**INSTITUCION EDUCATIVA DE DESARROLLO RURAL**

**LA UNION – NARIÑO**

**AÑO LECTIVO 2023**

**PROYECTO CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO IEDR DE LA UNION NARIÑO**

**AREAS:** TECNICA, ciencias naturales, ciencias sociales, educación artística, educación ética y valores, educación religiosa, proyecto, educación física, humanidades, matemáticas, filosofía y tecnología e informática.

**TITULO**

Establecimiento de una unidad productiva pedagógica para desarrollar y/o fortalecer emprendimientos relacionados con la cadena de valor del café en La Institución Educativa de Desarrollo Rural de La Unión Nariño

**1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

**1.1 DESCRIPCION**

El mundo actual exige calidad en todos los campos relacionados con la producción, beneficio, transformación y comercialización del café. El Colombia se estima en 14,2 millones de sacos de 60 kilos la producción anual 2016 [[1]](#footnote-1). El departamento de Nariño está conformado por 62 municipios de los cuales 35 son cafeteros. 27.450 hectáreas en café distribuidas entre 34.458 caficultores, de los cuales el 95% son pequeños productores. La producción estimada para el año cafetero 2005-2006 alcanzó los 19 millones de kilogramos de café pergamino seco. El café es uno de los sectores productivos más importante del departamento. La actividad cafetera genera anualmente 27.000 empleos directos y en el año cafetero 2005-2006 permitió que los productores obtuvieran ingresos por $93 mil millones, de los cuales el 90% se adquirió gracias a la comercialización de cafés especiales y el restante 10% se obtuvo por medio de la venta del café tipo federación. Uno de los programas bandera del Comité de Nariño es «Café AAA», de Nespresso, el cual permite comercializar el café en los lugares más exigentes de los Estados Unidos y los países europeos. En los último años, la calidad del café de Nariño se ha consolidado gracias a la participación de los cafeteros del departamento en los diferentes concursos de cafés especiales de reconocida seriedad e importancia a nivel nacional e internacional. En varios de estos concursos se han obtenido los primeros lugares. Por ejemplo, en el certamen Illycaffè se alcanzó el primer y tercer puesto en 2003 y 3 grupos llegaron a ser finalistas en 2004. En el concurso La Taza de la Excelencia, se obtuvo el primer y segundo puesto en 2005.[[2]](#footnote-2) Además, en 2006, se ocupó el segundo lugar y 8 finalistas participarán en la subasta de cafés resultante de dicho concurso. En el campeonato nacional de catación 2016, un egresado de la IEDR, el sr. Eduardo Armero ocupo el primer puesto. La Institución Educativa de Desarrollo Rural produce en promedio anualmente 18679,5 kilos. (anexo 1) La IEDR cumpliendo con su misión de formación del talento y capital humano que oriente y desarrolle las actividades relacionadas con el café tiene importantes avances en el campo tecnológico (planta torrefactora de cafés especiales en la granja Sucre así como también el proyecto de investigación con la Universidad de Nariño en la granja Sauce y recientemente la fosa de reuso para subproductos derivados del café) pero no cuenta con toda la infraestructura tecnológica requerida para el fortalecimiento de la cadena de valor del café (no hay laboratorios de análisis y catación, entre otras), siendo fundamental la estructuración de una unidad productiva pedagógica orientada hacia el fortalecimiento y desarrollo del emprendimiento en los estudiantes y en general en todos los integrantes de la comunidad educativa.

**1.2 FORMULACION**

¿Cómo establecer una unidad productiva pedagógica para desarrollar y/o fortalecer emprendimientos relacionados con la cadena de valor del café en La IEDR de La Unión Nariño?

**2. IDENTIFICACION DEL CONTEXTO Y ANTECEDENTES[[3]](#footnote-3)**

La Unión Nariño, centro comercial e industrial y agrícola de suma importancia, es el Departamento de Nariño, una de las poblaciones más nuevas, pues su fundación efectiva como entidad urbana data del año 1847, según el cálculo más aproximado sobre su existencia y respaldo por la tradición más respetable.   
El nombre de la población ha sufrido dos cambios sucesivos: primeramente, se denominó LA VENTA; fue así como inicio su vida al primer mesón o tambo, levantando con el superior permiso de las autoridades de San Juan de los Pastos, por DIEGO PEREZ DE ZUÑIGA antes de 1613. Debe tenerse, como el más antiguo fundador de La Unión, a DON DIEGO PEREZ DE ZUÑIGA, hijo de conquistadores y persona connotada del vecindario de San Juan de Pasto, por haber ocupado él primero, el asiento de lo que hoy es esta próspera ciudad, con un mesón para pasajeros, bajo el título de “LA VENTA”. Según lo informado, la primitiva VENTA, se quemó a mediados del siglo XVII. Las circunstancias de ese incendio son desconocidas, pero si es cierto que fue reedificada y desde entonces el nombre se trasformó en el de “VENTA QUEMADA” con que se la conoció hasta más o menos el año 1847, con que se tomó definitivamente el nombre actual, o sea el de LA UNION, en memoria de un pacto solemne de progreso, que quedó sellado en esa palabra, en circunstancias que es una tradición casi centenaria nos refiere la siguiente forma: Los dos más grandes terratenientes de la Comarca, a mediados del siglo XIX, eran los señores Dr. Agustín Guerrero, dueño y señor de la Hacienda la Alpujarra y Don Juan Vivanco, propietario de la de Cusillo. Esos dos fundos, al lado y lado del antiguo camino que descendía de la Jacoba hacia el Rio Mayo, estrechaban el pequeño recinto de la Venta principal y de las pocas chozas que se habían agrupado en la pendiente y que se asfixiaban por falta de espacio para formar un pueblo con los elementos de la vida civilizada.

**Descripción física:** La Unión se encuentra Localizado al Nororiente del departamento de Nariño. Es uno de los 64 Municipios que compone el territorio del Departamento situado a 90 km de la ciudad de Pasto, capital del departamento, el municipio tiene un área de 147Km², La zona rural se encuentra dividida en 9 corregimientos que agrupan a 44 veredas, la zona Urbana se encuentra compuesta por 30 Barrios., una temperatura promedio de 19ºC. Coordenadas geográficas de referencia: 1º 26’ 06"; de Latitud Norte y a 77º 80’ 15"; de longitud Oeste de Greenwich.

Los límites generales del municipio de La Unión son:

AL NORTE: Municipios de Mercaderes (Cauca)

AL SUR: Municipio de San Pedro de Cartago

ORIENTE: Municipio de Belén - Colon – Génova – San Pablo

OCCIDENTE: Municipio de San Lorenzo

**Límites del municipio:** AL NORTE: Municipios de Mercaderes (Cauca)

AL SUR: Municipio de San Pedro de Cartago

ORIENTE: Municipio de Belén - Colon – Génova – San Pablo

OCCIDENTE: Municipios de San Lorenzo

**Extensión total:** 147 km2

**Distancia de referencia:**92 km2 a Pasto

La Unión hace parte del Macizo Colombiano, vertiente del Pacifico, zona considerada como de importancia estratégica desde el punto de vista hídrico a nivel nacional. A la Subcuenca del río Mayo le pertenecen las Microcuencas de: el Ceibo, el Guanábano, el Olvido, el Cajón, Angostura Honda, La Caldera, el Zapayal, la Gurupera, Quebrada Grande, la Fragua, el Tambo, la Jacoba, las Juntas, Cusillos y el Diviso. Se encuentran los Escurrimientos Directos: Peña Negra I, el Parapeto, Peña Negra II, Angostura Honda, Quiebracanilla, Santa Ana, el Zanjón, Quebrada Oscura, el Ceibo I, la Jacoba I y II, las Juntas I, Alto del Mayo y Cusillos. Sus cerros tutelares Chymayoy, La Jacoba y Reyes, son importantes referentes ambientales, particularmente los primeros son ambientalmente estratégicos porque en estos nacen las fuentes de agua abastecedoras de los acueductos.  
  
La escasez de agua para consumo humano y las actividades productivas que está afectando a toda la población se constituye en el problema ambiental más sentido, por lo cual, la gestión integral del recurso hídrico es una prioridad estratégica, que debe incluir el componente de recuperación y conservación de las micro cuencas de las que se capte el agua de los acueductos y distritos de riego existente y los proyectados, aseguramiento de la propiedad pública de predios ambientalmente estratégicos, fomentar la cultura de conservación y uso eficiente del agua, mejoramiento y construcción de infraestructura de acueducto para disminuir el desperdicio hoy existente y la implementación de programas de saneamiento básico para mitigar la contaminación del recurso hídrico, consecución de recursos y operatividad efectiva de la gestión del riesgo y diseñar ejecutar estrategias de adaptación al cambio climático y utilización efectiva de instrumentos como el EOT (Plan Básico de Ordenamiento Territorial)

**Economía:**

La principal actividad económica del municipio tiene que ver con el cultivo y la comercialización de café, el municipio es el primer producto de café del departamento con 5039 hectáreas cultivadas según la Encuesta Nacional Agropecuaria del 2014. De acuerdo al piso térmico existen actividades complementarias e importantes como el cultivo de limón y ganadería de carne en el corregimiento de Quiroz y Frutales como mora y lulo y ganadería doble propósito en el corregimiento Los Cusillos.

Descripción de la INSTITUCION EDUCATIVA DE DESARROLLO RURAL LA UNION NARIÑO. Anexo 2

**3. JUSTIFICACION**

El impacto del emprendimiento y la innovación sobre los negocios avanza de una manera tan rápida y tiene un alcance tan vasto, que resulta difícil entender cómo actuar para lograr los resultados que un país como Colombia busca en este frente. La evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías. Lo que está menos claro es cómo pueden llegar a ese estado las naciones que aún están lejos de él.

El problema es complejo, pues el emprendimiento y la innovación se realizan realmente en tres niveles: el nivel macro del país y el entorno, el nivel intermedio de las empresas y el nivel básico de los individuos. El emprendimiento innovador es una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países. Estos tres niveles tienen que funcionar al mismo tiempo, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás. Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, las empresas y el contexto macro. La abundancia de implicaciones y conexiones entre estas variables hace que sea difícil pasar de las consideraciones analíticas a una estrategia y al despliegue de acciones que sean efectivas en los tres campos.

El emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños. La innovación es el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que generen valor para las organizaciones y está relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios, por mencionar solamente algunos temas.

El espacio que estos conceptos abarcan es amplio y, cuando se introducen los tres niveles de análisis (macro, empresas e individuos), las combinaciones posibles se multiplican. El presente proyecto pedagógico desarrolla un marco conceptual que permite visualizar cómo interactúan las principales variables que determinan la innovación en los tres niveles del contexto macro, las organizaciones y los individuos. Se presenta también información sobre el caso que se propone adelantar en la Institución Educativa de Desarrollo Rural respecto los tres niveles de análisis, con el objetivo de sintetizar un primer diagnóstico de la situación en la IEDR en esta materia e identificar unas prioridades para la acción.

**4. OBJETIVOS**

**4.1 GENERAL**

Establecer una unidad productiva pedagógica para desarrollar y/o fortalecer emprendimientos relacionados con la cadena de valor del café en La IEDR de La Unión Nariño

**4.2 ESPECIFICOS**

Gestionar la instalación de todos los componentes y/o equipos técnicos que aseguren el normal funcionamiento de la unidad productiva de café para su beneficio y comercialización. (vinculación de aliados estratégicos).

Realizar prácticas con estudiantes que demuestren sus competencias y habilidades de emprendimiento.

Demostrar la rentabilidad del café en los procesos de producción, beneficio, transformación y comercialización para disminuir los niveles de migración de los jóvenes a la ciudad.

**5. FUNDAMENTACION**

**5.1 TEORICO – CONCEPTUAL**

**Emprendimiento, innovación y capital emprendedor [[4]](#footnote-4)**

Un primer paso consiste en aclarar los términos. La innovación es el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas.

Desde esta perspectiva, si bien la innovación está siempre está asociada con el emprendimiento, es posible tener emprendimiento sin innovación. Así, las pequeñas o grandes empresas que no tienen vocación de innovación están por fuera del ámbito que se pretende examinar aquí, aunque hayan sido creadas por emprendedores exitosos. Y se debe anotar que también es posible tener innovación sin creación de empresas nuevas, pues el espíritu emprendedor y la innovación pueden surgir a partir de empresas grandes, que tienen décadas de historia.

Esta noción de “emprendimiento innovador”, o “innovación emprendedora”, tiene una importancia extraordinaria para en la economía moderna. En las últimas décadas ha ocurrido una transformación básica en la economía mundial, que ha pasado desde el capitalismo administrativo al capitalismo emprendedor (Acs & Armington, 2006; Audrestch et al, 2006; Baumol et al, 2007), donde la noción de emprendimiento ocupa un lugar central como motor del desarrollo económico. Dentro de este planteamiento, la estructura de las firmas se hace más dinámica, las instituciones burocráticas son reemplazadas por soluciones emprendedoras y de mercado y la innovación es buscada como un objetivo explícito de negocio, por su capacidad para transformar las reglas del juego (Acs & Serv, 2007).

Esta perspectiva tiene implicaciones de fondo para la política pública y la estrategia empresarial. Por ejemplo, aquí no tiene sentido hablar de una “política pública para el emprendimiento y la innovación”, sino de cómo se toman las decisiones de política en una economía del emprendimiento y la innovación. De la misma manera, en las empresas no se debería hablar de “estrategia para la innovación”, sino de cómo se define y se ejecuta la estrategia empresarial en una economía del emprendimiento y la innovación. En otras palabras, el emprendimiento y la innovación hacen parte de las nuevas reglas del juego en la economía del presente siglo. No existe la opción de no participar en este juego, la única decisión se refiere a cómo participar de la mejor manera posible.

La operación de la economía del emprendimiento y la innovación se puede entender mejor al considerar tres niveles diferentes y las interacciones entre ellos: el nivel macro, el nivel de las organizaciones y el nivel de los individuos.

Por su parte, las interrelaciones identifican variables de decisión, que permiten actuar para cambiar los resultados acumulados en cada uno de los niveles. En el nivel macroeconómico se identifican los elementos centrales que determinan el entorno que enfrentan las empresas y los individuos para ejecutar su actividad de innovación emprendedora. Las variables centrales en este nivel son:

El grado de desarrollo económico. Está demostrado que los países que tienen los niveles más altos de producto per capita tienen también los mayores índices de emprendimiento innovador en su territorio (GEM, 2007).

El tamaño de los mercados. Cuanto mayor es el tamaño del mercado para las empresas de un país, mayor es la probabilidad de tener empresas competitivas (Global Competitiveness Report, 2007).

La intensidad de la competencia. Cuanto más libre sea el entorno de la competencia y mayores garantías tengan las empresas pequeñas frente a las grandes, mayor será la actividad innovadora (Porter, XXX; Wennekers, 2006).

La prevalencia de la tecnología. Mientras más amplio sea el uso de tecnologías modernas, en particular a las tecnologías de información y comunicaciones, mayor será el ritmo de la innovación (Global Competitiveness Report, 2007)

La diversidad demográfica. La composición demográfica de los países (en términos de edad, género, educación y migración) tiene incidencia sobre el desempeño innovador. Por ejemplo, mientras más abierto sea un país a los flujos migratorios, especialmente los de poblaciones con altos niveles de educación, mayor será el desarrollo de la innovación emprendedora (Ewing Kauffman Foundation, 2007).

En el nivel de las organizaciones, las variables centrales son las siguientes (Grant, 2008):

La estrategia empresarial. El establecimiento de una misión de largo plazo para la organización, la identificación de un propósito central y la definición de un compromiso con una estrategia específica son condiciones indispensables para que una empresa logre resultados sostenidos en innovación.  Recursos y capacidades. Las organizaciones deben asegurar los recursos y capacidades necesarios para que la capacidad innovadora sea una ventaja competitiva sostenible a lo largo del tiempo.

Cultura organizacional. La innovación emprendedora solamente puede darse en organizaciones que desarrollen una cultura organizacional abierta, con una jerarquía plana, equipos multidisciplinarios, una actitud de aceptación del error (siempre y cuando éste contribuya al aprendizaje) y un compromiso explícito de la dirección de la empresa hacia la innovación.

Gobierno corporativo. La innovación tiene mayores probabilidades de ocurrir cuando las decisiones están alineadas con los intereses de largo plazo de la organización y no con las motivaciones de corto plazo de los individuos (Ewing Kauffman Foundation, 2007). Como un nivel paralelo a las organizaciones empresariales se encuentran las universidades. Estas entidades tienen una función crítica en la generación y difusión de conocimiento para la innovación.

Finalmente, en el nivel de los individuos, los factores críticos en el comportamiento emprendedor se relacionan con las siguientes variables (Acs, 2007; Wennekers, 2006):

El nivel de educación. La posibilidad de que los individuos participen en iniciativas de emprendimiento innovador está ligada al logro de niveles elevados de educación.

El desarrollo de habilidades. La educación formal debe estar complementada por el logro de habilidades para el emprendimiento. Estas habilidades, definidas como la capacidad para hacer, están relacionadas con los niveles de educación, pero se adquieren fundamentalmente a partir de la experiencia.  La capacidad para la identificación de oportunidades. Esta es la capacidad para articular un orden a partir del caos del entorno, descubrir necesidades insatisfechas en los consumidores y crear soluciones para esas necesidades (Wennekers, 2006). [[5]](#footnote-5)

La preferencia individual por el riesgo. Los emprendedores se caracterizan por tener alta disposición individual a la toma de riesgos, pues están dispuestos a aceptarlo en situaciones donde consideran que pueden obtener amplias ganancias.

Recursos sicológicos (psychological endowments). Las características sicológicas de los individuos determinan la capacidad individual para el emprendimiento. Ellas incluyen la creatividad, la perseverancia, el control interno, la iniciativa, la autonomía, la motivación por el logro, la disposición a abrirse a experiencias diversas y la capacidad de incorporar las lecciones de la experiencia en las decisiones, entre otras. La literatura sobre los factores relevantes en cada uno de los tres niveles es abundante y no es del caso cubrirla en forma completa aquí.

Desde el punto de vista del modelo conceptual, quizás lo más importante es la identificación de las variables que permiten una conexión efectiva entre los diferentes niveles. Las variables que conectan son las que permitirían afectar los valores acumulados en cada uno de los niveles. Son las palancas que permiten actuar para incrementar la fuerza de la innovación emprendedora en un país.

Las principales variables que conectan el nivel macro y el nivel de las empresas son las siguientes:

Instituciones. Esta variable condensa las políticas generales que tienen que ver con el desarrollo de la competitividad, incluyendo, entre otras, la política comercial, la política laboral, la política de ciencia y tecnología, la regulación y los trámites. Las instituciones conforman el sistema que determina las reglas del juego, establecen límites a lo que las empresas pueden hacer y definen la asignación de recursos para distintos propósitos.

Infraestructura. Esta variable agrupa la disponibilidad de elementos de infraestructura sobre los cuales se soporta la acción de las empresas, e incluye la disponibilidad de vías, puertos, aeropuertos, comunicaciones y demás.

Acceso a capital. Identifica la disponibilidad de diferentes modalidades de capital que existen para financiar las sucesivas etapas en el crecimiento de las empresas innovadoras.

Cultura de toma de riesgos. Cultura de toma de riesgos. Las empresas se comprometen con estrategias innovadoras de mayor alcance en la medida en que haya mayor información sobre la forma como opera la innovación y puedan pertenecer a redes de empresas motivadas por el logro de objetivos de innovación.

Fluidez de la relación universidad-empresa y universidad-ambiente. Cuanto más dinámica y efectiva sea la relación entre las universidades y las empresas en un país, mayor será el flujo de innovaciones desarrolladas en un país.

Las principales variables que conectan el nivel macro y el nivel de las empresas son las siguientes:

Instituciones. La existencia de reglas de juego favorables para la creación de empresas son un factor decisivo para la gestación de empresas innovadoras (regulación, trámites, competencia, etc.).

Acceso a capital. La existencia de fuentes de capital a las cuales puedan acceder los individuos para financiar empresas nacientes es un elemento crítico en el desarrollo de emprendimientos innovadores.

Incentivos al comportamiento innovador en las organizaciones. El despliegue de la capacidad creativa de los individuos dentro de las empresas depende en forma crucial de la presencia de incentivos correctos para el comportamiento innovador.

Cultura de toma de riesgos. La cultura dominante hacia la toma de riesgos puede ser afectada por la existencia de información que permita identificar oportunidades y casos de éxito y también por la presencia de redes sociales que faciliten a los emprendedores lograr acceso a recursos en forma oportuna, para superar barreras que se presentan en su camino.

El emprendimiento innovador en Colombia. El mérito principal del modelo está en que permite llegar a una síntesis del estado del emprendimiento y la innovación. En el caso de Colombia, al compilar información de diferentes fuentes en función de las relaciones expresadas en el modelo, es posible llegar a un diagnóstico del estado del emprendimiento y la innovación en el país e identificar áreas de trabajo críticas donde sería necesario actuar.

**5.2 LEGAL[[6]](#footnote-6)**

En Colombia existe una ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Esta, identificada como la ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor   entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

La Ley del Emprendimiento se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

**OBJETO DE LA LEY**. La presente ley tiene por objeto:

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

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

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

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

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

f)         educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

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

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

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

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

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

**PRINCIPIOS GENERALES.** Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

a)        Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;

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

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

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

**OBLIGACIONES DEL ESTADO**. Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

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

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

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

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

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

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

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

Ministerio Turismo quien lo presidirá de comercio, industria y turismo quien lo presidirá

Ministerio de educación nacional.

Ministerio de la protección social.

Dirección general del servicio nacional de aprendizaje, Sena.

Departamento nacional de planeación.

Instituto colombiano para el desarrollo de la ciencia y la tecnología Francisco José de caldas Colciencias.

Programa presidencial Colombia joven.

Tres representantes de las instituciones de educación superior designados por sus correspondientes asociaciones: (ascun) instituciones tecnológicas (aciet) e instituciones técnicas profesionales (acicapi)  o quien haga sus veces.

Asociaciones colombianas de pequeñas y medianas empresas, acopi.

Federación colombiana de comerciantes fenalco.

Un representante de la banca de desarrollo y microcrédito.

Representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.

Un representante de la caja de compensación familiar.

Un representante de las fundaciones dedicadas al emprendimiento.

Un representante de las incubadoras de empresas del país.

RED REGIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO. La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

Gobernación Departamental quien lo presidirá.

Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.

Cámara de Comercio de la ciudad capital.

Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.

Un representante de las oficinas departamentales de juventud.

Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.

Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.

Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.

Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.

Un representante de los gremios con presencia en la región.

Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

**OBJETO DE LAS REDES PARA EL EMPRENDIMIENTO**. Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

a)        Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;

b)        Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;

c)        Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;

d)        Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;

e)        Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;

f)         Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

**FUNCIONES DE LAS REDES PARA EL EMPRENDIMIENTO**. Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

a)        Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas “SISEA empresa”, el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial;

b)        Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;

c)        Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red;

d)        Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;

e)        Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;

f)         Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros Invima, sanitarios, entre otros);

g)        Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos;

h)        Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;

i)         Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;

j)         Emitir avales a los planes de negocios que concursen para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

**6. METODOLOGIA**

Este proyecto está diseñado para que los docentes, desarrollen sus contenidos a través de la aplicación de una metodología constructivista. Esta metodología plantea necesariamente que se desplieguen situaciones para la construcción práctica del conocimiento.

De igual forma demanda, que el responsable de su ejecución, desarrolle las capacidades para acompañar a quien recibe el conocimiento a través de la valoración de:

Los contextos sociales que validan la teoría.

Las condiciones que ponen en ejecución habilidades y conocimientos adquiridos.

La creación de vínculos relacionales entre la información y la acción, y que en gran medida dan validez, utilidad, pertinencia y funcionalidad al conocimiento adquirido.

La interacción entre quien brinda la información y quien la recibe como herramienta para la construcción del saber.

Manejando esta concepción, desde la relación educador-estudiante, la metodología implica que el primero de esta dupla, más que transmitir de forma expositiva los contenidos temáticos planteados, se convierta en un orientador que guía el aprendizaje del alumno, permitiendo que este último participe activamente en la construcción de su propio conocimiento. Dentro de este proceso formativo el docente se desempeña como agente dinamizador y motivador que desarrolla conjuntamente con los estudiantes las estrategias más apropiadas para madurar el conocimiento adquirido y hacer constructivamente el análisis de experiencias, todo ello articulado desde las realidades regional y municipal.

Las estrategias sugeridas para este proceso son:

La experiencia: El objetivo esencial en este esquema es la construcción de significados por parte del estudiante a través de las experiencias: el descubrimiento, la comprensión, la aplicación del conocimiento a situaciones o problemas, la interacción con los demás miembros del proceso y por medio del lenguaje hablado y escrito, el estudiante comparte el conocimiento adquirido, lo profundiza, lo domina y lo perfecciona. Las experiencias son acercamientos claros a la realidad, y son susceptibles de ser transformadas para el aprendizaje en talleres formativos.

El papel del estudiante como primer beneficiario del programa, implica su compromiso activo en el aprendizaje de las temáticas planteadas y en la construcción de conocimiento, regulado mediante la permanente promoción de factores como: la indagación, la motivación, la curiosidad, la creatividad, la innovación, la reflexión y el análisis permanente; estos permiten que el joven obtenga un aprendizaje significativo que involucra no solo los conceptos teóricos planteados, sino la relación entre el conocimiento que se va a aprender con el ya adquirido en su entorno económico, social, cultural y familiar.

Para llevar a cabo el proceso de formación en emprendimiento, es necesario considerar tres fases que guiarán el desarrollo de la propuesta; ellas son:

Fase Introductoria

Fase de ejecución

Fase de evaluación.

Estas fases o etapas le permitirán a la institución, sensibilizar a los actores involucrados en el componente de emprendimiento, aplicar a través del docente los contenidos a los estudiantes, y evaluar al final del año la consecución de los objetivos planteados para darle cumplimiento a la propuesta.

Fase introductoria La introducción es el primer acercamiento conjunto que tienen todos los actores (docentes, rectores, estudiantes y padres de familia). Esta fase tiene como objetivo informar y sensibilizar acerca de conceptos estratégicos que es necesario abordar y que facultan, en gran medida para el óptimo desarrollo del proyecto. En su desarrollo se tratan nociones generales acerca de: ¿Para qué un proceso formativo sobre emprendimiento? ¿Cuál es la importancia del emprendimiento?, ¿Cuál es su objetivo?, ¿Cuál es la importancia que tienen para los diferentes actores?, ¿Cómo se va a desarrollar? y ¿Cuáles son los beneficios que se obtienen de su implementación y desarrollo?.

Fase de Evaluación El propósito de la tercera fase es medir los resultados reales de la implementación del módulo en comparación con los objetivos originales. La fase de evaluación incluye actividades de seguimiento, que no son más que, el análisis continuado de la ejecución en todos sus aspectos, vigilando que se ajuste a lo planeado; las herramientas para lograr este fin son actividades de evaluación que permiten comparar la situación inicial con la final y sacar las conclusiones sobre el éxito o no de su aplicación. Las funciones del seguimiento y la evaluación son responsabilidad del docente quien debe promover el mejoramiento continuo del programa y las formas de actuación en el futuro a partir de los resultados obtenidos.. Adicionalmente, se le sugiere al docente involucrar evaluaciones periódicas que sirvan para la toma de decisiones y el redireccionamiento del proceso formativo, crear mesas de trabajo que permitan la socialización de los resultados y las experiencias del proceso y, formular los indicadores que permitan a la institución medir las particularidades del programa articulado en el PEI. Los docentes ajustarán los contenidos y metodología del plan de área para el trabajo en el aula de clases con los estudiantes que presentan barreras para el aprendizaje, teniendo en cuenta el diagnóstico.

Algunas actividades sugeridas para el trabajo con los estudiantes que presentan barreras para el aprendizaje son: Acompañamiento continuo, talleres individuales (designados por un monitor) y grupales, ejercicios de motricidad, percepción, atención, y análisis.

**6.1 DEFINICION DE LA POBLACION OBJETO**

Comunidad educativa Institución Educativa de Desarrollo Rural La Unión Nariño (anexo 3)

**6.2 ESTRATEGIA METODOLOGICA**

Para el desarrollo del proyecto se propone que en básica primaria, las docentes integren en el desarrollo de los programas correspondientes al plan de estudios los ejes temáticos propuestos y en secundaria se dedique un periodo para el desarrollo de los contenidos temáticos en el área técnica. Es necesario que en noveno mínimo se trabajen dos horas.

**6.3 ARTICULACION CURRICULAR**

Los contenidos curriculares se integran al proyecto de área propuesto para el área técnica y especialmente en el área de proyecto de grado se enfatizara sobre la articulación de los ejes temáticos de emprendimiento.

**6.4 EJES TEMATICOS**

GRADO 1 : MIS PRIMEROS PASOS AL EMPRENDIMIENTO

GRADO 2 : BASES DE UN EMPRENDEDOR

GRADO 3 : PROYECTO DE VIDA

GRADO 4 : PARTICULARIDADES DE UN EMPRENDEDOR

GRADO 5 : EMPRESA

GRADO 6 : EL EMPRENDEDOR

GRADO 7 : LIDERAZGO EMPRENDEDOR

GRADO 8 : ENTORNO EMPRESARIAL

GRADO 9 : INNOVACION SOPORTE DE LA NUEVA EMPRESA

GRADO 10 : PLAN DE NEGOCIOS

GRADO 11 : MOVIMIENTOS DE LA INNOVACION

**6.5 MALLA POR CONJUNTO DE GRADOS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO PRIMERO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| MIS PRIMEROS PASOS AL EMPRENDIMIENTO | DINERO  Definición de dinero  Valor del dinero  No todo se obtiene con dinero  Como se debe obtener el dinero: HONESTIDAD  Ahorro como principio vital | **TRABAJO**  Definición  Profesiones y oficios  El respeto por el trabajo como valor  Necesidades del ser humano  Clasificación de las necesidades del ser humano. | **LA EMPRESA**  Definición  Ejemplos  Clases de empresa según lo que ofrecen  Mercado  Producciones  Consumidores  Valores del empresario: CREATIVIDAD Y PERSEVERANCIA |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO SEGUNDO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 2 BASES DE UN EMPRENDEDOR | Conocimiento  Confianza en sí mismo  Curiosidad  LA AUTOESTIMA, FUNDAMENTAL PARA ALCANZAR EL ÉXITO La autoestima  Como lograr una mejor autoestima  Ejercicios de autoestima | LA EMPRESA  Como nace una empresa  Pasos para crear una empresa  El trabajo en equipo  Ventajas de trabajar en grupo  El líder emprendedor  Espíritu emprendedor | EL LIDER  EMPRENDEDOR  Funciones  Acciones de un líder empresarial EL ESPIRITU EMPRESARIAL Características  Valores que permiten la convivencia  Justicia  Tolerancia |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO TERCERO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 3 PROYECTO DE VIDA | MI PROYECTO DE VIDA  Definición  Importancia de formar un proyecto de vida  Como elaborar el proyecto de vida  Pasos hacia el proyecto de vida  Actividades de identificación y proyección | EL ARTE DEL EMPRENDEDOR  Porque la idea de crear una empresa  Un futuro emprendedor debe ser… | EL VALOR DEL DINERO  Que es el dinero  Historia del dinero  La diferencia entre monedas y billetes  Funciones del dinero  Características del dinero  LA HUMILDAD Y LA ÉTICA DEL EMPRENDEDOR  La humildad  La ética y el emprendimiento |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO CUARTO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 4 PARTICULARIDADES DE UN EMPRENDEDOR | PARTICULARIDADES DEL EMPRENDEDOR Flexibilidad y adaptabilidad  Un emprendedor debe tener autoconfianza  Un emprendedor debe ser asertivo | PERSUACION, LA CLAVE DEL EMPRENDEDOR  Seis armas de persuasión  La relación, el elemento más poderoso de la persuasión  Siete claves de la persuasión | EL EMPRENDEDOR Y ALGUNOS DE SUS VALORES  Responsabilidad  Creatividad  Autonomía  Disciplina |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO QUINTO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 5 EMPRESA | LA EMPRESA Concepto  Origen  Clases  REGLA DE ORO DE UN FUTURO EMPRESARIO Cero limitaciones  Soñar en gratis  Hay que saber a dónde se quiere llegar  Nadie confía más en mí que yo mismo.  Perseverancia y disciplina aseguran el éxito  Como puedo vender mis sueños | IDEA DE CREAR UNA EMPRESA Motivos para crear una empresa  Una idea inicial  Además de una idea, ¿con que se debe contar?  Matriz de habilidades emprendedoras  ELEMENTOS PARA INICIAR UNA EMPRESA Plan de mercado  Plan de recursos humanos  Costos | CREATIVIDAD E INNOVACION Definición  Características que definen a un emprendedor  Elementos de la creatividad  Creatividad empresarial  Mandamientos de la innovación  PROYECTO DE AULA  Semilleros empresariales |
| **GRADO SEXTO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 6 EL EMPRENDEDOR | EL EMPRENDEDOR  El concepto de emprendedor  Por qué ser un emprendedor  Ejemplo de grandes emprendedores de la historia  Perfil del emprendedor  Características generales  Habilidades personales  Visión optimista  Confianza en sí mismo  Capacidad organizativa  Perseverancia  Asumir riesgos  Desarrollo de iniciativas  Capacidad creativa  Facilidad para las relaciones humanas  Conocimientos profesionales  Capacidad para gestionar  ¿Qué motiva al emprendedor?  La realización personal  Independencia económica  Reconocimiento y prestigio  Las metas  Desarrollar su propia creatividad  Requisitos de un emprendedor  Actitud  Experiencia  Necesidades  Valores  Tipos de emprendedor  Por una motivación especial  Emprendedor por necesidad  Emprendedor vocacional  Por su potencial  Emprendedores con potencial personal  Atendiendo a su forma de emprender  El que busca oportunidades  Creador de negocios  Creador de empresa  Ventajas y desventajas de ser emprendedor | CONOCIMIENTOS PARA EMPRENDEDORES Economía  Objetivos  Importancia de la economía  Microeconomía y macroeconomía  Microeconomía  Macroeconomía  Agentes del sistema económico  Producción  Bienes económicos  Factores de producción  La tierra  El trabajo  El capital  La organización  Sector primario  Sector secundario  Sector terciario | TRABAJO EN EQUIPO  Definición  Características  Importancia  Desventajas del trabajo en equipo  Etapas  Ejemplo de trabajo en equipo  Actividad (competencia actitudinal - intelectual) |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO SEPTIMO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 7 LIDERAZGO EMPRENDEDOR | LIDERAZGO EMPRENDEDOR  Definición  Características generales  Tipos de liderazgo  Importancia líder  Proceso de motivación empresarial  Ciclo de motivación empresarial  El líder emprendedor debe ser capaz de solucionar problemas  Algunos ejemplos de grandes líderes en el mundo  Valores en el líder emprendedor  Características de los valores de un emprendimiento | MADURANDO LA IDEA DE EMPRESA  Plan de empresa  Plan de mercadeo  Estrategias  Técnicas de mercadeo  Técnicas del mercado  Segmentación del mercado  La combinación del mercadeo  Servicio al cliente  Investigación de mercados  Plan de operaciones  Plan de recursos humanos  Plan de inversiones y ubicación  Análisis económico y financiero | GESTION DE LA INFORMACION  Conceptos y definiciones  Definición de sistema  Sistemas de información dentro de una empresa  Tipos de sistemas de información  Caracterización de un sistema de información  Algunas desventajas en el manejo de los sistemas de información  SIETE PASOS PARA ALCANZAR EL ÉXITO EMPRESARIAL  La humildad hace al gran emprendedor  Primero el quien, luego el que  Las empresas de éxito son obsesivas, detallistas y muy inteligentes  Disciplina  Permanecer en el plan (rodar)  Segmentación de mercados  Ser austero |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO OCTAVO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 8 ENTORNO EMPRESARIAL | ENTORNO EMPRESARIAL  ¿A qué se llama entorno?  El entorno de la empresa  El entorno genérico  El entorno especifico  La clasificación del entorno  Supervisión del entorno  LA CLAVE PARA SER GRAN EMPRENDEDOR  Creer que si se puede  Pensar en grande destinado a dejar una huella  Haz todo fácil  Buscar hacer siempre el bien | UNIDADES DE NEGOCIO  Definición  Pequeños antecedentes  Características de la unidad de negocio  ¿Qué quiere decir esto?  Como se delimitan las unidades de negocio  Rasgos representativos de las unidades de negocio  Ejemplos empresariales de implementación de unidades de negocio  Tres fuerzas principales de la unidad de negocio  Estrategias de la unidad de negocio  Como establecer las unidades estratégicas de negocios  Objetivos de la unidad de negocio  Posibles errores de una unidad de negocio | ECONOMIA SOLIDARIA  Definición de economía  Instrucción para el docente  Que es la economía solidaria  Antecedentes históricos de la economía solidaria  Anticipos de la economía solidaria  Fines de la economía solidaria  Tipos de organizaciones del sector solidario  Organizaciones solidarias de desarrollo  Organizaciones de la economía solidaria  Entidades de apoyo  Desarrollo empresarial solidario  Descripción de la organización solidaria  Aspectos financieros  Finanzas de una organización solidaria |
| **GRADO NOVENO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 9 INNOVACION SOPORTE DE LA NUEVA EMPRESA | INNOVACION SOPORTE DE LA NUEVA EMPRESA  Innovación  Tipos de innovación  Cambios que mejoran el entorno  Estrategias Ejemplos de empresas innovadoras  ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL  Definición  Características de los modelos asociativos  Objetivos  Formas y organizaciones asociativas  Desafíos  Asociatividad para la competitividad | PLANEACION EMPRESARIAL  Concepto  Repaso de conceptos y manejo de empresa  Principios  Matriz FODA  Pensamientos estratégico  La toma de decisiones | ECONOMIA GLOBAL  Definición  Características  Importancia  MODELOS DE NEGOCIO  Definición  Modelos  Franquicias  Multinivel |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO DECIMO**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 10 PLAN DE NEGOCIOS | PLAN DE NEGOCIOS  Definición  Importancia  Plan estratégico de una empresa  Plan operativo  Plan financiero  Plan administrativo y contable | COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD  Productividad  Competitividad  Sostenibilidad  Estrategia competitiva  Cadena de valor  El cliente  La competencia | LAS VENTAS  Importancia  Características  EMPRENDIMIENTO EN VALORES Integridad  Ética |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **GRADO ONCE**  **EJE TEMATICO** | **CONTENIDOS CURRICULARES PRIMER PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES SEGUNDO PERIODO** | **CONTENIDOS CURRICULARES TERCER PERIODO** |
| GRADO 11 MOVIMIENTOS DE LA INNOVACION | MOVIMIENTOS DE LA INNOVACION  Saber a dónde se quiere llegar  Equipo de trabajo  Evolucionar las estructuras internas de la empresa  Creatividad  PLANO DE DINERO  Empleado  Auto empleado  Dueño de negocio  Inversionista | TICS EMPRESARIALES  Definición  Tics empresariales  Importancia  BASES DE GERENCIA  Definición  Funciones  Objetivos  Clases  Prácticas de la gerencia | PUESTA EN MARCHA  Empresa individual  Sociedad civil  Comunidad de bienes  Sociedad mercantil  Empresa asociativa de trabajo  Requisitos generales  VALORES  Empresariales  Éticos  Corporativos |

**7. PRODUCTO FINAL Y/O RESULTADOS ESPERADOS**

Unidad productiva pedagógica establecida, organizada y en funcionamiento en la INSTITUCION EDUCATIVA DE DESARROLLO RURAL para desarrollar y/o fortalecer emprendimientos relacionados con la cadena de valor del café en La Unión Nariño

**8. CRITERIOS DE EVALUACION**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| SUPERIOR | ALTO | BASICO | BAJO |
| Alcanza todos los logros propuestos.  Colabora y participa activamente en las actividades curriculares y extracurriculares.  Cumple en su totalidad con las actividades y proyectos agropecuarios  Desarrolla actividades curriculares de profundización  Es creativo y propone nuevas ideas.  Manifiesta un alto sentido de pertenencia hacia la institución.  Su comportamiento cotidiano dentro y fuera de la Institución es excelente y es acorde con las normas establecidas con el manual de convivencia.  Trabaja por su desarrollo e identidad sociocultural y ecológica de la región.  Valora y promueve con autonomía su propio desarrollo y el de los demás. | Alcanza los logros con algunas actividades complementarias.  Alcanza satisfactoriamente las metas de comprensión propuestas, comprende, relaciona y aplica con habilidad su conocimiento.  Alcanza la mayoría de los logros.  Cumple con las actividades asignadas.  Es responsable en actividades y proyectos agropecuarios.  Manifiesta sentido de pertenencia con la Institución.  Se promueve orientado algunas veces por el docente y sigue un ritmo de trabajo.  Trabaja por la identidad sociocultural de la región. | Alcanza las metas de comprensión propuestas; pero requiere de apoyo continuo para apropiarse del conocimiento.  Alcanza los logros con actividades complementarias dentro del periodo académico.  Algunas veces muestra falta de responsabilidad en actividades y proyectos agropecuarios.  Manifiesta poco sentido de pertenencia hacia la institución.  Participa en algunas ocasiones en las actividades extracurriculares.  Presenta actividades curriculares incompletas.  Presenta eventualmente dificultades de comportamiento dentro y fuera de la institución | Demuestra irresponsabilidad e incumplimiento en actividades académicas y proyectos agropecuarios.  Demuestra mínimo interés en alcanzar las competencias generales y específicas.  No alcanza el mínimo de logros, estándares y competencias propuestos en cada una de las áreas y/o asignaturas requiriendo actividades de refuerzo y superación.  No manifiesta sentido de pertenencia con la institución.  No participa en las actividades extracurriculares.  Presenta gran dificultad en el desarrollo de las actividades asignadas y no cumple con los logros propuestos. |

**8.1 METAS POR PERIODO E INDICADORES**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| METAS | DESEMPEÑOS | INDICADORES |
| Finalizado el primer periodo del 2023 el 100% de los estudiantes, conocerán y participarán del desarrollo del proyecto: Establecimiento de una unidad productiva pedagógica para desarrollar y/o fortalecer emprendimientos relacionados con la cadena de valor del café en La Institución Educativa de Desarrollo Rural de La Unión Nariño | El *9*0% de los estudiantes participan en el desarrollo del proyecto Establecimiento de una unidad productiva pedagógica para desarrollar y/o fortalecer emprendimientos relacionados con la cadena de valor del café en La Institución Educativa de Desarrollo Rural de La Unión Nariño | Porcentaje = N° de estudiantes que participan x 100  N° total de estudiantes |

**9. PRESUPUESTO**

Anexo 6. PRESUPUESTO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. | ACTIVIDAD | INVERSION |
|  | instalación de todos los componentes y/o equipos técnicos que aseguren el normal funcionamiento de la unidad productiva de café para su beneficio y comercialización | 100.000.000 |
|  | Organización prácticas con estudiantes que demuestren sus competencias y habilidades de emprendimiento | 2.000.000 |
|  | Realización estudio rentabilidad del café en los procesos de producción, beneficio, transformación y comercialización | 1.000.000 |
|  | TOTAL | 103.000.000 |

**10. PLAN DE TRABAJO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| FECHA | OBJETIVO | ACTIVIDADES | RECURSOS | RESPONSABLE |
| Durante el primer periodo se confirmara fecha según cronograma institucional | Gestionar la instalación de todos los componentes y/o equipos técnicos que aseguren el normal funcionamiento de la unidad productiva de café para su beneficio y comercialización. (vinculación de aliados estratégicos). | instalación de todos los componentes y/o equipos técnicos que aseguren el normal funcionamiento de la unidad productiva de café para su beneficio y comercialización | 100.000.000 | Rector e integrantes proyecto emprendimiento |
| Durante el segundo periodo se confirmara fecha según cronograma institucional | Realizar prácticas con estudiantes que demuestren sus competencias y habilidades de emprendimiento. | Organización prácticas con estudiantes que demuestren sus competencias y habilidades de emprendimiento | 2.000.000 | Rector e integrantes proyecto emprendimiento |
| Durante el tercer periodo se confirmara fecha según cronograma institucional | Demostrar la rentabilidad del café en los procesos de producción, beneficio, transformación y comercialización para disminuir los niveles de migración de los jóvenes a la ciudad. | Realización estudio rentabilidad del café en los procesos de producción, beneficio, transformación y comercialización | 1.000.000 | Rector e integrantes proyecto emprendimiento |

**11. CRONOGRAMA**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACTIVIDADES** | **Mes 1** | **Mes 2** | **Mes 3** | **Mes 4** | **Mes 5** | **Mes 6** | **Mes 7** | **Mes 8** | **Mes 9** | **Mes 10** | **Mes 11** | **Mes 12** |
| Instalación de todos los componentes y/o equipos técnicos que aseguren el normal funcionamiento de la unidad productiva de café para su beneficio y comercialización. (vinculación de aliados estratégicos). |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Realización prácticas con estudiantes que demuestren sus competencias y habilidades de emprendimiento. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Estudio de la rentabilidad del café en los procesos de producción, beneficio, transformación y comercialización para disminuir los niveles de migración de los jóvenes a la ciudad. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**12. BIBLIOGRAFIA**

<http://es.slideshare.net/luzmita2000/criterios-de-evaluacin-emprendimiento-octavo>

<https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-un-plan-de-negocio/>

<http://brahmakumaris.org.co/juventud-y-poderes-espirituales/>

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/crece-cultura-emprendimiento-colombia-491736>

<http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

<http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/articulo/las-razones-por-las-que-en-colombia-se-habla-tanto-de-emprendimiento/56241>

<http://www.eltiempo.com/contenido-comercial/especiales-comerciales/colombia-un-pais-emprendedor/16266245>

<https://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

<https://www.google.com.co/search?espv=2&q=historia+del+emprendimiento+en+colombia&sa=X&ved=0ahUKEwiG6qjDtdLPAhVJ6x4KHS6mDK4Q1QIInwEoAQ&biw=1280&bih=845>

<http://emprendimientoiedrhidha.blogspot.com.co/2012/02/importancia-del-emprendimiento-en.html>

<https://www.capitalemprendedor.org.mx/>

<http://www.launion-narino.gov.co/index.shtml>

<http://ley1014deemprendimeinto.blogspot.com.co/>

ALVARADO, S. (1990).Enfoques de la investigación en ciencias sociales : su perspectiva epistemológica y metodológica. Manizales : CINDE

ANDER-EGG, E. (1982). Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad. 10ed. Buenos Aires : Humanitas

ARANGO OTÁLVARO, O. (1989). Módulo de metodología de la investigación. Medellín : Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

BRIONES, G. (1988). Métodos y técnicas avanzadas de investigación aplicadas a la educación y a las ciencias sociales : Módulos. 2ed. Bogotá : Corporación Universitaria de Colombia

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la investigación. México : McGraw-Hill

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (2000). Metodología de la investigación. 2ed. México : McGraw-Hill

MURCIA F. (1990). Investigar para cambiar. 2ed. Bogotá: Magisterio

TAMAYO Y TAMAYO, M. (2002). El proceso de la investigación científica: incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. 4ed. México : Limusa,

**ANEXOS**

Anexo 1. Informe cosecha café IEDR 2023

Anexo 2. Descripción de la INSTITUCION EDUCATIVA DE DESARROLLO RURAL LA UNION NARIÑO.

Anexo 3. Informe estadístico Institución Educativa de Desarrollo Rural La Unión Nariño 2022 y 2023

Anexo 4. Textos CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO en pdf

Anexo 5. PRESUPUESTO otros formatos

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | ACTIVIDAD | DETALLE | CANTIDAD | COSTO  UNITARIO | COSTO  TOTAL |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | | | | TOTAL |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | DETALLE | CANTIDAD | COSTO  UNITARIO | COSTO  TOTAL |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | TOTAL |  |  |  |
|  | | | | |

1. [http://www.cafedecolombia.com/cci-fnc](http://www.cafedecolombia.com/cci-fnces/index.php/comments/produccion_de_cafe_de_colombia_crecio_4_en_enero)

   [es/index.php/comments/produccion\_de\_cafe\_de\_colombia\_crecio\_4\_en\_enero](http://www.cafedecolombia.com/cci-fnces/index.php/comments/produccion_de_cafe_de_colombia_crecio_4_en_enero) [↑](#footnote-ref-1)
2. <file:///C:/Users/Luis%20Alberto%20Suarez/Desktop/Nari%C3%B1o2.pdf> [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.launion-narino.gov.co/index.shtml> [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://capitalemprendedorlatam.wordpress.com/capital-emprendedor/> [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://www.capitalemprendedor.org.mx/> [↑](#footnote-ref-5)
6. <http://ley1014deemprendimeinto.blogspot.com.co/> [↑](#footnote-ref-6)