

Manual de  
**ORIENTACIÓN,**  
para la **FORMACIÓN** del  
**EMPRENDIMIENTO**



El presente informe es la primera etapa en el desarrollo de un manual de emprendimiento orientado a apoyar a los profesores de educación secundaria de la Región de O'Higgins en el diseño de cursos y actividades para la enseñanza del emprendimiento entre sus alumnos. Este estudio fue encargado por la Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins, organización comprometida con la Región de O'Higgins, a través de la Responsabilidad Social de sus empresas socias.

El compromiso de Pro O'Higgins es con la excelencia en la educación, el desarrollo de la capacidad emprendedora, cuidado del medio ambiente y la promoción de instancias de reflexión y encuentro del sector empresarial con organismos públicos y privados para la búsqueda de alternativas de desarrollo para la región.

Autor:

Sandra Díaz Ortega, Ingeniera Civil PUC.

Edición:

Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins.

Diseño e Impresión:

DIMACOFI Servicios S.A.

Empresas Socias de Pro O'Higgins:



1. INTRODUCCIÓN	4
2. FUNDAMENTOS EN LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO	6
2.1. ¿Qué es emprendimiento?	6
2.2. La concepción de Schumpeter de emprendimiento	7
2.3. La concepción de la escuela austriaca de emprendimiento	8
2.4. Diferencias entre la escuela austriaca y la de Schumpeter	8
2.5. Implicaciones de las diferencias entre Schumpeter y la escuela austriaca	10
2.6. La mentalidad emprendedora según Howard Stevenson	10
2.7. El Espíritu Emprendedor según Fernando Flores	11
2.8. Educación para el emprendimiento	13
2.9. Herramientas para la enseñanza del emprendimiento	14
3. METODOLOGÍAS PARA LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO	17
3.1 Seminarios y Talleres de Emprendimiento	17
3.2 Concurso de ideas o negocios	24
3.3 Actividades dentro de la clase	27
3.4 Programa de mini-empresas	42
3.5 Programas Integrales de Emprendimiento	45
4. RECOMENDACIONES	55
5. REFERENCIAS	56
6. ANEXOS	57



# 1. INTRODUCCIÓN

La educación comunica las tradiciones y el sentido de identidad y pertenencia, especialmente relevantes frente a la aceleración del cambio y las fuerzas de la globalización. Es por esto que la educación presenta un desafío moral importante; la educación y la formación en valores, deben jugarse en tres áreas cruciales para las personas y la sociedad: familia, trabajo y ciudadanía. En este sentido, la enseñanza del emprendimiento permite cultivar valores tales la autodisciplina y la perseverancia; el aprecio por la libertad y el sentido de la responsabilidad.

Es en este contexto donde surge la necesidad de desarrollar el emprendimiento en nuestros jóvenes, de manera de generar espacios efectivos de interacción entre el mundo educativo y el productivo, como elementos de promoción de la responsabilidad social empresarial aplicada en la educación y el fortalecimiento de la gestión escolar en la perspectiva de mejorar su efectividad.

Por otro lado, es indudable que cualquier reflexión sobre el Capital Humano en Chile no sólo pasa por mejorar las metodologías de enseñanza y aprendizaje en nuestras aulas, sino que además y fundamentalmente por ampliar la relación existente entre la vida escolar y la vida fuera de las aulas que deberán enfrentar nuestros estudiantes; en definitiva, se trata de mejorar las habilidades necesarias para desenvolverse en un mundo altamente globalizado y tecnologizado.

Para lograr establecer una cultura emprendedora en el país, hay que desarrollarla tanto en el entorno, como en el ámbito personal, abarcando todos los niveles de educación, de manera de insertar dentro de la formación humana, el emprendimiento como el motor de desarrollo. Esto implica poner el tema del emprendimiento como un elemento central en la estrategia productiva del país, ligando estrechamente la empresa con la educación, con el propósito de convertir a la educación como eje de desarrollo nacional.



En este sentido, cualquier aporte que hagan las instituciones educativas debe traducirse en una práctica habitual de sus instancias superiores, pues el emprendimiento debe y puede enseñarse a nivel teórico y práctico, pero sólo será comprendido y valorado si se encuentra en un entorno en que sea una práctica habitual y aceptada.

Con este manual se espera ayudar al profesor de enseñanza media a tomar una orientación emprendedora e implementar en sus clases actividades y métodos de enseñanzas nuevos, que potencien el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos.

Como se mencionó anteriormente, el emprendimiento se puede enseñar a nivel teórico y práctico, y a través de este documento, se pretende mostrar distintos puntos de vistas y metodologías aplicadas en diversos países y culturas, explicando los resultados obtenidos y mostrando que el aprendizaje del emprendimiento es flexible, por lo que se puede adaptar completamente a la realidad de nuestro país. Además, es también adaptable a distintos niveles y a cualquier subsector de aprendizaje, sólo se necesita imaginación, entusiasmo y buena voluntad. Con este manual para la enseñanza del emprendimiento se pretende dar ideas y abrir nuevas puertas para el desarrollo de la educación en emprendimiento en Chile.

Este manual está dirigido a profesores de enseñanza media, pero la educación para el emprendimiento puede comenzar desde el nivel pre-escolar (kinder) y básico, para que pueda adaptarse a nuestra cultura y que nuestra sociedad tome conciencia de la importancia de desarrollar la capacidad emprendedora de nuestros niños y jóvenes.





## 2. FUNDAMENTOS EN LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO

### 2.1. ¿Qué es emprendimiento?<sup>(1)</sup>

**E**n un principio, la palabra emprendedor se utilizó para describir a pioneros y aventureros que como Cristóbal Colón se lanzaban a conquistar nuevas latitudes corriendo altos riesgos. Posteriormente, se fue utilizando el término para identificar a alguien que comenzaba una empresa y, por tanto, el término fue ligado a empresarios innovadores. Hoy en día se acepta que el emprendimiento tiene que ver más con una actitud para enfrentar la vida y que incluye a las personas que emprenden nuevos proyectos dentro y fuera de la empresa, emprendedores sociales que crean nuevas organizaciones, emprendedores en todos los ámbitos que insatisfechos con lo que existe, buscan mejorar su entorno para el bien propio y el de sus comunidades.

Si aceptamos esta concepción del emprendimiento, entonces cabe preguntarse, cómo se puede enseñar emprendimiento a nuestros alumnos, de manera que éstos puedan ampliar su espacio de posibilidades en el futuro, en todos los ámbitos donde les toque desarrollarse. Para empezar, deberíamos descartar la noción de que el espíritu emprendedor es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen de una manera completa y del cual otras están totalmente desprovistas. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento.

---

<sup>1</sup> Este capítulo es una adaptación del estudio preparado por Alicia Castillo, First Public Inc Chile S.A. en 1999 para INTEC-Chile en el marco del proyecto “emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional”, con el financiamiento del Fondo de Desarrollo e Innovación de CORFO, y el apoyo de la Universidad de Tarapacá y el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC).

## 2.2. La concepción de Schumpeter de emprendimiento

Joseph Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas innovaciones. Él observó que: “El rol de los emprendedores es revolucionar el patrón de producción al explotar una invención”. Este tipo de actividades son las responsables de la prosperidad económica. Schumpeter argumentaba que es difícil hacerse cargo de estas innovaciones, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras a lo nuevo, desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes en el emprendedor. Por lo tanto, el rol del emprendedor no consiste solamente en inventar algo; consiste básicamente en conseguir que las cosas sucedan.

### Resumiendo:

- Emprendimiento es un rango de comportamiento que tiene que ver con promover cambios en el entorno.
- El rol del emprendedor no es sólo inventar algo, sino hacer que las cosas sucedan.
- Las habilidades emprendedoras se aprenden, no es una característica intrínseca de un individuo.



## 2.3. La concepción de la escuela austriaca de emprendimiento

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwig von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento al proceso de desarrollo económico, se diferenciaban en su concepción de la naturaleza de la persona y la actividad.

En contraste con Schumpeter, Mises, consideró que la actividad emprendedora está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

Para Kirzner, por otra parte, el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado. El aspecto de conocimiento que es crucialmente relevante para el emprendimiento, no está enfocado al conocimiento o datos de mercado sino más bien al sentido de alerta, de “conocimiento” de dónde ubicar los datos de mercado.

## 2.4. Diferencias entre la escuela austriaca y la de Schumpeter

Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los cambios generados por el mercado. Schumpeter asume que el emprendedor actúa para distorsionar una situación de equilibrio existente. Para Schumpeter, el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. El emprendedor se presenta como una fuerza desequilibradora, aunque cada actividad emprendedora termine generando una nueva situación de equilibrio.

En contraste, los austriacos sugieren que los cambios generados por la actividad emprendedora tienden a equilibrar los mercados.



En resumen, la escuela de Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra. Las actividades típicas del sistema Schumpeter ocasionan grandes innovaciones e incluso cambios sistémicos que aumentan o crean incertidumbre y promueven el desarrollo de nuevos procesos para crear y/o aumentar la brecha entre líderes y seguidores.

La Escuela Austriaca se basa en la creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores generan el cambio DENTRO de una situación existente. Las actividades típicas se orientan a la búsqueda de las ineficiencias que otros no han percibido y sobre las cuales existe una ganancia potencial. Estas actividades aumentan el conocimiento de la situación, reducen el nivel general de incertidumbre a lo largo del tiempo y promueven procesos del mercado que ayudan a reducir o eliminar la brecha existente entre los líderes y los seguidores. Según Peter Druker, este modo de emprendimiento se fortalece con la enseñanza de los conceptos básicos de gestión.

## Resumiendo:

- El investigador Mises consideró que las competencias emprendedoras responden a cualquier tipo de actividad que genere incertidumbre.
- Schumpeter es conocido por su teoría sobre el proceso de “creación destructiva” provocado por los emprendedores.



## 2.5. Implicaciones de las diferencias entre Schumpeter y la escuela austriaca

Es probable que ambos modos de emprendimiento co-existan en una persona o en una sociedad. En la teoría, la identificación de los modos de emprendimiento permite desarrollar nuevas formas de pensamiento y su uso. En la práctica, la co-existencia de ambos modos de emprendimiento parece favorecer el desarrollo. Los mejores emprendedores posiblemente combinen características de ambos. Sin embargo, de acuerdo a los aspectos culturales de cada sociedad, se puede establecer si los patrones de una escuela son predominantes o no. En Estados Unidos, por ejemplo, parece haber una tendencia hacia la escuela de Schumpeter, mientras que en Europa, la tendencia parece estar orientada a la escuela Austriaca.

Estas tendencias se basan en la mayoría y no en la totalidad de los emprendedores.

## 2.6. La mentalidad emprendedora según Howard Stevenson

En la década de los '80s, Howard Stevenson, de la Universidad de Harvard interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Este análisis ha servido para apoyar el emprendimiento tanto a empresarios como a empleados de empresas de todo tipo. Existen muchos ejemplos de empresarios/as exitosos que siguen esta tendencia. Son conocidos aquellos que creyeron en su sueño e hicieron lo imposible por hacerlo realidad y lo lograron. Pero también existen muchos líderes dentro de empresas establecidas que también lograron realizar su sueño, que son menos conocidos, salvo, claro está Ray Kroc, quien llevó a McDonalds de un pequeño local al conglomerado de hoy en día, y Roberto Goizueta, de la Coca-Cola. La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes.

Cuando evaluamos las alternativas para formar a los líderes del futuro, consideramos dos alternativas. La tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la carrera profesional, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores. La mayoría de los líderes de todos los países se forman de esta manera. Existe, sin embargo, la alternativa de crear generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano. Estos individuos, los emprendedores, son también aquellos que levantan su departamento, área o división, a lugares estratégicos en sus organizaciones impensables para otros o aquellos que comienzan una empresa y la hacen crecer.

## 2.7. El Espíritu Emprendedor según Fernando Flores <sup>(2)</sup>

Fernando Flores, Senador de la República y empresario chileno distingue el estilo *wired*<sup>(3)</sup> de productividad (rápida, con redes globales, centrada alrededor de proyectos) que está surgiendo en Silicon Valley, en Estados Unidos. Esta forma de productividad crea nuevos bienes sociales y valores éticos que reemplazan y disminuyen nuestra estima por los valores tradicionales.

Por otro lado, está surgiendo otra forma de vida laboral que acentúa otros nuevos valores, pero que también está equipada para dar sustento en formas novedosas a los bienes sociales tradicionales. Llamaremos espíritu emprendedor a este nuevo modo de productividad. Tanto las vidas *wired* como las emprendedoras tienen sus raíces en conocidos ideales del pasado. La vida *wired* se trata de una vida animada por las virtudes de la temeridad y la audacia a través de las cuales uno recrea perpetuamente y perfecciona la propia identidad. Ésta no está encarnada en una narrativa única de desarrollo gradual, sino en cierto número de logros discretos, incluso discrepantes que Nietzsche llama “vidas breves”. En la era moderna tardía, se han hecho más comunes varios modos de productividad neo-Nitzscheanos, a los que, siguiendo la jerga californiana, les llamamos vida *wired*.

---

2 Extractos del paper de Fernando Flores y John Gray; “El Espíritu Emprendedor y la Vida Wired: El Trabajo en el Ocaso de las Carreras”.

3 Wired está referida a una conocida revista estadounidense especializada en tecnología, [www.wired.com](http://www.wired.com)

De forma muy similar al modo de vida *wired*, el del espíritu emprendedor también puede hallar sus orígenes en la antigüedad. Sus raíces yacen en las tradiciones cívicas humanistas de los griegos y los romanos, en que los individuos promovían cambios en sus comunidades involucrando directamente a sus conciudadanos al iniciar y participar en diversas organizaciones, tales como las asambleas de deliberación y asociaciones productivas. Esta tradición fue continuada en el período moderno temprano, a través de las prácticas asociativas de los comerciantes.

La forma de productividad *wired* rehuye a la noción de un compromiso vitalicio. Este tipo de compromiso es considerado una forma de estar varado en la vida, un impedimento para el crecimiento personal, la emoción y la creatividad. En lugar de comprometerse de por vida con una profesión, vocación o forma de trabajo, la gente *wired* simplemente se deja llevar por cualquiera de sus varios talentos o inspiraciones. Pueden hacerlo uno tras otro o todos simultáneamente como trabajadores de portafolio.

Por otra parte, se está desarrollando otra forma de vida laboral que podría rivalizar con la vida *wired*. En lugar de conducirse por la suerte, los talentos y la inspiración del día, la nueva vida emprendedora se rige por aportar valor a la comunidad en la que el emprendedor vive. Para los emprendedores, una vida con significado involucra mucho más que la expresión de las capacidades personales. Comprende renovar la vida de la comunidad a través de algún producto o servicio nueva, de un logro político como una ley o una institución, de un evento cultural o de un nuevo tipo de servicio social.

La diferencia entre los emprendedores, los activistas políticos y los trabajadores culturales reside en las diferentes intuiciones que ellos tienen de las anomalías sociales que son la fuente de sus innovaciones. En las anomalías sociales, los emprendedores ven oportunidades para nuevos productos y servicios; los activistas políticos ven que alguna práctica está siendo desanimada de forma anómala e injusta; y los trabajadores culturales ven una carencia anómala de entendimiento y apreciación de la forma en que la gente vive.

En contraste con la vida *wired*, los emprendedores se ven a sí mismos como quien vive en la historia de comunidades particulares y quien se involucra activamente en compromisos sociales. Sin duda, vivir en este tipo de comunidades históricas es parte de ser humano, pero lo que importa es la experiencia que uno tiene de ese aspecto y cómo uno lo perfecciona. Mientras que la gente *wired* percibe el estar enfrascada en instituciones y comunidades particulares como una restricción a su propia creatividad personal, la gente emprendedora lo considera un bien esencial que cimienta la naturaleza misma de su empresa. Es precisamente del cultivo de los compromisos hacia sus comunidades de clientes, vecinos, empleados y demás, de donde los emprendedores derivan su éxito.

La enseñanza del emprendimiento no está ligada necesariamente a la creación de una empresa o a las pymes solamente. Está ligada a:

1. La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada ya sea a la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela Austriaca).
2. La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stevenson)
3. La adopción de un rango de comportamiento ligado al poder personal, al liderazgo y a ser un motor de cambio en la sociedad (Fernando Flores).

## 2.8. Educación para el emprendimiento

La enseñanza del emprendimiento debe fundamentarse en la acción basada en la teoría. Los primeros cursos de emprendimiento se basaban en una serie de invitaciones de empresarios exitosos a contar su historia. Estos cursos eran más bien motivacionales, pero no brindaban las herramientas necesarias para permitir a los alumnos desarrollarse como emprendedores. A lo largo de las últimas tres décadas, las teorías de emprendimiento han creado modelos aplicables a la realidad de cada entorno para desarrollar emprendimiento.





Se espera que la enseñanza del emprendimiento genere un cambio de actitud, por lo tanto, el profesor es un actor irremplazable en la generación de una mentalidad diferente en sus alumnos. Dar clases de emprendimiento, por lo tanto, representa un desafío que enriquece a los profesores y sus alumnos.

Por un lado, se requiere el esfuerzo especial del profesor para:

1. Prepararse cuidadosa y completamente para la clase.
2. Manifestar preocupación e interés real por los alumnos.
3. Motivación para hacer que el curso sea una experiencia de desarrollo significativa para los alumnos.

## 2.9. Herramientas para la enseñanza del emprendimiento

Existen cinco herramientas que se han utilizado con éxito en los cursos de enseñanza del emprendimiento. Describiremos a continuación estas herramientas brevemente.

### 1. Seminarios y Talleres

Los seminarios y talleres están dirigidos a todo el cuerpo docente del establecimiento (profesores, directores, orientadores y supervisores) con el objetivo de prepararlos para actuar en la sala de clases y la educación en general, generando autosuficiencia en términos de la educación emprendedora.

El objetivo principal es la formación y apoyo en la educación emprendedora orientada para generar un desarrollo sustentable en el tiempo. Pero tienen también como objetivo generar redes entre la escuela, empresas y toda la comunidad.

### 2. Concursos de Planes de Negocios

Un plan de negocios es un mapa de lo que se percibe será el camino a seguir desde un punto de partida hasta la meta fijada. Con la preparación de un plan de negocios no sólo se aprende a fijar objetivos y la manera de alcanzarlos, sino también cómo desarrollar un proceso capaz de generar riqueza y distribuirla. Es un instrumento de autoevaluación indispensable para medir las expectativas y sustentar las metas posibles de alcanzar. Es dinámico, por lo tanto, puede cambiar y debe esperarse que cambie, incorporando lo aprendido a lo largo de la continua exploración del mercado y la práctica del negocio.

Al realizar un plan de negocios, los alumnos se ven forzados a pasar de un papel de espectadores a protagonistas y a vincular su realidad con la oportunidad que perciben. Existe la dificultad para el profesor de exigir una suficiente profundización de la información, de “añadir sustancia”, lo que puede ser solucionado al presentar los planes de negocios ante paneles de empresarios locales o de la región.

### 3. Programa de mini-empresas

Un programa de mini-empresas es una actividad en que los alumnos simulan la implementación de una empresa dentro del colegio, desarrollando una actividad económica a pequeña escala.

Es una herramienta pedagógica basada en la experiencia práctica mediante la gestión de un proyecto empresarial completo y en interacción con el entorno.

### 4. Actividades dentro de la sala de clases

La participación de los alumnos en investigaciones o actividades que involucren el trabajo directo con emprendedores y su posterior análisis, es una experiencia maravillosa para los alumnos y profesores por igual.

Algunas de las actividades posibles de realizar en la sala de clases, se describen en el punto 3 de este Manual. Tal como dijimos antes, para que estas actividades sean de valor y pasen de ser experiencias anecdóticas a aprendizaje y cambio de actitudes, es necesario que el profesor promueva la reflexión y el análisis crítico de lo sucedido una vez realizada la actividad. Esto permite el intercambio de experiencias y la extracción de lo sustancial de las actividades y se transformen en un proceso de aprendizaje para los alumnos.



## 5. Programas integrales de emprendimiento

Existen numerosas experiencias en el mundo que realizan programas integrales de enseñanza del emprendimiento basados en metodologías propietarias sobre la base de distintas filosofías: la experiencial, conductista, constructivista, entre otros.

De hecho, varios de los programas más efectivos de enseñanza del comportamiento emprendedor está basado en los desarrollos realizados por los chilenos Humberto Maturana, Fernando Flores y Rafael Echeverría, y que tienen relación con el coaching ontológico. Esto último, es el eje central del programa de la Fundación Mercator de Fernando Flores.

### Preguntas:

- ¿Qué método de enseñanza del emprendimiento es más factible de realizar en su colegio?
- ¿Qué recursos y competencias propios tiene usted para enseñar emprendimiento y cuáles necesita adquirir para enseñar emprendimiento a sus alumnos?

## 3. METODOLOGÍAS PARA LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO

A continuación, se describen distintos tipos de metodologías y herramientas de ayuda en la Enseñanza del Emprendimiento. El formato utilizado entrega de manera didáctica la descripción de conceptos y objetivos, así como también la forma de implementación y costos asociados en los casos que correspondan.

### 3.1 Seminarios y Talleres de Emprendimiento

3.1 –A: Seminario de Sensibilización en Emprendimiento	
Esta es una de las primeras actividades que se puede realizar para detectar el nivel de interés en el colegio respecto al tema.	
Nivel de aplicación	NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Educación Tecnológica, Formación General (Enseñanza Media), Transversal.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mostrar experiencias cercanas de personas que lograron concretar sus sueños en base a perseverancia, iniciativa y esfuerzo.</li> <li>• Difundir los valores emprendedores en todos los ámbitos de acción, ya sea empresarial, comunitario, social, etc.</li> <li>• Preparar y motivar a los alumnos para la enseñanza del emprendimiento en la sala de clases.</li> </ul>
Alcance de la Actividad	El efecto es puntual y produce un interés inicial, pero si no se canaliza en algún otro programa o actividades complementarias, se pierde el esfuerzo sin desarrollar habilidades específicas. Sirve para medir el interés inicial y detectar posibles aliados o clientes de los programas de emprendimiento.



<p>Costo aproximado y financiamiento</p>	<p>\$0 a \$1.500.000 o más dependiendo de los expositores involucrados, número de personas invitadas y extensión de tiempo del seminario. En general, los expositores aceptan asistir sin cobrar y, por lo tanto, los mayores gastos están en el arriendo de equipo audiovisual, sonido y banquetería. Se asume que el colegio aporta con el espacio físico para el seminario. El resto es posible hacerlo con muy pocos recursos.</p> <p>El financiamiento del evento es posible encontrarlo a través de patrocinadores, aportes de privados y voluntarios. Por ejemplo: empresas cercanas al colegio o empresas proveedoras del colegio o que tengan algún interés en que los alumnos sean capacitados en estas competencias.</p> <p>También es posible realizar un evento de este tipo pidiendo todos los recursos como aportes. Para compensar a los aportantes, se incluye en la difusión del evento los nombres de las empresas y organizaciones aportantes.</p> <p>Se recomienda salir a “vender” el evento a empresas con una pequeña propuesta especificando el objetivo del evento, el público objetivo, potenciales expositores, qué se pide a la empresa y qué se ofrece a cambio, por ejemplo: difusión en medios de comunicación, lugar en el evento para que la empresa publicite sus productos, acceso a la base de datos de asistentes, entre otras cosas.</p>
<p>Metodología/ base conceptual</p>	<p>Motivacional. Introducir modelos a seguir, ampliar la mirada de lo que es posible.</p>
<p>Tiempo Involucrado</p>	<p>Se recomienda planificar este evento con al menos un mes de anticipación para: comprometer a los expositores, promover el evento y enviar las invitaciones.</p>



<p>Requisitos y Recomendaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un equipo de personas a cargo de organizar el seminario y que involucre el trabajo colaborativo de apoderados, profesores, alumnos y administrativos del colegio.</li> <li>• Es importante colocar un nombre atractivo al seminario y lograr patrocinadores y auspiciadores que ayuden en la difusión del seminario. Se recomienda pedir auspicio de radios y diarios locales que promuevan el evento a cambio de publicidad durante el evento.</li> <li>• Cuidar que al menos uno de los expositores sea alguien reconocido por el público objetivo o que despierte mucho interés. Si el objetivo es incentivar el emprendimiento entre los jóvenes, entonces invitar a expositores que sean verdaderos modelos a seguir para los jóvenes, es decir, que tengan una edad u origen cercano a éstos. Si se quiere sensibilizar al profesorado, entonces invitar a un profesor con alguna experiencia exitosa, etc.</li> <li>• Se sugiere no cobrar entrada, sino que hacer una especie de "Casting" o pre-selección para que asistan aquellos alumnos con interés real en el tema. Se recomienda que la participación sea liberada, voluntaria y en base a mérito.</li> </ul>
<p>Descripción del desarrollo de la Actividad</p>	
<p>Público Objetivo</p>	<p>Dependiendo del diseño del seminario, es posible enfocarse a más de un público objetivo y, por lo tanto, aumentar el alcance del evento. Se recomienda no abarcar dos públicos objetivos muy diferentes (ejemplo: estudiantes de colegios rurales y ejecutivo de negocios de alto rango) o tratar de abarcar a todos los públicos de una sola vez.</p>
<p>Expositores</p>	<p>Los expositores de estos seminarios acceden a asistir en forma gratuita en la medida que se acomode sus exigencias de tiempo y requerimientos para su exposición. Recordar que entre más destacado el expositor más tiempo de anticipación se requiere para comprometerlo y probablemente se requiera de un contacto directo que lo invite al seminario.</p>

#### Descripción:

Un Seminario de Emprendimiento consiste básicamente en un evento que puede durar de medio día a varios días, en que se invitan a distintos expositores, ojalá con experiencias variadas en torno al emprendimiento, para que cuenten su experiencia a un público variado. Es posible cobrar dependiendo del nivel de los expositores o hacerlo en forma gratuita para aumentar el nivel de asistencia.

Un seminario típico de emprendimiento para motivar a los jóvenes estudiantes secundarios a mirar el emprendimiento como una posible oportunidad podría incluir una o dos experiencias distintas de jóvenes que emprendieron durante o después del colegio. El énfasis de estas presentaciones es contar la experiencia de estos estudiantes durante el proceso de emprendimiento. Estas exposiciones pueden ser complementadas con algún profesional que tenga experiencia apoyando a emprendedores, que explique el proceso emprendedor en forma conceptual. También es posible invitar a algún representante del gobierno que explique los mecanismos de apoyo a emprendedores, por ejemplo: Sercotec.

Para ejemplos de invitación a estos seminarios, agendas, costos aproximados (ítems a considerar) y listado de actividades relevantes a realizar, consultar el Anexo A.

3.1 – B: Talleres del Emprendimiento	
<p>Este tipo de actividades pueden realizarse después del seminario de sensibilización como una forma de canalizar a los interesados que fueron detectados durante el seminario o también como una actividad inicial a un proceso de emprendimiento.</p>	
Nivel de Aplicación	NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Educación Tecnológica, Formación General (Enseñanza Media), Transversal.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reforzar conceptos de emprendimiento a través de talleres lógicamente organizados y diseñados para el desarrollo de alguna de las diez competencias emprendedoras medidas en el test.</li> <li>• Desarrollar instancias de aprendizaje en torno al emprendimiento.</li> </ul>
Alcance de la Actividad	<p>Efecto Medio. En general los talleres no son tanto motivacionales sino experienciales y orientados a la práctica, por lo tanto, al aumentar el alcance tiende a disminuir el impacto. Se recomienda en este caso, que los grupos de trabajo sean más pequeños que en el caso de los seminarios. Por ejemplo, los seminarios son generalmente para un grupo de 100 personas, los talleres son para un grupo de 25 a 30 personas como máximo.</p>
Costo Aproximado y financiamiento	<p>\$500.000 a \$3.000.000 o más dependiendo de los facilitadores involucrados, número de personas invitadas y extensión del taller. Para que un taller sea verdaderamente efectivo, es necesario seleccionar expositores profesionales y que sea un proceso de al menos 3 o más sesiones de acompañamiento lo que encarece el proceso.</p> <p>Dependiendo de cómo se organicen los talleres es posible acceder a financiamiento estatal a través de código SENCE o fondos públicos concursables. Se debe considerar que estos fondos y subsidios requieren de tiempo para cumplir con los requisitos, formular las propuestas y ser presentadas a los organismos correspondientes.</p> <p>Además, es posible conseguir financiamiento privado a través de fundaciones y empresas privadas como parte de sus programas de Responsabilidad Social Empresarial. Para aumentar las posibilidades de financiamiento, se recomienda elaborar una pequeña propuesta especificando el objetivo del evento, el público objetivo, potenciales expositores, qué se pide a la empresa y qué se ofrece a cambio, por ejemplo: difusión en medios de comunicación, lugar en el evento para que la empresa publicite sus productos, acceso a la base de datos de asistentes, entre otras cosas.</p>



Metodología/ conceptual	base	Experiencial. Introducir nuevos aprendizajes y comportamientos.
Tiempo involucrado		Se recomienda planificar este evento con al menos un mes de anticipación para: reservar el lugar, comprometer a los facilitadores, promover el evento y realizar las invitaciones a los asistentes. Si es una serie de talleres, se recomienda al menos dos meses.
Requisitos Recomendaciones	y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un equipo de personas a cargo de organizar el taller y mucho entusiasmo. Es importante contar con un grupo identificado de interesados y de facilitadores con experiencia y una metodología probada.</li> <li>• Es importante colocar un nombre atractivo al taller y lograr patrocinadores y auspiciadores que ayuden en la difusión del seminario. Se recomienda pedir auspicio de radios y diarios locales que promuevan el evento a cambio de publicidad durante éste.</li> <li>• El taller debe ser visto como un proceso más que un evento puntual para que tenga efectividad y, por lo tanto, puede incluir de 3 o más sesiones esparcidas en el tiempo, lo que permite madurar el aprendizaje de cada sesión.</li> <li>• La mitad de los talleres lo hace el público asistente y por lo tanto seleccionar a verdaderos interesados en el emprendimiento dará mejores resultados.</li> </ul>
Expositores		<p>En el país hay bastante disponibilidad de expositores y facilitadores de estos talleres de emprendimiento como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundación Mercator (<a href="http://www.fundacionmercator.cl">www.fundacionmercator.cl</a>)</li> <li>• Gastón Rojas (Consultor Crees, Creas y Creces)</li> <li>• Alex Visic, Consultor, ex Gerente de la Incubadora AccesNova de la Universidad de Chile.</li> <li>• Voluntarios y Profesionales de Junior Achievement</li> </ul>

### Descripción:

Un Taller de Emprendimiento consiste en un evento, o conjunto de eventos, que conforman un proceso ordenado con un objetivo concreto como por ejemplo: desarrollo de habilidades emprendedoras, desarrollo de un plan de negocios, acompañamiento de la puesta en marcha de un negocio, entre otros. Se recomienda que sea un evento pagado para seleccionar a los más interesados en hacer el proceso completo. El pago puede ser algo simbólico y muy bajo, por ejemplo, \$500; o es posible realizar algún tipo de postulación y entrevista para seleccionar a los más interesados.

En general, es liderado por un facilitador que puede a su vez incluir expositores para mostrar ciertos conceptos. Sin embargo, un taller tiene una componente eminentemente práctica y, por lo tanto, la participación activa de los asistentes es crucial. Como ya dijimos anteriormente, a emprender se aprende emprendiendo, por lo tanto, no tiene sentido hacer talleres puramente teóricos.

En general, los talleres incluyen experiencias como juegos o desafíos que permiten recrear ciertos elementos de la realidad, en el fondo, el juego se transforma en una metáfora de la realidad y permite mostrar y enseñar aspectos del emprendimiento a escala de "laboratorio" que serían difíciles de mostrar en el "mundo real".

Esta experiencia práctica debe ser facilitada por algún profesional que guíe la experiencia y pueda mostrar ciertos conceptos una vez terminada la experiencia. Esto último requiere experiencia y no se recomienda hacerlo sin tener preparación previa.

Este tipo de talleres pueden ser realizados por coaches ontológicos certificados (ver The Newfield Network, [www.newfield.cl](http://www.newfield.cl), o equivalente).





## 3.2 Concurso de ideas o negocios

### 3.2 – A: Concurso de Ideas de Negocios

Esta es una actividad consistente en la organización de un concurso semestral o anual para seleccionar a las mejores ideas de negocios dentro de un colegio o grupo de colegios. En este caso, los alumnos compiten por un premio que idealmente refuerza el espíritu de emprendimiento.

Nivel de aplicación	NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Educación Tecnológica, Gestión de la Pequeña Empresa, Transversal/Extra programática.
Alcance de la Actividad	Alto-medio. Dependiendo del proceso que acompaña al concurso, del premio involucrado y del seguimiento que se haga después a los proyectos ganadores el impacto puede ser bastante importante.
Costo Aproximado y financiamiento	<p>Es posible realizar un concurso sólo con aportes de terceros. El gasto más importante está en el premio que en general puede ser un aporte valorizado de alguna empresa. Por ejemplo: un viaje a alguna feria empresarial, recursos para poner en marcha el negocio, un computador o similar. En algunos países los concursos de planes de negocios son organizados por los mismos alumnos.</p> <p>Patrocinadores del evento como empresas cercanas al colegio, empresas proveedoras o que tengan algún interés en que los alumnos sean capacitados en estas competencias y que deseen aparecer en los medios de comunicación ligados a este tipo de actividades.</p>
Metodología/ base conceptual	Aprender haciendo.
Tiempo involucrado	La planificación de un buen concurso requiere de la coordinación de varios actores y de un proceso sostenido en el tiempo, por lo tanto, el tiempo involucrado es bastante alto, de uno a dos meses al menos de planificación para crear una organización que se encargue de promocionar el evento, recibir las ideas de negocios, evaluarlas, capacitar a los alumnos, coordinar paneles de juradas y ceremonia de premiación con el respectivo gestión en medios de comunicación.

<p>Requisitos y Recomendaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un equipo de personas a cargo de organizar el concurso en forma periódica. Tener un proceso sostenido en el tiempo que permita acompañar a los proyectos e ir seleccionándolos en las distintas etapas.</li> <li>• Se recomienda pensar en los concursos como procesos que se realizan en forma regular cada semestre o cada año. El esfuerzo que se requiere para echar a andar un solo concurso puede ser demasiado desalentador si no se considera que esto puede ser una actividad continua dentro del colegio, donde los organizadores se van rotando.</li> <li>• Se recomienda realizar varias etapas de selección donde se van solicitando más y más requisitos a los postulantes más prometedores.</li> <li>• Se recomienda hacer talleres de acompañamiento y luego de finalizado el concurso hacer algún tipo de seguimiento con los ganadores del concurso. Esto último sirve para evaluar el impacto del concurso y también como forma de promocionar el concurso a los concursantes del período siguiente.</li> </ul>
<p>Descripción del desarrollo de la Actividad</p>	
<p>Público Objetivo</p>	<p>Dependiendo del perfil de postulantes es posible hacer concursos donde se reciban hasta 200 postulantes y desde ahí es necesario ir preseleccionando por etapas para quedarse finalmente con un grupo de 10 a 20 ideas de negocios que pasan al panel de jurados.</p>
<p>Proveedores</p>	<p>Los principales proveedores de esta actividad son los proveedores del premio del concurso. Es posible instaurar varios premios: mejor idea innovadora, mejor idea con impacto en la comunidad, mejor idea potencial de negocios, entre otros.</p>

### Descripción:

Los Concursos de Ideas parten con una convocatoria general que solicita la presentación de ideas dentro de ciertos criterios que son de la elección del colegio, por ejemplo:

1. Ideas innovadoras de negocios de alumnos.
2. Ideas de negocios de alumnos y apoderados.
3. Ideas de negocios que se puedan realizar en el colegio.
4. Ideas de negocios tecnológicas.
5. Entre otras.

En general, se tiene un sitio web o algún lugar donde es posible acceder a la ficha de postulación que solicita información básica acerca de la idea de negocios y donde se verifican los criterios que busca el concurso. En este sitio web deberán estar las bases del concurso y los criterios de selección.

Los evaluadores del concurso revisan las inscripciones y, dependiendo del potencial y del cumplimiento de requisitos, preseleccionan las ideas que pasan a la siguiente etapa. Es posible que a los proyectos seleccionados se les pida un prototipo, una descripción más detallada del negocio o un perfil de negocios con el fin de evaluar la siguiente etapa. En general, los concursos no debieran tener más de tres o cuatro etapas donde van eliminando candidatos.

Al final del concurso, es posible que los alumnos realicen presentaciones a un panel de jurados, preferentemente a ejecutivos de negocios o empresarios. Esto hace que los alumnos se tomen en serio su papel de emprendedores y desarrollen habilidades comunicacionales y profesionales. Es también una excelente oportunidad de aprendizaje para los alumnos, al exponerse a las críticas y recomendaciones de personas que trabajan en negocios y emprendimientos.

Al final del concurso, se realiza una ceremonia de premiación donde se destacan las características de las ideas emprendedoras ganadoras. La ceremonia de premiación es tan importante como el premio que se recibe porque esto permite validar en la comunidad los logros de los emprendedores y promover que otros se atrevan a presentar ideas de negocios.

### 3.3 Actividades dentro de la clase

#### 3.3 – A: Entrevistas a Emprendedores

Esta es una actividad en que los estudiantes escogen un personaje del mundo empresarial, que sea un ejemplo de emprendimiento a seguir. El objetivo es entrevistarlo y que los alumnos formen sus propias conclusiones sobre cuales fueron los factores de éxito detrás de este emprendedor.

Nivel de aplicación	NM1, NM2, NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Lenguaje y Comunicación, Educación Tecnológica, Psicología.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejarse con propiedad en situaciones públicas, tanto como receptor o como emisor de información.</li> <li>• Comprender procesos psicológicos que subyacen al comportamiento humano</li> <li>• Lograr que los estudiantes reconozcan competencias emprendedoras básicas.</li> <li>• Conseguir que los estudiantes se motiven y entusiasmen tras conocer una experiencia emprendedora real.</li> <li>• Creación de vínculos con el mundo empresarial y la comunidad local en general.</li> </ul>
Habilidades que desarrolla la ficha	Entusiasmo, creatividad, capacidad de comunicación, desarrollo y gestión de contactos comerciales.
Costo aproximado y financiamiento	Ninguno.
Metodología/ base conceptual	Introducir modelos a seguir.
Tiempo Involucrado	La entrevista a un emprendedor debería tomar entre 30 minutos a 1 hora y esta actividad la puede realizar el alumno como actividad extracurricular, en un horario fuera de clases.
Requisitos y Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda dar total libertad al estudiante para elegir al empresario o emprendedor dentro del área que a él le interesa, así se logrará una mayor motivación e interés.</li> <li>• Dejar que los alumnos establezcan su propio cuestionario, pero dándoles una idea inicial o sugerirles por que lado dirigir la entrevista (Ejemplos de preguntas para guiar la actividad se entregan en el material didáctico).</li> <li>• Realizar un seguimiento sobre los efectos que provocó la entrevista en el alumno, si existe diferencia en el interés antes y después de la entrevista.</li> </ul>

Descripción del desarrollo de la Actividad	
Introducción	Una entrevista personal entre alumno y un modelo de empresario emprendedor, es de suma importancia para que el estudiante tenga una imagen real sobre el emprendimiento y forme a su vez una visión crítica sobre el tema, pudiendo identificar puntos clave, errores posibles de cometer y se de cuenta de las ventajas y riesgos que se corren al intentar emprender.
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pedirles a los alumnos que desarrollen un cuestionario para la entrevista y definir claramente el perfil del entrevistado emprendedor, esto con el fin de evitar que los alumnos entrevisten a quienes tienen más cercano, en lugar de alguien que les aporte con una verdadera experiencia emprendedora.</li> <li>2. Tratar de darles un enfoque hacia dónde deberían dirigir las preguntas.</li> <li>3. Solicitar a los alumnos un informe completo, con las preguntas y respuestas, pero además y, muy importante, que entreguen las apreciaciones personales sobre el trabajo realizado, qué sintieron, en qué cambió su visión hacia el emprendimiento, etc.</li> </ol>
Conclusión	Los alumnos deberían ser capaces de formar una visión crítica hacia el emprendimiento, deberían ser capaces también de encontrar cuáles son los rasgos comunes entre empresarios emprendedores, cuáles son los pasos más comunes que se deben seguir para lograr conseguir el éxito y ser capaces de clasificar las equivocaciones en que se pueden incurrir.



### Material didáctico y Referencias

- Ejemplo de encuesta:
  1. ¿Qué fue lo que lo motivó a emprender?
  2. Describa tres ventajas de ser emprendedor.
  3. Describa tres obstáculos de ser emprendedor.
  4. ¿Qué características cree que debe tener un emprendedor?
  5. ¿Qué tipo de ayuda o apoyo cree deberían tener los emprendedores?
  6. ¿Qué función cree que cumple el sistema educacional en el tema del emprendimiento?
  7. ¿Considera que del nivel educativo del emprendedor depende su éxito?
  8. ¿Considera que usted “siempre” busca el lado positivo de toda situación adversa?
  9. Considera usted haber analizado su proyecto con profundidad desde el punto de vista económico y de mercado o fue más intuición y adversidad personal al riesgo?
  10. ¿Siempre sintió que su destino era independizarse o lo fue madurando con el correr del tiempo?
  11. ¿Qué factor prioriza para poder decir si su emprendimiento fue exitoso?
  12. ¿Es de buscar oportunidades en nuevos negocios o concentra sus esfuerzos en el crecimiento de su negocio actual?
  13. ¿Alguna vez fracasó en un proyecto/emprendimiento personal o laboral?  
¿Por qué?
  14. ¿Cree usted que el trabajo cooperativo o en grupo es importante para lograr emprender?
  15. ¿Cuáles cree que son las conductas que debe potenciar una educación para el emprendimiento?



### 3.3 – B: Visualizando el Futuro

Todos los estudiantes deben tener la oportunidad de soñar sobre su futuro mientras se preparan para ello. Esta actividad se puede realizar con jóvenes de distintas edades, pero se deberá adaptar según la edad.

Nivel de aplicación	NM1, NM2, NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Lenguaje y Comunicación.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender los procesos de comunicación centrados principalmente en el intercambio de información.</li> <li>• Expresar la interioridad personal y explorar la propia creatividad.</li> <li>• Fortalecer el respeto por los puntos de vista divergentes.</li> <li>• Distinguir que existen distintos cursos de acción para el desarrollo personal y que las personas no están limitadas a unas pocas opciones.</li> <li>• Ampliar la visión del espíritu emprendedor.</li> <li>• Entender que la adquisición de cualidades para ser una persona emprendedora va más allá de la creación de una empresa.</li> </ul>
Habilidades que desarrolla la ficha	Creatividad, habilidades de pensamiento, toma de decisiones, identificar capacidades.
Costo aproximado y financiamiento	Ninguno.
Metodología/ base conceptual	Actividades sicográficas.
Tiempo Involucrado	45 minutos.
Requisitos y Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es necesario que el profesor dé a los alumnos las instrucciones muy claras antes de comenzar a desarrollar la actividad y explicarles los puntos principales en que deberían enfocarse.</li> </ul>

Descripción del desarrollo de la Actividad	
Introducción	Esta actividad debería mostrar a los alumnos que la toma de decisiones es completamente individual y depende por lo general tanto de sus habilidades, como de su creatividad o entusiasmo para conseguir las metas propuestas.
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pedirle a los alumnos que cierren sus ojos y se visualicen como personas adultas, imaginando las distintas escenas que le irá describiendo el profesor.</li> <li>2. El profesor irá describiendo distintas situaciones, guiando y enfocando los pensamientos de los alumnos para que logren visualizar ciertas escenas. (Ejemplos de preguntas para guiar la actividad se entregan en el material didáctico).</li> <li>3. Dar a los alumnos unos 10 minutos para que anoten las respuestas que se les presentaban en la cabeza en esos momentos.</li> <li>4. Formar grupos de 5 alumnos y pedirles que comparen sus ideas sobre el futuro.</li> <li>5. Cada grupo deberá elegir un representante que exponga al resto del curso un resumen de lo que aprendió el grupo en su totalidad, visualizando sus sueños de futuro.</li> </ol>
Conclusión	Es importante que los alumnos concluyan que el espíritu emprendedor es una opción viable dentro de una carrera. Que gracias a sus habilidades tienen muchas opciones y que cada persona puede tener sueños distintos, lo que les da a cada uno gran flexibilidad en sus elecciones.

## Material didáctico y Referencias

- Preguntas para desarrollar la actividad:
  1. Imagina tu vida dentro de 10 años
  2. Comienza el día y acabas de despertar. ¿Qué es lo que ves?
  3. Te diriges al armario a buscar tu ropa. ¿Qué ropa eliges para trabajar?
  4. Estas tomando el desayuno. ¿Qué ves?
  5. Estas listo para dirigirte al trabajo. ¿A dónde vas? ¿Cómo te diriges al trabajo?
  6. ¿A quién ves en tu lugar de trabajo? ¿Qué está haciendo esa persona?
  7. ¿Cuáles son tus sensaciones sobre el trabajo que estás haciendo?
  8. Es hora de almorzar. ¿A dónde te diriges? ¿Cuánto tiempo te tomas para almorzar?
  9. Ahora estás en el trabajo y se acerca el final del día laboral. ¿Qué estás haciendo? ¿Qué hora es?
  10. ¿A dónde vas después del trabajo? ¿Cómo te sientes sobre el día?
  
- Preguntas para preparar en el informe:
  1. ¿Cuáles fueron las sensaciones pensamientos más importantes durante este día?
  2. ¿Qué tipo de trabajo elegí para mí? ¿Por qué?
  3. ¿Trabajé en conjunto con más gente las ideas y las cosas en general?
  4. ¿Utilicé habilidades que ahora estoy desarrollando?
  5. ¿Estoy satisfecho con el trabajo que elegí? ¿Por qué?

### 3.3 – C: Preparación del Currículum Vitae (CV)

El Currículum Vitae es la expresión clara y concisa de informaciones sobre los datos personales, la formación y la experiencia profesional o académica de la persona que aspira a un empleo.

Nivel de aplicación	NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Lenguaje y Comunicación.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de un sentido de identidad personal.</li> <li>• Adquirir una actitud reflexiva y crítica.</li> <li>• Conocimiento de sí mismo, potencialidades y limitaciones.</li> <li>• Potenciar la autoestima, confianza en sí mismo y sentido positivo.</li> <li>• Seleccionar información relevante</li> <li>• Que el alumno sea capaz de preparar su currículum vitae, buscando como objetivo final lograr una entrevista de trabajo.</li> <li>• Que el alumno entienda cuáles son los objetivos del currículum vitae, cómo se debe preparar y cómo se debe presentar.</li> <li>• Que diferencie los distintos tipos de currículum y sepa desarrollar el que más se acerque al perfil que desea seguir.</li> </ul>
Habilidades que desarrolla la ficha	Creatividad, capacidad de comunicación, autoafirmación, técnicas de presentación.





Costo aproximado y financiamiento	Ninguno.
Metodología/ base conceptual	Aprender haciendo.
Tiempo Involucrado	Preparación del currículum vitae de una clase para otra. Actividad en clase 45 minutos.
Requisitos y Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El profesor deberá dar a conocer al los alumnos los distintos tipos de formatos que pueden haber para la creación del currículum vitae, pero se recomienda dejar al alumno que decida cual cree él que está mejor orientado a sus intereses y expectativas.</li> <li>• Dejarles claro a los estudiantes que aunque el CV se puede redactar de distintas formas, siempre debe ajustarse a criterios comunes como orden, limpieza, claridad, síntesis, etc.</li> <li>• Entregarles a los alumnos consejos útiles de cómo hacer atractivo un CV (sugerencias de estos consejos se entregan en material didáctico).</li> </ul>
Descripción del desarrollo de la Actividad	
Introducción	El Curriculum Vitae continúa siendo un instrumento esencial a la hora de buscar y encontrar un trabajo acorde a las propias expectativas y deseos. Un CV inteligentemente presentado, no sólo abre las puertas a una entrevista deseada, sino que consigue que dicha entrevista sea también esperada y deseada por el potencial empleador. No hay que olvidar que los CV se utilizan como instrumentos de selección para determinar qué personas interesa entrevistar y cuáles no.
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explicarle a los alumnos los objetivos del CV, las partes esenciales que debe contener y los distintos tipos de formato que podrían ayudarlos a desarrollar el propio.</li> <li>2. Pedirle a los alumnos que redacten su CV, orientándolo y pensando en el trabajo que a ellos les gustaría tener.</li> <li>3. Finalmente pedirles que preparen un informe paralelo, donde expresen los motivos que lo llevaron a darle ese enfoque y ¿Por qué? ¿Qué clase de trabajo es al que desearían postular?</li> <li>4. Finalmente se pueden formar parejas donde un alumno juegue el papel de entrevistador y el otro de postulante. Intercambiar luego los papeles y discutir sobre las emociones y pensamientos que sintieron.</li> </ol>

## Conclusión

Es esperable que los alumnos concluyan que el CV es de suma importancia a la hora de buscar un empleo, es la carta de presentación personal y se den cuenta que aunque el contenido es lo más importante, la presentación del mismo es también esencial.

Los alumnos deberán ser capaces de reconocer sus méritos personales y poder hacerlos sobresalir.

Los alumnos podrán experimentar la situación de una entrevista de trabajo y poder distinguir puntos débiles que deberán ser capaces de enfrentar y superar.

## Material didáctico y Referencias

Sugerencias útiles para la preparación del CV:

### Orden:

- Utilizar las tabulaciones, apartados, negritas, subrayados o cursivas de manera consistente y uniforme a lo largo de todo el CV.
- Presentar la experiencia académica y laboral (cargos previos, investigaciones, publicaciones, cursos de formación etc.), en orden cronológico inverso, comenzando por los cargos, publicaciones, responsabilidades o investigaciones más recientes.

### Claridad:

- Utilizar siempre una fuente de letra clara y simple. Son aconsejables los tipos de letra tales como Arial 12.
- Tener cuidado con la paginación, evitando el comenzar una página con líneas sueltas.

### Limpieza:

- La excesiva aglomeración de datos o la ausencia de espacios, dificulta la lectura cómoda de un CV. Pero evitar también los espacios y márgenes excesivos.
- Las fotocopias, caso de ser necesarias, deben ser siempre de alta calidad.

### Síntesis:

- Exponga todos los datos que considere positivos de su persona y experiencia.
- Utilice un estilo claro y conciso.

### 3.3 – D: Estudios de mercado (Identificar necesidades dentro de la sala)

Un estudio de mercado es necesario para que los alumnos se den cuenta y estén alerta de los constantes cambios, exigencias y necesidades de la sociedad

Nivel de aplicación	NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Educación Tecnológica, Formación General (Enseñanza Media).
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entender que es una función que vincula a la sociedad en general.</li> <li>• Identificar problemas y oportunidades.</li> <li>• Seleccionar información relevante.</li> <li>• Desarrollar capacidad para identificar, procesar y sintetizar información.</li> <li>• Encontrar la resolución de problemas.</li> <li>• Identificar el mundo en el que viven, sus interacciones, transformaciones y tendencias.</li> </ul>
Habilidades que desarrolla la ficha	Análisis de necesidades, diseño y desarrollo. Explorar ideas y establecer estrategias. Organización del trabajo individual y en equipo. Distinguir rasgos comunes y de funcionamiento de una sociedad.
Costo aproximado y financiamiento	Ninguno.
Metodología/ base conceptual	Experiencial, aprender haciendo.
Tiempo Involucrado	1 a 2 clases.

<p>Requisitos y Recomendaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El profesor debe dar a conocer los conceptos básicos y puntos que involucran un estudio de mercado (Conceptos básicos que se deben manejar se nombran en material didáctico para la actividad)</li> <li>• Definir cuáles son las preguntas claves para poder desarrollar un estudio exitoso (Ejemplo de encuestas se entregan en material didáctico).</li> <li>• Cada alumno debería encuestar por lo menos a 10 compañeros para tener una muestra representativa de su curso.</li> <li>• Dividir el curso en 3 grupos de alumnos donde discutan las conclusiones de la encuesta realizada y listen al menos 3 necesidades de productos o servicios que identificaron dentro de la sala.</li> <li>• Finalmente que los alumnos propongan una solución a las necesidades identificadas.</li> </ul>
<p>Descripción del desarrollo de la Actividad</p>	
<p>Introducción</p>	<p>Los mercados son los consumidores reales y potenciales de un producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.</p> <p>Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa de productos o servicios adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos.</p>
<p>Desarrollo</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explicarle a los alumnos los objetivos de un estudio de mercado y los puntos esenciales que debe contener.</li> <li>2. Desarrollar y entregar a cada alumno la encuesta que se hará dentro de la sala de clases.</li> <li>3. Formar grupos donde comparen, analicen y sintetizen la información recopilada.</li> <li>4. Pedirles a los alumnos que generen un informe con esta información, resaltando las necesidades identificadas y la solución que ellos darían.</li> </ol>
<p>Conclusión</p>	<p>Los alumnos al final de la actividad deberían concluir en conjunto que las tendencias de la sociedad son muy variantes, tener clara la importancia de poder reaccionar a los cambios que se presenten e incluso poder anticiparse a ellos, de manera de conseguir ser los protagonistas en caso de que estuvieran frente a una situación real.</p>

## Material didáctico y Referencias

### • Conceptos y definiciones:

#### 1. Estudio de mercado:

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el investigador de mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de marketing y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

#### 2. Clases de Mercado:

- **Mercado Total:** Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- **Mercado Potencial:** Conformado por todos los entes del mercado total, que además de desear un servicio o un bien, están en condiciones de adquirirlas.
- **Mercado Meta:** Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica como destinatarios de la gestión de marketing. Es el mercado que la empresa desea y decide captar.
- **Mercado Real:** Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta.

#### 3. Otros tipos de Mercado:

- **Mercado Mayorista:** Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Es donde generalmente acuden los intermediarios y distribuidores.
- **Mercado Minorista:** Donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

### Ejemplos de preguntas para la encuesta:

1. Sexo:                      N° Hombres (    )                      N° Mujeres (    )
2. Edad:                      (    )
3. Número de integrantes del grupo familiar (incluyendo al encuestado).
4. ¿Trabaja?                      Sí (    )                      No (    )
5. ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?  
Leer (    )                      Escuchar música (    )                      Hacer deportes (    )  
Pasear (    )                      Hablar por teléfono (    )                      Bailar (    )  
Escribir (    )                      Cocinar (    )                      Mirar televisión (    )

(En este punto se pueden desarrollar infinidad de preguntas)

5. ¿Qué productos te gustaría comprar en el colegio y que no puedes adquirirlo ahora?

Finalmente, basado en la información recopilada, enumerar los productos que cree que se podrían vender dentro del colegio y justificar las razones de por qué cree que ese producto o servicio tendría buena acogida.



### 3.3 – E: Plan de negocios

El Plan de Negocios es una herramienta para ayudar a los alumnos a encontrar y explorar oportunidades.

La actividad siguiente se diseña para darles a los estudiantes una oportunidad de aprender cómo planear un negocio y experimentar el proceso de la toma de decisión que le permitirá hacer realidad la experiencia en algún momento de su vida.

Nivel de aplicación	NM1, NM2, NM3, NM4.
Subsector de aprendizaje	Lenguaje y Comunicación, Educación Tecnológica, Matemáticas.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expresar la interioridad personal y explorar la propia creatividad.</li> <li>• Entender que el desarrollo de un negocio está relacionado con las expectativas y necesidades de los usuarios, con la planificación, la capacidad organizacional y el trabajo en equipo.</li> <li>• Distinguir los rasgos comunes de la estructura, organización y funcionamiento de las organizaciones.</li> <li>• Explorar sistemáticamente diversas estrategias para la resolución de problemas.</li> <li>• Percibir relaciones matemáticas con otros ámbitos del saber.</li> <li>• Aplicar y ajustar modelos matemáticos para la resolución de problemas y el análisis de situaciones concretas.</li> </ul>



Habilidades que desarrolla la ficha	Creatividad, análisis de necesidades, explorar ideas y establecer estrategias. Organización del trabajo individual y en equipo. Toma de decisiones, evaluación de opciones.
Costo aproximado y financiamiento	Ninguno.
Metodología/ base conceptual	Aprender haciendo.
Tiempo Involucrado	1 mes (una clase a la semana) o más.
Requisitos y Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El profesor debe dar a conocer los conceptos básicos y puntos que involucran un Plan de Negocios (Conceptos básicos que se deben manejar se nombran en material didáctico para la actividad)</li> <li>• Definir cuáles son las preguntas claves para poder partir con el desarrollo de un Plan de Negocios (Ejemplo de encuestas se entregan en material didáctico).</li> <li>• Se recomienda que los alumnos trabajen en parejas en el desarrollo del Plan de Negocios.</li> <li>• Tratar de que se desarrollen Planes de Negocios de distintas áreas, para evitar la redundancia de información.</li> <li>• Desarrollar negocios productivos y negocios de servicio (Ejemplos se mencionan en material didáctico).</li> </ul>
Descripción del desarrollo de la Actividad	
Introducción	<p>Un estudiante de cualquier nivel o curso puede utilizar el concepto de Plan de Negocios como método para empezar a explorar distintos tipos de ideas que podría tener para comenzar un negocio.</p> <p>Necesita simplemente responderse una serie de preguntas que lo conduzcan a pensar en los requisitos y posibilidades que existen y aprender a visualizar los pequeños detalles.</p>
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explicarle a los alumnos los puntos necesarios que se deben desarrollar en un Plan de Negocios.</li> <li>2. Verificar que no haya duplicidad en las ideas que se desarrollaran (Negocios productivos y de servicios)</li> <li>3. Pedirles a los alumnos que generen un informe, con los componentes básicos del plan de Negocios (Ver material didáctico).</li> </ol>
Conclusión	<p>Los alumnos deben concluir en conjunto que las visiones de los negocios son muy amplias, que las ideas y formas de desarrollarlas son completamente personales. Un alumno debe darse cuenta que un plan de negocio es personal y no es algo que sea posible de copiar. Nadie sabe mejor que uno sobre sus ideas y capacidades. Es el proceso de buscar las respuestas a las preguntas importantes sobre la propia empresa y que son importantes, pues es el intento de realizar el sueño de poseer tu propio negocio.</p>

## Material didáctico y Referencias

### Componentes básicos en un plan de negocios:

- Descripción completa del negocio
- Estrategia de comercialización
- Identificar la estructura organizacional
- Evaluaciones económicas.

En el anexo B se provee de links donde es posible bajar contenidos del plan de negocios y descripción de conceptos.

### Preguntas del Plan de Negocios:

- ¿Cómo puedes describir el negocio en solamente un párrafo por favor?
- ¿Cuál es tu producto o servicio?
- ¿Quién lo comprará?
- ¿Dónde debes localizar el negocio?
- ¿Cómo puedes atraer a clientes?
- ¿Cuál es tu competencia?
- ¿Cuánto debes cobrar por los productos o el servicio?
- ¿Qué consejo necesitas y quién puede proporcionarlo?
- ¿Cómo organizarás a los encargados y/o a trabajadores del negocio?
- ¿Cómo repartirás los beneficios y utilidades? ¿Quién es responsable de las pérdidas?
- ¿Qué debes considerar para poder producir el producto y conseguir que llegue hasta el cliente?
- ¿Cuánto dinero es necesario conseguir para iniciar el negocio?
- ¿Cuántos clientes tienes por mes y cuánto comprarán por mes?
- ¿Cuánto cuesta hacer el producto o proporcionar el servicio?
- ¿Cuáles son tus gastos de explotación? (Incluir tu propio sueldo)
- ¿Cuánto dinero tu negocio ganará cada mes vendiendo el producto o servicio?
- ¿Cuánto de inversión necesitarás para sostener el negocio hasta que obtengas los primeros beneficios?
- ¿Cuál es el beneficio potencial por año, año 1, 2 y 3?
- ¿Cuánto dinero necesitas pedir prestado para comenzar este negocio?
- ¿Cómo harás que el negocio crezca en el futuro?

### Ideas de negocios para estudiantes:

- Puestos de alimentos (refrescos, completos, sopaipillas).
- Babysitting.
- Servicios de entregas.
- Fabricación de joyería.
- Venta de ropa usada.
- Entre otros.

## 3.4 Programa de mini-empresas

### 3.4 – A: Programa de Mini-Empresas

Esta es una actividad en que los estudiantes gestionan una mini-empresa en el colegio con el objetivo de crear a pequeña escala una actividad económica real o en simular el funcionamiento de una empresa real, lo que permite difundir en los estudiantes una mentalidad emprendedora.

Nivel de aplicación	NM1 , NM2, NM3, NM4.												
Subsector de aprendizaje	Educación Tecnológica.												
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar posibles necesidades, explorar ideas y proponer diferentes soluciones, teniendo presente la calidad de vida de las personas, el cuidado del medio ambiente y aspectos éticos involucrados.</li> <li>• Establecer estrategias para el desarrollo y comunicación de la solución formulada.</li> <li>• Organizar el trabajo individual y en equipo, considerando las competencias de las personas, trabajando en forma colaborativa y asumiendo responsablemente derechos y deberes.</li> <li>• Comprender y valorar la perseverancia, el rigor y el cumplimiento.</li> <li>• Lograr que los estudiantes adquieran competencias emprendedoras básicas y también que desarrollen las cualidades personales y competencias transversales.</li> <li>• Conseguir que los estudiantes demuestren su creatividad, desarrollen entusiasmo y adquieran voluntad para asumir responsabilidades y tomar la iniciativa.</li> <li>• Creación de vínculos con el mundo empresarial y la comunidad local en general.</li> </ul>												
Habilidades que desarrolla la ficha	Creatividad, trabajo en equipo, liderazgo, asumir responsabilidades, tomar decisiones individuales y en equipo, gestionar proyectos												
Costo aproximado y financiamiento	<table border="0"> <tr> <td>Publicidad:</td> <td>Auspicio.</td> </tr> <tr> <td>Impresión materiales:</td> <td>\$1.000 por alumno.</td> </tr> <tr> <td>Capital inicial:</td> <td>\$0 – 50.000 para insumos.</td> </tr> <tr> <td>Premios/Incentivos:</td> <td>Auspicio (galardón, viaje pagado, etc.).</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>\$ 100.000 o más.</td> </tr> <tr> <td>Financiamiento:</td> <td>Auspicios, fundaciones, Empresas, apoderados.</td> </tr> </table> <p>Una forma muy interesante de financiamiento usada en otros países consiste en la venta de “acciones”, para después devolver el dinero con una repartición de utilidades.</p>	Publicidad:	Auspicio.	Impresión materiales:	\$1.000 por alumno.	Capital inicial:	\$0 – 50.000 para insumos.	Premios/Incentivos:	Auspicio (galardón, viaje pagado, etc.).	Total	\$ 100.000 o más.	Financiamiento:	Auspicios, fundaciones, Empresas, apoderados.
Publicidad:	Auspicio.												
Impresión materiales:	\$1.000 por alumno.												
Capital inicial:	\$0 – 50.000 para insumos.												
Premios/Incentivos:	Auspicio (galardón, viaje pagado, etc.).												
Total	\$ 100.000 o más.												
Financiamiento:	Auspicios, fundaciones, Empresas, apoderados.												

Metodología/ base conceptual	Experiencia práctica, aprender haciendo.
Tiempo Involucrado	El desarrollo de una mini-empresa de estudiantes requiere un tiempo aproximado de 9 a 10 meses, es decir, un curso o año escolar completo, tiempo que se considera suficiente para que el estudiante explore el complejo mundo de la gestión empresarial y complete el ciclo desde la aparición de la idea empresarial; a la puesta en marcha, la producción, la venta y la obtención de beneficios.
Requisitos y Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un cuerpo docente entusiasmado y dispuesto a apoyar a los alumnos, asumir el rol de asesores o tutores, que entreguen apoyo a los alumnos a lo largo de toda la duración del programa, pero otorgándoles la libertad para desarrollar sus propias ideas y entregarle la completa responsabilidad del funcionamiento de la mini-empresa. Idealmente contar también con asesores del mundo empresarial. Es decir cada mini-empresa (formada por alrededor de 10 alumnos) debería contar por lo menos con un tutor (profesor) y con un asesor del mundo empresarial.</li> <li>• Se recomienda que cada estudiante cumpla un rol a la vez dentro de la mini-empresa, pero con la posibilidad de ir rotando en el tiempo para poder llegar a conocer cada una de las áreas involucradas (ventas, contabilidad, marketing, etc.).</li> <li>• Es importante el seguimiento del profesor en cada uno de los proyectos, pero dejando siempre a los alumnos las tomas de decisiones. Se recomienda también las visitas de los alumnos a empresas reales, para conocer el funcionamiento y tener conocimiento de las dimensiones de las mismas.</li> <li>• Garantizar la sostenibilidad a largo plazo de los programas, para aumentar el estímulo de la participación del mundo empresarial.</li> <li>• Realizar un seguimiento sobre los efectos que tiene la participación en este programa en el desarrollo vital de los estudiantes. Analizando acá las competencias adquiridas, la elección de carrera, y el número de empresas formadas por estudiantes.</li> </ul>



### Descripción del desarrollo de la Actividad

Introducción	Una empresa de estudiantes se define como una herramienta pedagógica basada en la experiencia práctica mediante la gestión de un proyecto empresarial completo y en interacción con el entorno exterior.
Desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dividir al curso en 3 ó 4 grupos y decidan el producto o servicio a desarrollar (podría estar relacionado con la actividad 3.3 – D del estudio de mercado).</li> <li>2. Elegir el directivo de la mini-empresa, definiendo cuál será el rol de cada alumno.</li> <li>3. Obtener el capital inicial.</li> <li>4. Definir el plan de negocios y la estrategia comercial.</li> <li>5. Producción</li> <li>6. Venta o comercialización</li> <li>7. Contabilidad</li> <li>8. Finalmente al terminar el año se liquidará la empresa y los estudiantes presentarán un informe.</li> </ol> <p>La mini-empresa puede ser productiva o de servicios, por ejemplo, se podrían desarrollar empresas de alimentos (empanadas, dulces, sopaipillas), empresas productoras de eventos (organización de fiestas, cumpleaños), servicio de babysitting, empresas de fabricación o reparación de ropa, entre otras.</p>
Conclusión	Es importante que finalizado el programa, los estudiantes en conjunto concluyan que la enseñanza del espíritu emprendedor debería verse en su sentido más amplio, entender que la adquisición de cualidades para ser una persona emprendedora va más allá de la creación de una empresa y adquieran la capacidad de iniciativa, perseverancia en momentos difíciles, proponer soluciones y ser flexibles.

### Material didáctico y Referencias

- Empresa Solidaria (Junior Achievement Spain) [www.jaes.es](http://www.jaes.es) - España
- Impresa in azione (Junior Achievement Italia) [www.junioritalia.org](http://www.junioritalia.org) - Italia
- Empresa Joven Europea "EJE" (Valnalón Ciudad Tecnológica) [www.valnalon.com](http://www.valnalon.com) – España
- Programa de miniempresas (Get Up and Go) <http://ty.slss.ie> - Irlanda
- JUNIOR (Junge Unternehmer initiieren - organisieren – realisieren) [www.juniorprojekt.de](http://www.juniorprojekt.de) - Alemania

## 3.5 Programas Integrales de Emprendimiento

### 3.5 – A: Valnalón

VALNALÓN es una sociedad de gestión que nace en 1987 dependiente del Instituto de Fomento Regional (hoy IDEPA) organismo de la Consejería de Industria del Gobierno del Principado de Asturias. Desde entonces ha ido evolucionando al ritmo de los cambios y actualmente su objetivo principal es provocar un cambio cultural, favorecer a la aparición de personas con perfil emprendedor como caso previo, incluso, a la creación de empresas.

Nivel de aplicación	Aplicable a cualquier nivel del sistema educativo.
Subsector de aprendizaje	Aplicable a cualquier subsector del aprendizaje escolar.
Objetivos	El principal objetivo es motivar, formar, orientar y apoyar a los futuros emprendedores. Para esto se desarrolló el proyecto “Cadena de formación de Emprendedores”, que tiene su primer eslabón en la educación primaria y el último en la consolidación de la empresa.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar a los alumnos al conocimiento de sí mismo. Orientarlos y escucharlos.</li> <li>• Desarrollar capacidades emprendedoras que permitan una mejor interacción social.</li> <li>• Externalizar las actividades de forma de familiarizarse con la observación y exploración.</li> <li>• Fomentar y apoyar la generación de ideas de los niños.</li> <li>• Potenciar el trabajo en equipo entre los alumnos.</li> <li>• Recoger, seleccionar, organizar y analizar críticamente la información obtenida en varias fuentes, especialmente las relacionadas con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li> </ul>
Habilidades que desarrolla	Estos programas integrados de emprendimiento ayudan al desarrollo de las capacidades emprendedoras, a la vez que generan un aprendizaje transversal y significativo.
Costo Aproximado y financiamiento	Bajísimos costos, no implica mayores esfuerzos, se necesita principalmente “buena voluntad, buenas ideas y motivación”.
Metodología/ conceptual base	Actividades prácticas. Talleres y seminarios. Jornadas.
Tiempo involucrado	Programa completo del año escolar.



### Descripción:

Valnalon cuenta con muchos programas de desarrollo y está orientado a distintas áreas y etapas en la “cadena de formación de emprendedores”. Con el fin de que las capacidades emprendedoras empiecen a potenciarse cuanto antes, el proyecto de Valnalon parte en la educación primaria y termina en la consolidación de la empresa (entre tres a cinco años después de su creación). Como nuestro principal foco es ahora el introducir la cultura emprendedora en Chile a través de la Educación, se mencionan los programas que se desarrollan en Valnalon en esta área.

Uno de los programas es Valnaloneduca. Está destinado al alumnado, profesorado, padres y madres que vertebran la comunidad educativa. Valnaloneduca dirige sus acciones a la educación primaria, secundaria, bachillerato, ciclos formativos y universidad.

#### Programas para los alumnos:

- Una empresa en mi escuela: Esta iniciativa integra educación y empresa al servicio, entre otros fines, de difundir cultura emprendedora entre los niños, utilizando la creación, en cada clase, de una cooperativa escolar de fabricación de productos (dirigido a niños de 8 a 11 años).
- Jóvenes emprendedores sociales: Como programa educativo plantea que el alumnado constituya una asociación que se acerque a lo largo del curso escolar a una realidad de tipo social existente (dirigido a jóvenes de 13 a 15 años).
- Empresa Joven Europea: Durante el curso los alumnos gestionan una cooperativa de comercio internacional en la que intercambian productos con cooperativas de alumnos de otros países a través de videoconferencias; luego, venden en el mercado local los productos importados. Las cooperativas reparten los beneficios obtenidos igual que cualquier empresa (dirigido a jóvenes de 12 a 16 años).
- Taller de empresarios: Se realizan charlas, cursos de formación y se convocan concursos de ideas empresariales (dirigido a personas sobre 17 años).

#### Programa para profesores:

- Tiene diversos cursos dirigidos a los docentes y la metodología es eminentemente participativa, partiendo del nivel de conocimiento que sobre cultura emprendedora tienen los asistentes y a partir de ahí, profundizar en el conocimiento exhaustivo de los proyectos educativos propuestos por Valnalón. Todas las sesiones tienen una exposición teórica y una puesta en práctica de los contenidos mediante la ejecución de ejercicios prácticos.
- Grupos de trabajo: El objetivo es la elaboración de materiales didácticos que transmitan contenidos de cultura emprendedora. El método de trabajo está basado en reuniones periódicas, donde se revisa y valora la puesta en práctica, generalmente en el aula, de los materiales elaborados. Tras la reflexión sobre la práctica, se reelaboran los materiales, garantizando su viabilidad.

#### Programas para padres:

- Emprendiendo con tus hijos: Es un espacio propicio para el intercambio de experiencias, en el que se modifican las actitudes y comportamientos erróneos sobre autoempleo, se presentan a padres y madres razones lógicas a su preocupación sobre el futuro laboral de sus hijos y se ofrecen herramientas para afrontarlos.

## Material didáctico y Referencias

### “UNA EMPRESA EN MI ESCUELA”

- Libro: Un cuaderno de trabajo que permite a los alumnos trabajar de manera práctica y progresiva lo aprendido en el aula.
- Guía didáctica: Una guía didáctica con propuestas metodológicas, recursos, actividades complementarias y sugerencias que permiten profundizar en determinados contenidos.

### “EMPRESA JOVEN EUROPEA”

- Material para el profesorado: Una guía didáctica con propuestas metodológicas, recursos, actividades complementarias y sugerencias que permiten profundizar en determinados contenidos.
- Material para los alumnos: Un cuaderno de trabajo que permite a los alumnos trabajar de manera práctica y progresiva lo aprendido en el aula.

### “TALLER DE COMERCIO INTERNACIONAL”

- Autor: Iván Diego Rodríguez,  
Año de publicación: 2002.

Para mayor información: [www.valnalon.com](http://www.valnalon.com)



### 3.5 – B: Junior Achievement

Junior Achievement es una fundación educativa internacional, cuya misión es generar en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas, en un marco de responsabilidad y libertad.

La visión de Junior Achievement es una sociedad integrada por individuos libres y responsables que comprendan la importancia de ser emprendedores para el logro de las metas que, en su particular búsqueda de la felicidad, se hayan propuesto; entendiendo que el respeto por los derechos del otro debe regir las relaciones entre las personas en una sociedad libre.

Junior Achievement logra su misión por medio de programas educativos dirigidos a alumnos de 5 a 21 años, que son dictados por profesionales voluntarios en instituciones públicas y privadas en forma gratuita.

Nivel de aplicación	Aplicable a cualquier nivel del sistema educativo.
Subsector de aprendizaje	Aplicable a cualquier subsector del aprendizaje escolar.
Objetivos	Ayudar a los jóvenes en la comprensión de la economía de libre mercado y favorecer la relación positiva entre la comunidad y el sector empresarial.
Habilidades que desarrolla	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilizarse por el propio destino.</li> <li>• Proponerse objetivos claros y realistas.</li> <li>• Actuar para la consecución de los mismos.</li> <li>• Desarrollar la perseverancia, la creatividad y la confianza en uno mismo.</li> <li>• Educarse en forma constante durante toda la vida.</li> </ul>
Costo Aproximado y financiamiento	Programas dictados por profesionales en forma voluntaria. Apoyo de empresas.
Metodología/ base conceptual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades prácticas.</li> <li>• Talleres y seminarios.</li> <li>• Jornadas</li> </ul>
Tiempo involucrado	Programa completo del año escolar.



Requisitos y recomendaciones

Para desarrollar un proyecto como los programas ofrecidos por fundaciones como Junior Achievement es muy importante contar con un equipo motivado y entusiasta. Además de los docentes es necesario crear lazos con el mundo empresarial, ya que uno de los objetivos es motivar y educar a los estudiantes, enseñándoles los conceptos básicos para la administración de una empresa y para esto se debe contar con el apoyo de un asesor que cumpla con el siguiente perfil:

1. Debe ser un profesional con destrezas de comunicación y oratoria, utilizando un nivel acorde con la capacidad de entendimiento de los alumnos.
2. Debe transmitir a su audiencia entusiasmo y cariño por el material del curso que dicta.
3. Debe saber utilizar sus propias experiencias para proveer con demostraciones prácticas a los módulos presentados.
4. Debe sentirse a gusto entre gente joven
5. Ser una persona alegre, con sensibilidad social y dispuesta a ceder su tiempo libre.

### Descripción:

Junior Achievement cree firmemente que a largo plazo, contribuir a mejorar la educación de los jóvenes permitirá en el futuro contar con mejores trabajadores, más y mejores consumidores y por último ciudadanos que perciban al sector empresarial y sus actividades como un elemento fundamental para el logro de sus metas personales y su desarrollo.

Para lograr esto cuenta con diversos programas entre los cuales se pueden mencionar:

- **Programas para la Educación Primaria:** Es un Plan de estudios de economía y negocios para alumnos en la educación primaria. Los participantes aprenden acerca de los roles que desempeñan como individuos, trabajadores y consumidores. A través de entretenidas discusiones y actividades, los alumnos descubren cómo los conceptos económicos básicos se aplican a sus vidas, tanto hoy como en el futuro.
- **Programas para la Educación Secundaria:** El Programa para Educación Secundaria es un plan de estudios de economía y negocios que se imparte en el colegio para alumnos de primero a tercer año de educación secundaria. Está organizado en torno a tres cursos importantes: Economía Personal, Empresa en Acción y El Mercado Internacional.
- **Programa La Compañía:** En este programa los alumnos de secundaria en un periodo de 15 semanas, en grupos de 15 a 25 alumnos, fuera de las horas de clase y en un local escogido por ellos mismos, orientados por un asesor, ponen en marcha una compañía desde su creación hasta su liquidación. Para este fin, la “registran” en Junior Achievement, la capitalizan mediante la venta de acciones, eligen su directorio, analizan una oportunidad de negocio, definen un producto, elaboran un plan de negocios, establecen el proceso productivo y sistemas de control; lo fabrican y comercializan. Finalmente, preparan estados financieros, son auditados y liquidan la empresa.
- **Programa Gestión de Negocios:** El programa transmite a los alumnos de secundaria la misión y función de cada área al interior de la empresa. Muestra los fundamentos de la gestión empresarial moderna de una manera práctica y las decisiones que se deben adoptar para hacerla eficiente. Promueve el espíritu emprendedor y la ética en los negocios. Logra de una manera ágil y sencilla que los participantes se compenetren con temas como la empresa y su entorno, la gestión administrativa, el marketing, la gestión financiera, la contabilidad y la producción.

## Material didáctico y Referencias

Los profesores pueden desarrollar actividades con orientación emprendedora en cualquier nivel de la enseñanza. A continuación se mencionan distintos programas, objetivos y ejemplos desarrollados por Junior Achievement para cada nivel:

### Enseñanza Básica:

#### Nosotros mismos:

- Serán introducidos en los conceptos económicos de trabajador y consumidor.
- Descubrirán la importancia de tomar decisiones responsablemente.
- Descubrirán la importancia del trabajo como factor de realización personal y de satisfacción de necesidades y deseos.
- Desarrollarán los conceptos de trabajo e interdependencia.
- Aprenderán la importancia de una buena ubicación y publicidad para el éxito de un negocio.
- Descubrirán que la gente que trabaja junta debe establecer objetivos claros.
- Comprenderán que el trabajo en equipo permite aunar esfuerzos para lograr objetivos comunes.
- Descubrirán que el trabajo tiene sus recompensas.
- Comprenderán el valor del esfuerzo.
- Reforzarán la importancia de la planificación y el ahorro.

#### Nuestras familias:

- Completar los cursos del nivel básico de estudios sociales con conceptos relacionados a los negocios y a la economía.
- Ayudar a los alumnos a comprender mejor cómo está constituida una familia.
- Ayudar a comprender a los alumnos la diferencia entre una necesidad y un deseo.

#### Nuestra comunidad:

- Complementar el currículo de ciencias sociales elementales con habilidades y conceptos relacionados con los negocios y la economía.
- Ayudar a los alumnos a descubrir diversas ocupaciones y negocios típicos de una comunidad.
- Desarrollar en los alumnos la comprensión sobre el modo en que funciona el gobierno para garantizar el bienestar de los ciudadanos.
- Generar en los alumnos conciencia acerca de la responsabilidad que deben asumir los ciudadanos para el bienestar de su comunidad.

#### Nuestra ciudad:

- Ayudar a los alumnos a identificar qué tipos de actividades, empresas o negocios pueden encontrarse en una ciudad típica.
- Elevar el nivel de conocimiento de los alumnos sobre los tipos de trabajadores que requieren las empresas.
- Desarrollar en los alumnos la comprensión de cómo los trabajadores aplican sus habilidades en sus empleos.
- Crear conciencia en los alumnos de las contribuciones que hacen las empresas a una ciudad.

#### Nuestra Nación:

- Crear conciencia a los alumnos acerca de la importancia de la educación para el desarrollo posterior de la empleabilidad y de un proyecto de vida.
- Ayudar a los alumnos a descubrir cómo se organizan las empresas identificando las distintas áreas de la misma, como: recursos humanos, producción, marketing, publicidad y ventas.
- Inducir a los alumnos a descubrir la variedad de opciones laborales en las empresas.
- Realizar un plan de ventas para colocar los productos en el mercado.
- Ayudar a los estudiantes a desarrollar conocimientos acerca de la interdependencia entre empresas en un país.
- Reconocer la importancia del pago de impuestos, para contribuir al desarrollo del país.

#### Nuestro Mundo:

- Identifiquen las formas de comercio entre los hombres a través de la historia.
- Definan importación y exportación.
- Reconozcan la importancia del comercio internacional y cómo éste afecta sus vidas.
- Identifiquen las razones por las que los países necesitan comerciar entre ellos.
- Definan economía y economía mundial.
- Aprendan los conceptos de mercado común y de acuerdos de integración.
- Identifiquen aspectos positivos y negativos del intercambio comercial entre países.
- Discutan cómo afecta la economía mundial.
- Analicen acuerdos internacionales y ejemplifiquen las dificultades del comercio exterior.

#### Enseñanza Media:

##### Jóvenes Emprendedores:

Programa implementado en escuelas públicas y particulares a nivel nacional. Los estudiantes crean una empresa real en cada una de ellas, donde funcionan como accionistas y empleados (gerentes, vendedores y trabajadores) fabricando y vendiendo un producto de su propia elección. Durante esta experiencia viven personalmente los atractivos de la libre empresa en un ambiente con dificultades que representan al mundo real. La función de los asesores es enseñar y guiar a los estudiantes en el área de su experiencia deben asistir por lo menos una vez por semana al colegio asignado, durante la duración del programa.

##### Bancos en Acción:

Programa implementado en escuelas secundarias. Pretende introducir a los estudiantes en los principios de la banca y el crédito, bases del crecimiento económico. Cada año, durante doce semanas, "Jóvenes Banqueros", provenientes de distintas escuelas, experimentan el desafío de tomar las decisiones más importantes que inciden directamente en el desempeño económico de una entidad bancaria

##### Temas:

- Tasas de interés para Cuentas de Ahorro
- Tasas de interés para depósitos a Plazo Fijo
- Tasas de interés para Sobregiros
- Tasas de interés para Préstamos
- Inversiones en Investigación y Desarrollo

Mayor información en: [www.ja.org](http://www.ja.org)

### 3.5 – C: Pedagogía Emprendedora – Fernando Dolabela

La educación del emprendimiento es fundamental para cualquier país que desee desarrollarse. Hoy en día la capacidad emprendedora es una condición necesaria para el desarrollo humano, social y económico. La capacidad emprendedora además de ser la mejor herramienta contra el desempleo, hoy es exigida en cualquier relación de trabajo.

La pedagogía emprendedora tiene como propósito liberar al emprendedor que todo joven lleva por dentro. Concibe al emprendedor como alguien que busca transformar sus sueños en realidad.

Nivel de aplicación	Enseñanza media.
Subsector de aprendizaje	La implementación de la educación emprendedora es flexible y aplicable en cualquier subsector del aprendizaje.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir nuevos valores culturales, a través de estrategias propias de la educación.</li> <li>• Desarrollar capacidades emprendedoras aplicables a cualquier actividad que los alumnos elijan y no solamente a la creación de empresas.</li> <li>• Generar cambios culturales y desarrollar competencias de la sociedad en todos sus niveles y clases para el desarrollo no sólo económico, sino también humano y social.</li> </ul>
Habilidades que desarrolla	Planificar, fijar metas, crear redes de apoyo, iniciativa, búsqueda de oportunidades, eficiencia, autoconfianza, ser persistente y responsable, trabajo en equipo y asumir riesgos.
Costo Aproximado y financiamiento	Bajísimos costos, no implica mayores esfuerzos. Se necesita principalmente “buena voluntad, buenas ideas y motivación”.
Metodología/ base conceptual	La forma de acción del programa “Pedagogía Emprendedora” es implementado en escuelas públicas o particulares, en enseñanza básica y media, a través de una disciplina y actividades transversales.
Tiempo involucrado	Programa completo del año escolar.
Requisitos y recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No aplicar la metodología para la educación emprendedora como una receta. La metodología debe ser desarrollada por el mismo profesor, respetando la cultura de la comunidad, de los alumnos, de la institución y del propio profesor.</li> <li>• Identificar a profesores de la misma escuela que conozcan la cultura emprendedora.</li> <li>• Dinamizar los conocimientos ya dominados por los profesores.</li> <li>• Integrar profesores de distintas áreas en la aplicación de la pedagogía emprendedora.</li> <li>• Participación activa de la comunidad dentro de la educación.</li> </ul>





### Descripción:

No se trata de una estrategia pedagógica destinada exclusivamente a preparar a los alumnos para formar una empresa, esta metodología concibe el emprendimiento como una forma de “ser” más que una forma de “hacer”, está destinada a desenvolver a los alumnos para ser emprendedores en cualquier actividad que escojan (empleados de gobierno, de una empresa, independientes, artistas, etc.) y también evidentemente para ser propietarios de una empresa. Está dentro de las opciones del alumno el decidir qué tipo de emprendedor desea ser.

Con un énfasis en la parte humanista, la metodología emprendedora tiene como tema central el enriquecimiento personal, además de la preparación del alumno para participar activamente en la construcción y el desarrollo social, a través de la cooperación con vistas a mejorar la vida de la comunidad.

La pedagogía emprendedora de Fernando Dolabela fue aplicada en diferentes escuelas, ciudades de Brasil y diferentes contextos. Fue testeada en varias escuelas de ciudades como: Japonvar (región de Monteclaros) y Belo Horizonte, aplicada en Santa Rita do Sapucaí, Guarapuava, Tres Passos, Sao José dos Campos. En el 2003 y 2004 fue implementada en 116 ciudades de Paraná integrando un gran proyecto de desarrollo local.

Hasta el día de hoy la “Pedagogía Emprendedora” fue implementada en 125 ciudades (todas en escuelas públicas municipales), llegando a casi 10.000 profesores y 400.000 alumnos con repercusión en una población de cerca de 2.5 millones de habitantes. Es una experiencia mundialmente inédita.

### Material didáctico y Referencias

- Libro “Pedagogía Emprendedora” (para profesores):  
La literatura mundial da énfasis al emprendimiento dirigido a la creación de empresas. El libro del autor Fernando Dolabela describe un nuevo concepto de emprendimiento, orientado a la construcción y el desarrollo sustentable de cualquier actividad humana.
- Libro “A ponte mágica - El puente mágico” (para alumnos y profesores):  
Es un romance didáctico, dirigido a un público juvenil y ofreciendo al educador una lectura privilegiada en el que se podrá inspirar para concebir viajes pedagógicos innovadores.
- Libro “O segredo de Luisa – El secreto de Luisa” (para alumnos y profesores):  
Orientado para alumnos de enseñanza media que deseen desarrollar una empresa. Escrito en lenguaje simple, presenta contenidos técnicos de forma destacada (marketing, gestión, finanzas, emprendimiento, etc.)
- “Mapa dos sonhos – Mapa de los sueños” (para alumnos):  
Libro de trabajo para alumnos de todas las áreas, permite a los alumnos ir formulando sus sueños y sus propósitos emprendedores y describir caminos para su realización.
- “Cadernos – Cuadernos” (para profesores):  
Es una obra compuesta por 14 vol. (uno para cada curso escolar), desarrollado por 20 profesionales de la educación, con un sofisticado perfil académico y gran experiencia escolar.

## 4. RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer una evaluación inicial y al finalizar el curso con el fin de medir progresos. En el Anexo D se muestra el test de capacidad emprendedora sugerido.
- Cuando se analizan los resultados de la percepción de los alumnos, las experiencias, los proyectos y las actividades experienciales; tienen un mayor impacto en el cambio de actitudes que aquellas clases puramente teóricas. Por lo tanto, se recomienda privilegiar el desarrollo de experiencias que permitan más bien practicar el emprendimiento que teorizar acerca de éste.
- Si los docentes incorporan activamente la actitud emprendedora dentro de sus módulos de clases, llegará un momento en que el cuerpo directivo deberá introducir el tema del emprendimiento dentro de su estrategia académica, por lo tanto, el lograr esto es sólo una suma de deberes.
- La reforma curricular chilena posibilita, a partir de un marco curricular establecido, la incorporación de innovaciones en los programas escolares. El sector de Educación Tecnológica y el módulo de Gestión de Pequeña Empresa ofrecen una plataforma propicia para el desarrollo del emprendimiento y la incorporación de la innovación.



## 5. REFERENCIAS

1. Consortium for Entrepreneurship Education, [www.entre-ed.org](http://www.entre-ed.org). Materiales didácticos para profesores, en inglés.
2. The Ewing Marion Kauffman Foundation, [www.kauffman.org](http://www.kauffman.org)
3. European Commission, Education & Training for Entrepreneurship: [ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/training\\_education](http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education)
4. Fundacion Mercator: [www.fundacionmercator.cl](http://www.fundacionmercator.cl)
5. Junior Achievement: [www.ja.cl](http://www.ja.cl)
6. Valnalón: [www.valnalon.com](http://www.valnalon.com)
7. Fernando Dolabela: [www.dolabela.com.br](http://www.dolabela.com.br)
8. Atina Chile; [www.atinachile.cl](http://www.atinachile.cl)
9. Emprendedor XXI: [www.emprendedorxxi.cl](http://www.emprendedorxxi.cl)
10. [www.emprenden.cl](http://www.emprenden.cl)

## 6. ANEXOS

# ANEXO A: Documentos de Apoyo al Desarrollo de Seminarios

Figura A.1: Ejemplo de Invitaciones a Seminario y Actividades de Emprendimiento.



Mis fieles compañeros de ruta,

Habiendo empezado nuestra gran aventura el pasado martes 3 de agosto, me es grato convocaros a vosotros, origen de nuestra bravia tripulación, para que sumando valor e imaginación, nos encontremos el próximo martes 7 de septiembre, con nuevos e intrepidos camaradas que quisieran acompañarnos en una nuestra travesía.

Volveremos a fijar nuestros cuarteles en la taberna "Bar-Bazul" en el pueblo que nos alberga Vitacura de 7 a 9 de la noche. Ahí compartiremos nuevamente elevando nuestras copas, por el éxito del desafío que emprenderemos, poniendo nuevas ideas e impulso al servicio de nuestra noble empresa ☒

*Cristóbal Colón Ventumartes*

**\* RECLUTAMIENTO II VENTUMARTES \***

A todos los emprendedores, hombres y mujeres de Santiago antiguo, medievales y no tanto, aguerridos, salvajes y valientes, aquellos con ganas de conocer y explorar nuevas rutas, que quieran armar una vida, con espíritu de crear, deseosos de descubrir lo que existe más allá de la línea del horizonte y a todos los navegantes que quisieren unírse nos con sus naves y mapas.

Tenemos una nueva ruta que explorar y la nave zarpa el día martes 7 de septiembre. Será una odisea, un viaje singular que nos deparará fama y fortuna. Con la bendición de su Majestad, nos encontramos en el crepúsculo entre las 7 y las 9 horas en el Bar-Bazul (Vitacura 9257) ☒

**Cristóbal Colón**

Cupos limitados. Por favor inscribirse en [emprendeuc@generauc.com](mailto:emprendeuc@generauc.com)  
 Los emprendedores, por favor enviar un párrafo con su idea de negocios.  
 src: 3545458



Tabla A.1: Ítemes de Gastos de un Seminario Tipo

Item de Gastos	Costo Aproximado
Equipo Coordinador del Seminario (*)	
Expositores del Seminario (*)	
Uso de espacio físico en algún colegio o externo para el Seminario (*)	
Realización de Blog o página web del Seminario (*)	
Afiches, folletos y promoción impresa para el Seminario	\$ 300.000
Equipo de amplificación para el Seminario	\$ 150.000
Coffee Break para el Seminario	\$ 100.000
Carpeta y Lápiz para apuntes (Seminario)	\$ 120.000
Credenciales para los participantes	\$ 60.000
Diplomas de reconocimiento	\$ 20.000

(\*) Estos ítems se consideran como aportes de colegios o de empresas auspiciadores.

## ANEXO B: Links en Internet sobre Planes de Negocios

[www.sba.gov/espanol/Primeros\\_Pasos/elementos\\_basicos\\_de\\_un\\_plan\\_de\\_negocios.html](http://www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/elementos_basicos_de_un_plan_de_negocios.html)

<http://www.myownbusiness.org/espanol/s2/index.html>

<http://www.monografias.com/trabajos15/plan-negocio/plan-negocio.shtml>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_de\\_negocio](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio)

<http://www.sena.edu.co/Portal/Emprendimiento/Plan+de+Negocios/>

<http://www.microsoft.com/mexico/pymes/issues/starting/businessplan.msp>



## ANEXO C: Experiencias de emprendimiento en Chile.

**A** continuación, se presenta un resumen de los programas de emprendimiento dirigidos a jóvenes de enseñanza media en Chile:

### Fundación Educación y Empresa: “Junior Achievement”

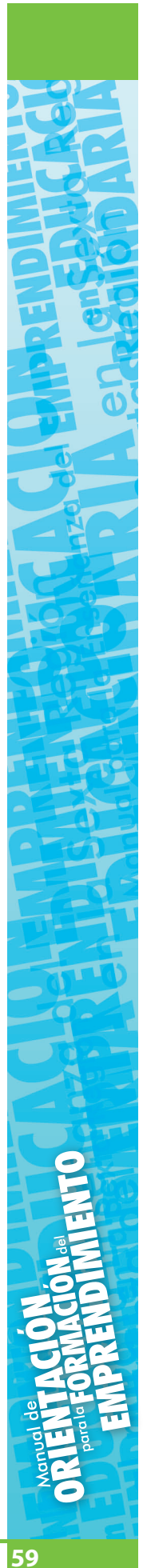
Fundación educacional sin fines de lucro, cuyo propósito es desarrollar en niños y jóvenes la ilimitada aventura de emprender, a través de los programas de educación económica Junior Achievement.

Los objetivos son:

- Desarrollar en niños y jóvenes el espíritu emprendedor y el respeto por la iniciativa privada.
- Desarrollar en los alumnos la capacidad de emprender, asumir riesgos y tomar decisiones.
- Involucrar a la empresa privada y a sus ejecutivos en el gran desafío de la educación.

#### Programas para Enseñanza Media

- **Economía Personal:** Este programa, acerca a los alumnos al mundo laboral y los introduce en la administración financiera, personal y familiar. A través de herramientas prácticas asumen responsabilidades sobre su futuro, enfrentando correctamente las decisiones relacionadas con el consumo, el ahorro y el uso prudente del crédito. La idea es que aprendan a ser consumidores inteligentes.
- **Viajes y Turismo:** Durante dos meses y medio, a los alumnos se les entregan contenidos globales de la empresa del turismo y de su mercado local como también las ocupaciones que el turismo genera y su contribución al desarrollo del país.



Los alumnos crean un servicio de turismo y lo prestan en su comunidad. Aprenden sobre las necesidades del mercado (comercialización, finanzas, proceso de producción, control de calidad, servicio al consumidor, ventas, promoción y recursos humanos); establecen las políticas de la empresa y reconocen formas de lograr financiamiento para su propia empresa.

- Empresa en acción: Los jóvenes aprenden a organizar un negocio, comprenden el rol de la propiedad privada, la competencia, el sistema de precios, el punto de equilibrio, la ley de oferta y demanda, la importancia de la innovación, la productividad, la estrategia y la calidad de los productos.

- Habilidades para el éxito: Los estudiantes adquieren competencias y habilidades necesarias para el trabajo. Aprenden a desarrollar habilidades de trabajo en equipo, analizar y resolver problemas laborales. Descubren sus destrezas y formas de interactuar con otros, a plantearse metas y a comunicarse verbalmente con otros.

Contacto:

Andrés de Fuenzalida #66 – Oficina 103, Providencia, Santiago

Teléfono: 232 9588 – 232 9594

Fax: 232 9574

[www.jachile.org](http://www.jachile.org)

E-mail: [correo@jachile.org](mailto:correo@jachile.org)

### Universidad de Chile: “Pro Asocia”

El Programa Interdisciplinario de Estudios Asociativos PRO - ASOCIA, es un Programa Académico Interdisciplinario de la Universidad de Chile, especializado en estudios asociativos y cooperativos. Funciona desde el año 1997 (originalmente como PROCOOP) en la Facultad de Ciencias Sociales, y en él participan Académicos y Estudiantes de pre y post grado de distintas Facultades de nuestra Universidad.

Como parte de este programa, Pro Asocia ha realizado estudios relacionados con emprendimiento y la enseñanza del emprendimiento en Chile.

Contacto:

<http://csociales.uchile.cl/programas/proasocia/proasocia/index.html>

## FUNDES: Estudios situación del emprendimiento

FUNDES es una organización presente en 10 países de Latinoamérica, incluyendo Chile. FUNDES desarrolla programas y acciones de diversa naturaleza en apoyo de las PyME. Hoy día, ofrece una amplia variedad de programas y servicios, de formación, consultoría y mejoramiento de las condiciones del entorno en América Latina. Sus iniciativas reflejan una mirada integral, que persigue vincular acciones propias desde las FUNDES de los países, así como otros elementos y actores relacionados tanto con el mejoramiento de las condiciones del entorno, como con la provisión y acceso a financiamiento y servicios de desarrollo empresarial. Para ello, se articulan redes de empresarios y negocios, y en tal espíritu de trabajo reside el centro de sus actividades y su éxito.

Fundes desarrolló una encuesta en colegios técnico profesionales respecto a la enseñanza del emprendimiento.

Contacto:

[www.fundes.org](http://www.fundes.org)

### Fundación Chile: “Preparado”

Consiste en un modelo y una metodología para el desarrollo de competencias de empleabilidad:

1. Comunicación
2. Iniciativa y Emprendimiento
3. Planificación y Gestión de Proyectos
4. Trabajo en Equipo
5. Efectividad Personal
6. Aprender a Aprender
7. Resolución de Problemas
8. Uso de las TICs



A la fecha se han beneficiado 700 docentes y 6500 alumnos del sistema escolar, 400 relatores de capacitación y 15.000 personas de escasos recursos en búsqueda de empleo.

Es posible comprar un manual con las metodologías para ser enseñadas en la sala de clases por \$35.000.

Contacto:

[www.preparado.cl](http://www.preparado.cl)

[contacto@preparado.cl](mailto:contacto@preparado.cl)

### Mineduc: 'Monte grande'

En el marco de la Reforma Educacional, el Ministerio de Educación impulsó diversas iniciativas que involucran a la educación media y que buscan mejorar la calidad y la equidad de nuestro sistema educacional. Una de ellas es el Proyecto Monte grande, también llamado "liceos de Anticipación", que tiene como objetivos "desarrollar modelos innovadores para diversificar la oferta educativa de la educación subvencionada" y "mejorar los aprendizajes e inserción post-secundaria de los alumnos y alumnas de los liceos participantes".

Integran Proyecto Monte grande 51 Liceos distribuidos a lo largo de todo el territorio nacional. Estos fueron seleccionados, luego de un concurso público, por una Comisión de Personalidades que, basándose en una evaluación realizada por las regiones y expertos externos al Ministerio, estimaron que sus propuestas de innovación podrían responder a los objetivos que Monte grande se propone.

Para el desarrollo de sus propuestas, MINEDUC provee a los liceos un monto significativo de recursos (US\$100.000 y US\$100 por alumno, por 4 años consecutivos), capacitación y asistencia técnica específica y un seguimiento y monitoreo especializado.

Los fondos que se traspasan a los liceos son administrados por los propios establecimientos, para lo cual los sostenedores debieron "delegar facultades" en el director del liceo. Esta es una primera innovación del Proyecto Monte grande ya que hasta la fecha la "administración delegada" sólo ha sido utilizada para el manejo de montos de recursos bastante más pequeños.

Durante 1998 se elaboraron y tramitaron ante la Contraloría los Convenios de Ejecución, los que fueron firmados por MINEDUC, el sostenedor y el director del liceo y cada liceo debió elaborar su "Plan Operativo Anual" (POA) para el primer año de ejecución.

Montegrande plantea a los establecimientos participantes grandes desafíos:

- Cada liceo debe avanzar hacia una materialización progresiva de SU IDEA, de SU SUEÑO, es decir, de su propuesta de innovación, ejecutando su proyecto con una gestión eficiente y manteniendo una permanente reflexión acerca de los resultados que se vayan obteniendo.
- Debe asumir que, dada la magnitud de su proyecto, éste constituirá el marco orientador de todas las acciones que el establecimiento desarrolle en el curso de los próximos 4 años. Por lo tanto, éste debe articular y dar sentido a todas las iniciativas y acciones que se realizan en el liceo.
- Debe procurar que la experiencia adquirida a través del MECE Media, en términos de gestión directiva, reflexión pedagógica y trabajo con jóvenes sea incorporada al desarrollo del proyecto Montegrande del liceo, aunque las instancias que hoy día definan para ello no sean las mismas (GPT, EGD, ACLES).

Contacto:

[www.mineduc.cl](http://www.mineduc.cl)

### Escuela Columbus - UFSTM con la Scuola Italiana (2do medio)

La Escuela Columbus, creada el año 2004, tiene como misión convertirse en un agente transformador hacia una cultura emprendedora, buscando el desarrollo de empresas tecnológicas (Incubadora de Negocios).

Pretende desarrollar capacidades emprendedoras en los jóvenes estudiantes de la UTFSM y se encarga de entregar las habilidades, las motivaciones y las herramientas necesarias para el desarrollo de nuevas ideas e iniciativas en las distintas etapas del proceso educativo.

La Escuela Columbus busca:

- Fomentar la cultura emprendedora en nuestra sociedad.
- Implementar programas educacionales de desarrollo de la Capacidad Emprendedora en el ámbito Tecnológico.
- Orientar ideas y proyectos hacia la Incubadora de Empresas Tecnológicas y los Capitales de Riesgo.





La Escuela Columbus de Emprendimiento, focaliza su accionar principalmente en:

- Generar de instancias de promoción, divulgación y discusión respecto a la Cultura Emprendedora, a través de seminarios, foros y otras actividades.
- Implementar de programas educacionales (talleres) de Capacidad Emprendedora a alumnos secundarios, de pregrado y postgrado.
- Implementar programas educacionales a alumnos de pregrado que contengan elementos necesarios para la Creación de Empresas Tecnológicas.
- Implementar programas de seguimiento, coaching y motivación de Planes de Negocios Tecnológicos.

Como experiencia piloto, se realizó en el 2005 el taller de emprendimiento en la Scuola Italiana de Santiago:

El Taller de Emprendimiento tiene como objetivo lograr que los jóvenes desarrollen las características personales que debe poseer un emprendedor, con el fin de lograr aplicarlas en su vida personal, al interior de una organización o en la creación de su propia empresa.

Su metodología se basa en el “aprender haciendo” o “aprender en la acción” y se caracteriza por la entrega de elementos conceptuales y herramientas aplicadas a través de ejercicios participativos de juegos de rol, casos, motivaciones de ideas y vitalizadores.

A lo largo de los cursos que se han impartido, 247 alumnos han asistido a los talleres de emprendimiento.

Contacto:

[www.3ie.cl](http://www.3ie.cl)



## Corporación Pro O'Higgins

Organización sin fines de lucro localizada en la Región de O'Higgins, cuya misión es el desarrollo de la región a través de la Responsabilidad Social de las empresas y el desarrollo de las personas.

Las áreas de acción de la corporación son: la excelencia en la educación, el desarrollo de la capacidad emprendedora, cuidado del medio ambiente y la promoción de instancias de reflexión y encuentro del sector empresarial con organismos públicos y privados para la búsqueda de alternativas de desarrollo para la Región.

- Programa 2006 de Formadores de Emprendedores: “Yo Invento Mi Futuro”

84 jóvenes de las comunas de Rancagua, Machalí, Chimbarongo y San Fernando, participaron en la quinta versión del programa formación de emprendedores “Yo invento mi futuro”, que tiene por objetivo formar personas perseverantes y con capacidad de desarrollar al máximo sus habilidades emprendedoras.

Así, en seis talleres, de dos días cada uno y ocho horas diarias, los jóvenes realizaron una serie de actividades grupales e individuales, que les permitieron descubrir sus propios defectos, limitaciones y virtudes.

La versión 2005 contó con los aportes de Sence y Otic O'Higgins.

### Contacto:

Francisco Cantón #576

Barrio el Tenis, Rancagua.

Fono: 72-236665

Fax: 72-244566

[www.pro-ohiggins.cl](http://www.pro-ohiggins.cl)



## Fundación ORT Chile, [www.ort.cl](http://www.ort.cl)

En 1977 se crea en Chile la Corporación Educacional ORT, representante de la Unión Mundial ORT, cuyas finalidades son promover e impulsar la educación profesional, científica y tecnológica en la educación básica, media y de adultos, mediante la introducción de métodos modernos en el ámbito pedagógico, creando escuelas y establecimientos educacionales para tales fines, o bien cooperando con otros ya existentes.

La Corporación Educacional ORT, también conocida como ORT-Chile no persigue fines de lucro y excluye de su seno toda clase de distingos profesionales, religiosos o raciales. ORT-Chile es una filial de la Unión Mundial ORT y se rige por principios, los que implican que la educación debe proporcionar conocimiento y pericia conducente a mejorar la dignidad y confianza individual en la vida.

Ayuda a crear personas íntegras, haciendo uso de métodos y materiales pedagógicos innovativos, proporcionando a sus estudiantes las aptitudes que se requieren en el mundo del trabajo. La actividad educacional de ORT-Chile se realiza a través de tres ramas conducentes a la formación de niños, jóvenes y adultos.

Durante 25 años ha venido proporcionando educación tecnológica y creativa, especialmente en técnicas computacionales, a niños y jóvenes de la enseñanza preescolar, básica y media.

Utilizando estos caminos, ORT-Chile expande sus actividades incrementa la capacitación profesional, tanto a nivel de estudiantes educadores así como de trabajadores en general, proporcionando los más novedosos avances en el uso computacional y de otras tecnologías. ORT-Chile, y la Unión Mundial ORT, han sido pioneros en este campo, en sus más diversas vertientes, contando con la experiencia y el aval de sus múltiples logros en Chile y en el mundo.

### Contacto:

Eliodoro Yáñez 826 Providencia Santiago

Teléfonos 2357585 2351935 - 2351937/ Fax 2361562

e-mail [info@ort.cl](mailto:info@ort.cl)



## SIFE

SIFE es una organización internacional sin fines de lucro activa en más de 40 países. SIFE es financiada con contribuciones de empresas, emprendedores, fundaciones, agencias de gobierno e individuos. SIFE trabaja en asociación con empresas y universidades para establecer grupos de estudiantes en campus universitarios. Estos grupos son liderados por profesores y son desafiados a desarrollar proyectos comunitarios que deben cubrir los cinco tópicos educacionales de SIFE:

- Economía de Mercado.
- Habilidades para el Éxito.
- Emprendimiento.
- Aspectos Financieros.
- Ética empresarial.

Los grupos SIFE aprovechan sus experiencias educacionales, el expertise de sus profesores, el apoyo de los directorios de empresarios locales, y los recursos de sus instituciones para implementar programas y crear verdaderas oportunidades económicas para los miembros de sus comunidades. La efectividad de sus programas es juzgada en la competencia. Cada organización SIFE conduce una competencia nacional, la cual es juzgada por líderes de la comunidad empresarial. En esta oportunidad los grupos SIFE presentan los resultados de sus proyectos educacionales y compiten para determinar cual equipo ha sido el más exitoso en crear oportunidades económicas para otros. Los ganadores participan en la competencia a nivel mundial, la Copa Mundial SIFE.

### Contacto:

Av. Alonso de Córdova 6008 Of. 201

Las Condes

Santiago, Chile

Tel: 2-2123342

Fax: 2-2129895

E-mail: [pvillalobos@sife.cl](mailto:pvillalobos@sife.cl)

[http://www.chileteve.cl/sife\\_webchannel.html](http://www.chileteve.cl/sife_webchannel.html)



## Fundación Mercator

Es una institución privada sin fines de lucro que fue creada con el propósito de democratizar la capacidad emprendedora en Chile. Cuenta con más de una década de funcionamiento, su objetivo es generar liderazgo y emprendimiento real, articulado en una red a nivel nacional. De esta manera establecer puentes entre diversas iniciativas de líderes y emprendedores para así crear una comunidad movilizadora al desarrollo del emprendimiento de Chile.

La innovación y el uso de las nuevas tecnologías toman un papel protagónico. La ética solidaria, íntegra y democrática guían el actuar de cada día. Tiene convicción en que Chile tiene hoy una oportunidad única para dar un gran salto al desarrollo, y que debe ser llevado a cabo por líderes y emprendedores que inventen junto a otros un futuro innovador, y se comprometan con iniciativas de emprendimiento que den cuerpo y vida a un nuevo Chile.

Dentro de sus áreas de desarrollo cuenta con:

- **Apropiación digital:** Aduenarse del uso de tecnologías como un fenómeno social más que tecnológico, ya que cultiva nuevas prácticas y abre posibilidades que antes no existían. Dentro de esta área hay distintas modalidades de desarrollo:
  - **Alfabetización Digital:** donde la preocupación central tiene relación con la disminución de la brecha digital en nuestro país, para lo que se han implementado proyectos de capacitación abarcando a más de 8.000 alfabetizados en los últimos 4 años.
  - **Blogs Corporativos:** diseñan, construyen y utilizan blogs corporativos como una práctica comunicacional que abre posibilidades de negocios y de posicionamiento importante tanto para empresas como para organizaciones sociales.
  - **Integración a la Era Digital:** ofrecen distintas modalidades de talleres y programas como introducción al fenómeno de los blogs, la web 2.0 y las implicancias sociales en la construcción de identidad, personal, local y global.
  - **Desarrollo de modelos para estrategias públicas y ciudadanía:** modelos para estrategias públicas y ciudadanía dirigidos fundamentalmente a instituciones de gobierno y a ONG's, ofreciendo un equipo de expertos en asesorías organizacionales.



Durante 10 años se han implementado distintos proyectos que responden a la preocupación específica de cada cliente, algunos ejemplos son:

1. Manual para movilización, gestión e implementación del voluntariado en la red de bibliotecas públicas, como capacitadores en alfabetización digital. (Biblioredes).
2. Modelo de implementación de alfabetización digital masivo a través del voluntariado y la instalación en una zona geográfica definida, en un período corto de tiempo (SENCE).

- **Movilización empresarial:** Ofrecen cuatro programas distintos dirigidos principalmente a equipos operarios y sus jefes o supervisores de una empresa, institución o gobierno enfocados principalmente al desarrollo de pertenencia e integración a la empresa, así como al cultivo de la responsabilidad en el puesto de trabajo.

- Taller de comunicación para la acción en el cuidado de clientes
- Programa “Cuidado y mantención de clientes externos”
- Programa “Coordinación interna para la eficiencia, la confianza y la excelencia”
- Taller de Liderazgo y trabajo de equipo en la coordinación interna (Franquicia tributaria).

- **Educación para el emprendimiento:** Se busca formar personas capaces de innovar en los dominios que definan aportando a la comunidad y al país, emprendedores preocupados por inventar y recrear los espacios en los cuales están insertos con sentido de apropiación y arrojados a las posibilidades en el futuro. Dentro de esta área se desarrollan:

- **Seminarios:** Los seminarios son intervenciones que tienen un carácter de apertura, y están dirigidos a grupos de alrededor de 50 personas o más de entre 15 a 40 años. Ya son más de 100 los seminarios que hemos desarrollado, abarcando a más de 20.000 participantes.

- **Programas:** Los programas están dirigidos a grupos de alrededor de 50 personas de entre 15 y 40 años y tiene carácter de diplomados por lo que su duración es de alrededor de 6 a 9 meses. Ya son más de 70 programas desarrollados, a lo largo de la historia, abarcando a más de 4000 alumnos y 1000 monitores capacitados.

Contacto:

[www.fundacionmercator.cl](http://www.fundacionmercator.cl)

Las Urbinas 53 Oficina 142 Providencia

Tel: 56-2-334 0619

Santiago

## Fundación Juventud Emprendedora

Es una organización sin fines de lucro, que desarrolla en la I y II regiones de Chile programas educativos orientados a entregar a estudiantes de enseñanza básica y media, herramientas que estimulen su capacidad de iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor, permitiéndoles un mejor desempeño en su futuro laboral.

El propósito de Fundación Juventud Emprendedora es contribuir al desarrollo de la capacidad emprendedora de niños y jóvenes a través de programas innovadores apoyados en técnicas didácticas y participativas.

Están basados en los programas Junior Achievement, un método educativo de cobertura mundial, creado en las universidades de Harvard y Princeton en la década del 20.

Con este trabajo, y bajo la metodología “aprender haciendo”, desarrollan con los estudiantes, conceptos para comprender mejor el sistema económico mundial. Se les enseña el valor del trabajo y la importancia de los estudios, como asimismo se los ayuda a orientar sus aptitudes e inclinaciones vocacionales. Para ello, dentro de la metodología cuentan con dos programas estrellas Juego de Negocios y La Compañía, donde se acerca a los estudiantes al mundo de los negocios, a través de ejercicios virtuales y reales.

Fundación Juventud emprendedora tiene como Fin:

- Desarrollar en los estudiantes la capacidad para emprender, crear, imaginar, asumir riesgos y tomar decisiones.
- Entregar fundamentos éticos en los que se desenvuelve la familia, la comunidad, el mundo de los negocios y la empresa.
- Favorecer una mayor igualdad de oportunidades entregando herramientas que a futuro ayuden a los estudiantes a crear ingresos y mejorar su calidad de vida.
- Involucrar a la empresa privada y a sus ejecutivos en el gran desafío de la educación.

Contacto:

[www.juventudemprendedora.cl](http://www.juventudemprendedora.cl)

Avenida Arturo Prat 2120

Fono - Fax: (57) 394440

Iquique

Salvador Reyes 1261

Teléfonos: (55) 384277

Antofagasta

## CONCLUSIONES

- Estados Unidos es el país que posee la mayor cantidad de organizaciones y escuelas con programas para la enseñanza del emprendimiento y cuenta además con una cultura especialmente apta para los emprendedores. De hecho, la mayor parte de los programas, fundaciones y organizaciones para promover la enseñanza del emprendimiento surgieron desde el sector privado, de los mismos emprendedores, dejando al sector público en segundo plano en esta materia.
- En países europeos como Finlandia y España, gran parte del esfuerzo es realizado en forma centralizada por el gobierno local o nacional para implementar la enseñanza del emprendimiento en colegios e institutos técnicos.
- La Comunidad Europea está muy preocupada de motivar el emprendimiento y la innovación como forma de desarrollo económico sustentable y por tanto tiene comisiones permanentes, estudios y transferencia de mejores prácticas, seguimiento y estadísticas para monitorear el progreso de las iniciativas en cada uno de los países miembros. De hecho se encontró extenso material en la enseñanza del emprendimiento en la Comunidad Europea.
- En Irlanda y el Reino Unido el enfoque en la enseñanza del emprendimiento tiene que ver con proveer de herramientas, conocimiento y financiamiento para potenciales emprendedores (enfoque más pragmático) mientras que en países como España y Brasil existe un enfoque más holístico en que se integran aspectos de actitud emprendedora y de desarrollo de habilidades blandas.
- La enseñanza del emprendimiento tiene tres grandes instrumentos:
  - » Desarrollo de miniempresas tanto simuladas como reales en que los alumnos se ven enfrentados a crear su empresa, desarrollar su plan de negocios, vender su producto y en ocasiones hasta deben liquidarlas para devolver el capital a sus inversionistas.
  - » Creación de minisociedades dentro de los colegios en que se crea una economía autodirigida donde se crean roles y funciones para entender el funcionamiento de la economía, los negocios, y el comportamiento social.
  - » Contacto con empresas y emprendedoras a través de pasantías en empresas emergentes o en incubadoras de empresas, realización de consultorías a estas empresas por los mismos alumnos, seminarios y talleres de alumnos con empresarios, visitas a empresas emergentes y monitoreo de alumnos por empresarios o emprendedores.

- Los materiales didácticos más usados son: portales de negocios y software para el acompañamiento del desarrollo del plan de negocios de los alumnos (Ejemplo: Make Money de Dolabela) o del negocio (YES de Nueva Zelanda), libros que recopilan ejemplos de experiencias para que los profesores realicen en la sala de clases con sus alumnos ([www.entre-ed.org](http://www.entre-ed.org)), videos y libros de cuentos o novelas con historias didácticas de emprendedores.

- Es de común acuerdo que la enseñanza del emprendimiento debe tener una alta componente de trabajo práctico y experiencial ya que como muchos concuerdan: "a emprender se aprende emprendiendo". Sin embargo, es necesario también incluir la enseñanza de conceptos teóricos de negocios y emprendimiento, facilitados por el profesor, que permita analizar y entender la experiencia emprendedora.

- En la mayoría de los países estudiados se concuerda que la enseñanza del emprendimiento debe partir desde la educación básica hasta la enseñanza media.

- La metodología más usada en todos los países estudiados es de la organización Junior Achievement que cuenta con programas bases en cada uno de estos países pero que son personalizados en cada país.

- La institución más influyente en la enseñanza del emprendimiento de estos ocho países es la Kauffman Foundation en Estados Unidos, ya que no tan sólo lleva desarrollando metodologías desde hace más de 30 años, sino que financia muchos programas en Estados Unidos para la investigación y desarrollo de metodologías para la enseñanza del emprendimiento en todos los niveles y contextos de la sociedad norteamericana. Estos métodos a su vez han servido de base para que otras organizaciones y países desarrollen sus metodologías (Ejemplo: Mini-society).

- Una experiencia decididamente novedosa es el enfoque del Profesor Fernando Dolabela de Brasil que ha creado una metodología integral para el desarrollo de capacidad emprendedora en todos los niveles educacionales y donde el principal objetivo es el desarrollo de personas comprometidas con el progreso de sus comunidades más que con el progreso individual. Esto es bastante distinto al enfoque anglosajón donde se exagera en los alumnos la autosuficiencia, el logro personal y la independencia como actitudes positivas de los alumnos y los emprendedores.

## Anexo D: Test de capacidad emprendedora

### Test de Perfil Emprendedor

Este test tiene por finalidad entregarte una orientación sobre tus características emprendedoras.

Para realizar este test adecuadamente, deberás evaluar de “1” a “5” puntos cada una de las frases, la puntuación “5” significa que la frase describe exactamente tu personalidad y la “1” quiere decir que no corresponde con tus características, la escala de puntuaciones está representada por las siguientes categorías:

5. Definitivamente sí.
4. Probablemente sí.
3. Indeciso.
2. Probablemente no.
1. Definitivamente no.





Contestar con la mayor sinceridad posible para que los resultados correspondan a tu realidad y puedas obtener conclusiones válidas.

1. Frecuentemente tengo ideas originales y las pongo en práctica.
2. Cometo errores y me equivoco, pero se que puedo hacer las cosas bien.
3. Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.
4. Cuando invierto mi dinero prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias, que en un depósito a plazo fijo.
5. No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.
6. Puedo resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión.
7. Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.
8. Creo firmemente en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.
9. Creo firmemente que si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.
10. Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.
11. Cuando me enfrento a un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.
12. Me considero una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan situaciones difíciles.
13. Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.
14. No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.
15. Considero que el riesgo es estimulante.
16. Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.
17. Creo en el dicho: "Quien no arriesga no gana".
18. Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.
19. Aunque no alcance mis objetivos, no pierdo el interés.
20. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.
21. Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.
22. Frecuentemente encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.
23. Soy bueno enfrentando una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.
24. Considero que la perseverancia (constancia) es importante para llegar al éxito.
25. Me siento seguro incluso cuando alguien critica lo que he hecho.

Nombre:

Área de trabajo:

Edad (día/mes/año):

Fuente: EMPRETEC (<http://www.empretec.cl/documentos.html>).