



Ciencias Administrativas
ISSN: 2314-3738
revistacadm@econo.unlp.edu.ar
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

DISEÑO DE UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO CON POBLACIÓN VULNERABLE: CASO, JARDÍN INFANTIL DE BOGOTÁ

Cepeda Valero, Oscar Mauricio; Bernal Orozco, Jainet Orlando; Neira González, Gustavo Adolfo;
Rodríguez Gaitán, Sandra Marcela

DISEÑO DE UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO CON POBLACIÓN VULNERABLE: CASO, JARDÍN
INFANTIL DE BOGOTÁ

Ciencias Administrativas, núm. 14, 2019

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511658275002>

DOI: <https://doi.org/10.24215/23143738e042>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

DISEÑO DE UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO CON POBLACIÓN VULNERABLE: CASO, JARDÍN INFANTIL DE BOGOTÁ


DESIGN OF AN ENTREPRENEURSHIP PROJECT WITH VULNERABLE POPULATION: BOGOTÁ KINDERGARTEN CASE

Oscar Mauricio Cepeda Valero
Departamento de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería y Ciencias Básicas. Universidad Central, Colombia
ocepdav@ucentral.edu.co

 <http://orcid.org/0000-0003-1161-4924>

DOI: <https://doi.org/10.24215/23143738e042>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511658275002>

Jainet Orlando Bernal Orozco
Departamento de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería y Ciencias Básicas. Universidad Central, Colombia
jbernal1@ucentral.edu.co

 <http://orcid.org/0000-0002-7081-7441>

Gustavo Adolfo Neira González
Departamento de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería y Ciencias Básicas. Universidad Central, Colombia
gneirag@ucentral.edu.co

 <http://orcid.org/0000-0001-8165-4855>

Sandra Marcela Rodríguez Gaitán
Facultad de Ciencias Sociales, Administrativas y Económicas. Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud, Colombia
smrodriguez1@fucsalud.edu.co

 <http://orcid.org/0000-0003-0647-9318>

Recepción: 26 Diciembre 2017

Aprobación: 08 Junio 2018

RESUMEN:

La generación de emprendimientos desde población vulnerable es una de las grandes oportunidades para mejorar la calidad de vida de estas poblaciones. Para que sus ideas de emprendimiento lleguen a ser efectivas se requiere una identificación de su intención de emprendimiento, habilidades e intereses ocupacionales. De esta manera, en el artículo se presenta una propuesta para el apoyo en la generación de proyectos de emprendimiento en población vulnerable, aplicado en el caso de los familiares de los niños del jardín Mi Primera Infancia en el barrio Santa Fé de Bogotá. Inicialmente en el estudio, se desarrollaron sesiones de caracterización de la población de estudio (acudientes de los niños del jardín Mi Primera Infancia), luego se realizaron talleres de capacitación para la identificación y definición genérica de posibles ideas de emprendimiento, a partir del perfil (edad, nivel educativo, actividad ocupacional y disponibilidad de tiempo) y siguiendo la metodología CANVAS. Posterior a ello, se seleccionó una idea de negocio que respondía en mejor medida al perfil y los intereses de la comunidad y del mercado, la cual está enmarcada en un negocio de producción y venta de productos alimenticios para las personas que transitan por la zona.

PALABRAS CLAVE: CANVAS, desarrollo comunitario, emprendimiento, intención emprendedora.

ABSTRACT:

Generating entrepreneurship from a vulnerable population is one of the great opportunities to improve their quality of life. However, supporting these communities so that their ideas of entrepreneurship become effective, it requires an identification of their entrepreneurship intention, abilities and occupational interests. In this way, the article shows a proposal to support the generation of entrepreneurship projects in a vulnerable population, it applied in the case of the relatives of the children of the "Mi Primera Infancia" kindergarten in the Santa Fé neighborhood of Bogotá. Firstly, characterization sessions with the study population were developed (attendants of the children of Garden "Mi Primera Infancia"), then training workshops were held for the identification and generic definition of possible entrepreneurial ideas, based on the profile (age, educational level, occupational activity and time availability) and following the CANVAS methodology. After that, a business idea was selected which responded better to the profile and interests of the community and the market, which is framed in a business of production and sale of food products for people who transit across the area.

KEYWORDS: CANVAS, community development, business structure, entrepreneurial intentions.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo comunitario tiene como objetivo capacitar y promover en las comunidades el mejoramiento de su productividad y nivel de vida. La intervención pedagógico - social para poblaciones vulnerables implica la vinculación con la realidad de manera integrada a un programa global, intersectorial y multidimensional para mejorar la calidad de vida, cuando menos para reivindicarla (Caride, 1992), y aunque existen referencias previas de procesos de intervención comunitarios, es en la década del 50 por organizaciones internacionales como las Naciones Unidas, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y otras, que se emplean metodologías diversas expresadas en múltiples experiencias del desarrollo de la comunidad (Gómez, 2008). Para Freire (2005), se debe propiciar una participación comunitaria transformadora verdaderamente crítica y dialéctica, que relacione el saber originado en la práctica social del pueblo y el saber ideológico teórico. El presente artículo documenta un caso de apoyo para el desarrollo de un emprendimiento con una población vulnerable en Bogotá, Colombia, y muestra los aprendizajes en el desarrollo del ejercicio a través de una metodología que reúne diversas herramientas para su desarrollo.

El desarrollo comunitario requiere una intervención social, entendida como aquella actividad, formal u organizada, que toma como referente las necesidades sociales y tiene como propósito principal la integración, autonomía, bienestar y participación de las personas en su entorno, aspirando a algún tipo de legitimación pública o social (Fantova, 2007, p. 2). De esta manera, al incluir los principios de la intervención social en la construcción del plan de negocio, se permite una adecuada relación entre autonomía personal e integración de la comunidad, dado que la participación comunitaria exige del individuo tomar una decisión para intervenir como sujeto en la construcción colectiva.

Como antecedentes de este desarrollo comunitario se encuentra el caso del Instituto Mexicano de Investigación en Familia y Población, A.C. (IMIFAP), quien busca promover el emprendimiento en comunidades marginadas, y quien encontró cómo a través de un modelo de empoderamiento se potencializan las habilidades para el desarrollo social y económico (Marín y Rivera, 2014). Mientras tanto, Parra (2009) en su investigación muestra un modelo de desarrollo de competencias con base en la población vulnerable de Santiago de Cali; en este caso formuló un esquema donde la Universidad juega un rol importante de acompañamiento permanente a la empresa social comunitaria, al igual que vincula al gobierno y el sector financiero como colaboradores del proceso, aunque deja como punto a mejorar la dificultad en la implementación de un modelo de este tipo, debido a las barreras culturales y sociales que puede tener la población vulnerable.

La aplicación de estos conceptos de desarrollo comunitario e intervención permitió realizar un acompañamiento en la formación de un plan de negocio con la comunidad, basado en la identificación de habilidades e intención emprendedora. En el proceso participaron los padres o personas a cargo de los niños y

niñas del jardín infantil Mi Primera Infancia del barrio Santa Fé, en Bogotá. En este documento se describen los hitos más relevantes de esta experiencia, así como el paso a paso de la metodología propuesta, de la cual se documentan las primeras dos fases, dado que la tercera fase actualmente se encuentra en el proceso de implementación. Adicionalmente, se presentan las conclusiones y los resultados obtenidos del desarrollo del proyecto. Finalmente, se señalan algunas recomendaciones para la aplicabilidad de la metodología en otras comunidades.

DEFINICIÓN CASO DE ESTUDIO

La localidad de los Mártires, barrio Santa Fé, en Bogotá D.C. es una zona vulnerable por concentración de problemas sociales. Ha recibido población desplazada de otras regiones del país y dentro de sus principales problemas están la prostitución, el hacinamiento, el consumo de sustancias psicoactivas, la vivienda en inquilinatos y la presencia de habitantes de calle. La delincuencia común, el expendio de sustancias psicoactivas, la venta de armas y la pérdida de la seguridad ciudadana se han incrementado acelerando los procesos de descomposición del tejido social. La localidad de Mártires sintetiza en buena medida la problemática social y económica de la ciudad (Alcaldía Mayor de Bogotá. Secretaría de Salud, 2010).

El barrio Santafé, ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá, hace parte del entorno inmediato del jardín infantil Mi Primera Infancia, lugar que contribuye a la formación y el cuidado de niños y niñas que habitan en la zona. Según la encuesta multipropósito para el 2014, en dicha localidad el porcentaje de personas pobres por necesidades básicas insatisfechas ^[1] es del 11,6%, lo cual representa un aumento de 4,8 puntos porcentuales con respecto al 2011 y el 6,4% de los hogares manifestaron tener alguna persona que, por falta de dinero, no consumió ninguna de las tres comidas, uno o más días a la semana; adicionalmente, el barrio Santa Fe representa la mayor tasa de informalidad laboral con un 59,3% (Observatorio Desarrollo Económico, 2014). Ante la situación de esta comunidad, el desarrollo de emprendimientos puede ser una oportunidad para mejorar su calidad de vida. Por ello se plantearon como objetivos del proyecto el determinar las habilidades ocupacionales y la intención emprendedora de los adultos de las familias del barrio Santafé, realizar un análisis estadístico cruzado de la intencionalidad de participar en proyectos de emprendimiento con variables que describen el perfil ocupacional de la población de estudio y estructurar acciones de formación orientadas a potenciar las habilidades y la formalización del emprendimiento social basado en la necesidad.

REFERENTE TEÓRICO

Esta propuesta se basa en diferentes estudios que han presentado el emprendimiento como una opción para el desarrollo comunitario. Por ejemplo, Zimmer (1986) propone una perspectiva que entiende al emprendimiento fundamentado en redes de continuas relaciones sociales, que, de acuerdo a su complejidad, facilitarán o restringirán las conexiones entre emprendedores, recursos y oportunidades. En la primera fase de trabajo se construye una perspectiva con la comunidad para dar forma a la red a partir de cuatro procesos evolutivos: variación, selección, retención, difusión y deseo de existir (Zimmer, 1986). La variación entendida como cualquier tipo de cambio; la selección de los criterios de la operación; la retención como la capacidad de preservar la competencia gerencial y tecnológica; y la difusión como un factor de socializar variaciones benéficas. Estos elementos pueden ser abordados con el desarrollo de la metodología CANVAS en conjunto con la población (Osterwalder y Pigneur, 2010), que define en un lienzo de nueve bloques la construcción del modelo de negocio que incluye: una propuesta de valor, los clientes, la relación que se establece con ellos, los canales de distribución, las actividades y recursos claves, los socios clave, los ingresos y costos.

En la aplicación, se busca que el desarrollo comunitario tenga un enfoque sustentable desde la comunidad, donde se respeten por las aspiraciones de la comunidad. Así, se toman como base los siguientes principios: 1. Tomar en cuenta la realidad espacio-temporal asociada a unos intereses, problemas y necesidades manifestadas por la comunidad. 2. El aprovechamiento y optimización de los recursos existentes de la comunidad. 3. La participación y autoorganización de la comunidad y 4. La incorporación de conocimiento (García, 2006).

Un concepto clave es la intención emprendedora, la cual está dada por las motivaciones que permitirán a las personas iniciar un proceso de emprendimiento, de crear, de apasionarse con la idea, de arriesgarse y posiblemente perder (Torres et al., 2017). Por consiguiente, esta intención emprendedora ha sido analizada por Sánchez, Rueda, Fernández, Herrero y Blanco (2013) en su estudio a estudiantes de la Universidad de Cantabria, en el cual identificaron que el hecho de conocer a un emprendedor no varía significativamente la importancia que le dan a los diferentes motivos para emprender y que, en general, existen dos elementos que frenan la intención emprendedora: el primero, un desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa, y el segundo, que eso implica una limitación en el tiempo para compartir con la familia o la pareja, por el alto volumen de trabajo que exige. Adicionalmente, para la identificación de la intención emprendedora, se toma de base el modelo de Ajzen, donde se miden los componentes de la percepción de desempeño dado por la actitud hacia los resultados, la percepción de las normas sociales y como tercer elemento el control del comportamiento (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000).

La evaluación de la intención emprendedora se abordó desde los tres componentes de la teoría del modelo de comportamiento planeado de Ajzen (1985), que plantea tres componentes: un determinante de la actitud, donde el emprendedor ve como favorable la creación de empresa; un determinante de la percepción del control conductual donde se identifican las destrezas o inhabilidades y se prevén las posibles dificultades que se puedan presentar al momento de crear una empresa; y un determinante de las normas subjetivas, que hace referencia a la percepción sobre la presión social. Este modelo permitió el diseño del instrumento de identificación de la intención emprendedora.

METODOLOGÍA

Se realiza un estudio de tipo exploratorio - descriptivo para caracterizar ocupacionalmente y determinar la intención emprendedora de los padres y cuidadores de los niños del jardín infantil Mi Primera Infancia. En la Figura 1 se sugieren tres fases para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento con población vulnerable, de las cuales las dos primeras fueron aplicadas en el jardín Mi Primera Infancia.

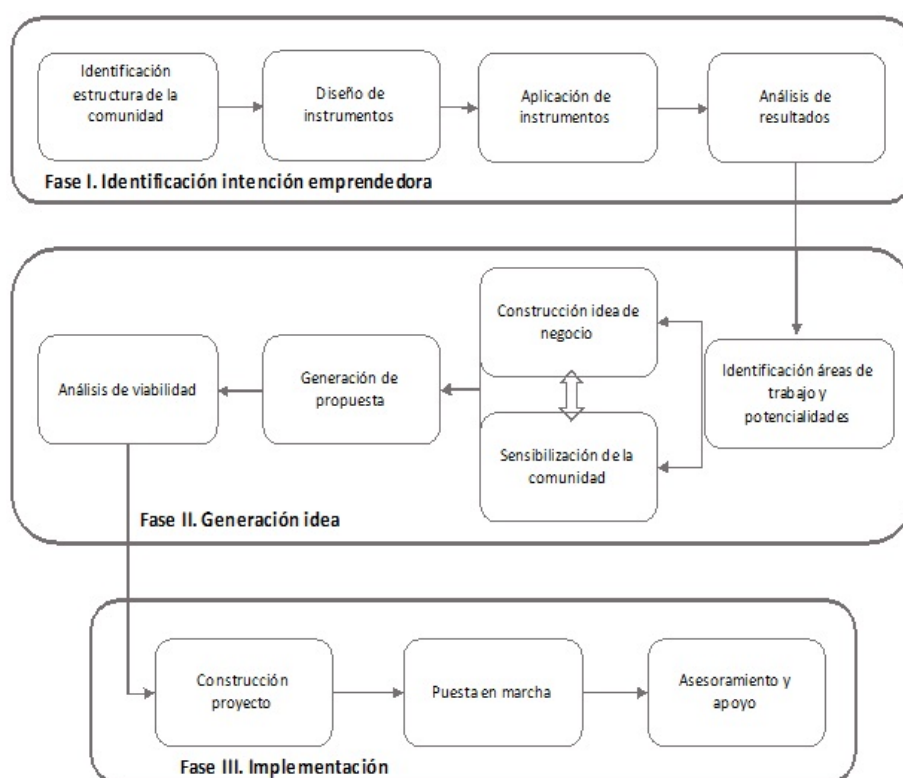


FIGURA 1

Figura 1 . Metodología utilizada para la proposición del proyecto productivo.

Fuente. Elaboración propia.

Fase I. Identificación de la intención emprendedora

Para la caracterización ocupacional se diseñó un instrumento que permitió conocer la edad, escolaridad, género, afiliación a seguridad social, ocupación u oficio, capacitación recibida sobre creación de empresa, disponibilidad de capacitación e interés en capacitarse. Adicionalmente se diseñó un segundo instrumento que evaluó la intención emprendedora a través de una escala Likert con trece ítems, basados en la identificación de variables, pruebas piloto, construcción de herramientas, entrenamiento y preparación para el análisis tal como lo presentan las 11 fases expuestas por Hernández, Fernández y Baptista (2003, p. 210).

Se realizó una prueba piloto para la evaluación de la validez de apariencia de la escala de intención emprendedora a 35 personas con las mismas características de la población objeto, de acuerdo a esta prueba se realizó un ajuste de los instrumentos.

Para la recolección de la información se realizó una reunión de sensibilización donde se informaron los objetivos y se aplicaron los dos instrumentos diseñados. El procesamiento de la información de esta fase del proyecto se realizó en hojas de cálculo de la herramienta Excel. En primera instancia se hizo un análisis descriptivo de las variables incluidas y, posteriormente, se realizó un análisis estadístico cruzado para identificar posibles clústeres de personas afines o potencialmente afines para desarrollar alguna idea de emprendimiento.

Fase II. Generación idea

La fase de la generación de la idea de negocio busca encaminar las potencialidades e intereses de la comunidad para la propuesta de emprendimiento. A partir de la identificación de la intención emprendedora y las habilidades ocupacionales de la población se elabora una propuesta para identificar y formalizar (en un plan de negocios) una idea de emprendimiento. La metodología involucra a las personas en el diseño e identificación de la propuesta y a la vez la capacitación propia en los temas relacionados.

Para poder desarrollar un planteamiento adecuado de una idea de negocio con este tipo de población es necesario articularlo con sus saberes propios (Parra, 2009). Freire, que aportó a la metodología de la investigación comunitaria, plantea el respeto que se debe tener a los saberes de las comunidades para la intervención, dado que son “saberes socialmente contruidos en la práctica comunitaria” (2004, p. 15) Así, se identificaron las actividades en las cuales el grupo de trabajo se ha desempeñado o tiene conocimientos. Las ocupaciones se categorizaron en los siguientes tipos: salud, agricultura, comerciales, ventas, clases (capacitación), participación en grupos artísticos entre otros (Figura 5).

Con la identificación de habilidades, se desarrolló una propuesta de sector industrial o de servicios, que mezcla las diferentes capacidades de la comunidad y se hace partícipe al grupo que presenta la mayor intención emprendedora. Se selecciona el modelo de negocios CANVAS teniendo en cuenta que permite enfocar las metas, optimizar los esfuerzos administrativos y mejorar la planeación de presupuesto, adicionalmente que se trata de una herramienta de fácil aplicación (Osterwalder y Pigneur, 2010) y ha sido utilizada en casos de estudio (Sanchez y González, 2016). A partir de la idea estructurada, el proceso consecuente es la generación de un proyecto de emprendimiento, del cual se debe evaluar la factibilidad, lo cual incluye la definición del proyecto, el estudio de mercado, estudio técnico, diseño de la organización y análisis financiero (Padilla, 2016).

Fase III. Implementación

La fase de implementación, parte de la obtención de un proyecto económicamente viable que involucra a la población interesada en el proyecto de emprendimiento. La construcción del proyecto en algunos casos involucra el sector gubernamental y financiero, pero a diferencia de Parra (2016) el plan de negocio se busca plantear sin la dependencia de estos sectores. La puesta en marcha se hace por parte de la población interesada en el emprendimiento y la universidad pasa a ser un agente externo. En el caso de estudio del jardín Mi Primera Infancia esta fase se encuentra en un proceso de desarrollo e implementación.

RESULTADOS

Estructura de la comunidad

El caso de estudio en el que se aplica la metodología propuesta corresponde a padres o personas a cargo de los niños y niñas del jardín Mi Primera Infancia.

El instrumento de caracterización de la población se aplicó a 36 padres o cuidadores de los menores. La distribución por género es de hombres (26,5%) y mujeres (73,5%) con edades entre 15 y 51 años. La distribución se puede observar en la Figura 2.

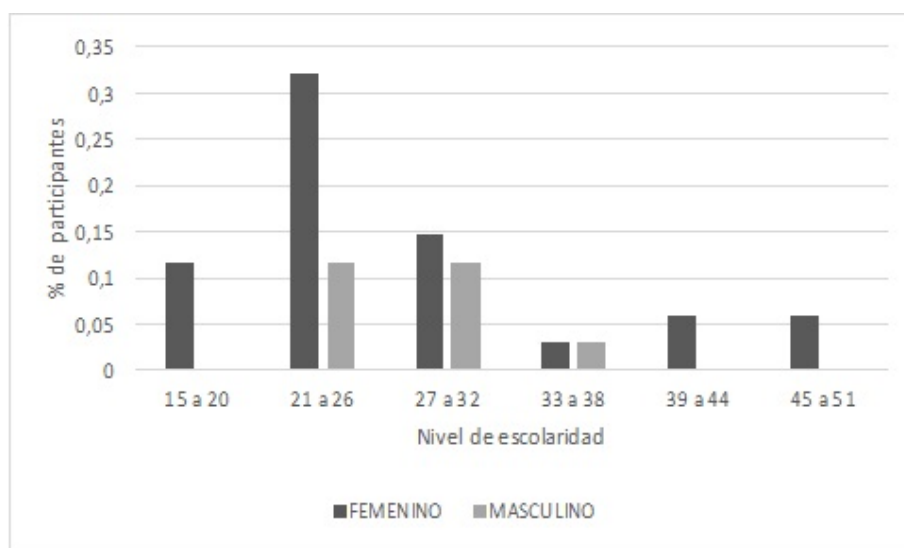


FIGURA 2

Figura 2 . Distribución por género y edad.

Fuente. Elaboración propia.

Con respecto a los niveles de escolaridad de esta población, se identifica un bajo nivel de escolaridad en las personas. El 17% tiene primaria incompleta y un 32% secundaria incompleta, el 26% son técnicos, de los cuales el 100% está entre 22 y 38 años de edad (Figura 3).

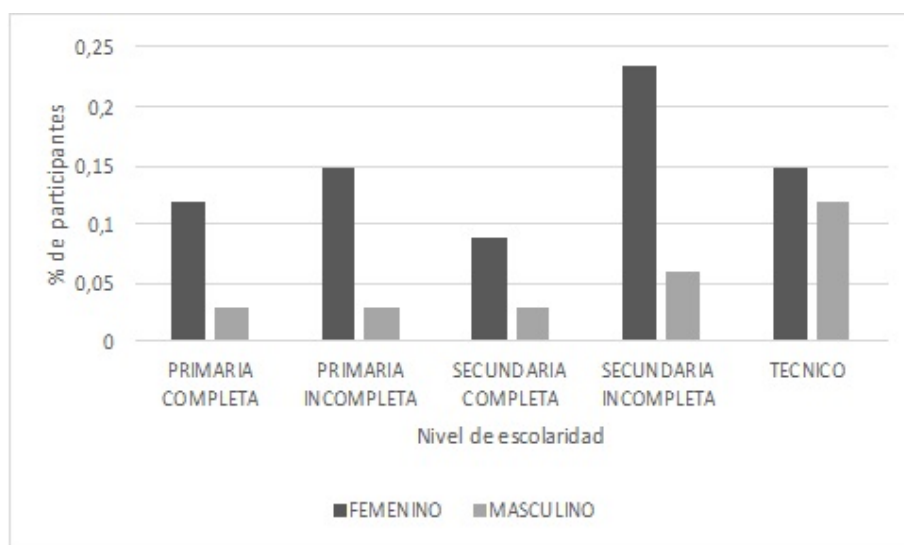


FIGURA 3

Figura 3 . Distribución por nivel de escolaridad.

Fuente. Elaboración propia.

El 100% de las personas con formación técnica están orientadas a la prestación de servicios; de estos, el 36% van relacionados con programas de sistemas y computadores (secretariado y técnicos en sistemas) y el restante está distribuido en salud, belleza, seguridad entre otros oficios. Por otra parte, en la ocupación, el 32% de la población caracterizada se encuentra desempleada, el 38% empleado y el 30% tiene ocupación como independiente (Figura 4).

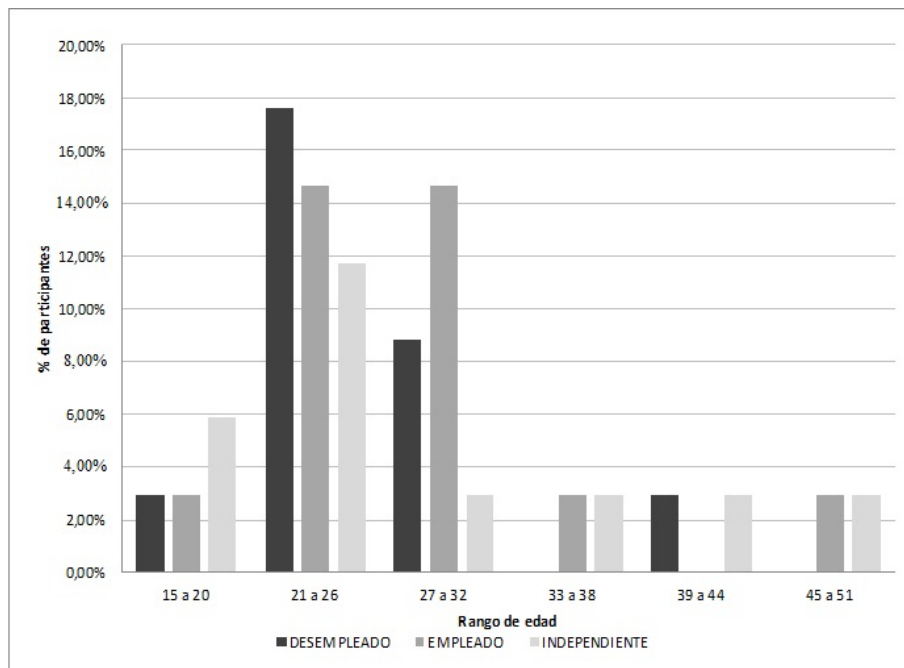


FIGURA 4

Figura 4 . Composición de los participantes por ocupación.

Fuente. Elaboración propia.

En la población caracterizada se encontró que la actividad con mayor participación (19%) corresponde a las relacionadas con la preparación y venta de alimentos, seguida con un 16% por la venta y comercialización de productos y servicios. En tercer y cuarto lugar, están empleadas domésticas y servicios de belleza (7%) respectivamente (Figura 5)

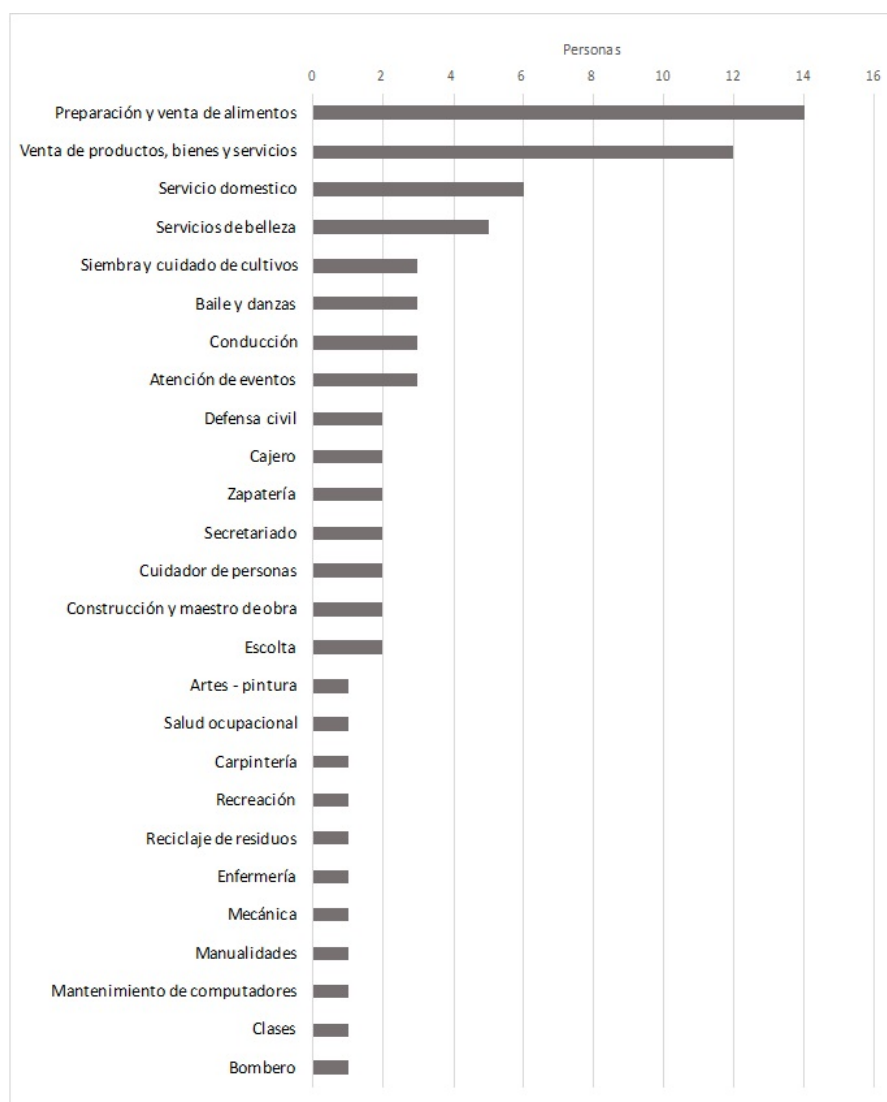


FIGURA 5
Figura 5 . Número de personas por actividad.
Fuente. Elaboración propia.

Identificación de la intención emprendedora

De acuerdo al instrumento de evaluación de capacidades se identificó que existe un 77,1% del total de encuestados con intención clara de crear empresa en los próximos 5 años, mientras que apenas cerca del 3%, asegura no tener esa intención.

Adicionalmente, se indagó entre los participantes si consideraban que tenían la capacidad para crear una empresa y si lo consideraban posible en su entorno. Se identificó que el 71% de los participantes creen tener la capacidad para llevarlo a la práctica y el 69% cree que es posible hacerlo en su entorno (Figura 6), incluso el 82% de los participantes en algún momento han recibido alguna asesoría o capacitación para la creación de empresas y, si contaran con los recursos, el 97% de los participantes estarían interesados en la creación de empresas, si disponen de los recursos y conocimientos.

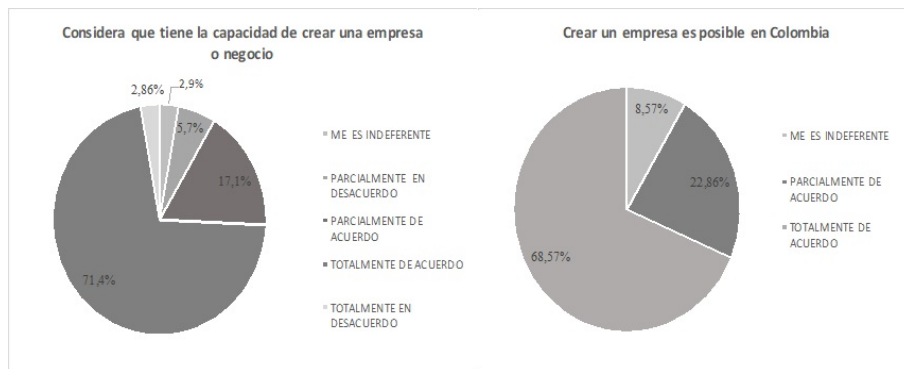


FIGURA 6

Figura 6 . Indicadores de control de comportamiento por la comunidad de estudio.

Fuente. Elaboración propia.

En esta misma característica del control del comportamiento, se encontró que existe una percepción de obstáculos para la creación de empresa entre la mayoría de los participantes, donde un 71% de los participantes se encuentran totalmente de acuerdo y un 23 % parcialmente.

Por otra parte, en las creencias actitudinales (Figura 7), el 94% de los participantes, si tuvieran los recursos y el conocimiento, crearía una empresa o negocio, mostrando una clara motivación hacia el desarrollo de un emprendimiento, dado que el 88% de los participantes lo identifican como una opción para mejorar su calidad de vida, y un 63% consideran que mejorará su capacidad adquisitiva.

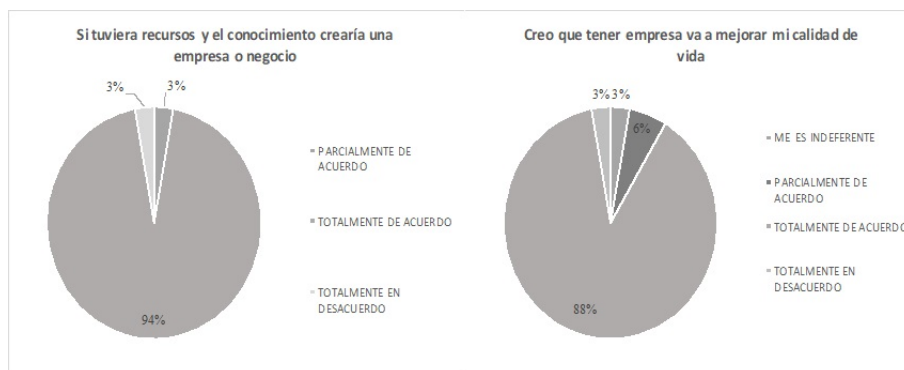


FIGURA 7

Figura 7. Distribución de respuestas de las creencias actitudinales respecto al emprendimiento en la comunidad.

Fuente. Elaboración propia.

En relación a las normas subjetivas (Figura 8), existe una buena percepción de cómo la comunidad y la familia ven la creación de una nueva empresa. El 86% de los participantes considera que cuenta con el respaldo de las familias, mientras que cerca del 83% estima que a la comunidad le gustaría que crearan negocios.

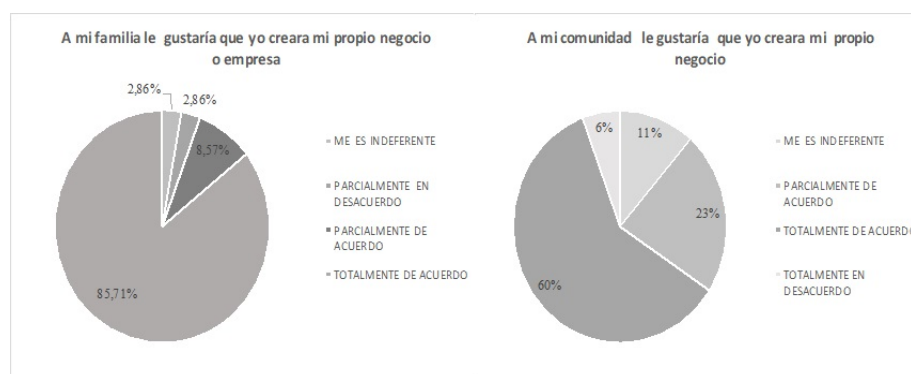


FIGURA 8

Figura 8. Distribución de respuestas de las normas subjetivas respecto al emprendimiento en la comunidad.
Fuente. Elaboración propia.

En las normas subjetivas, también se identificó que un 51% de los participantes están totalmente de acuerdo en que una persona emprendedora es estimada. A la vez, que el 60% ven la importancia de ser empresario para ayudar al país.

Construcción del plan de negocio

Basados en la identificación de una intención emprendedora, el desarrollo se enfoca en las actividades de sensibilización para la construcción de la idea de negocio en conjunto con la comunidad. Las áreas seleccionadas se basaron en los oficios / actividades en los que se encontraron una mayor cantidad de personas con conocimientos (Figura 5). Las áreas de estudio seleccionadas fueron el sector de servicios de alimentos donde se podía involucrar de manera directa al 35% de los participantes y el sector de servicios de belleza donde se presentaban 22% de los participantes con un conocimiento directo, adicionalmente, al tratarse de sectores de servicios existía la posibilidad de involucrar a otro 31% de los participantes de forma indirecta.

Con la selección de las áreas se procedió a desarrollar el modelo CANVAS con la comunidad, esta aplicación se llevó a cabo a través de tres sesiones grupales, con las personas interesadas en cada una de las temáticas (Figura 9). En este caso la sesión 1 fue grupal con toda la comunidad y las siguientes sesiones se dividieron acorde a los intereses de los participantes en cada una de las áreas seleccionadas, las cuales eran el sector de servicios de alimentación o servicios de belleza. Por otra parte, los resultados del modelo CANVAS para el sector de alimentos se presenta en la Figura 10.

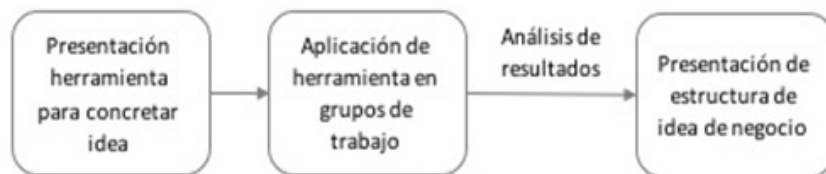


FIGURA 9

Figura 9. Sesiones estructuradas para consolidar idea de negocio.
Fuente. Elaboración propia.

8. SOCIOS ESTRATÉGICOS Plaza de mercado, El matadero para el abastecimiento de carne, Pescadores “Diz Pez Samper” para el abastecimiento de productos de mar y el proveedor de bebidas	5. RECURSOS CLAVES Preparación de alimentos El local (mesas, sillas, cocina equipada, etc.) Alimentos de alta calidad Bicicleta para domicilios Tarjeteros, pregoneros y promotores.	1. PROPUESTA DE VALOR Oferta de alimentos, con una variedad de comidas típicas de las diferentes regiones del país. Almuerzos económicos, menú de comida típica de la costa atlántica colombiana. En un lugar agradable y cercano al lugar de trabajo.	4. RELACIÓN CON EL CLIENTE Personal, tanto para la entrega a domicilio como la entrega en el local seleccionado.	2. SEGMENTOS DE CLIENTES Habitantes y personas flotantes de la localidad, con ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos, trabajadores operativos de la zona.
	6. ACTIVIDADES CLAVES Registro del negocio Manejo de materias primas e insumos frescos y con altos estándares de calidad Ubicación estratégica Capacitarse para las diferentes actividades (preparación de alimentos, conservación de alimentos, ventas), Publicidad.		3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Voz a voz, Vallas publicitarias, Redes sociales y contactos telefónicos. Local ubicado en la zona, y a domicilio en bicicleta. Canales de venta restaurante y domicilios	
9. ESTRUCTURA DE COSTOS Compra de insumos Pago de personal Mantenimiento de cocina			7. INGRESOS Venta de almuerzos directamente Publicidad	

FIGURA 10

Figura 10. Aplicación CANVAS. Resultados condensados del caso en el jardín infantil Mi Primera Infancia.

Fuente. Elaboración propia.

A partir de la idea obtenida de las sesiones grupales, se procedió a construir el análisis de viabilidad del proyecto que involucra el análisis de mercado, técnico y financiero, donde es de suma importancia la participación de la comunidad. De esta manera, en conjunto con el grupo de emprendedores, se identificaron las actividades clave correspondientes a cada uno de los participantes (Tabla 1), sin dejar de incluir las actividades comunes de la evaluación de un proyecto (Padilla, 2016).

Estudio	Academia	Comunidad
Mercado	Generación y estructuración de herramientas para el diagnóstico y levantamiento de información, análisis estadístico de la información. Capacitación en utilización formatos.	Inmersión en el campo (conocimiento clientes potenciales, proveedores, competidores), levantamiento de información, diagnóstico y percepción a través de observación.
Técnico	Identificación de materiales, equipo, insumos. Definición y documentación de los procesos.	Identificación de potencialidades, recursos disponibles, selección y asignación de personal, identificación de procesos básicos
Financiero	Evaluación económica, desarrollo de proyecciones de presupuestos y estructura de financiación.	Definición requerimientos económicos, costeo de recursos y capacidades ofrecidas al proyecto.

TABLA 1

Tabla 1. Actividades clave para involucrar la comunidad en el desarrollo del proyecto

Fuente. Elaboración propia.

Para el estudio de mercado se diseñaron, socializaron y retroalimentaron los formatos de recolección para el análisis en conjunto con la población, el primer formato asociado a la recolección de información de clientes potenciales, el segundo referido a competencia, el tercero dirigido a recopilar información de proveedores y un cuarto formato enfocado a los posibles espacios de operación de la idea de negocio.

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el desarrollo del proyecto se identificó que las dos primeras fases de la metodología se basan en un trabajo conjunto, que permite identificar capacidades e intención emprendedora, de esta manera, se pretende responder a la variabilidad de comportamientos que pueden tener los emprendedores. De igual manera, esta propuesta metodológica logra un paso más respecto a muchas investigaciones (Fayolle y Liñán, 2014) al relacionar la intención emprendedora con la generación de empresa, e incluso en el caso de estudio se logró materializar la intención emprendedora en una propuesta de proyecto de inversión factible.

En los resultados obtenidos, la actitud hacia el comportamiento (emprendimiento) presenta en la gran mayoría de los ítems evaluados valores cercanos al 80% de acuerdo o totalmente de acuerdo; sin embargo, en este mismo sentido la pregunta asociada a la existencia de obstáculos para la creación de empresa presenta con un valor del 94% de los participantes que están de acuerdo o parcialmente de acuerdo debe ser un punto de análisis futuro, en busca de indagar esas dificultades percibidas. Las normas subjetivas en general presentan valores desde el 53% hasta el 88% en un sentido favorable, mientras el control del comportamiento es el que se ve más favorable en la comunidad, obteniendo en las respuestas desde el 71% hasta el 97% de favorabilidad. Con estos resultados se identifica un alto nivel en la intención emprendedora en la comunidad, teniendo en cuenta que en varios estudios ya se ha identificado la relación directa de la intención emprendedora con los componentes de actitud, normas subjetivas y control del comportamiento (Kautonen, Gelderen y Fink, 2015).

El desarrollo del emprendimiento aporta un valor diferencial al que podría ser construido individualmente, dado que se logran involucrar diferentes capacidades de los participantes, donde cada uno aporta desde su conocimiento y algunos que poseen recursos propios los pueden aportar al emprendimiento; en el caso de estudio (restaurante) se encontró que podían aportar con utensilios, algunos equipos de cocina, y demás equipamiento para el funcionamiento, permitiendo que la estructura de financiación requerida fuera mínima.

En la construcción de este emprendimiento, se logra generar el ambiente para detectar las oportunidades. A través de la inmersión de la academia en el entorno de la comunidad vulnerable, el grupo que desarrolló el proyecto tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento, lo que facilita el tercer factor clave para un comportamiento emprendedor, la influencia hacia un resultado (Stevenson y Jarillo, 2007).

La metodología utilizada permitió empoderar a la comunidad para que den continuidad al proyecto, puesto que se han encontrado involucrados en los diferentes aspectos de la creación del negocio. En este proceso se generó una selección de los participantes (Figura 11), primero identificando el grupo que tiene una intención emprendedora, seguidamente en la construcción de la propuesta se identifica un grupo menor que logra integrar sus capacidades y recursos, para finalmente obtener un grupo de emprendedores de la comunidad. En el caso de estudio, inicialmente se contaba con todo el universo de padres de la comunidad, se continuó con un grupo de 36 personas que presentaba una asistencia variable, para finalmente llegar a un grupo de 10 personas involucradas en la propuesta de emprendimiento del restaurante.

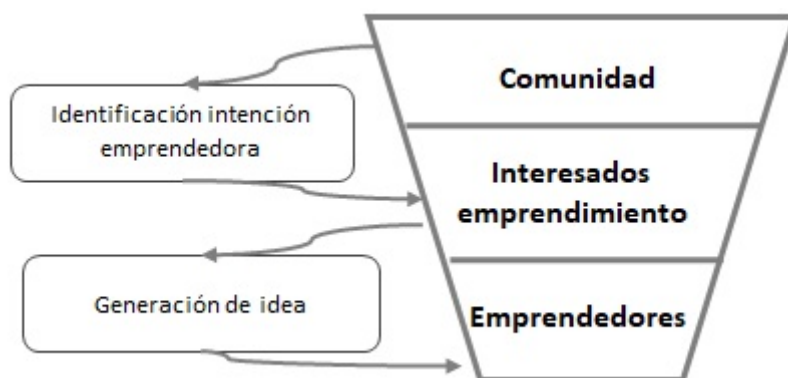


FIGURA 11

Figura 11. Proceso obtención de emprendedores en metodología de emprendimiento con población vulnerable.

Fuente. Elaboración propia

Con la obtención de un proyecto efectivo, se espera que la comunidad observe los beneficios del desarrollo del emprendimiento como una opción para mejorar su calidad de vida a través del desarrollo de sus habilidades y reducción de barreras psicosociales (Marín y Gómez , 2013).

CONCLUSIONES

A partir de la construcción de instrumentos que permitió medir la intención emprendedora de la comunidad, se identificó la importancia de la primera fase de la metodología basada en el modelo de comportamiento planeado. Al tener en cuenta los determinantes de la actitud emprendedora, la población ve favorable la creación de empresa con un rango de aceptación cercano al 70%. En el determinante de percepción de control conductual, las personas son conscientes de sus capacidades y plantean la necesidad de capacitación, incluso prevén posibles dificultades que se puedan presentar. Por otra parte, en el determinante de las normas subjetivas, se identifica una percepción positiva en un rango del 80% de aceptación en relación a lo que las personas a su alrededor puedan pensar, tales como la familia y la comunidad.

La construcción de la herramienta para la caracterización de la capacidad ocupacional de la población de estudio permitió identificar que cerca del 32% de la población se encuentra desempleada y el 30% son independientes, siendo una buena proporción de la población que tendría posibilidades de involucrarse en el emprendimiento. Adicionalmente, la experticia de la mayoría de los participantes se encuentra en cerca de 26 oficios (actividades operativas), lo que permite una distribución de actividades entre los mismos participantes para el momento de soportar el quehacer diario de la idea de emprendimiento.

La idea de negocio construida para el caso de estudio de los padres o acudientes de los niños del jardín Mi Primera Infancia en Bogotá respondió al sector de servicios de alimentación y es acorde a las habilidades ocupacionales de la población. Esto permitió hacerlos partícipes en la construcción del plan de negocios, logrando que se generara sentido de pertinencia por el emprendimiento mismo y permitiendo la consolidación de una propuesta económica dada por la sinergia de capacidades y recursos de cada uno de los participantes. El mayor inconveniente fue la inconstancia en la asistencia a las sesiones tipo taller, lo cual implicó hacer reprocesos y ajustes en los acuerdos.

La investigación se presenta como una importante propuesta dada la combinación y aplicación de diversos elementos teóricos y metodológicos como el desarrollo comunitario, la teoría del comportamiento planeado y la intención emprendedora, que se han logrado materializar primordialmente en un instrumento de

medición de la intención emprendedora y una metodología de acompañamiento a la comunidad en la construcción de la idea de emprendimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. En J. Kuhl y J. Beckmann (Eds.). Action control (pp. 11-39). Berlin, Heidelberg: Springer.
- ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. Secretaría de Salud. (2010). Diagnóstico Local con Participación Social 2010 - 2011. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá. Recuperado de <http://www.saludcapital.gov.co/sitios/VigilanciaSaludPublica/Todo%20IIH/Diagnostico%20Local%20Martires.pdf>
- Caride, J. A. (1992). Educación y desarrollo en las comunidades rurales deprimidas: la pedagogía social en el marco de un enfoque integrado. *Pedagogía Social*, (7), 19-37.
- Fantova, F. (2007). Repensando la intervención social. *Documentación social*, 147, 183-198.
- Fayolle, A., y Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Freire, P. (2004). *Pedagogía de la autonomía*. Sao Paulo: Paz e Terra SA.
- Freire, P. (2005). *La educación como práctica de la libertad*. Mexico: Siglo XXI editores.
- García, J. A. (2006). Educación comunitaria. *Revista de educación*, 339, 765-799.
- Gómez, E. (2008). Geopolítica del desarrollo comunitario: reflexiones para trabajo social. *Ra Ximhai*, 519-542.
- Hernández S., R., Fernández C., C., y Baptista L., P. (2003). *Metodología de la investigación* (Vol. 707). México: McGraw-Hill.
- Kautonen, T., Gelderen, M., y Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- Marín, A., & Rivera, I. (2014). Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica. *Acta Universitaria*, 24(1).
- Marín P., J. A., y Gómez G., J. (2013). *Emprendimiento e innovación social para el desarrollo local sustentable*. México D.F.: Grupo Gasca.
- Observatorio Desarrollo Económico. (2014). SantaFe, con la tasa de informalidad mas alta. Bogotá. Recuperado de <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/directorio/documentosPortal/03BoletinlocalidadSantaFe.pdf>
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
- Padilla, M. C. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Parra V., L. F. (2009). Modelo de desarrollo del potencial humano basado en competencias para el desarrollo de la actividad empresarial en la población vulnerable de Santiago de Cali. *Ingeniería Industrial*, 30(3).
- Sanchez Guerrero, M., y Arellano González, A. (2016). Utilización del modelo de diagnóstico canvas en el análisis de un caso de la industria farmacéutica en México. *Ciencias Administrativas*, (9), 29-41.
- Sánchez R., L., Rueda S., I., Fernández L., A., Herrero C., A., y Blanco R., B. (2013). ¿Puede el emprendedor fomentar la intención emprendedora en su entorno social cercano? Comunidad autónoma de Cantabria: Universidad de Cantabria. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Lidia_Sanchez-Ruiz/publication/257034396_Puede_el_emprendedor_fomentar_la_intencion_emprendedora_en_su_entorno_social_cercano/links/0deec5253f62a6de5c000000.pdf
- Stevenson, H. H., y Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Entrepreneurship: Concepts, theory and perspective*, 155-170.

- Torres, A., Méndez-Fajardo, S., López-Kleine, L., Galarza-Molina, S., y Oviedo, N. (2013). Calidad de vida y ciudad: análisis del nivel de desarrollo en Bogotá a través del método de necesidades básicas insatisfechas. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 231-23.
- Torres, F. C., Méndez, J. C., Barreto, K. S., Chavarría, A. P., Machuca, K. J., y Guerrero, J. A. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46-59.
- Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship through social networks. The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA, 3-23.

NOTAS

- [1] Necesidades básicas insatisfechas (NBI): En Colombia se consideran necesidades básicas insatisfechas a aquella población que viva en: viviendas con hacinamiento crítico, condiciones físicas inapropiadas para el alojamiento humano, servicios inadecuados, alta dependencia económica o niños en edad escolar que no asisten a la escuela. (Torres, Méndez-Fajardo, López-Kleine, Galarza-Molina, y Oviedo, 2013)

INFORMACIÓN ADICIONAL

Clasificación JEL: L26