demos y mapas conceptuales.

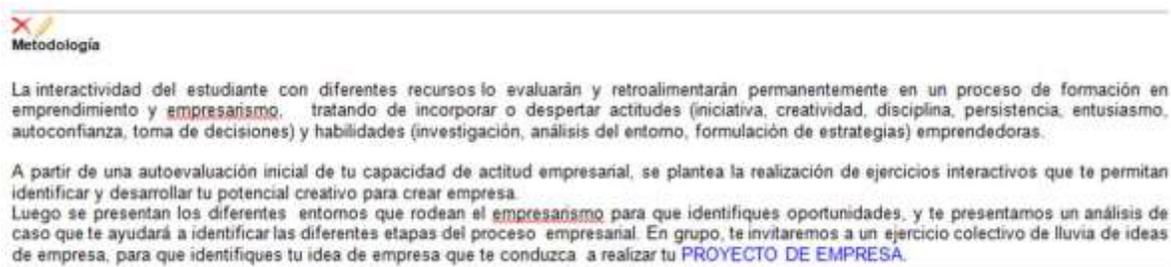
FIGURA 3. RECURSOS EMPLEADOS



Fuente: Dokeos.

- La evaluación, se convierte en autoevaluación y coevaluación, retroalimentando al estudiante sobre su progreso en el proceso de aprendizaje y motivándolo a que se autorregule de acuerdo a sus capacidades y las exigencias administrativas del proceso, permitiendo que el estudiante pueda seguir su propio ritmo de aprendizaje, proporcionándole respuestas inmediatas que le señalen sus fortalezas y debilidades mediante indicadores de conocimiento y desempeño que le indican su progreso en el curso y lo motivan a seguir con las siguientes etapas.

FIGURA 4. METODOLOGÍA



Fuente: Dokeos.

Se presenta una evaluación inicial (ver anexo 7) para conocer un perfil de conocimientos y actitudes de emprendimiento, luego una evaluación continua le permite conocer sus avances de conocimiento y desempeño al igual que una evaluación combinada (teórico-práctica sobre contexto), para finalizar con una evaluación final (ver anexo 8) que permita tanto al estudiante como al docente conocer el porcentaje de logro de los objetivos propuestos. De acuerdo a cada evaluación el ambiente sugiere actividades de recuperación vinculando las debilidades del estudiante al momento de aprendizaje autónomo pertinente.

3.2.2 Segunda fase: diseño.

En el diseño pedagógico del AVA se tuvo en cuenta un proceso formativo que tiene en cuenta seis (6) momentos de aprendizaje autónomo representados en los

itinerarios de aprendizaje (Ver figura 2). En cada uno se utilizaron unos recursos como videos, audios, imágenes, ejercicios, trabajos, foros, de acuerdo al objetivo de aprendizaje en cada momento, así:

- ACTITUD EMPRENDEDORA: Su objetivo era identificar y concientizar al estudiante de una actitud inicial de emprendimiento que poseen todas las personas, es innato y constituye el punto de partida del proceso pedagógico y formativo.

- CREATIVIDAD. Se trata de ejercitar la creatividad que hay en cada estudiante y demostrar que somos seres creativos.

- CONOCE EL ENTORNO. Mediante enlaces de 9 tipos de entorno, se le muestra al estudiante como puede llegar a tener información del entorno para percibir oportunidades que lo lleven a crear su propia empresa. Aquí empieza el trabajo colectivo en grupos de trabajo.

- PROCESO EMPRESARIAL. Se identifica un proceso para la creación de empresas mediante el cual el estudiante se guía para hacer una autoevaluación.

- IDEA DE EMPRESA. De manera colectiva se aportan ideas de empresa y mediante una evaluación de 8 ítems se selecciona una idea de empresa.

- PROYECTO DE EMPRESA. Con la idea de empresa se pasa a hacer un proyecto de empresa que tiene 12 ítems. Aquí, se puede utilizar un recurso externo para vincular al proceso una institución que continúe el proceso formativo hasta la creación de la empresa.

Para identificar tanto actividades como recursos se utilizaron las guías proporcionadas en los anexos. En el anexo 3 de este documento se presenta la etapa de análisis para definir el proyecto web y el desarrollo del diseño del sitio web se presenta en la figura 5.

En los anexos 3, 4 y 6 se muestra se presenta la Implementación de diseño gráfico y herramientas para el trabajo con las actividades. En el anexo 3 se presenta el Guión del sitio.

FIGURA 5. DISEÑO PREVIO DEL AVA.



Fuente: Los Autores.

3.2.3 Tercera fase: implementación.

El AVA se montó como un curso virtual en la plataforma dokeos <http://campus.dokeos.com> con el nombre EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO, ejerciendo como administrador Hugo Vladimir Sánchez Moreno y como docente Juan Fernando Reinoso Lastra.

Los seis (6) momentos de aprendizaje autónomo se presentaron y visualizaron como itinerarios de aprendizaje y se utilizaron las siguientes herramientas de la plataforma (ver figura 3):

Dos (2) encuestas: para identificar perfil de actitud emprendedora (pretest de conducta inicial, aprendizajes previos) y un postest para evaluar experiencias de aprendizaje.

Una agenda donde se fijaba la duración de cada momento como límite de participación de los estudiantes.

Un ejercicio de creatividad con 7 items.

Tres (3) trabajos para elaborar: una matriz de evaluación de factores externos, un formato de idea de empresa (8 items) y el proyecto de empresa (12 items).

Dos foros para compartir las percepciones grupales de entornos y otro para compartir ideas de empresa.

Se conformaron 10 grupos de trabajo para: realizar matriz de evaluación de factores externos, seleccionar una idea de empresa y elaborar proyecto de empresa.

Para participar en el curso, cada estudiante debía entrar en la plataforma dokeos e inscribirse mediante acceso con la contraseña 1234.

Inicialmente, se aplica una prueba de entrada denominada Perfil de Actitud Emprendedora, localizada en la herramienta encuestas con dicho nombre.

La plataforma suministra informes de cada actividad y permite el seguimiento del aprendizaje en cada estudiante. Por último, se aplica el postest mediante una encuesta que evalúa la experiencia de aprendizaje.

3.2.4 Cuarta fase: evaluación. Pretest y postest.

Tanto el pretest como el postest (Ver anexos 7, 8) se elaboraron teniendo en cuenta categorías de análisis presentes en la formación empresarial como liderazgo, toma de decisiones, responsabilidad, trabajo en equipo, habilidad en el manejo de TICs, relaciones interpersonales, entre otras.

PRETEST.

Al aplicar el pretest de conducta inicial (Anexo 7) se obtienen unos resultados suministrados por la plataforma por cada pregunta y por cada estudiante. Se tomaron los resultados por pregunta, ya que permiten tener un análisis del grupo respecto a algunas categorías de análisis como liderazgo, toma de decisiones, habilidad para el manejo de TICs, relacionadas con la formación empresarial.

Igual procedimiento se hizo al aplicar el Postest (Anexo 8) con la información suministrada por la plataforma para cada pregunta.

3.2.5 Quinta fase: resultados.

Se suministran los resultados al aplicar el AVA en la plataforma de dokeos como curso virtual y los resultados derivados de la información suministrada al aplicar el pretest y el postest.

El informe final presenta tanto aspectos de orden investigativo, teórico y práctico, siguiendo un esquema propuesto por los profesores coordinadores del proyecto investigativo.

4. RESULTADOS

4.1 DE LA ACTIVIDAD EN DOKEOS.

Para una primera prueba el AVA se ubicó como un curso virtual en la plataforma de DOKEOS con el nombre EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO como aparece en la figura 6.

FIGURA 6. CURSO EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN LA PLATAFORMA DOKEOS.

BIENVENID@ A LA MAGIA DEL EMPRENDIMIENTO Y EL EMPRESARISMO!

Aquí podrás convertir tu emprendimiento en proyecto de empresa. Sólo sigue la ruta. Ánimo!!.



Fuente: Dokeos.

En él se hizo una división de actividades, como se muestra a continuación:

4.1.1 Descripción del curso.

Muestra un esquema de los objetivos, contenidos, metodología y recursos humano presentes en el curso virtual. Hay una descripción general, en donde se le cuenta brevemente al estudiante lo que trata este curso, de tal manera que se haga una idea del proceso formativo, así como los objetivos de aprendizaje que se abordarán durante el desarrollo del mismo. En la Figura 7 se aprecia una imagen de esta descripción. Igualmente en esta sección se encuentran los nombres de los profesores responsables del curso.

4.1.2 Itinerarios de Aprendizaje.

Como se aprecia en la figura 2, con el nombre de Momentos de Aprendizaje Autónomos, son 6 los itinerarios a seguir durante el curso: actitud emprendedora, creatividad, conoce el entorno, proceso empresarial, idea de empresa, proyecto de empresa y finalmente el pos-test.

4.1.3 Actitud emprendedora

En este espacio virtual, se muestra al estudiante como los seres humanos tienen una actitud emprendedora que deben reconocer y colocar en acción para iniciar un proyecto, una empresa o cualquier reto personal.

En la figura 8, se aprecia la manera como se presenta a los estudiantes este momento de aprendizaje, mediante recursos como un audio de la entrevista que le hizo Caracol Radio a Adriana Macías, directora de la revista Misión Pyme, una mujer con una gran actitud emprendedora y que impulsa con mucho éxito el empresarismo en Colombia.

FIGURA 7. DESCRIPCIÓN DEL CURSO.

Descripción general

Bienvenido al Ambiente Virtual de Aprendizaje (AVA) DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO!

Si sigues la ruta, encontrarás por tu propia cuenta los caminos que te permitirán desarrollar tu creatividad para guiarte hacia el empresariado. Es nuestro deseo orientarte y motivarte para que a partir de tu actitud emprendedora puedas llegar a la creación de tu propia empresa.

A partir de este momento podrás recorrer seis momentos de aprendizaje autónomo que te guiarán en este proceso educativo:

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de empresa viable de ser implementado en lo práctico, a partir de tu actitud emprendedora y tu creatividad para identificar oportunidades del entorno y comprender el proceso de crear empresa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el perfil de capacidad emprendedora.
- Orientar la habilidad creativa mediante el desarrollo de ejercicios creativos.
- Identificar y analizar las oportunidades del entorno para crear empresa.
- Identificar las etapas del proceso empresarial.
- Desarrollar habilidades cognitivas y actitudes emprendedoras (creatividad, persistencia, disciplina, liderazgo, autoconfianza) para formular una idea de empresa.
- Aplicar habilidades y actitudes emprendedoras para elaborar un proyecto de empresa.

Contenidos

Para ver los contenidos tienes que acceder por [listados de aprendizaje](#). Ahí encontrarás cada uno de los apartes de este curso con sus respectivas herramientas.

Debes tener en cuenta los tiempos programados para cada una de las actividades.

Metodología

La interactividad del estudiante con diferentes recursos lo evaluarán y retroalimentarán permanentemente en un proceso de formación en emprendimiento y empresarismo, tratando de incorporar o despertar actitudes (iniciativa, creatividad, disciplina, persistencia, entusiasmo, autoconfianza, toma de decisiones) y habilidades (investigación, análisis del entorno, formulación de estrategias) emprendedoras.

A partir de una autoevaluación inicial de tu capacidad de actitud empresarial, se plantea la realización de ejercicios interactivos que te permitan identificar y desarrollar tu potencial creativo para crear empresa.

Luego se presentan los diferentes entornos que rodean el empresarismo para que identifiques oportunidades, y te presentamos un análisis de caso que te ayudará a identificar las diferentes etapas del proceso empresarial. En grupo, te invitaremos a un ejercicio colectivo de lluvia de ideas de empresa, para que identifiques tu idea de empresa que te conduzca a realizar tu **PROYECTO DE EMPRESA**.

Recursos humanos

JUAN FERNANDO REIMOSO LASTRA

Administrador de empresas Universidad del Valle

Magister en Administración, Universidad del Valle.

Docente emérito y profesor de la Universidad del

Valle.

Presidió comisiones de reorganización y

competencias emprendedoras.

jreimosa@gmail.com

HUGO VLADIMIR SÁNCHEZ MORENO

Magister Vladimir Zaldívar
Universidad de los Andes (1961-1992)

Diploma en Ciencias "Bogotáville"
Educación Experimental de Países y Forja de
"Héroe" en Cuba (jun 2001)

M.Sc. en Países y Forja
Universidad de Milán en Cuba (jun 2004)

Actualmente docente de planta de la Universidad
vladimir.sanchez@unillanos.edu.co

FIGURA 8. ACTITUD EMPRENDEDORA.

Investigación
Tutorías y Tareas

ACTITUD EMPRENDEDORA

La **ACTITUD EMPRENDEDORA** es un conjunto de valores, conductas, emociones y sentimientos positivos que tienen en todas las personas para crear cosas nuevas, solucionar problemas, asumir retos, actuar bajo presión, tener un proyecto de vida como crear una empresa. Es iniciar, hacer, actuar con creatividad en espacios, tener un alto nivel de autoconciencia, hacer por convicción en lo que se hace porque quiere llegar a ser, a través de lo que es: creativo, innovador, íntegro, con altas metas y agudizado por el desafío.

Te invitamos a que escuches con atención la entrevista a Adriana Marián, Directora de la Revista Mision Pyme . Puedes comprender cómo se puede pasar de una **ACTITUD EMPRENDEDORA** (empresarialista) para llegar a tener **ACTITUD EMPRESARIAL** (empresario).

En este momento de aprendizaje autónomo, te ayudamos a identificar tu perfil de actitud emprendedora mediante una encuesta que encontrarás en el tema de ENCUESTAS del curso, acerca de aspectos personales que ayudan a evaluar tu actitud y expectativas frente al emprendimiento.

- Si necesitas descarga [real player](#) Free Campus · Dokeos

Fuente: Dokeos.

4.1.4. Creatividad

En este espacio se pretende poner a prueba la capacidad creadora del estudiante mediante pequeños ejercicios de agilidad mental como se ve en la figura 9.

FIGURA 9. EJERCICIOS DE CREATIVIDAD.

? Pregunta 1 : ARROZ es a ZORRA como 5729 es a:

5730

2975

9275

2079

? Pregunta 2 : Usted tiene 10 monedas para meter en 3 vasos de modo que cada uno contenga un número impar de monedas, sin dejar ningún vaso vacío. Cómo lo haría?

? Pregunta 3 : Consiga 60 sumando 3 números iguales diferentes de 20

? Pregunta 4 : Represente en números el siguiente planteamiento:
A B C
- C C
A B

? Pregunta 5 : Un hombre yace muerto en un campo. A su lado hay un paquete sin abrir. La pregunta es: Cómo murió el hombre? Pista: a medida que el hombre se acercaba al campo sabía que irremediablemente moriría.

Fuente: Dokeos.

4.1.5 Conoce el entorno

Pretende desarrollar la actitud de búsqueda de oportunidades en el entorno mediante una actualización en la información (habilidad). En la figura 10, se muestran los diferentes entornos que se les plantearon a los estudiantes.

Aquí también se inicia un trabajo en grupos ya que, el estudiante debe entrar a través de la herramienta foros (figura 11) y ubicar el **foro 1** donde se discutirán los diferentes entornos planteados (figura 13), para al final del mismo desarrollar la **Matriz de evaluación de factores externos** (figura 12), enviándola a través de la herramienta trabajos (figura14).

FIGURA 10. ENTORNOS EMPRESARIALES.

ESTUDIO DEL ENTORNO

Para crear empresa es importante conocer el contexto en el que se va a desarrollar nuestro proyecto, saber cuáles pueden ser las oportunidades que nos brinda, así como las amenazas que tiene para seguir adelante con el proceso empresarial.

En este espacio te suministramos información sobre las diferentes clases de entorno en que nos encontramos para crear nuestra empresa.

Escoge un compañero del curso para conformar un grupo de trabajo y hazlo conocer del profesor. El profesor asignará a cada grupo un entorno para que aporte al foro1, los aspectos más importantes y las oportunidades de dicho entorno para crear empresa.

Al final con la información del foro1, resuelve la Matriz de Evaluación de Factores Externos y la remites por la herramienta trabajos.

1. ENTORNO ECONOMICO.

Tiene que ver con la disponibilidad de dinero, disponibilidad de créditos para crear empresa, capacidad de compra de la gente, consumo, interés, inflación, valor del dólar. Para mayor información visita los sitios: www.dinero.com, www.fundocomprender.com, www.portafolio.com.co.

2 ENTORNO SOCIAL.

Trata aspectos como: estratos sociales, indicador de población por edades, género, tasa de desempleo, subempleo, empleo informal, índice de pobreza, delincuencia, condiciones de vida. Para mayor información visita: www.dane.gov.co, www.semana.com.

3 ENTORNO CULTURAL

Nos muestra la cobertura de educación, los estilos de vida, las costumbres de la gente, actitud hacia el ocio, actitud hacia la autoridad, nuevo rol de la familia, tendencias, uso del tiempo libre, ocupaciones, profesiones.

Para mayor información visita <http://observatorio.sema.edu.co/>, <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-85665.html>

4 ENTORNO LEGAL

Son todas las normas, leyes y disposiciones legales que regulan la creación de empresa en Colombia. Se pueden encontrar en: www.fundocomprender.com, www.ccbajoc.org

5 ENTORNO POLITICO

Lo constituye lo que hay y se maneja de creación de empresa en planes de desarrollo municipal y departamental, partidos políticos, juntas administradoras locales, rama legislativa. También los grupos de influencia como gremios, sindicatos, comunidades y grupos al margen de la ley, pues su acción afecta la creación de empresas.

Véase: www.eltempo.com, www.combin.com.co.

6 ENTORNO AMBIENTAL.

El cuidado del medio ambiente hace parte de la responsabilidad social empresarial, en los proyectos empresariales el impacto ambiental es de sumo cuidado por cuanto hace parte no solo de las responsabilidades sino de los centros de gastos e inversiones de la empresa. Para ampliar información visite: http://www.pacorey.net/prevencion/entorno_ambiental.html,

http://bibliotecavirtual.unica.es/fundex.php?opcion=com_proyectos&task=view&id=68&Itemid=31

7 ENTORNO TECNOLOGICO.

El uso de nuevas tecnologías en la gestión y producción de las empresas, ya no es un gasto sino una inversión competitiva. Ver:

<http://www.monografias.com/trabajos15/nuevas-tecnologias/nuevas-tecnologias.shtml>,

<http://www.gestionpolis.com/canales/5/gest-finvecase.html#nuevas-areas>

8 COMPETENCIA.

En un entorno inmediato se encuentra la competencia, como un factor importante a la hora de desarrollar y poner en marcha nuestro proyecto de empresa. Para analizar la competencia, ver:

<http://www.gestionpolis.com/recursos/experto/casosexp/programas/mon/14/analisiscompetencia.html>,

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lec.cincomes/CAPITULO%2006/acompetencia.html>

9 PROVEEDORES.

Es otro factor del entorno inmediato con el cual se mide el Poder de negociación que tenemos frente al proveedor. Para mayor información ver: http://www.idem21.com/cocales/Cocales_comprende/analproveedores.html,

<http://ricoverimarketing.es/ripod.com/8/ricoverimarketingid24.html>

10 CLIENTES.

Al analizar nuestros posibles clientes estamos evaluando un factor crítico de éxito para poner en marcha y sostener nuestra empresa.

Ver: <http://www.masterdisseiny.com/master-net/am/0012.php3>, <http://www.estadistico.com/artcs.html?20020408>.

FIGURA 11. HERRAMIENTA FOROS.

FOROS				Este es el espacio en el cual discutiremos algunos aspectos del desarrollo empresarial.	
Foro	Temas	Mensajes	Último mensaje	Acción	
 ENTORNO HOLA EMPRENDEDOR(A) Una vez analizado el entorno, haz tu aporte sobre las oportunidades que visualizas para crear tu propia empresa. Luego, analiza un aporte de otro compañero y opina sobre el mismo.	13	23	2008-09-02 09:04:47 Publicado por Valentina Ramirez Uribe		
 IDEA DE EMPRESA Hola emprendedor(a) Apunta en este foro tus ideas de empresa, identificando el grupo. Luego el grupo escoge una idea y sigue el proceso sugerido.	33	35	2008-09-12 04:50:48 Publicado por Daniel Cobos		
 Foro del grupo: Grupo 1 ()					

Fuente: Dokeos.

FIGURA 12. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS.

1 MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS

CALIFIQUE DE 1 A 5, SU PERCEPCION DEL ENTORNO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA. EN DONDE:

- 1= ALTAMENTE DESFAVORABLE.
- 2= DESFAVORABLE.
- 3= DESFAVORABLE PERO PUEDE VOLVERSE FAVORABLE.
- 4= FAVORABLE.
- 5= ALTAMENTE FAVORABLE.

CLASE DE ENTORNO	CALIFICACION
ECONOMICO	
SOCIAL	
CULTURAL	
LEGAL	
POLITICO	
AMBIENTAL	
TECNOLOGICO	
COMPETENCIA	
PROVEEDORES	
CLIENTES	
TOTAL	

entorno emp. mundial env. 1 estabilidad 1 tamaño del entorno 1 presencia emp. mundial 1 flujo de emp. 1 presencia de emp. 1 post. total 1

Fuente: Dokeos.

FIGURA 13. FORO 1 – ENTORNOS EMPRESARIALES.

Usuarios en línea: 182
 Vista de alumno
 Salir (vladimir.sanchez)

Mis cursos

EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO > Foro > FOROS > ENTORNO

Foro

Buscar Nuevo tema

ENTORNO

HOLA EMPRENDEDOR(A):

Una vez analizado el entorno, haz tu aporte sobre las oportunidades que visualizas para crear tu propia empresa. Luego, analiza un aporte de otro compañero y opina sobre el mismo.

FOROS

Título	Respuestas	Vistas	Autor	Último mensaje	Acción
ENTORNO SOCIAL	0	3	Valentina Ramirez Uribe	2008-09-02 09:04:47 Publicado por Valentina Ramirez Uribe	
ENTORNO CLIENTES	0	3	William Jair Reina Avila	2008-08-28 03:35:42 Publicado por William Jair Reina Avila	
ENTORNO POLITICO	0	3	Yeldis Luz Lastra Diaz	2008-08-28 02:11:08 Publicado por Yeldis Luz Lastra Diaz	
ENTORNO AMBIENTAL	1	13	luisa fernanda bonilla medina	2008-08-26 01:27:12 Publicado por luisa fernanda bonilla medina	
ENTORNO CULTURAL	0	5	JULY PAOLA ACEVEDO VARON	2008-08-26 02:16:56 Publicado por JULY PAOLA ACEVEDO VARON	
ENTORNO CULTURAL	0	4	JULY PAOLA ACEVEDO VARON	2008-08-26 02:16:54 Publicado por JULY PAOLA ACEVEDO VARON	
Entorno legal	2	10	LADY CANZALES ALCAZAR	2008-08-26 02:15:14 Publicado por LADY CANZALES ALCAZAR	
PROVEEDORES	0	17	Daniel Cobos	2008-08-26 01:39:44 Publicado por Daniel Cobos	
COMPETENCIA	3	21	LADY CANZALES ALCAZAR	2008-08-26 01:36:00 Publicado por LADY CANZALES ALCAZAR	
ENTORNO ECONOMICO	0	10	LADY CANZALES ALCAZAR	2008-08-26 01:19:58 Publicado por LADY CANZALES ALCAZAR	
ENTORNO ECONOMICO	2	27	Vladimir Sánchez	2008-08-26 00:18:28 Publicado por Vladimir Sánchez	
Entorno Tecnología	1	19	Vladimir Sánchez	2008-08-25 25:46:35 Publicado por Vladimir Sánchez	

Fuente: Dokeos.

4.1.6 El proceso empresarial

Una vez se ha despertado en el estudiante la actitud emprendedora, la creatividad y ya conociendo el entorno en el que se desenvolverá, está listo para iniciar el proceso empresarial (figura 15). Siguiendo las instrucciones allí planteadas la evaluación que se haga de los casos se envía a través de la herramienta trabajos como se aprecia en la figura 14.

FIGURA 15. PROCESO EMPRESARIAL.

El proceso empresarial según Ronstadt (citado por Rodrigo Varela en Innovación empresarial, 2.001, p.94) es un proceso dinámico, en el que se tiene en cuenta 3 Areas: Area del negocio (sector), Area del empresario (actitud emprendedora) y Area del ambiente (entorno), para hacer evaluaciones (plan de negocios o proyecto empresarial): cuantitativa, cualitativa y ética, que nos lleve al momento de la carrera empresarial (iniciar la empresa)



Te invitamos a conocer algunos casos de empresarios exitosos. Para ello ve a:

<http://www.dinero.com/noticias-emprendedores/pasos-gigante/51288.aspx>. Recuperado Agosto 19 de 2.008

http://www.portafolio.com.co/empresarios/empresas-empresarios/empresas-empresarios-noticias.php?id_sec=1023905. Recuperado Agosto 27 de 2.008.

Cada grupo selecciona 2 empresarios para identificar y analizar en cada caso empresarial las variables del proceso: El negocio, el empresario y el entorno desde una evaluación cuantitativa, cualitativa y ética. El grupo hace un informe y lo envía por la herramienta **trabajos** disponible en el grupo.

actitud emprendedora | creatividad | proceso al negocio | gestión empresarial | área de emp. | proyecto

4.1.7 La presentación de ideas y del proyecto de empresa

Este trabajo se realizó en grupo de 2 y 3 estudiantes (Figura 16), se orientó a identificar aspectos relacionados con oportunidades del entorno inmediato (región), que requieren poca inversión inicial, se relacionan con las políticas de

entidades públicas y privadas y son sostenibles en un largo plazo, además de una relación emocional con sus experiencias y valores personales. El envío de este ejercicio se hizo a través de la herramienta tareas y también se puede capturar a través de notificaciones que llegan al buzón de correo electrónico como se aprecia en la figura 17.

FIGURA 16. GRUPOS DE TRABAJO

Usoarios en línea: 175
 | Vista de alumno
 | Ayuda

Salir (vladimsanchez)

Mis cursos

EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARIISMO > Usuarios > Buscar resultados

Exportar a un fichero CSV | Inscribir usuarios en este curso | Inscribir usuarios como profesores en este curso | Gestión de grupos

Buscar

Todo

1 - 31 / 31

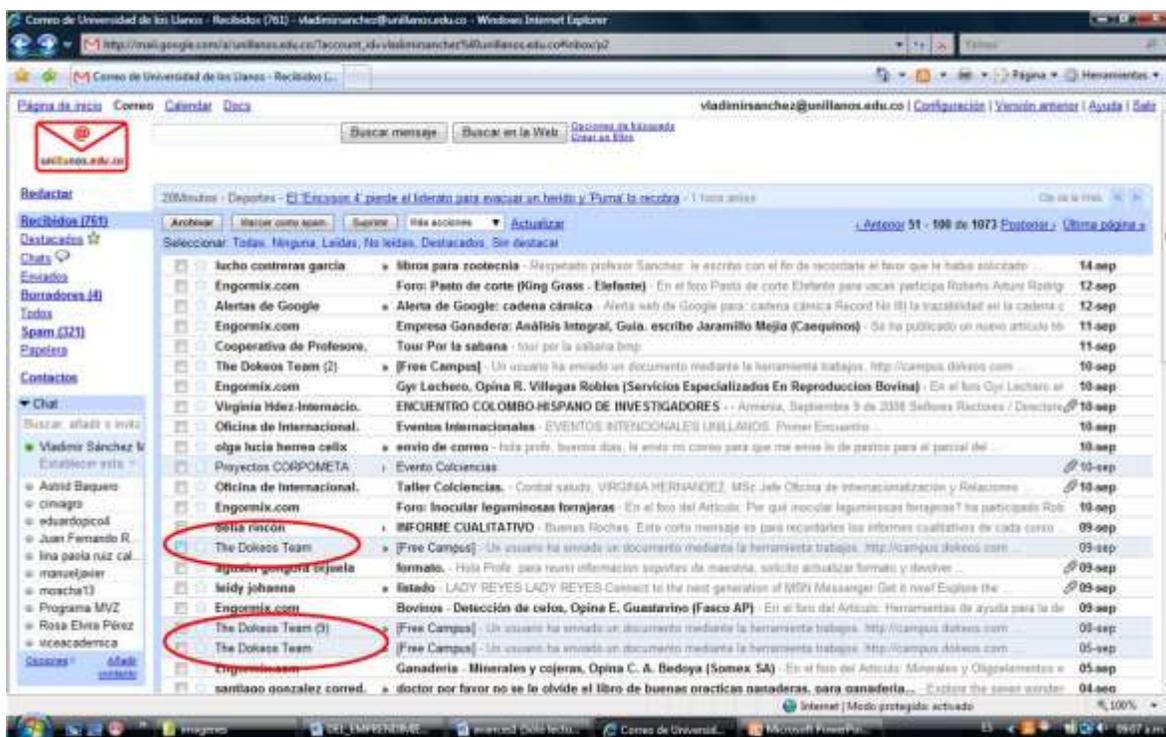
1 / 1

	Nombre	Apellidos	Descripción	Grupo	Código oficial	Tutor	Administrador del curso	Activo	Modificar
<input type="checkbox"/>	JULY PAOLA	ACEVEDO VARON	-	Grupo 2	-	-	-		
<input type="checkbox"/>	Diana Carolina	Angel Espinosa	-	Grupo 10	-	-	-		
<input type="checkbox"/>	AnGeLa	Arevalo Cardona	-	Grupo 8	-	-	-		
<input type="checkbox"/>	Vladimir	Sánchez	Teacher	-	-	Tutor	Administrador del curso	-	
<input type="checkbox"/>	Edgardo	Soto Collazos	-	Grupo 7	-	-	-		
<input type="checkbox"/>	Alex	Yate	-	-	-	-	-		

Dokeos 1.8.8
 The Dokeos Team

Fre Campus - Dokeos

FIGURA 17. NOTIFICACIÓN VÍA EMAIL DEL ENVÍO DE TRABAJOS.



4.2 EVALUACION DE LA INCIDENCIA DEL DISEÑO Y APLICACIÓN DEL AVA

4.2.1 Análisis del pretest.

Se aplicó un test inicial de ACTITUD EMPRENDEDORA (anexo 7) que arrojó los siguientes resultados en la plataforma dokeos:

TABLA 3. RESULTADOS DEL PRETEST

1. Le gusta la variedad y el cambio frente a la rutina

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	0 %
veces	0 %

Regularmente	4	18.18 %	
Casi siempre	4	18.18 %	
Siempre	14	63.64 %	
Total	22		

2. Frente a un problema encuentra una solución

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente	3	13.64 %	
Casi siempre	11	50 %	
Siempre	6	27.27 %	
Total	22		

3. Le gusta presentar propuestas

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces	3	13.64 %	
Regularmente	5	22.73 %	
Casi siempre	9	40.91 %	
Siempre	4	18.18 %	
Total	22		

4. Se mantiene actualizado sobre temas de empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces	6	27.27 %	
Regularmente	6	27.27 %	

Casi siempre	7	31.82 %	
Siempre	2	9.09 %	
Total	22		

5. Le gustaría crear empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	4	18.18 %	
Regularmente	2	9.09 %	
Casi siempre	5	22.73 %	
Siempre	11	50 %	
Total	22		

6. Realiza actividades en grupo con facilidad

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente	3	13.64 %	
Casi siempre	9	40.91 %	
Siempre	9	40.91 %	
Total	22		

7. Tiene una alta valoración personal

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente		0 %	
Casi siempre	6	27.27 %	

Siempre	14	63.64 %	
Total	22		

8. Se mantiene informado sobre las cosas que suceden en el país y el mundo

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	7	31.82 %	
Casi siempre	10	45.45 %	
Siempre	3	13.64 %	
Total	22		

9. Mantiene unos principios y valores personales y sociales en sus actuaciones

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente		0 %	
Casi siempre	5	22.73 %	
Siempre	16	72.73 %	
Total	22		

10. Tiene unos objetivos altos pero alcanzables en el largo plazo

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente	1	4.55 %	
Casi siempre	6	27.27 %	
Siempre	14	63.64 %	

Total **22**

11. Se autoevalúa y motiva permanentemente para lograr sus objetivos

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	5	22.73 %	
Casi siempre	7	31.82 %	
Siempre	8	36.36 %	

Total **22**

12. Le gusta ser independiente

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	1	4.55 %	
Casi siempre	8	36.36 %	
Siempre	11	50 %	

Total **22**

13. Ha liderado actividades o proyectos de cualquier tipo

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	9	40.91 %	
Regularmente	7	31.82 %	
Casi siempre	3	13.64 %	
Siempre	3	13.64 %	

Total **22**

14. Toma decisiones aún bajo condiciones de incertidumbre

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	6	27.27 %	
Regularmente	4	18.18 %	
Casi siempre	8	36.36 %	
Siempre	4	18.18 %	
Total	22		

15. Es responsable de sus propios actos

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces		0 %	
Regularmente		0 %	
Casi siempre	5	22.73 %	
Siempre	16	72.73 %	
Total	22		

16. Tiene altas habilidades de comunicación y relaciones interpersonales

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces		0 %	
Regularmente	4	18.18 %	
Casi siempre	12	54.55 %	
Siempre	5	22.73 %	
Total	22		

17. Le atrae el riesgo y los altos retos personales

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	6	27.27 %	
Casi siempre	7	31.82 %	
Siempre	6	27.27 %	
Total	22		

18. Mantiene una mente abierta a la innovación y el cambio

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente	2	9.09 %	
Casi siempre	7	31.82 %	
Siempre	12	54.55 %	
Total	22		

19. En sus actividades se orienta a metas y resultados

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	2	9.09 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	2	9.09 %	
Casi siempre	6	27.27 %	
Siempre	10	45.45 %	
Total	22		

20. Mantiene buena energía, salud y condición física

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
-------	---	--------	-------------------------------------------------------------------------------------

A veces	1	4.55 %	
Regularmente	7	31.82 %	
Casi siempre	4	18.18 %	
Siempre	9	40.91 %	
Total	22		

21. Mantiene el control personal en situaciones inesperadas o conflictivas

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	6	27.27 %	
Casi siempre	10	45.45 %	
Siempre	4	18.18 %	
Total	22		

22. Es obsesivo con el cumplimiento de tareas o compromisos

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	1	4.55 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	4	18.18 %	
Casi siempre	10	45.45 %	
Siempre	5	22.73 %	
Total	22		

23. Con frecuencia percibe oportunidades del entorno para su provecho personal

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	1	4.55 %	

Regularmente	7	31.82 %	
Casi siempre	10	45.45 %	
Siempre	4	18.18 %	
Total	22		

24. Es tolerante frente a los errores tomándolos como experiencia

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	2	9.09 %	
Regularmente	3	13.64 %	
Casi siempre	9	40.91 %	
Siempre	8	36.36 %	
Total	22		

25. Aprende fácilmente

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	1	4.55 %	
Regularmente	1	4.55 %	
Casi siempre	10	45.45 %	
Siempre	10	45.45 %	
Total	22		

Fuente: Dokeos.

Nota: La parte del gráfico no se hace visible en la reproducción.

Si tomamos los valores de las calificaciones Nunca, A veces y Regularmente como debilidades y los valores de las calificaciones Casi siempre y Siempre como fortalezas tenemos un resumen para la conducta de entrada en este grupo así:

Iniciativa: 77%. Actitud al cambio: 88%. Actitud para resolver problemas: 76%. Deseo de crear empresa: 70%. Trabajo en grupo: 82%. Valoración personal: 94%. Se mantienen informados: 59%. Mantienen principios y valores: 94%. Propósitos altos: 94%. Autoevaluación permanente: 65%. Deseo de Independencia: 88%. Liderazgo: 29%. Toma de decisiones bajo incertidumbre: 53%. Responsabilidad: 94%. Comunicación y relaciones interpersonales: 82%. Actitud al riesgo: 53%. Flexibilidad: 88%. Orientación a resultados: 76%. Salud y condición física: 53%. Control personal: 59%. Actitud al logro: 76%. Percepción de oportunidades del entorno: 65%. Tolerancia al error: 76%. Facilidad para aprender: 91%.

Llama la atención en esta conducta de entrada, la baja percepción de liderazgo entre los estudiantes siendo un factor decisivo de autonomía para culminar el proceso con la creación de empresa, que es el desafío pedagógico planteado. También presentan baja puntuación la toma de decisiones bajo incertidumbre, la actitud al riesgo, la salud y condición física. Factores negativos que se pueden superar con la valoración personal, los principios y valores, la responsabilidad, el deseo de independencia y la facilidad para aprender, que muestran un alto puntaje de percepción del estudiante.

4.2.2 Análisis de percepción del ambiente en cuanto a su presentación y comprensión.

Respecto a las ventajas del AVA (pregunta abierta, respuesta enviada al correo jfreinos@gmail.com) y algunas observaciones respecto a una impresión inicial del curso virtual expresaron lo siguiente:

- ‘ El 21% resalta la flexibilidad espacio temporal para aprender.
- ‘ El 36% percibe que se orienta su creatividad para crear empresa.
- ‘ El 26% se fija en el uso de nuevas tecnologías para aprender.
- ‘ El 47% se refiere explícitamente a la creación de empresa como objetivo del curso.

‘ El 17% hace observaciones frente a la retroalimentación.

‘ El 35% hace aportes para incluir nuevos recursos que pueden motivar y ampliar información.

4.2.3. Análisis del postest.

Se presentó un postest para evaluar conductas de salida (experiencias de aprendizaje y comprensión del proceso), contestaron 21 estudiantes, presentando los siguientes resultados:

TABLA 4. RESULTADOS DEL POSTEST

1. Que le mejoraría al curso para que cumpla con sus expectativas de crear empresa

Tal vez un acompañamiento mas permanente por parte de los tutores virtuales, de resto, esta todo perfecto

Que de un poco mas de campos de acción para tener en cuenta, ya que no nos lleva por un camino centrado para poder escoger. Además es bueno que se tengan a mano todas las herramientas porque se tuvo dificultad para realizar las tareas ya que a veces no se encontraban, todavía y cuando los documentos de trabajos se debían enviar no se podía si pesaban mucho.

Está muy temático, seria super interesante crear una empresa de forma didáctica y cada sesión una actividad concerniente a esa empresa, luego compartir con los compañeros la experiencia de cada paso realizado, mediante foros como los planteados, pero en general el campo está bien manejado y fue interesante.

Crear ambientes donde se conozcan y analicen empresas reales que sirvan de base para iniciar y crear la propia.

Que las herramientas estén a tiempo cuando sea el momento de usarlas como en el caso del foro. Que las actividades grupales tengan un mejor control sobretodo al momento de entregar trabajos ya que el resto de grupos dependen del trabajo de otros para desarrollar el curso. Que no se eliminen los distintos momentos del curso, puesto q si es virtual uno tiene la posibilidad de desarrollarlo en cualquier momento, de acuerdo al ritmo de cada persona y no solo cuando estén los pasos autorizados.

La aplicación de herramientas de video mas dinámicos y un espacio de interacción en tiempo real`.

Tener actualizadas y permanentemente las ayudas, pues la encuesta se había quedado de responder hace tiempo, además hace falta dejar un poco más de tiempo en el desarrollo del proyecto, puesto que para obtener un proyecto de calidad se requiere de más tiempo y dedicación, si se quieren obtener resultados aproximados a la realidad.

En mi opinión le faltó, para ser un curso de creatividad, mas animación, links que permitieran no solo estudiar sino que hubieran juegos que le permitan a la persona poner a prueba su creatividad. también una sección que presentara videos de casos reales de emprendedores que relataran su experiencia, algo así como entrevistas.

A mi parecer sería muy bueno poder disponer de un software de simulación empresarial, el cual sea capaz de crear un ambiente empresarial lo más aproximado a la realidad posible, por lo demás me parece que está bien.

Encontrar mas biografías y ejemplos de empresarios que han tenido éxito

Que hubiese interactividad con empresarios de este país y del exterior para que se les pudiera preguntar dudas.

Las expectativas hasta el momento del curso cumplen con lo que realmente necesitamos para crear empresa, solo quedaría pendiente por parte de nosotros tener actitud y compromiso en querer hacerlo.

1. Incluir nuevas direcciones que contribuyan a conformar un estudio con análisis mas detallados y minuciosos de la empresa que se piensa crear, como también sus objetivos para poder evaluarla en términos de viabilidad operacional. 2. explicar y enseñar más detalladamente cómo se elabora un proyecto de empresa o plan de negocios, para crear un documento escrito donde se hallen especificados todos los aspectos, siendo este la guía del empresario e inversionista. 3. culminar rápidamente la construcción de la página para poder evaluar dentro de un marco global las falencias que impiden el cumplimiento de mis expectativas.

Que realizáramos prácticas con empresarios que empezaron desde cero.

Para la última parte de presentar el proyecto, se debe dar un poquito más de tiempo para alcanzar a realizar todos los 12 pasos.

A mi parecer en el último trabajo a entregar se debió haber explicado más a fondo lo que se debía hacer con cada uno de los 12 pasos para el proyecto de empresa, ya que en los demás momentos se explicaba con un ejemplo que era lo que

debíamos realizar, además pienso que en esté también se exige mucho para la creación de un proyecto en muy poco tiempo.

2. Fue flexible frente a problemas encontrados o cambio de ruta del curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>4</u>	19.05 %	
Regularmente	<u>4</u>	19.05 %	
Casi siempre	<u>8</u>	38.1 %	
Siempre	<u>5</u>	23.81 %	
Total	21		

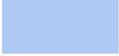
3. Fue autónomo e independiente para tomar sus propias decisiones

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>1</u>	4.76 %	
Casi siempre	<u>8</u>	38.1 %	
Siempre	<u>12</u>	57.14 %	
Total	21		

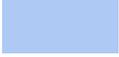
4. Se le presentaron situaciones difíciles de entender o manejar

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	<u>3</u>	14.29 %	
A veces	<u>11</u>	52.38 %	
Regularmente	<u>7</u>	33.33 %	
Casi siempre		0 %	
Siempre		0 %	
Total	21		

5. Cumplió siempre con sus tareas y compromisos

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>1</u>	4.76 %	
Casi siempre	<u>10</u>	47.62 %	
Siempre	<u>10</u>	47.62 %	
Total	21		

6. Los ejercicios de creatividad le demostraron su capacidad para resolver problemas

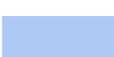
Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
-------	--	-----	--

A veces	<u>1</u>	4.76 %	
Regularmente	<u>2</u>	9.52 %	
Casi siempre	<u>9</u>	42.86 %	
Siempre	<u>9</u>	42.86 %	
Total	21		

7. Fue actualizada y pertinente la información que recibió para evaluar su entorno

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>3</u>	14.29 %	
Regularmente	<u>3</u>	14.29 %	
Casi siempre	<u>9</u>	42.86 %	
Siempre	<u>6</u>	28.57 %	
Total	21		

8. Cuando analizó el entorno o los estudios de casos percibió más de una oportunidad para crear empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>3</u>	14.29 %	

Casi siempre	<u>12</u>	57.14 %	
Siempre	<u>6</u>	28.57 %	
Total	21		

9. Se pudo comunicar fácilmente con el profesor

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>2</u>	10.53 %	
Regularmente	<u>1</u>	5.26 %	
Casi siempre	<u>8</u>	42.11 %	
Siempre	<u>8</u>	42.11 %	
Total	19		

10. Entendió las instrucciones y metodología con facilidad

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>3</u>	14.29 %	
Regularmente	<u>2</u>	9.52 %	
Casi siempre	<u>8</u>	38.1 %	
Siempre	<u>8</u>	38.1 %	
Total	21		

11. El contexto del aprendizaje fue atractivo y motivante durante el curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>6</u>	28.57 %	
Casi siempre	<u>9</u>	42.86 %	
Siempre	<u>6</u>	28.57 %	
Total	21		

12. Realizó actividades en grupo con facilidad

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>1</u>	4.76 %	
Casi siempre	<u>13</u>	61.9 %	
Siempre	<u>7</u>	33.33 %	
Total	21		

13. Influyó su visión personal para desarrollar partes del curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
-------	--	-----	--

A veces		0 %	
Regularmente		0 %	
Casi siempre	<u>9</u>	42.86 %	
Siempre	<u>12</u>	57.14 %	
Total	21		

14. Demostró liderazgo para desarrollar las actividades del curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>2</u>	9.52 %	
Regularmente	<u>1</u>	4.76 %	
Casi siempre	<u>11</u>	52.38 %	
Siempre	<u>7</u>	33.33 %	
Total	21		

15. Mostró habilidades de comunicación y relaciones interpersonales

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>2</u>	9.52 %	

Casi siempre	<u>7</u>	33.33 %	
Siempre	<u>12</u>	57.14 %	
Total	21		

16. Está convencido que crear empresa es una opción para su vida

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>1</u>	4.76 %	
Casi siempre	<u>6</u>	28.57 %	
Siempre	<u>14</u>	66.67 %	
Total	21		

17. Piensa que crear empresa representa un alto riesgo que se asume como un alto reto personal

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca	<u>2</u>	9.52 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>2</u>	9.52 %	
Casi siempre	<u>10</u>	47.62 %	
Siempre	<u>7</u>	33.33 %	
Total	21		

18. El curso siguió un proceso lógico de aprendizaje para crear empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>3</u>	14.29 %	
Casi siempre	<u>11</u>	52.38 %	
Siempre	<u>7</u>	33.33 %	
Total	21		

19. Pudo navegar fácilmente por el curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>1</u>	4.76 %	
Regularmente	<u>3</u>	14.29 %	
Casi siempre	<u>12</u>	57.14 %	
Siempre	<u>5</u>	23.81 %	
Total	21		

20. Se orientó a cumplir con las instrucciones y metas del curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>3</u>	14.29 %	
Casi siempre	<u>7</u>	33.33 %	
Siempre	<u>11</u>	52.38 %	
Total	21		

21. Pudo integrarse fácilmente con sus compañeros de grupo

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente		0 %	
Casi siempre	<u>11</u>	52.38 %	
Siempre	<u>10</u>	47.62 %	
Total	21		

22. Le gustaría seguir capacitándose y entrenándose sobre el proceso de crear empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %
-------	--	-----

A veces		0 %	
Regularmente	<u>2</u>	9.52 %	
Casi siempre	<u>2</u>	9.52 %	
Siempre	<u>17</u>	80.95 %	
Total	21		

23. Pensó en varias propuestas para la idea y el proyecto de empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente		0 %	
Casi siempre	<u>10</u>	47.62 %	
Siempre	<u>11</u>	52.38 %	
Total	21		

24. Con sinceridad cree que el resultado final presentado en este curso puede ser continuado hasta crear una empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>5</u>	23.81 %	
Casi siempre	<u>11</u>	52.38 %	

Siempre	<u>5</u>	23.81 %	
Total	21		

25. Surgieron ideas nuevas para crear su propia empresa

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces	<u>1</u>	4.76 %	
Regularmente	<u>4</u>	19.05 %	
Casi siempre	<u>8</u>	38.1 %	
Siempre	<u>8</u>	38.1 %	
Total	21		

26. Con sus conocimientos y habilidades tecnológicas pudo manejar las diversas herramientas e instrucciones del curso

Total global Porcentaje Gráfico

Nunca		0 %	
A veces		0 %	
Regularmente	<u>1</u>	4.76 %	
Casi siempre	<u>5</u>	23.81 %	
Siempre	<u>15</u>	71.43 %	
Total	21		

Fuente: Dokeos.

Nota: La parte del gráfico no se hace visible en la reproducción.

Sin considerar la pregunta 1 en el presente análisis, dado que no tiene valor cuantitativo y haciendo el mismo análisis propuesto para el pretest, tenemos el siguiente resumen: Flexibilidad frente a problemas encontrados: 61.9%. Autonomía e independencia: 95.2%. Comprensión del proceso: 66.7%. Cumplimiento de tareas y compromisos: 95.2%. Capacidad para resolver problemas: 85.7%. Actualización de información: 70.4%. Percepción de oportunidades: 85.7%. Facilidad de comunicación: 89.5%. Percepción motivante del contexto de aprendizaje: 71.4%. Facilidad para trabajar en grupo: 95.2%. Influencia personal: 100%. Demostración de liderazgo: 85.7%. Percepción de empresarismo como opción de vida: 94.2%. Percepción de la empresa como reto personal: 81%. Lógica del aprendizaje: 85.7%. Facilidades de navegación: 81%. Continuidad del proceso: 90.5%. Generación de ideas de empresa: 100%. Convicción de poder crear una empresa a partir del proyecto: 76.2%. Habilidades tecnológicas: 95.2%.

El liderazgo que había mostrado una conducta de entrada baja se muestra con una alta conducta de salida, el estudiante universitario muestra altas habilidades tecnológicas, su actitud creativa para generar ideas y proyectos de empresa es alta, pero su convicción de poder continuar el proceso hasta la creación de empresa disminuye. El factor de actualización de información que le sirve para disminuir la incertidumbre y el riesgo es bajo y es una dificultad para percibir oportunidades del entorno.

4.2.4 Comparación entre resultados obtenidos: pretest y postest.

La percepción de liderazgo mejoró con la aplicación del AVA, al pasar de 29% de conducta inicial al 85.7% en conducta de salida.

Se sigue manteniendo una confianza en el uso de las TIC como nuevo lenguaje de comunicación y trabajo.

La variedad de respuestas encontradas en la pregunta 1 del postest, reflejan una diversidad de intereses y aprendizajes previos que le dan diferentes perspectivas

a los estudiantes. Sin embargo, hay coincidencias en la utilidad de las TICs y los Ambientes Virtuales de Aprendizaje para favorecer el entorno de aprendizaje. Si demuestra que los estudiantes reclaman una presencia física con el profesor, manifiesta en ciertas inconformidades con la presencia física de un orientador.

5. DISCUSIÓN

La experiencia derivada de la aplicación inicial del AVA deja ciertas enseñanzas y reflexiones puestas a discusión en un proceso de aprendizaje sobre formación empresarial, como los roles a asumir por parte de los participantes, el cambio de una cultura de trabajo y aprendizaje por otra autónoma, la utilización de nuevos recursos con menos peso del texto y mayor peso del lenguaje audiovisual.

El ambiente virtual de aprendizaje DEL EMPRENDIMIENTO AL EMPRESARISMO inicia el proceso de aprendizaje haciendo énfasis en el saber ser (perfil de actitud emprendedora), después en el saber conocer (análisis del entorno, análisis de caso) para llegar al saber hacer (proyecto de empresa).

Los ambientes virtuales de aprendizaje como toda estrategia educativa deben estar articulados estratégicamente a un PEI e incluidos en un currículo. Tener además de intencionalidad pedagógica una intencionalidad estratégica.

La flexibilidad del AVA presentado permite mediante modificaciones pedagógicas, metodológicas y con un conocimiento de la población objetivo, el uso o aplicación pedagógica en otro tipo de poblaciones diferentes a la población universitaria.

La aplicación educativa de las TIC es amplia y diversa, llena de nuevos lenguajes y significados, integral en su proceso, con un amplio campo de acción y con recursos que motivan y mantienen el interés sobre el proceso de aprendizaje. El proceso de ajuste debe avanzar de manera pedagógica, artística, comunicativa a emplear menos el texto y privilegiar más el uso de sonidos, imágenes, dibujos con lo cual se despierta más la creatividad.

Además de la formación empresarial evidenciada en el proyecto empresarial, se desarrollan otras competencias indirectas o no explícitas que se aportan a lo largo del proceso de aprendizaje autónomo como el trabajo en equipo, la ubicación

contextual, la visión estratégica, la autonomía, la actitud hacia el logro, la comunicación, entre otras.

El Ambiente Virtual de Aprendizaje se fortalece con la inclusión en el proceso de aprendizaje de elementos o recursos de otros actores institucionales (formatos, imágenes, procesos pedagógicos) como entidades públicas o privadas de fomento y crédito para nuevas empresas, las cuales actúan como motivadoras o impulsoras del proceso de aprendizaje, porque permite y asegura la continuidad del proceso de creación de empresa, que se puede quedar estancado en el proyecto de empresa.

6. REFERENCIAS

BAIENSON, JEREMY, (2008, April). Why Digital Avatars Make the Best Teachers. The Chronicle of Higher Education, 54(30), B27. Retrieved October 21, 2008, from Research Library Core database. (Document ID: 1462780141).

BREIER, Mark y BROTT, Armin (2.000). Administración a la velocidad de Internet. Norma:Bogotá. 164 p.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA (2.006). Ley 1014 de enero 26. Ley de emprendimiento.

DAVILA, Carlos L (2.003). Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX: Compilación. Tomo I. Norma:Bogotá. 591 p.

DRUCKER, Peter (1.999). Los Desafios de la Gerencia para el siglo XXI. Norma:Bogotá. 277 p.

DRUCKER, Peter (2.002). La Gerencia en la sociedad futura. Norma:Bogotá. 290 p.

FRANCO SEPULVEDA, Irma Lucía y ALVAREZ GOMEZ, Francisco Javier (2.007). Los simuladores, estrategia formativa em ambientes virtuales de aprendizaje. Primer avance de investigación.

GALINDO RUIZ, Carlos Julio (2.004). Manual para la creación de empresas. Ecoe:Bogotá. 165 p.

GALVIS PANQUEVA, Alvaro H (s.d). Internet y aprendizaje: experiencias y lecciones aprendidas. Tomado de <http://www.metacursos.com>, el 15 de octubre de 2.008.13 p.

GOMEZ ESCOBAR, Gloria Elena (2.008). Diseño gráfico para ambientes educativos e interactivos para los niños y niñas del proyecto Ludomática. Ponencia disponible en:http://webct.unab.edu.co/SCRIPT/908-2008-39/scripts/student/serve_page.pl/908-2008-39/produmedios/temas_actividades/guiadelcurso.htm?1019213649+1031471481+

OFF+produmedios/temas_actividades/nivel2/material_apoyo/documentoludomatica.pdf+ . Consultado el 15 de mayo de 2.008

HENAO C., Mónica y ARANGO F. María Pía (2.006). Soluciones tecnológicas que apoyan la gestión del conocimiento. En: Revista Ad-minister. No.8. Universidad EAFIT:Medellín, p.69-85.

MACHADO B., Otoniel y REINOSO L., Juan Fernando (2.008). Proyecto Educativo de formación empresarial dirigido a grupos sociales externos a las universidades y centros de formación técnica y tecnológica en Ibagué (Tolima). Universidad del Tolima. Trabajo de investigación.

MERCHÁN, B. Carlos Alberto; SALAZAR B., Claudia Patricia (2.004). Elementos Favorables Para El Diseño De Ambientes Virtuales De Aprendizaje. Revista Cuestiones de la escuela de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes UNAB. Vol 2.

Mehdi Najjar (2008). On Scaffolding Adaptive Teaching Prompts within Virtual Labs. **International Journal of Distance Education Technologies**, 6(2), 35-54. October 21, 2008.

PRADA, Raymond (2.002). Creatividad e innovación empresarial. TecnoPress:Bogotá. 289 p.

REINOSO L. Juan Fernando y SANCHEZ M. Hugo Vladimir (2.008). Del emprendimiento al empresarismo. Documentos de trabajo.

REVISTA DINERO. No.214, septiembre de 2004, 224 p.

TAPIAS C., Carlos Guillermo (1.999). El empresario: peculiaridades y diferencias. Aproximaciones a un marco teórico. En. Revista Sotavento No.4. Facultad Administración de empresas Universidad Externado de Colombia:Bogotá, p. 20-31.

UNIGARRO, Manuel Antonio (2.004). Educación virtual: encuentro formativo en el ciberespacio). 2 ed. Universidad Autónoma de Bucarmanga:Bucarmanga. 216 p.

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA (2.004). Revista Casos empresariales. Bogotá, No.6, 117 p.

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA (2.001). Proyecto Educativo Institucional. <http://utolima.ut.edu.co/universidad/pei/>. Acuerdo 017 del 18 de diciembre de 2001 del Consejo Superior. Consultado el 15 de mayo de 2.008.

VARELA. R (2.001). Innovación empresarial. 2ed. Prentice Hall:Bogotá. 382p

Waters, John K, (2008, January). FACE TIME. T.H.E. Journal, 35(1), 38,40,42,45.

Retrieved October 21, 2008, from ProQuest Education Journals database.

(Document ID: 1419470711).

ZWIREWICZ, Marlene; y otros (2.005). Inclusión de la diversidad en ambientes virtuales de aprendizaje. Documento suministrado por la UNAB. 10 p.

ANEXOS

ANEXO 1

Guía No.1 EXPLORACIÓN PREVIA Y BOCETO GENERAL

Por: Hugo Vladimir Sánchez Moreno, Juan Fernando Reinoso Lastra

NECESIDAD EDUCATIVA QUE JUSTIFICA EL DISEÑO DEL AVA: El emprendimiento, entendido como el uso de la capacidad creativa e innovadora (innata en las personas) para la solución de problemas, se hace necesario en tiempos de cambio, como el actual, donde es evidente que las soluciones únicas y tradicionales no funcionan y es necesario buscar nuevas alternativas a nuevos problemas. Uno de los problemas educativos es la falta de fuentes de empleo para el desempeño profesional o laboral, así como la falta de herramientas y estrategias del recién egresado para la creación de una empresa que le permita producir y poner en práctica los conocimientos, prácticas y experiencias (aprendizaje) que adquirió en su pregrado.

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN: Crear una asignatura de emprendimiento en los planes de estudio de los programas de pregrado universitario.

Implementar un módulo virtual de emprendimiento para estudiantes universitarios orientado a la creación de empresas.

Desarrollar actividades curriculares con la aplicación de nuevas TIC que despierten en los estudiantes el espíritu y la creatividad empresarial: foros, teleconferencias, estudio de casos.

Proporcionarle al estudiante información legal, administrativa y técnica que le permita orientar correctamente el proceso de iniciación empresarial a través de un centro de información empresarial o consultorio empresarial.

La alternativa más adecuada sería: Implementar un módulo virtual de emprendimiento para estudiantes universitarios orientado a la creación de

empresas, porque permite llegar a un mayor número de estudiantes en horarios flexibles, la aplicación de nuevas TIC's para el desarrollo de actividades que fomenten actividades formales e informales de creatividad e innovación, planes de negocio; el uso de un nuevo lenguaje compartido de símbolos, imágenes y sonidos para motivar el aprendizaje. Lo anterior, no implica que este espacio no pueda ser empleado por otro tipo de personas con nivel de formación diferente, incluso su proyección es a otros grupos con algunas modificaciones en su metodología.

POBLACIÓN OBJETIVO Y QUÉ APRENDER CON APOYO DE UN MATERIAL EDUCATIVO

En una primera fase se dirige a estudiantes universitarios de los primeros 5 semestres en cualquier programa, con edad comprendida entre 15 y 23 años, posteriormente se ampliará a otra población universitaria interna y externa.

Los estudiantes esperan encontrar un ambiente de aprendizaje innovador y diferente a los esquemas tradicionales, que los guie y motive hacia el desarrollo de una idea de empresa. El objetivo es motivar y orientar el emprendimiento de cada estudiante hacia la creación de empresa.

Este tipo de estudiantes poseen habilidades cognitivas: acerca de su disciplina y una aproximación practica de lo que es una empresa. En algunas ocasiones estas habilidades cognitivas pueden ser escasas y por medio del AVA se puede llegar a reforzar, lo que implica en el diseño del AVA unas actividades de aprendizaje y prueba de conducta de entrada y salida (pretest y protest).

Habilidades Actitudinales: agilidad mental para el desarrollo de problemas, interés por lo innovador, capacidad de resolver problemas.

Habilidades motrices: búsqueda de información, habilidades para el uso de TICs.

En presaberes y conocimientos pueden demostrar alguna aproximación por ser un tema novedoso o actualizarse en emprendimiento y lo que es una empresa,

conocimiento de alguna historia empresarial o experiencia directa o indirecta de creación de empresa.

ÁREA DE CONTENIDO:

Las áreas de formación se orientan a un desempeño profesional empresarial (creación de empresa). Por ejemplo, en un programa de Veterinaria, se pueden citar asignaturas como: Economía Agropecuaria, Sistemas Contables Agropecuarios, Administración y Mercadeo Agropecuario, Elaboración y evaluación de proyectos, Gestión Empresarial.

¿Qué unidades de instrucción presentan problemas relacionados con el tema?

Las de conocimiento o formación básica porque no hay un abordaje previo de conceptos o teorías y esto puede desestimular al estudiante y perder el objetivo de aprendizaje. De ahí la importancia de crear un ambiente atractivo y estimulante para los estudiantes, más desde la presentación de lecturas, casos.

¿En cuáles unidades de instrucción se aplicará lo que se aprenda con el ambiente?

En unidades de instrucción que se orienten a desarrollar un proyecto de idea de empresa con la aplicación de conocimientos. En el programa de Veterinaria referenciado anteriormente, se aplicaría ampliamente en Gestión empresarial y en Sistemas de producción, donde el alumno terminará estos cursos con herramientas claras para poder tomar decisiones y plantear estrategias conducentes a la solución de problemas concretos de las empresas ganaderas, así no sean creadas por ellos.

El abordaje y presentación de los contenidos es general, no es sectorial, lo que facilita su aplicación en cualquier contexto, programa o situación en que el emprendimiento se incluya como actividad curricular.

FINALIDAD EDUCATIVA:

¿Qué se busca con el material, cuál es el **objetivo** terminal?

Se busca diseñar y aplicar un espacio virtual flexible, motivador y creativo de aprendizaje orientado a desarrollar habilidades sociales, cognitivas y contextuales (relacionadas con su entorno) y, actitudes para el emprendimiento empresarial, que le sirva al futuro profesional o usuario del AVA como estrategia alternativa de desempeño profesional al intentar crear su propia empresa.

- ¿Qué se pretende con él?

Que el estudiante desarrolle una actitud positiva hacia el emprendimiento y se oriente a elaborar una idea de empresa y presentar un proyecto de su empresa que le facilite conseguir recursos y poner en práctica su aprendizaje con la creación y sostenimiento de la empresa.

- ¿Para qué se va a hacer este material?

Para aplicar las TIC en el diseño de un AVA que permita aprovechar y aplicar sus ventajas comunicativas, interactivas, innovadoras, en un proceso de aprendizaje que estimule efectivamente el emprendimiento y la creación de empresa.

¿QUÉ APRENDER CON APOYO DE UN MATERIAL EDUCATIVO?

¿Cuáles son las actividades de aprendizaje que el estudiante necesita desarrollar de manera complementaria para lograr el objetivo propuesto?

De manera tentativa, porque estas actividades dependen del diseño de contenidos y actividades, se sugieren: el diseño de un perfil de actitud empresarial (pretest de conducta), actividades de consulta acerca del entorno para la creación de empresa (aspectos financieros, legales, de mercadeo, tecnológicos, políticos, etc), ejercicios de creatividad para estimular el emprendimiento estudios de caso sobre experiencias de emprendimiento empresarial que estén publicadas, que les amplíen el panorama y les permitan acopiar, encontrar y desarrollar nuevas ideas de empresa para finalizar elaborando su propio proyecto empresarial.

CONTENIDOS

CONCEPTUALES	PROCEDIMENTALES	ACTITUDINALES
El emprendimiento y el empresarismo	Elaboración e identificación de un perfil de actitud emprendedora	Autoevaluación inicial
El pensamiento creativo.	Desarrollo de ejercicios de habilidad creativa	Capacidad de resolver problemas no previstos
El proceso de crear empresa	Manejo de variables internas y externas para crear empresa	Relaciones de aspectos personales y contextuales. Lo subjetivo y lo objetivo.
El entorno del emprendimiento	Desarrollo de habilidades estratégicas para identificar oportunidades y amenazas	Pensamiento estratégico
La idea de empresa	Desarrollo de actitudes emprendedoras y habilidades creativas para formular una idea de empresa	Ser propositivo y creativo
El proyecto de empresa	Manejo holístico e integrador para diseñar un proyecto de empresa	Autoevaluación y evaluación del proceso de emprendimiento

AMBIENTE EN QUE SE APRENDEN LOS OBJETIVOS

¿Cómo motivar y mantener motivados a los usuarios de su material?

Mediante la presentación de imágenes atractivas e interactivas que orienten al objetivo de emprendimiento, no solo información plana en .doc o .pdf sino usando más herramientas multimediales, lo que se logra con la implementación de recursos suministrados en este módulo. De por sí, conocer el perfil de actitud emprendedora de cada estudiante y tener una idea de empresa es motivador.

¿Cómo capturar la atención y despertar el interés de los desmotivados o de los indiferentes?

Mediante actividades de comunicación, interacción porque es un ejercicio colectivo, organizado, que van desde el autoconocimiento de un perfil de actitud emprendedora inicial, lo conduce por ejercicios de creatividad como entretenimiento y reto, sigue la construcción paso a paso de una idea de empresa que consulta el contexto y situaciones similares de emprendimiento para finalizar con un proyecto de empresa (se incluiría un recurso (formato u otro material) de la institución avaladora), al cual se le da un valor agregado de apoyo institucional para conseguir recursos y acompañamiento en la creación de su empresa.

¿Qué retos se van a proponer? Mantener la motivación permanente para que el estudiante comprenda el objetivo de aprendizaje, no se desestime con sus debilidades y busque en este ambiente respuestas a sus inquietudes, obteniendo como resultado su proyecto de empresa. Y asegurar la continuidad del proceso con un apoyo institucional que permita seguir con la consecución de recursos y el acompañamiento en la creación de empresa (opcional se puede abrir un espacio para esta actividad)

¿Qué recompensas o refuerzos se van a ligar al logro de los retos?

Con el producto final se pueden tomar decisiones personales de seguir adelante con el proyecto o institucionales como formar parte de una red de emprendimiento, presentarlo ante instituciones que apoyen administrativa y financieramente la idea, formar parte de un banco de ideas empresariales para seguir con su proceso de

creación o hacer captación de capital semilla o un patrocinio o padrino, para llevar a la práctica lo que empezó como una idea. Con la inclusión del recurso institucional (formato u otro material) se asegura la continuidad del proceso.

CÓMO SABER QUE EL APRENDIZAJE SE ESTÁ LOGRANDO?

Especifique las diferentes situaciones de evaluación que van a estar presentes en el material.

Para evaluar y retroalimentar al estudiante se aplican los siguientes instrumentos: test inicial (pretest) de actitudes hacia el emprendimiento el cual es el insumo para elaborar un perfil de actitud emprendedora, cuestionario de preguntas para conceptos, cuadro de actitudes emprendedoras para ejercicios de creatividad, cuestionario de conocimiento sobre emprendimiento (análisis de un caso de empresa), cuestionario de conocimiento del contexto (ejercicio de planeación estratégica) y una evaluación cualitativa de su idea y su proyecto de empresa (postest).

Describa qué tipo de retroalimentación, refuerzo y nivel de logro van a estar presentes en el material.

En cada situación o momento de evaluación se propone una actividad de retroalimentación mediante el suministro de graficas, de conceptos o sugerencias, de un nivel de progreso en el proceso de emprendimiento empresarial, de valoración cualitativa de la idea presentando referencias o relaciones de dicha idea y un refuerzo final de inclusión en recompensas ya presentadas. Es un sistema de autoevaluación y coevaluación que permita detectar fortalezas y debilidades en el proceso de aprendizaje, para apoyar y acompañar al estudiante de tal manera que se logren los objetivos de aprendizaje.

ANEXO 2

Guía No.2 DISEÑO COMUNICATIVO DEL MATERIAL.

Por: Juan Fernando Reinoso Lastra y Hugo Vladmir Sánchez Moreno.

CUADRO, A MANERA DE PANTALLA, DONDE SE IDENTIFICAN LAS ZONAS DE COMUNICACIÓN BÁSICAS DEL MATERIAL: ÁREAS DE TRABAJO, CONTROL Y CONTEXTO DE ACCIÓN.



AREA DE TRABAJO: se identifican 6 momentos dentro del proceso de aprendizaje. Cada momento contiene una serie de elementos como gráficas, textos, análisis de caso, mapas temáticos, ejercicios, modelos, matrices, cuestionarios, sobre los cuales el estudiante va a trabajar y que se encuentran vinculados a cada momento. Por ejemplo en el primer momento, el de ACTITUD, el estudiante va a encontrar un test de actitud emprendedora que una vez llenado le va a producir un PERFIL DE ACTITUD EMPRENDEDORA con su correspondiente interpretación.

En el momento de CREATIVIDAD, va a desarrollar ejercicios de creatividad.

En el momento de ENTORNO se remite a los indicadores económicos, artículos sobre cultura, sociedad y empresa, avances tecnológicos, marco legal, responsabilidad social empresarial, medio ambiente, etc, para que el haga un diagnóstico de impacto a través de una matriz.

En el momento de PROCESO EMPRESARIAL, se presenta un modelo del proceso, en orden a que identifique de los momentos anteriores, las variables clave para formar empresa.

En el momento de IDEA DE EMPRESA, a través de un formato, selecciona su idea de empresa.

En el momento de PROYECTO EMPRESARIAL, se presenta un formato institucional (avalado por una entidad de crédito preferiblemente) a través de la cual el estudiante presenta su proyecto de empresa y lo evalúa.

AREA DE CONTROL: Contiene la guía general y de cada momento con sus objetivos, justificación, vínculos, metodología.

Se presenta un contenido general del material por momentos o unidades.

En cada página se coloca simbología de navegación por el sitio.

AREA DE CONTEXTO: Se mantiene ubicado al estudiante en cada momento de trabajo, en el progreso del aprendizaje, en como debe realizar cada ejercicio, en como ir a otro sitio de trabajo, en aclarar sus dudas.

Defina la identidad gráfica de su material en cuanto a: los colores fundamentales de su material, los fondos que va utilizar, las características de la letra (tipo, color, tamaño), los iconos que requiere de acuerdo con las zonas de comunicación...

Colores: el principal color es el rojo. La razón de esta decisión es que es el color institucional de cada una de las universidades en donde trabajamos.

Fondo: por contraste y que vaya en concordancia con los colores de las páginas web de las respectivas facultades con las que trabajamos.

Letra: En la imagen la letra se ve algo desproporcionada. Hay que unificarla a Times New Roman 11. El área de trabajo del lado derecho es necesario unificar en cuanto a colores con los “momentos” del lado izquierdo?.

Características multimediales del material educativo en cuanto a:

El lenguaje de las imágenes. Qué imágenes en movimiento o estáticas (mapas, esquemas, historietas, ideogramas, animaciones, videos...) requiere para el desarrollo de los contenidos y explique la finalidad o función que estas cumplen dentro del material.

R/. En la página inicial contamos con unas imágenes (esquina superior derecha), que por ahora son estáticas, pero que más adelante serán una animación flash. Basicamente es una serie de imágenes que se moverán desde lo básico de emprendimiento, que es el primer momento del AVA, hasta llegar a la formulación del proyecto de empresa.

También tenemos un video de bienvenida en donde el navegante, sin necesidad de registrarse, puede informarse de los objetivos y herramientas que tiene el *site*.

Hay siete iconos (casa, smile, etc) que se relacionan con cada uno de los momentos. Esos iconos se mejorarán en el futuro. Su función principal es guiar al estudiante de una manera gráfica por cada uno de los momentos

El lenguaje de textos. Qué Tipo de textos (explicativos, metafóricos, descriptivos, informativos) son los más pertinentes para el desarrollo del material. Qué cantidad de texto se va a manejar en las páginas. Qué tipo de lenguaje se va a utilizar con el otro (personalizado, tuteo, etc). Cómo a través del texto se propicia la participación activa del estudiante.

R/. En la medida de lo posible y dependiendo del apoyo técnico que dispongamos, se evitará al máximo poner textos planos en .doc ó .pdf. Es interés del grupo hacer el AVA lo más dinámico posible. Sin embargo, algunos conceptos, teorías y

descripción del entorno (como el legal) implican la necesidad de colocar documentos completos.doc.

El lenguaje de los sonidos. Qué tipo de sonidos (música, voz, efectos...) se van a utilizar en el material y para qué.

R/. Hay una sección de podcast en donde el estudiante dispondrá de algunas instrucciones útiles en su proceso de aprendizaje y otros de motivación. Es posible que a través de este vínculo se pueda tener acceso en un futuro, a entrevistas en donde se plasme el testimonio de beneficiarios de nuestro AVA. Además de los botones flash y los iconos de vínculos que tendrán un sonido corto al pulsarlos.

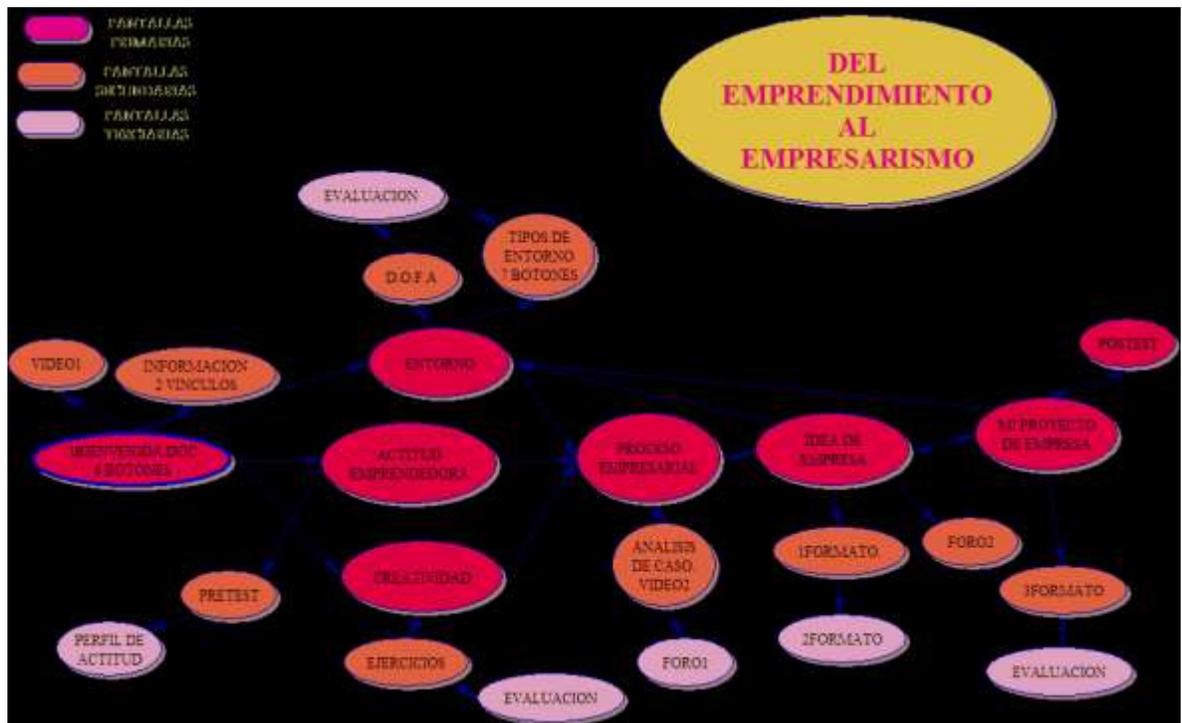
El material educativo pretende inicialmente atraer visualmente y captar el interés del estudiante, para que inicie cada momento de emprendimiento y comprenda la metodología de trabajo y las indicaciones generales de acceso. Se le suministra retroalimentación con gráficas e imágenes animándolo a seguir con el proceso de aprendizaje, a consultar dudas y a ampliar la información mediante vínculos que lo llevan a otros sitios de interés.

El aprendizaje colaborativo, se da desde el momento en que se le motiva a trabajar en grupo para presentar su idea de empresa. En un principio no hay total compromiso y se le anima a compartir información, conclusiones y opiniones para que vaya encontrando coincidencias y empatía. Luego se le anima a formar el grupo de la idea de empresa y el posterior proyecto de empresa, con el valor agregado de estar avalado por una institución que sigue el proceso de creación de la empresa y acompañamiento.

ANEXO 3

Guía No.3 GUIONIZACION.

Por: Juan Fernando Reinoso Lastra



	<i>Textos</i>	<i>Imágenes *</i>	<i>sonidos</i>	<i>Herramientas de interacción**</i>
1 Inicio	1bienvenida.doc	6 botones.fs	1melodia	2 vinculos, 1 video
2 Actitud emprendedora	2descubre.doc	1grafica		Video y pretest
3 Creatividad	3juega.doc	10dibujos	Audio***	6 ejercicios
4 Entorno	4conoce.doc	7botones.fs		7vinculos
5 Proceso empresarial	5.ubicate.doc	1 infografía		1 video, 1 foro, evaluación
6 Idea de empresa	6.imagina.doc	2 botones		2 formatos
7 Proyecto de empresa	7.realiza.doc	1dibujo	1 melodia	
8 Postest	8.autoevalua.doc			

* Las páginas principales comparten las mismas imágenes colocadas al lado derecho de cada uno de los botones. Estas imágenes llevan el mismo nombre del botón con extensión .jpg (inicio.jpg, emprendimiento.jpg ,etc)

** Cada una de estas mismas pantallas lleva una animación .gif con su respectivo nombre según en la pantalla en donde estemos (inicio.gif, emprendimiento.gif, etc.)

*** puede quedar muy cargada si se le adiciona un podcast motivador

GUIONIZACION.

Son 7 pantallas primarias, las cuales envían a otras pantallas secundarias y terciarias.

1. BIENVENIDA.

Es la pantalla principal, contiene los diferentes botones, el video de bienvenida, un texto corto y 2 vínculos o ventanas (1 a indicadores económicos y otro a entidades como Fondo emprender, Ventures, Coomeva).

2. ACTITUD EMPRENDEDORA.

Contiene un corto texto y animaciones o video (puede ser una corta historia de un empresario exitoso) que motivan y sugiere llenar un pretest, con la información de este pretest (secundaria) automáticamente se genera un dibujo, grafico, animación que representa un perfil de actitud emprendedora (terciaria).

3. EJERCICIOS DE CREATIVIDAD.

Presenta un texto: PON A PRUEBA TU CREATIVIDAD y envía a una serie de ejercicios que se toman de algún sitio (secundaria) y da un resultado (terciaria).

Hasta aquí no hay retorno o recuperación, se sigue el proceso.

4. ESTUDIO DEL ENTORNO.

Se le presenta la importancia del entorno y se le explica a través de infografía que es el entorno y que tipos de entorno hay. Se le invita a conocer cada tipo de entorno mediante 7 botones u 8 botones que representan cada tipo de entorno

(pantallas secundarias) y hay una evaluación posterior, que es otra pantalla secundaria (puede ser foro o chat en donde comente como la ve para crear empresa, que es lo más difícil, que es lo más fácil), eso sirve para retroalimentar el AVA de tal manera que se le pueda orientar en lo que ve más difícil).

Estos 3 aspectos anteriores se presentan como procesos simultáneos en el mapa, no se complementan entre si, por eso no tienen flechas y conducen al proceso empresarial.

5. PROCESO EMPRESARIAL.

Un texto corto le dice que está preparado para hacerse empresario, le dice que ya conoce su perfil, que es creativo y que ya conoce el entorno (procesos anteriores) y le invita a conocer un caso de empresario exitoso (secundaria), después que lo conoce se le presenta una evaluación (ya hecha) del empresario en los aspectos personales, de creatividad y entorno. (terciaria).

6. IDEA DE EMPRESA.

Empieza ya la parte propositiva, y se le motiva a que se junte con otro compañero para proponer ideas de empresa (foro), luego en grupo escogen una de acuerdo a un formato1 (secundaria) y van a otro formato2 (terciaria) en donde pulen la idea. Si se sienten débiles pueden retornar al estudio del entorno y al análisis del proceso empresarial (flechas de doble dirección).

7. PROYECTO DE EMPRESA (MIPROYECTO).

Con la idea, se le invita a elaborar el proyecto, que es un formato3 (secundaria) aportado por una entidad de crédito y acompañamiento, después puede evaluarlo junto con el profesor y posiblemente la entidad (terciaria). Si se detectan errores o debilidades se remite a actividades de recuperación (flecha de doble vía con entorno, análisis de caso e idea).

Al final va un posttest que se puede incluir en el último pantallazo (pantalla secundaria) o hacerlo como otro pantallazo primario, ya que evalúa todo el proceso.

ANEXO 4

Guía No.4. **FORMATO SELECCIÓN DE RECURSOS SEGÚN ACTIVIDADES PROPUESTAS.**

Por: Juan Fernando Reinoso Lastra y Hugo Vladimir Sánchez Moreno.

Nombre del recurso seleccionado	Descripción	Modos de aplicación
HIPERTEXTO	Integra los diferentes recursos. A través de enlaces el usuario se conecta a la información que desea.	Mostrar y recorrer el contenido del curso
ENTREVISTA	Consta de una serie de preguntas/respuestas donde el estudiante responde mediante una calificación cuantitativa o cualitativa.	Preguntas sobre capacidad emprendedora, conocimiento del entorno y autoevaluación final
GRAFICO INTERACTIVO	Permite mostrar gráfica y animadamente la información suministrada en las entrevistas	Mostrar perfil de capacidad emprendedora y conocimiento del contexto
MULTIMEDIA	Es en una presentación de diferentes aspectos o clases de entorno buscando la motivación del estudiante para que aborde el tema y lo relacione con su idea.	Análisis de contexto
TEXTO	Son lecturas complementarias acerca del emprendimiento, aspectos legales, entre otros.	Lecturas
DEMO Y MAPA CONCEPTUAL	Se presentan una secuencia de imágenes o pantallas para mostrar en forma general todo el proceso y en forma particular cada uno de los pasos del proceso, en orden a obtener un resultado pedagógico concreto.	Proceso empresarial, idea de empresa, anteproyecto de empresa
INFOGRAFIA	Es un recurso visual conformado por gráficos (ilustración, fotos), texto informativo y descriptivo, que permite presentar información particular de una clase de entorno, por ejemplo, el sociodemográfico.	Análisis de contexto
SONOVISO	Medio que combina una secuencia de fotografías y audio (música, voz, efectos sonoros) para presentar un caso empresarial que motive hacia el emprendimiento.	Presentación del caso

ANEXO 5

Guía No. 5. EVALUACIONES

1. Describa la dinámica evaluativa que tendrá el curso (máximo 2 párrafos)

La evaluación se convierte en autoevaluación y coevaluación, retroalimentando al estudiante sobre su progreso en el proceso de aprendizaje y motivándolo a que autoregule su proceso de aprendizaje, permitiendo que el estudiante pueda seguir su propio ritmo de aprendizaje, proporcionándole respuestas inmediatas que le señalen sus fortalezas y debilidades mediante indicadores de conocimiento y desempeño que le indican su progreso en el curso y lo motivan a seguir con las siguientes etapas.

Se presenta una evaluación inicial para conocer un perfil de conocimientos y actitudes de emprendimiento, luego una evaluación continua le permite conocer sus avances de conocimiento y desempeño al igual que una evaluación combinada (teórico-práctica sobre contexto), para finalizar con una evaluación final que permita tanto al estudiante como al docente conocer el porcentaje de logro de los objetivos propuestos.

2. Enuncie los criterios que le permitirán conocer el nivel alcanzado por el estudiante dentro del curso:

Tema 1: El emprendimiento y el empresarismo. Nivel personal de conocimientos y actitudes previas relacionadas con el emprendimiento.

Tema 2: El pensamiento creativo. Capacidad individual de solución a situaciones previstas y no previstas.

Tema 3: El proceso de crear empresa. Capacidad para relacionar y complementar teoría y práctica (Evaluación combinada) del emprendimiento empresarial.

Tema 4: El entorno del emprendimiento. Habilidad estratégica para relacionar aspectos internos y externos con el fin de efectuar análisis o realizar propuestas.

Tema 5: La idea de empresa. Capacidad emprendedora para formular ideas de empresa que relacionen los aspectos anteriores.

Tema 6: El anteproyecto de empresa. Evaluación final de desempeño: Habilidad y capacidad para formular un anteproyecto de empresa convalidado por una institución.

3. Presente las calificaciones o puntajes que obtendrá el estudiante por cada actividad de aprendizaje

Actividades de Aprendizaje	Puntaje o porcentaje
----------------------------	----------------------

Perfil de capacidad emprendedora	0
Ejercicios de pensamiento creativo	10
Estudio de caso	10
Matriz D.O.F.A.	15
Idea de empresa	25
Anteproyecto de empresa	40

4. Diseñe las pruebas o exámenes que se requieran para cada tema.
Se van a realizar pruebas en los siguientes temas:

- El emprendimiento y el empresarismo.

Información General de cada examen:

Aleatorio: SI ___ NO ___ x ___

Número de intentos: 3

Calificación total del examen: 0

Calificación para cada pregunta: 0

Disponibilidad:

Duración:

Cada pregunta debe contener:

Enunciado:

Opciones: Dar una valoración cualitativa

Retroalimentación: (para el caso de preguntas cerradas)

ESCALA DE CALIFICACION SOBRE ACTITUD EMPRENDORA

Aspectos a valorar	Nunca	A veces	Regularmente	Casi siempre	Siempre
1. ¿Le gusta la variedad y el cambio frente a la rutina?					
2. ¿Frente a un problema encuentra una solución?					
3. ¿Le gusta presentar propuestas?					
4. ¿se mantiene actualizado sobre temas de empresa?					
5. ¿Le gustaría crear empresa?					

6. ¿Realiza actividades en grupo con facilidad?					
7. ¿Tiene una alta valoración personal?					
8. ¿Se mantiene informado sobre las cosas que suceden en el país y el mundo?					
9. ¿Mantiene unos principios, valores personales y sociales en sus actuaciones?					
10. Tiene unos objetivos personales altos pero alcanzables en el largo plazo?					
11. Se autoevalúa y motiva permanentemente para lograr sus objetivos?					
12. Le gusta ser independiente?					
13. Ha liderado actividades o proyectos de cualquier tipo?					
14. Toma decisiones aún bajo condiciones de incertidumbre?					
15. Es responsable de sus propios actos?					
16. Tiene altas habilidades de comunicación y relaciones interpersonales?					
17. Le atrae el riesgo y los altos retos personales?					
18. Mantiene una mente abierta a la innovación y al cambio?					
19. En sus actividades se orienta a metas y resultados?					
20. Mantiene buena energía, salud y condición física?					
21. Mantiene el control personal en situaciones inesperadas o conflictivas?					
22. Es obsesivo con el cumplimiento de tareas o compromisos?					
23. Con frecuencia percibe oportunidades del entorno para su provecho personal?					
24. Es tolerante frente a los errores, tomándolos como experiencia?					
25. Aprende fácilmente?					

- El pensamiento creativo.

De una respuesta a los siguientes ejercicios de pensamiento creativo.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

- El proceso de crear empresa.

Información General de cada examen:

Aleatorio: SI____ NO__x__

Número de intentos: 3

Calificación total del examen: 0

Calificación para cada pregunta: 0

Disponibilidad:

Duración:

Cada pregunta debe contener:

Enunciado:

Opciones:

Retroalimentación: (para el caso de preguntas cerradas)

SUBESCALA PARA LA VALORACION DEL ESTUDIO DE CASO

1. Aborda solo un factor.					Aborda todos, o casi todos los factores del proceso.
2. No presenta una secuencia de etapas o pasos					Presenta una secuencia que permite identificar el proceso
3. Solamente tiene en cuenta la parte técnica o racional					Describe tanto la parte técnica o racional como la personal y contextual.
4. No identifica elementos claros del proceso					Contiene muchos elementos de análisis.
5. No se entiende el proceso de crear empresa					Se entiende claramente el proceso de crear empresa.
6. No tiene ningún aporte para el aprendizaje					Tiene muchos aportes para el aprendizaje.
7. No se entiende cuál es el momento en que se define la carrera empresarial o de crear empresa.					Ordenadamente se entiende cuál es el momento en que se inicia la carrera empresarial.
8. No tiene ninguna orientación					Determina con precisión la orientación empresarial
9. Es confusa para entender como se generan ideas de empresa.					Se entiende como se pueden generar ideas de empresa
10. No identifica claramente el momento de sostenimiento y crecimiento					Explica claramente los momentos de sostenimiento y crecimiento empresarial

- El entorno del emprendimiento.

Información General de cada examen:

Aleatorio: SI ___ NO ___ x ___

Número de intentos: 3

Calificación total del examen: 0

Calificación para cada pregunta: 0

Disponibilidad:

Duración:

Cada pregunta debe contener:

Enunciado:

Opciones:

Retroalimentación: (para el caso de preguntas cerradas)

VALORACION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO

OPORTUNIDADES				AMENAZAS			
1. Del entorno económico							Del entorno económico
2. Del entorno social							Del entorno social
3. Del entorno cultural							Del entorno cultural
4. Del entorno legal							Del entorno legal
5. Del entorno tecnológico							Del entorno tecnológico
6. Del entorno ambiental							Del entorno ambiental
7. Frente a la competencia							Frente a la competencia
8. Proveedores							Proveedores
9. Clientes							Clientes

- La idea de empresa.
-
- Información General de cada examen:
-
- Aleatorio: SI___ NO__x__
- Número de intentos: 3
- Calificación total del examen: 0
- Calificación para cada pregunta: 0
- Disponibilidad:
- Duración:
-
- Cada pregunta debe contener:
-
- Enunciado:
-
-
-
- Opciones: Dar una valoración de 1 a 5
-
-
-
-
- Retroalimentación: (para el caso de preguntas cerradas)

LISTADO DE EVALUACION DE LA IDEA DE EMPRESA

Califique los siguientes aspectos de 1 a 5. en donde 1 es muy bajo, 2: bajo, 3: regular, 4: alto, 5: muy alto..

	ASPECTOS A EVALUAR	PUNTOS POSIBLES	PUNTOS POR EL ALUMNO	PUNTOS POR EL PROFESOR
1	Relación con actividades, pasiones, gustos			
2	Percepción de oportunidades del entorno			
3	Novedad en términos de producto o servicio			
4	Impacto social claramente identificable			
5	Considera la existencia de clientes con poder adquisitivo			
6	Expectativas altas de rentabilidad			
7	Factor diferenciador de otras ideas			
8	Acceso a la información disponible sobre la idea sobre productos, tecnología, etc			
9	Acceso y disponibilidad de insumos y materias primas?			
10	Consideración de aspectos legales o éticos			
11	Facilidad de conseguir financiación o socios.			
12	Impacto sobre el medio ambiente			
13	Conocimiento del sector donde se va a mover la empresa			
14	Disponibilidad de talento humano			
15	Margen de gobernabilidad sobre variables internas y externas			

- El anteproyecto de empresa.

Información General de cada examen:

Aleatorio: SI ___ NO ___ x ___

Número de intentos: 3

Calificación total del examen: 0

Calificación para cada pregunta: 0

Disponibilidad:

Duración:

Cada pregunta debe contener:

Enunciado:

Opciones: Dar una valoración de 1 a 5

Retroalimentación: (para el caso de preguntas cerradas)

LISTADO DE EVALUACION DEL ANTEPROYECTO DE EMPRESA

Califique los siguientes aspectos de 1a 5. en donde 1 es deficiente, 2: regular, 3: aceptable, 4: bueno, 5: muy bueno.

	ASPECTOS A EVALUAR	PUNTOS POSIBLES	PUNTOS POR EL ALUMNO	PUNTOS POR EL PROFESOR
1	Análisis de la empresa y su entorno			
2	Análisis de mercado			
3	Análisis administrativo			
4	Análisis técnico			
5	Análisis de valores personales			
6	Análisis social			
7	Análisis financiero			
8	Análisis de riesgos			
9	Análisis de sensibilidad			
10	Análisis legal			

ANEXO 6

GUIA No.6. CONTENIDOS

1. BIENVENIDA.

Es la pantalla principal, contiene los diferentes botones, el video de bienvenida, un texto corto y 2 vínculos o ventanas (Una a indicadores económicos y otro a entidades como Fondo emprender (www.fondoemprender.com), Ventures (www.ventures.com), Fundación Coomeva (<http://fundacion.coomева.com.co/>)).

2. ACTITUD EMPRENDEDORA.

2.1 PRETEST.

ESCALA DE CALIFICACION SOBRE ACTITUD EMPRENDEDORA

Califique sus actitudes emprendedoras, colocando una x sobre la casilla que corresponda.

Aspectos a valorar	Nunca	A veces	Regularmente	Casi siempre	Siempre
1. ¿Le gusta la variedad y el cambio frente a la rutina?					
2. ¿Frente a un problema encuentra una solución?					
3. ¿Le gusta presentar propuestas?					
4. ¿se mantiene actualizado sobre temas de empresa?					
5. ¿Le gustaría crear empresa?					
6. ¿Realiza actividades en grupo con facilidad?					
7. ¿Tiene una alta valoración personal?					
8. ¿Se mantiene informado sobre las cosas que suceden en el país y el mundo?					
9. ¿Mantiene unos principios, valores personales y sociales en sus actuaciones?					
10. Tiene unos objetivos personales altos pero alcanzables en el largo plazo?					
11. Se autoevalúa y motiva permanentemente para lograr sus objetivos?					
12. Le gusta ser independiente?					
13. Ha liderado actividades o proyectos de cualquier tipo?					
14. Toma decisiones aún bajo condiciones de incertidumbre?					

15. Es responsable de sus propios actos?					
16. Tiene altas habilidades de comunicación y relaciones interpersonales?					
17. Le atrae el riesgo y los altos retos personales?					
18. Mantiene una mente abierta a la innovación y al cambio?					
19. En sus actividades se orienta a metas y resultados?					
20. Mantiene buena energía, salud y condición física?					
21. Mantiene el control personal en situaciones inesperadas o conflictivas?					
22. Es obsesivo con el cumplimiento de tareas o compromisos?					
23. Con frecuencia percibe oportunidades del entorno para su provecho personal?					
24. Es tolerante frente a los errores, tomándolos como experiencia?					
25. Aprende fácilmente?					

2.2 1 PERFIL DE ACTITUD EMPRENDEDORA.

CON LA TABLA ANTERIOR, EN DONDE NUNCA=1, A VECES=2, REGULARMENTE=3, CASI SIEMPRE=4 Y SIEMPRE=5, SE CONSTRUYE AUTOMATICAMENTE UN GRAFICO QUE DETERMINA EL PERFIL.

3. EJERCICIOS DE CREATIVIDAD.

3.1 EJERCICIOS DE CREATIVIDAD.

TOMA UNOS 12 O 15 DE ESTE SITIO Y GUARDA LAS RESPUESTAS. DAS LOS CREDITOS CORRESPONDIENTES POR EJEMPLO, TOMADOS DE:

<http://www.emprendedor.com/portal/content/category/3/8/25/>

3.2.QUE TAN CREATIVO ERES.

SUMINISTRA LAS RESPUESTAS A LOS EJERCICIOS Y LE DA UN GRAFICO, POR EJEMPLO, RESPONDIO EL 50%, ETC. SI PASA DEL 60% LE DICE QUE ESTA BIEN, SI ESTA POR DEBAJO LE DICE QUE DEBE SER MAS FLEXIBLE Y SER CREATIVO PARA SER EMPRESARIO.

4. ESTUDIO DEL ENTORNO.

4.1 ENTORNO ECONOMICO.

Crea vinculo a www.portafolio.com.co

4.2 ENTORNO SOCIAL.

4.3 ENTORNO CULTURAL

4.4 ENTORNO LEGAL

4.5 ENTORNO POLITICO

4.6 ENTORNO AMBIENTAL

4.7 ENTORNO TECNOLOGICO.

4.8 COMPETENCIA.

4.9 PROVEEDORES

4.10 CLIENTES.

4.11 EFE (EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS)

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS

CALIFIQUE DE 1 A 5 SU PERCEPCION DEL ENTORNO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA. EN DONDE 1= ALTAMENTE DESFAVORABLE, 2= DESFAVORABLE, 3=DESFAVORABLE PERO PUEDE VOLVERSE FAVORABLE, 4=FAVORABLE CON INCONVENIENTES, 5=ALTAMENTE FAVORABLE.

CLASE DE ENTORNO	CALIFICACION
ECONOMICO	
SOCIAL	
CULTURAL	
LEGAL	
POLITICO	
AMBIENTAL	
TECNOLOGICO	
COMPETENCIA	
PROVEEDORES	
CLIENTES	
TOTAL	

Luego va a un FORO1 (Crearlo en Dokeos) en donde comente como la ve para crear empresa, que es lo más difícil, que es lo más fácil, eso sirve para retroalimentar el AVA de tal manera que se le pueda orientar en lo que ve más difícil.

5. PROCESO EMPRESARIAL

5.1 ANALISIS DE CASO: Audio enviado por Mario.

5.2 EVALUACION DEL CASO. Formato en elaboración.

5.3 MI EVALUACION. Formato en elaboración.

6. IDEA DE EMPRESA.

Se le motiva a que se junto con otro compañero para proponer ideas de empresa en un

6.1 FORO, luego

6.2 en grupo escogen una de acuerdo a un FORMATO1

6.3 otro FORMATO2 en donde pulen la idea.

EVALUACION DE LA IDEA DE EMPRESA

Califique los siguientes aspectos de 1 a 5. En donde 1 es muy bajo, 2: bajo, 3: regular, 4: alto, 5: muy alto..

	ASPECTOS A EVALUAR	PUNTOS POSIBLES	PUNTOS POR EL ALUMNO	PUNTOS POR EL PROFESOR
1	Relación con actividades, pasiones, gustos			
2	Percepción de oportunidades del entorno			
3	Novedad en términos de producto o servicio			
4	Impacto social claramente identificable			
5	Considera la existencia de clientes con poder adquisitivo			
6	Expectativas altas de rentabilidad			
7	Factor diferenciador de otras ideas			
8	Acceso a la información disponible sobre la idea sobre productos, tecnología, etc			
9	Acceso y disponibilidad de insumos y materias primas?			
10	Consideración de aspectos legales o éticos			
11	Facilidad de conseguir financiación o socios.			
12	Impacto sobre el medio ambiente			
13	Conocimiento del sector donde se va a mover la empresa			
14	Disponibilidad de talento humano			
15	Margen de gobernabilidad sobre variables internas y externas			

7. PROYECTO DE EMPRESA (MIPROYECTO).

Con la idea, se le invita a elaborar el proyecto, que es

7.1 un FORMATO3 aportado por una entidad de crédito y acompañamiento.

Cada nivel del formato3 tiene una asesoría (botones flash que envían) en 7.1.1.MERCADO, 7.1.2
FINANZAS, 7.1.3 ORGANIZACIÓN, 7.1.4.VENTAS, 7.1.5 TALENTO HUMANO.

Cuando lo ha completado el mismo sistema le avisa, lo mismo si está incompleto, luego,

7.2 FORMATO4, de evaluación del proyecto.

EVALUACION DEL ANTEPROYECTO DE EMPRESA

Califique los siguientes aspectos de 1ª 5. En donde 1 es deficiente, 2: regular, 3: aceptable, 4: bueno, 5: muy bueno.

	ASPECTOS A EVALUAR	PUNTOS POR LA ENTIDAD	PUNTOS POR EL ALUMNO	PUNTOS POR EL PROFESOR
1	Análisis de la empresa y su entorno			
2	Análisis de mercado			
3	Análisis administrativo			
4	Análisis técnico			
5	Análisis de valores personales			
6	Análisis social			
7	Análisis financiero			
8	Análisis de riesgos			
9	Análisis de sensibilidad			
10	Análisis legal			

8.1 POSTEST.

ESCALA DE CALIFICACION SOBRE CAPACIDAD EMPRESARIAL

Una vez finalizado su proceso de aprendizaje, evalué los siguientes aspectos:

Aspectos a valorar	Nunca	A veces	Regularmente	Casi siempre	Siempre
1. ¿Aprendió a ser flexible frente al cambio?					
2. ¿Para formular su idea de empresa se le presentaron varias alternativas de selección?					
3. ¿Presentó varias propuestas para su idea y proyecto?					
4. ¿Aplicó información actualizada para analizar el entorno?					
5. ¿Le gustaría seguir con el proceso de crear su propia empresa?					
6. ¿Realizó actividades en grupo con facilidad?					
7. ¿Influyó su concepción personal para formular su idea y proyecto de empresa?					

8. ¿La información presentada para analizar el entorno es actual?					
9. ¿Su idea y proyecto de empresa tuvo en cuenta unos principios, valores personales y sociales?					
10. Se convirtió su proyecto de empresa en un objetivo personal en el largo plazo?					
11. La autoevaluación durante el curso fue motivante y retroalimentadora de información para lograr sus objetivos?					
12. Fue autónomo e independiente para tomar sus propias decisiones?					
13. En que momentos considera que lideró algún tipo de actividad?					
14. La decisiones que tomó para tener su idea y proyecto de empresa se hicieron bajo condiciones de incertidumbre?					
15. Se mostró responsable de sus aportes y decisiones?					
16. Mostró habilidades de comunicación y relaciones interpersonales durante el desarrollo del curso?					
17. Crear le empresa le representa riesgo y un alto reto personal?					
18. Tuvo siempre respuestas frente a la innovación y al cambio?					
19. Se orientó a metas y resultados?					
20. Mantuvo buena energía, salud y condición física durante el curso?					
21. Cuando se presentaron situaciones difíciles de entender o manejar pensó en abandonar el curso?					
22. Cumplió siempre con sus tareas o compromisos?					
23. Cuando estudio el entorno o el estudio de caso percibió más de una oportunidad de crear empresa?					
24. Aprendió de sus errores?					
25. Presentó sus tareas y compromisos antes de las fechas límite?					
26. El contexto del aprendizaje fue visualmente atractivo y motivante?					

27. Entendió las instrucciones y metodología con facilidad					
28. Se pudo comunicar fácilmente con los demás estudiantes y profesor					
29. Pudo integrarse fácilmente con su compañero de proyecto de empresa					
30. Cree que el proyecto de empresa puede ser avalado por una institución para su apoyo y acompañamiento?					

ANEXO 7

PRETEST.

TEST DE ACTITUD EMPRENDEDORA

Gracias por contestar este test. Es importante para el proceso que lo diligencie en su totalidad.

1. ¿Le gusta la variedad y el cambio frente a la rutina?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
2. ¿Frente a un problema encuentra una solución?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
3. ¿Le gusta presentar propuestas?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
4. ¿se mantiene actualizado sobre temas de empresa?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
5. ¿Le gustaría crear empresa?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
6. ¿Realiza actividades en grupo con facilidad?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
7. ¿Tiene una alta valoración personal?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
8. ¿Se mantiene informado sobre las cosas que suceden en el país y el mundo?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
9. ¿Mantiene unos principios, valores personales y sociales en sus actuaciones?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
10. Tiene unos objetivos personales altos pero alcanzables en el largo plazo?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
11. Se autoevalúa y motiva permanentemente para lograr sus objetivos?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
12. Le gusta ser independiente?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
13. Ha liderado actividades o proyectos de cualquier tipo?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
14. Toma decisiones aún bajo condiciones de incertidumbre?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
15. Es responsable de sus propios actos?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre
16. Tiene altas habilidades de comunicación y relaciones interpersonales?
 nunca a veces regularmente casi siempre siempre

17. Le atrae el riesgo y los altos retos personales?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

18. Mantiene una mente abierta a la innovación y al cambio?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

19. En sus actividades se orienta a metas y resultados?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

20. Mantiene buena energía, salud y condición física?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

21. Mantiene el control personal en situaciones inesperadas o conflictivas?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

22. Es obsesivo con el cumplimiento de tareas o compromisos?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

23. Con frecuencia percibe oportunidades del entorno para su provecho personal?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

24. Es tolerante frente a los errores, tomándolos como experiencia?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

25. Aprende fácilmente?

nunca a veces regularmente casi siempre siempre

ANEXO 8

POSTEST

1. Qué le mejoraría al curso para que cumpla con sus expectativas de crear empresa

2. Fue flexible frente a problemas encontrados o cambio de ruta del curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

3. Fué autónomo e independiente para tomar sus propias decisiones

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

4. Se le presentaron situaciones difíciles de entender o manejar

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

5. Cumplió siempre con sus tareas y compromisos

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

6. Los ejercicios de creatividad le demostraron su capacidad para resolver problemas

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

7. Fue actualizada y pertinente la información que recibió para evaluar su entorno

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

8. Cuando analizó el entorno o los estudios de casos percibió más de una oportunidad para crear empresa

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

9. Se pudo comunicar fácilmente con el profesor

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

10. Entendió las instrucciones y metodología con facilidad

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

11. El contexto del aprendizaje fue atractivo y motivante durante el curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

12. Realizó actividades en grupo con facilidad

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

13. Influyó su visión personal para desarrollar partes del curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

14. Demostró liderazgo para desarrollar las actividades del curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

15. Mostró habilidades de comunicación y relaciones interpersonales

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

16. Está convencido que crear empresa es una opción para su vida

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

17. Piensa que crear empresa representa un alto riesgo que se asume como un alto reto personal

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

18. El curso siguió un proceso lógico de aprendizaje para crear empresa

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

19. Pudo navegar fácilmente por el curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

20. Se orientó a cumplir con las instrucciones y metas del curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

21. Pudo integrarse fácilmente con sus compañeros de grupo

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

22. Le gustaría seguir capacitándose y entrenándose sobre el proceso de crear empresa

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

23. Pensó en varias propuestas para la idea y el proyecto de empresa

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

24. Con sinceridad cree que el resultado final presentado en este curso puede ser continuado hasta crear una empresa

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

25. Surgieron ideas nuevas para crear su propia empresa

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre

26. Con sus conocimientos y habilidades tecnológicas pudo manejar las diversas herramientas e instrucciones del curso

Nunca A veces Regularmente Casi siempre Siempre