

**Protocolos para el funcionamiento de la granja escolar de la vereda la Motuz en el
Municipio de Paz De Ariporo Casanare**

Presentado Por:

Pilar Ochoa Córdoba

Universidad Abierta Y A Distancia UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios -

ECACEN

Programa de Tecnología en Gestión Agropecuaria

Yopal Casanare

2021

**Protocolos para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el
Municipio De Paz De Ariporo Casanare**

Presentado Por:

Pilar Ochoa Córdoba

Trabajo para optar al título de gestión agropecuaria

Director: Wilquer Herney Cruz Medina

Universidad Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios -

ECACEN

Tecnología en Gestión Agropecuaria

Yopal Casanare

2021

Página de Aceptación

Wilquer Cruz
Director Trabajo de Grado

Jurado

Yopal -2021

Dedicatoria

A mi esposo en especial por ser esa persona incondicional en todo tiempo, porque su apoyo fue primordial en cada uno de los procesos que conllevan a realizar un sueño, y a mis hijas porque son el motor de mi vida para cada día luchar por cada uno de mis sueños.

Agradecimientos

Le agradezco a Dios primeramente porque sin la voluntad de él no hubiera sido posible, a mi director del proyecto y a mi familia; porque siempre estuvieron presentes para ayudarme a solucionar los imprevistos que se presentaron.

Resumen

El presente trabajo se desarrolla con el fin de analizar los protocolos administrativos, financieros, de mercados y técnicos, a través del modelo CANVAS para el funcionamiento de la granja escolar en la escuela Motuz como estrategia de aprendizaje, permitiendo que se generen fortalezas y habilidades en cada uno de los participantes para trabajar en grupo, desarrollando actividades que permita saber el nivel de conocimiento de los estudiantes frente a cada una de las actividades a desarrollar y así mismo orientar a los estudiantes para el funcionamiento de la granja.

Se realiza un diagnóstico para analizar el nivel de conocimiento que poseen los estudiantes, ya que es importante enseñarles temas relacionados con la agricultura orgánica y su manejo administrativo; este tipo de agricultura puede ser aplicado en pequeñas parcelas o huertas donde se busca que la comunidad en general se haga participe de esta.

Mediante un trabajo mancomunado se desarrollaron estrategias que ayudan a la orientación de cada uno de los procesos que contribuyen a la sostenibilidad de la granja, también se aplicó el modelo CANVAS como estrategia para conocer más a fondo la ruta para el crecimiento de un negocio y sostenibilidad de la misma.

Donde se evidencia que existe un nivel bajo de conocimiento en aspectos financieros y niveles intermedios en lo referente a aspectos técnicos, administrativos y de mercados.

Palabras Clave. Granja escolar, Comercialización, Modelo CANVAS, Productos Agrícolas

Abstract

The present work develops in order to analyze the administrative, financial, market and technical protocols, through the model canvas for the operation of the school farm in the school the motuz as learning strategy, allowing strengths and skills to be generated in each participant to work in a group, developing activities that allow students to know the level of knowledge in front of each of the activities to develop and also guide students for the functioning of the farm.

A diagnosis is made to analyze the level of knowledge that students possess, since it is important to teach them topics related to organic agriculture and its administrative management; This type of agriculture can be applied in small plots or orchards where it is sought that the community in general becomes involved in this.

Working together, strategies were developed to help guide each of the processes that contribute to the sustainability of the farm, the canvas model was also applied as a strategy to learn more about the route for the growth of a business and its sustainability.

Where it is evident that there is a low level of knowledge in financial aspects and intermediate levels in terms of technical, administrative and market aspects.

Keywords: school garden, marketing, canvas model, agricultural products.

Tabla de contenido

Lista de Tablas	9
Lista de Figuras	10
Lista de Anexos	11
Introducción	12
Planteamiento del Problema	14
Justificación	16
Variables	18
Objetivo General.....	21
Objetivos específicos	21
Marco teórico y conceptual	22
Metodología del proyecto	24
Desarrollo del proyecto	27
Estrategias o alternativas para el crecimiento del negocio	54
Conclusiones	58
Referencias bibliográficas	59
Anexos.....	61

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz operacional.....19

Tabla 2. Matriz FODA.....50

Lista de figuras

Figura 1. Arbol de problemas.	15
Figura 2 Diagnostico bajo el modelo canvas	27
Figura 38 Organigrama propuesto	52
Figura 39 Modelo CANVAS.....	53
Figura 40 Mapa conceptual.....	55

Lista de anexos

Anexo A. Evidencias fotograficas.	61
Anexo B. Cuestionario.....	62

Introducción

El presente trabajo tuvo como objetivo diseñar protocolos administrativos, financieros, técnicos y de mercados, para el funcionamiento de la granja escolar en la escuela de la Motuz para mejorar el conocimiento de los estudiantes frente a las diferentes áreas de estudio, con el fin de ejercer un mayor desempeño y desarrollo de actividades que motiven al aprendizaje, en forma didáctica donde la granja escolar sea el enfoque y aporte a cada uno de estos procesos; donde cada uno de los estudiantes colocara en práctica su conocimiento frente a este proceso y desarrollara habilidades y competencias para el manejo integral de la granja orgánica.

Para conocer el nivel de conocimiento sobre el manejo integral de la granja, se formuló un cuestionario cerrado para conocer a profundidad las debilidades y fortalezas que podrían tener los estudiantes y así mismo plantear alternativas que coadyuven a la apropiación del conocimiento donde también se logra identificar el nivel de empresarización con el apoyo de padres de familia y docentes.

Este proyecto se fundamenta en los alcances que se puede llegar a lograr a través de la orientación por parte de un profesional en el campo de la gestión agropecuaria; tanto los estudiantes como padres de familia estarán involucrados ya sea directamente o indirectamente en el proyecto.

La importancia de trabajar con esta estrategia en la institución, radica en dinamizar a nivel empresarial la granja escolar; despertando el interés de los estudiantes por aprender, por asistir, en crear espacios para la crítica, la reflexión y la investigación.

Planteamiento del problema

En los últimos años las granjas escolares han tomado mayor protagonismo a nivel internacional (Acero Herran, 2019) donde los huertos escolares en 40 países han recibido apoyo de los mismos, promoviendo y aportando medios necesarios para la creación de huertas escolares, en el mundo entero las granjas escolares le apuntan a la contribución del medio ambiente, también muchas de ellas desde la interdisciplinariedad toman la agrología como una forma de acercarse a otras áreas de aprendizaje; en Latinoamérica se han desarrollado diferentes proyectos de huertas escolares. Las más destacadas son PNAE en Brasil con asociación de la FAO (Veloso & Boerger, s.f.), que fortalecen otros programas de granjas escolares en 13 países de Latinoamérica y el caribe, la fundación huerta del niño, en argentina con 200 huertas escolares en todo el país entre otros.

En Colombia, la FAO, mantiene su apoyo a las distintas escuelas, universidades, fortaleciendo proyectos escolares, ya que la agricultura orgánica presenta una serie de características, que permiten identificar las fuerzas que actúan en los procesos de crecimiento de la producción y la venta de los productos orgánicos. Además, la historia ambiental y agroecológica pueden contribuir a hacer una historia más diversa, vinculando regiones, épocas, actores y puntos de vista distintos, la producción y mejora de calidad de alimentos para el autoconsumo, la venta, la conservación y restauración de agroecosistemas.

La huerta escolar ofrece alternativas pedagógicas en un escenario que plantea espacios de dialogo, trabajo colectivo y colaborativo permitiendo relacionar y negociar nuevos aprendizajes o significados. La participación dentro de la comunidad educativa se da como un producto de la interacción entre individuos, propia de la condición humana, ya que acudimos a un proceso que nos permite vincularnos con el mundo. Esto implica que la formación del

conocimiento no se vea como una transmisión sistemática, sino como una actividad social de correspondencias complejas, que comprenden las relaciones con instrumentos o los objetos culturalmente contruidos. (Garzón Cantor, Dayhanna Fernanda1992)

Uno de los propósitos es explorar la realidad en la que se encuentran y proponer modelos para la enseñanza y aprendizaje que favorezcan a los estudiantes en el desarrollo de habilidades como la observación, el análisis, trabajo en equipo y contribuir al fortalecimiento de valores y actitudes positivas hacia el aprendizaje (Altieri, 1999; Yaguará, 2009)

Las granjas escolares en el ámbito educativo, permiten el fortalecimiento a la conciencia de la tradición ancestral, por ello es importante fomentar cultura y valores socioambientales, en la granja escolar se encuentran unas características específicas, ya que permiten la construcción de ciencias (Fernando Arturo Romero Ospina 2015); en la escuela la Motuz del municipio de Paz de Ariporo, mediante el diseño de un modelo de CANVAS aplicado a la granja escolar, que permite el aprendizaje de conceptos básicos del modelo.

En el contexto colombiano, según Pérez y Vera (2001), afirman que la educación debe orientarse al fortalecimiento rural para combatir los flagelos del hambre y desnutrición además de innovar en las estructuras y prácticas educativas para el medio rural y que se adapte a las necesidades del territorio. Por lo anterior, surge la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los protocolos para el funcionamiento de la granja escolar de la vereda la Motuz en el municipio de Paz de Ariporo?

Figura 1

Árbol de problemas



Fuente. Autor

Justificación

La granja escolar es un espacio propicio para enseñanza y aprendizaje posibilitando a los estudiantes diferentes experiencias acerca de su entorno natural y rural, para poner en práctica aptitudes y hábitos de cuidado creando conciencia frente a la responsabilidad social y ambiental.

Una razón mayor para realizar este proyecto se fundamenta en los alcances que se puede llegar a lograr a través de la orientación por parte de un profesional en el campo de la gestión agropecuaria; tanto los estudiantes como padres de familia estarán involucrados ya sea directamente o indirectamente en el proyecto. Por ejemplo: un estudiante logra aprender todos los conceptos técnicos y logra aplicarlos satisfactoriamente en un predio de su residencia, la familia podrá ver los resultados que obtiene el estudiante al momento de cosechar los productos de la huerta agrícola, el estudiante es el individuo que ha sido involucrado de manera directa, mientras que su familia lo están de manera indirecta.

La granja escolar orgánica es un aporte al proceso de aprendizaje de los jóvenes de los grados sexto, séptimo, octavo y noveno grado, de la escuela la Motuz del municipio de paz de Ariporo Casanare, que implica una interacción directa con cada una de las áreas del saber educativo; fomentando en los estudiantes un interés por realizar labores agroecológicas teniendo en cuenta los conceptos básicos del modelo CANVAS con el fin de analizar y crear modelos de negocios sostenibles.

Lo que se pretende es realizar un ejercicio académico donde la comunidad educativa conozca y pueda ajustar su modelo de negocio, correspondiente a los nuevos módulos: clientes, propuesta de valor, canales de distribución, relación con el cliente, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave y socios clave, permitiendo evaluar de manera constante las estrategias.

De igual forma, el impacto genera el desarrollo habilidades como la colaboración, toma de decisiones y manejo del tiempo. También la granja escolar, proporciona el soporte idóneo para que se materialice el grado de motivación del estudiante, así como la calidad de los aprendizajes vivenciales que se llevan a cabo en el contexto.

Variables

Hipótesis. La ausencia de protocolos administrativos, financieros, técnicos y de mercados para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el municipio de Paz de Ariporo, genera bajo nivel de ventas y comercialización de los productos.

Variables. Definición y operacionalización de las variables, teniendo en cuenta las siguientes variables:

Variable dependiente (consecuencia): Protocolos para el funcionamiento de la huerta escolar.

Variable independiente (causa): Bajo nivel en la comercialización de los productos.

Tabla 1

<i>Matriz Operacional</i>			
Preguntas de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Definición y Operacionalización de Variables
General	Diseñar los	La ausencia	Variable dependiente
¿Cuáles son los protocolos para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el municipio de Paz de Ariporo?	protocolos para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el municipio de Paz de Ariporo departamento de Casanare.	de protocolos para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el municipio de Paz de Ariporo, genera bajo nivel de ventas y comercialización de los productos	(consecuencia): Protocolos para el funcionamiento de la huerta escolar. Variable independiente (causa): Bajo nivel de ventas y comercialización de los productos.
Específicos	Específicos	Hipótesis	Variable dependiente
¿Cuál es el nivel de conocimiento de los estudiantes en lo relacionado a los protocolos administrativos y comerciales de la huerta?	-Realizar un diagnóstico que permita medir el conocimiento de los estudiantes en materia de protocolos administrativos y comerciales identificando sus	La falta de un diagnóstico conlleva al desconocimiento de fortalezas y debilidades de los estudiantes de vereda Motuz en materia administrativa y comercial	(consecuencia): La falta de un diagnostico Variable independiente (causa): Conlleva al desconocimiento de fortalezas y debilidades en materia administrativa y comercial

	debilidades y fortalezas		Variable dependiente (consecuencia):
		Desconocimiento de los factores	Desconocimiento de los factores determinantes de los componentes del modelo CANVAS
¿Cuáles los factores determinantes de los componentes del modelo CANVAS aplicado a la granja escolar de la vereda Motuz en el municipio de Paz de Ariporo?	- Conocer los factores determinantes de los componentes del modelo CANVAS aplicado a la granja escolar de la vereda Motuz en el municipio de Paz de Ariporo	los factores determinantes de los componentes del modelo CANVAS aplicado a la granja escolar es la principal causa que no ha permitido el crecimiento del negocio.	Variable independiente (causa): es la principal causa que no ha permitido el crecimiento del negocio
	- Proponer un modelo de negocio para la granja escolar de la vereda Motuz en el municipio de Paz de Ariporo.	Inexistencia de un modelo de negocio para la granja escolar, que contribuya al fortalecimiento empresarial	Variable dependiente (consecuencia): Inexistencia de un modelo de negocio para la granja escolar
¿Qué modelo de negocio para la granja escolar de la vereda Motuz en el municipio de Paz de Ariporo?			Variable independiente (causa): que contribuya al fortalecimiento empresarial

Objetivos

Objetivo General

Diseñar los protocolos a través del modelo CANVAS para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el municipio de paz de Ariporo departamento de Casanare.

Objetivos Específicos

Realizar un diagnóstico que permita medir previamente el conocimiento de los estudiantes, basado en los componentes del Modelo CANVAS

Conocer los factores determinantes de los componentes del modelo CANVAS aplicado a la granja escolar de la vereda Motuz en el municipio de Paz de Ariporo.

Proponer un modelo de negocio para la granja escolar de la vereda Motuz en el municipio de Paz de Ariporo. Anexar preguntas de la entrevista.

Marco teórico y conceptual

Según la organización de las naciones unidas (ONU) “la agricultura, es una actividad que consiste en trabajar un terreno o porción de suelo con el fin de producir alimentos” llevar a cabo las buenas prácticas agrícolas deviene de las bases de la siembra direccionadas a la producción con calidad. (Vorraber, Leslie B., Sebastián, M., Fernández, E., & Scófano, M.. (2014).

El Modelo CANVAS, según (Osterwalder, 2011) es una metodología que agregar valor a las ideas de negocio y también aplica a pequeñas, medianas y grandes empresas.

De acuerdo a (Aguilar Sanchez, 2019) la huerta escolar son pequeños espacios de las instituciones educativas cuyo objetivo primordial es generar destrezas y habilidades en torno al medio ambiente, donde el alumno llegue a comprender reflexionar e indagar las relaciones entre las plantas el ambiente y su relación con el entorno escolar, así mismo, que adquieran el conocimiento sobre la incidencia de nuestras actividades y acciones sobre el equilibrio del medio ambiente; la huerta escolar es un recurso didáctico que puede utilizarse en todos los niveles educativos, permite convertir a los centros escolares en generadores de múltiples experiencias de aprendizaje, funciona como un incentivo vivo y cambiante, que desarrolla valores positivos. Promueve el conocimiento, experiencia, capacidades, y habilidades prácticas, incluso aplicables fuera de la escuela, genera formación sobre nutrición y seguridad alimentaria, además de fomentar actitudes de responsabilidad y respeto sobre la naturaleza.

La importancia de trabajar con esta estrategia en la institución, radica en dinamizar la forma en que se imparten las clases, en innovar en el proceso de enseñanza, articulando los contenidos curriculares con experiencias prácticas propias del contexto, que despiertan el

interés de los estudiantes por aprender, por asistir, en crear espacios para la crítica, la reflexión y la investigación (Duran Jimenez, 2015).

La huerta escolar como estrategia pedagógica para fortalecer el aprendizaje, es un estudio propuesto por (Zambrano Quintero, y otros, 2018); donde concluye que la gran mayoría de los estudiantes reconocen que adquieren mejores aprendizajes desde la práctica y más que el área agrícola es un referente técnico en sus procesos.

La comercialización de productos agrícolas (Sanchez Castañeda, 2017), es aún incipiente la dinámica de la producción, exportación y mercadeo de estos productos, en relación con otros países. Se requiere más apoyo gubernamental para el incremento de incentivos y así mismo la empresa privada y las comunidades deben apoyar la dinamización de estos procesos.

El modelo CANVAS es una herramienta sencilla para ser aplicada a los emprendimientos o las empresas en funcionamiento. “La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica” (Osterwalder, 2011).

La política comercial del sector agrícola en Colombia (Gomez, y otros, 2011), depende de iniciativas públicas en varios aspectos, entre ellos: Inversión en infraestructura y desarrollo tecnológico son de mucha influencia. En la actualidad, las actividades agropecuarias han venido apalancando financieramente la economía del país. Razón por la cual, Colombia es un país con vocación agropecuaria.

Metodología Del Proyecto

Enfoque. El enfoque del proyecto aplicado, es mixto (cualitativo y cuantitativo) de acuerdo a lo planteado por (Pereira Perez, 2011) afirma que la investigación mixta busca obtener un conocimiento más amplio y profundo acerca del objeto de estudio y comprenderlo integralmente.

Tipo de Investigación. El proyecto de acuerdo a su alcance, es de tipo descriptivo, que según (Cauas,2015), se dirige fundamentalmente a fenómenos sociales en una circunstancia determinada, dicho en otras palabras busca especificar las propiedades de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido al análisis; en este caso para la construcción del diseño de protocolos a través del modelo CANVAS para el funcionamiento de la huerta escolar de la vereda la Motuz en el municipio de paz de Ariporo departamento de Casanare.

Tipo de Diseño. El tipo de diseño aplicado al proyecto, es experimental, dado que se tiene bajo control la investigación donde se pueden manipular las variables de los protocolos de funcionamiento referente al modelo CANVAS.

Técnicas de Recolección de Datos. A nivel cuantitativo se utilizó una encuesta por muestreo de conveniencia basados en el Balanced Score Card y en el enfoque cualitativo se utilizó la entrevista semiestructurada a los estudiantes y docentes de la Institución Educativa Motuz.

Instrumentos de Recolección de Información. Con respecto a instrumentos estructurados, se utilizó el cuestionario cerrado conformado por preguntas directamente relacionadas con el nivel de conocimiento administrativo y comercial del estudiante. El cuestionario inicia con preguntas básicas de lineamientos estratégicos de acuerdo al modelo CANVAS (Socios Clave, Actividades Clave, Propuesta de Valor, Relación Con Clientes,

Segmentos de Cliente, Recursos Clave, Canales, Estructura de Costos y Fuente de Ingresos. Es importante destacar que se dio un orden a las preguntas partiendo de lo básico, pasando a lo clasificatorio y terminando con la identificación. Para el proceso y análisis de los datos se utilizó la hoja de cálculo (Excel) para la graficación e interpretación de datos.

Y el instrumento no estructurado, fue necesario la utilización de un guion de entrevista, permitiendo de esta forma tener una lista de los puntos a tratar en la misma.

Muestra. El tipo de muestreo es no probabilístico por conveniencia, dirigido el proyecto, a la comunidad estudiantil de la vereda Motuz del municipio de Paz de Ariporo, en total son 22 estudiantes de educación básica de los grados sexto, séptimo, octavo y noveno. También ocho (8) padres de familia y dos (2) directivos. La muestra por conveniencia se escogió dado la facilidad de acceso a la población y disponibilidad de los estudiantes, directivos y docentes en el proyecto.

Técnicas de análisis. Se utiliza la estadística básica descriptiva mediante el uso del Excel, para tabular, graficar y analizar los datos. Y también se analizó la categorización de las variables del modelo CANVAS.

En el presente proyecto fue una manera práctica; definiendo tres fases de la siguiente manera: inicial, preparación y ejecución para darle una representación importante en beneficio de la comunidad de la escuela la Motuz, por medio de un proceso de motivación, participación y aprendizaje que permita a los estudiantes incrementar su nivel de conocimiento en el manejo empresarial.

Desarrollo de las Fases de Investigación.

En el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se tiene cuenta las siguientes fases:

Fase 1 – Inicial. Realizar la revisión y análisis de literatura sobre el tema principal de la investigación, dando contextualización de la temática.

Fase 2 – Diagnóstico. Se realizará trabajo de campo, aplicando instrumento de recolección de información y entrevistas a padres de familia, con el fin de conocer el grado de conocimiento de los estudiantes del modelo CANVAS.

Fase 3 - Factores clave. Identificar los factores determinantes de los componentes del Modelo CANVAS aplicado a la granja escolar mediante la Matriz FODA.

Fase 4. Estructuración del Modelo. Análisis del modelo CANVAS mediante entrevistas que conlleven a la estructuración del modelo.

Fase 5. Resultados. Se dan los resultados teniendo en cuenta el cumplimiento de los tres Objetivos Específicos.

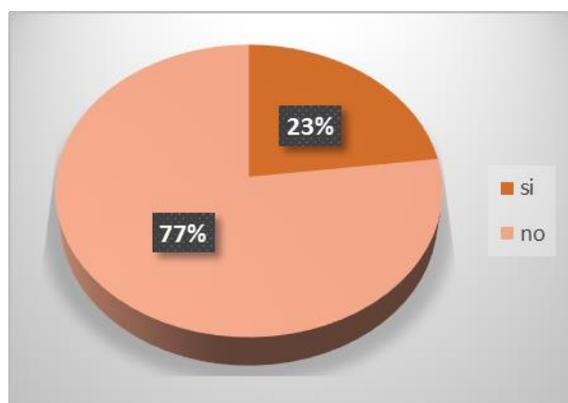
Desarrollo del Proyecto

Diagnóstico bajo el Modelo CANVAS

Socios clave

Figura 2.

¿El emprendimiento necesita de recursos financieros con elemento clave para poder ser ejecutado Socios Clave (Aliados)?



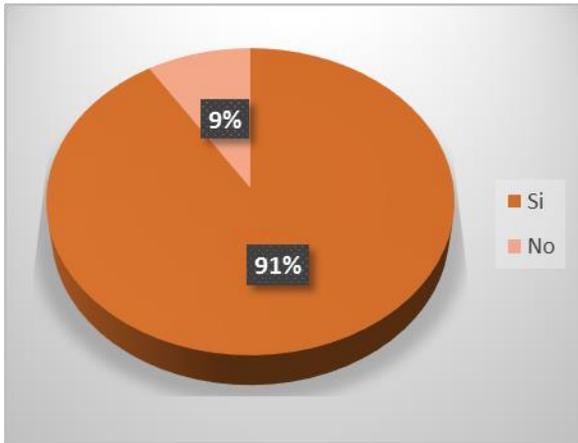
Fuente. Autor

resumen estadístico	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

El 77% de los estudiantes entrevistados no tienen claro que se necesitan recursos financieros de personas o socios para la ejecución del proyecto, el 23% de los estudiantes sabe que se necesitan recursos, pero no conoce cuales son los recursos que se necesitan para la ejecución de un proyecto.

Figura 3

¿Conoce el destino y función de los recursos financieros?



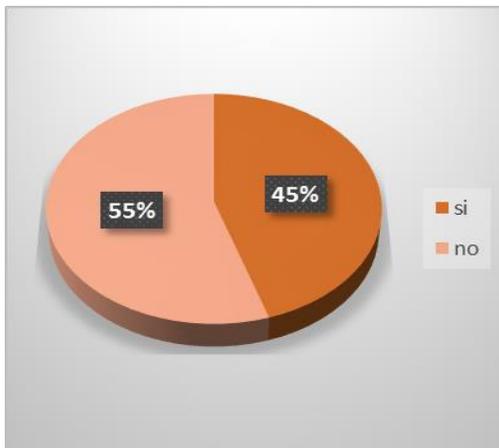
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,409090909
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,578541912
Varianza de la muestra	0,334710744
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,818181818
Mínimo	0,090909091
Máximo	0,909090909
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	5,197992847

Fuente. Autor

El 91% de los estudiantes no tiene conocimiento sobre el destino y función de los recursos financieros, ni en que se van a invertir, solo un 9% de los estudiantes tiene conocimiento para que sirven los recursos financieros y la como se pueden invertir.

Figura 4

¿Conoce los socios clave para conseguir clientes?



<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,045454545
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,064282435
Varianza de la muestra	0,004132231
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,090909091
Mínimo	0,454545455
Máximo	0,545454545
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	0,577554761

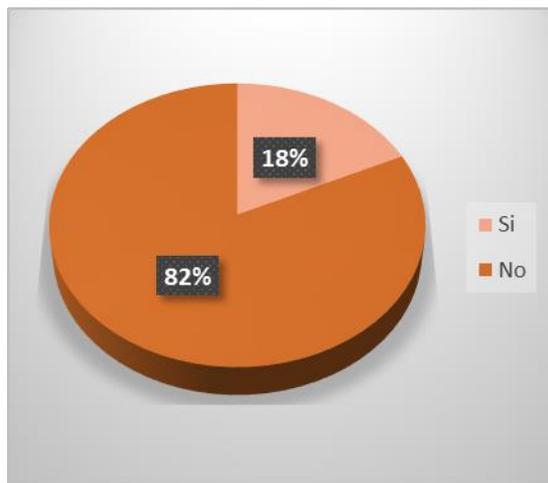
Fuente. Autor

El 45% de los estudiantes tienen conocimiento sobre cuáles son los socios clave para poder llegar a más clientes, el otro 55% no tiene conocimiento de cuáles son los socios clave y de cómo llegar a más clientes.

Actividades clave

Figura 5

¿Identifica a los potenciales consumidores/clientes?



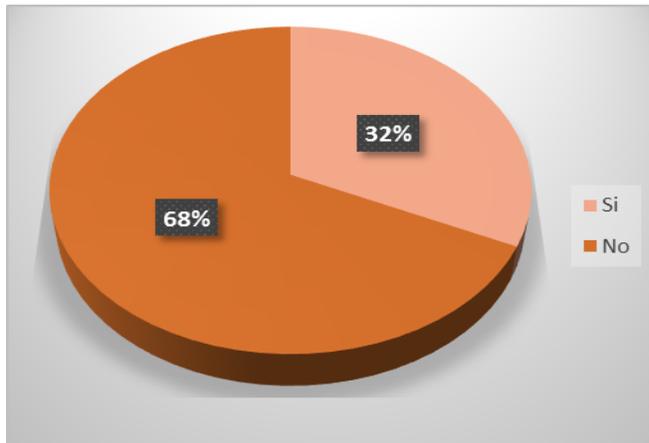
Fuente. Autor

<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,318181818
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,449977043
Varianza de la muestra	0,202479339
Curtosis	#i DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#i DIV/0!
Rango	0,636363636
Mínimo	0,181818182
Máximo	0,818181818
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	4,042883325

El 82% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuáles son los consumidores o clientes, mientras que el 18% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son los consumidores o clientes potenciales.

Figura 6

¿El modelo de negocio (emprendimiento) cuenta con las actividades clave para establecer buenas relaciones con los consumidores/clientes?



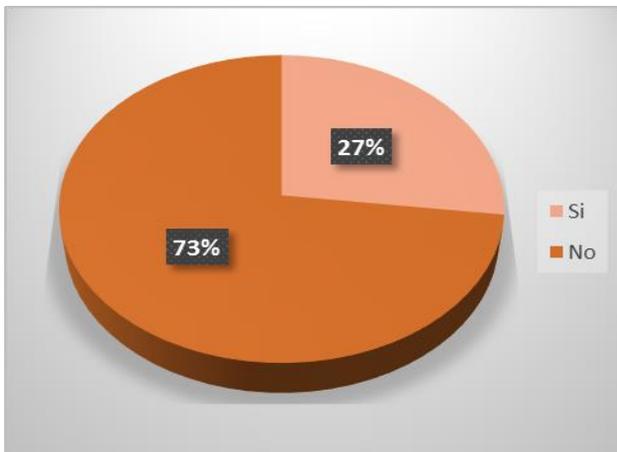
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,181818182
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,257129739
Varianza de la muestra	0,066115702
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,363636364
Mínimo	0,318181818
Máximo	0,681818182
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	2,310219043

Fuente. Autor

El 68% de los estudiantes no tiene conocimiento de las actividades clave para establecer buenas relaciones con los clientes, mientras que el otro 32% de los estudiantes tiene conocimiento cómo se establece una buena relación con los clientes.

Figura 7

¿El modelo de negocio (emprendimiento) tiene claridad de las actividades necesarias para el establecimiento de alianzas?



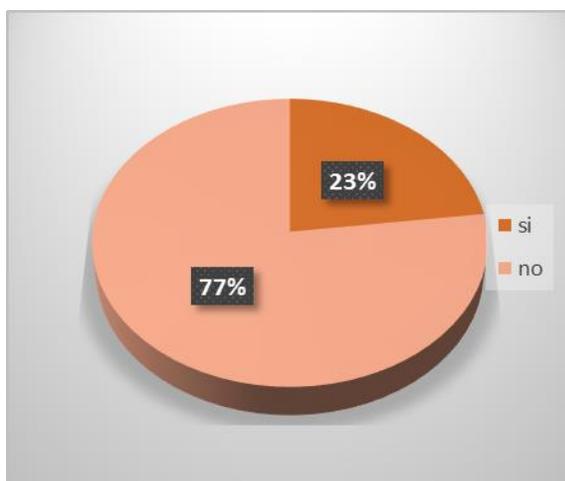
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,227272727
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,321412173
Varianza de la muestra	0,103305785
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,454545455
Mínimo	0,272727273
Máximo	0,727272727
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	2,887773804

Fuente. Autor

El 73% de los estudiantes no tiene conocimiento cuales son las actividades necesarias para establecer una alianza de negocio, mientras que el 27% de los estudiantes tiene conocimiento de cómo se puede establecer una alianza.

Figura 8

¿Conoce las actividades clave para realizar o entregar un producto o servicio con el mínimo de calidad requerido?



Fuente. Autor

<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

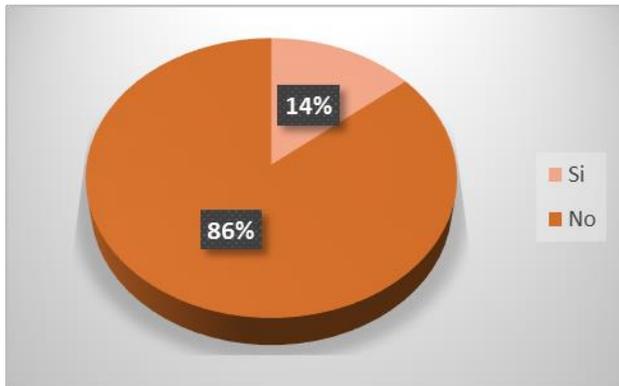
El 77% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuáles son las actividades clave para la entrega de un producto con el requerimiento mínimo de calidad, mientras que el 23% de los estudiantes tiene conocimiento cómo se deben entregar los productos.

Recursos clave

Figura 9

Humano (promotores)

¿Los promotores han trabajado en empresas relacionadas?



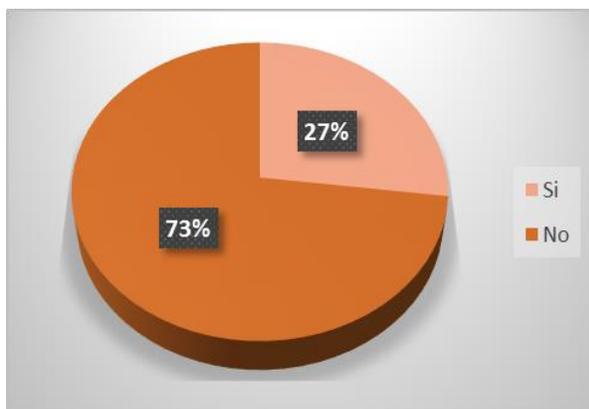
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,363636364
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,514259477
Varianza de la muestra	0,26446281
Curtosis	#i DIV/O!
Coefficiente de asimetría	#i DIV/O!
Rango	0,727272727
Mínimo	0,136363636
Máximo	0,863636364
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	4,620438086

Fuente. Autor

El 86% de los estudiantes no tiene conocimiento cuales son los promotores y no saben si han trabajado en las actividades a desarrollar, mientras que el 14% de los estudiantes tiene conocimiento de los promotores y tienen conocimiento sobre los temas a desarrollar.

Figura 10

¿Conoce la motivación del emprendedor para desarrollar esta idea de negocio?



<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,227272727
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,321412173
Varianza de la muestra	0,103305785
Curtosis	#i DIV/O!
Coefficiente de asimetría	#i DIV/O!
Rango	0,454545455
Mínimo	0,272727273
Máximo	0,727272727
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	2,887773804

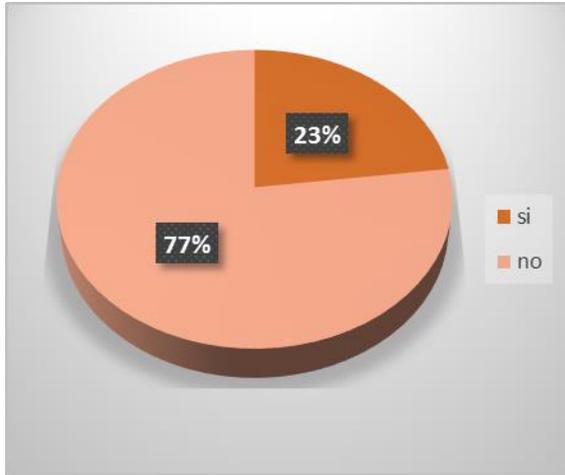
Fuente. Autor

El 73% de los estudiantes no tiene conocimiento cuál fue el motivo del emprendedor para el desarrollo de la idea de negocio, mientras que el 27% de los estudiantes tiene conocimiento y el motivo por el cual el emprendedor desarrollo esta idea de negocio.

Equipo humano

Figura 11

¿Tiene definido los perfiles necesarios para cada etapa del negocio?

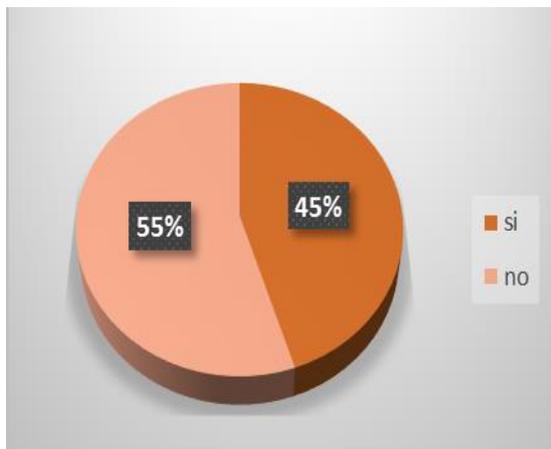


Fuente. Autor

El 77% de los estudiantes no conocen cuales son los perfiles para las etapas del negocio, mientras que el 23% de los estudiantes conoce cuales son los perfiles para el desarrollo de cada etapa del negocio.

Figura 12

¿Conoce las actividades claves involucradas en estos recursos y cuáles serán sus funciones?



Fuente. Autor

<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

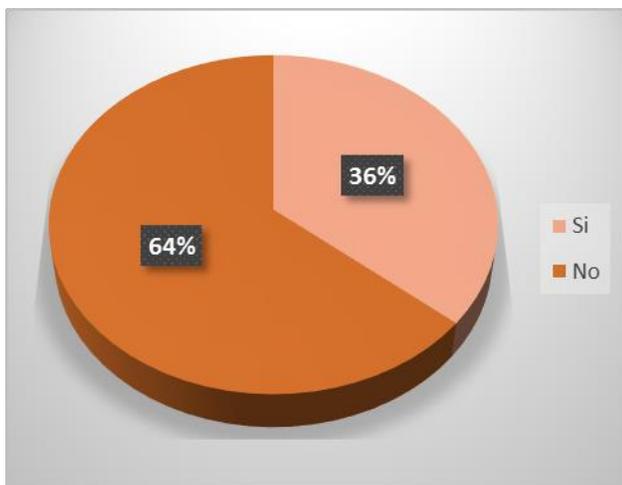
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,045454545
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,064282435
Varianza de la muestra	0,004132231
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,090909091
Mínimo	0,454545455
Máximo	0,545454545
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	0,577554761

El 55% de los estudiantes no tiene conocimiento cuales son los recursos que se necesitan y cuáles son las funciones a desarrollar, mientras que el 45% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son las actividades y funciones a desarrollar.

Materiales (inmovilizado material)

Figura 13

¿Conoce los recursos materiales que necesita su emprendimiento?



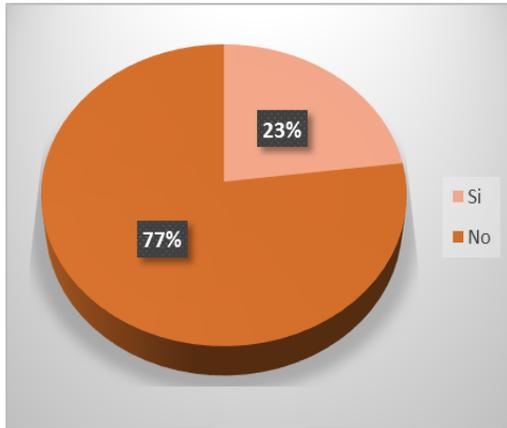
Fuente. Autor

<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡DIV/0!
Coeficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

El 64% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuáles son los materiales y recursos que se necesitan para el emprendimiento del negocio, mientras que el 36% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son los recursos que se necesitan.

Figura 14

¿Sabe qué actividades clave van a estar involucrados estos recursos?



Fuente. Autor

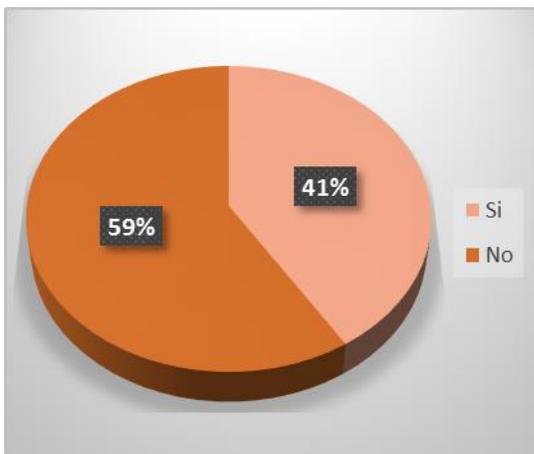
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,090909091
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,128564869
Varianza de la muestra	0,016528926
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,181818182
Mínimo	0,409090909
Máximo	0,590909091
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	1,155109521

El 77% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuáles son las actividades a desarrollar y los recursos que se necesitan, mientras que el 23% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son las actividades claves y los recursos a utilizar.

Propuesta de valor

Figura 15

¿Conoce las características y los beneficios del producto o servicio?



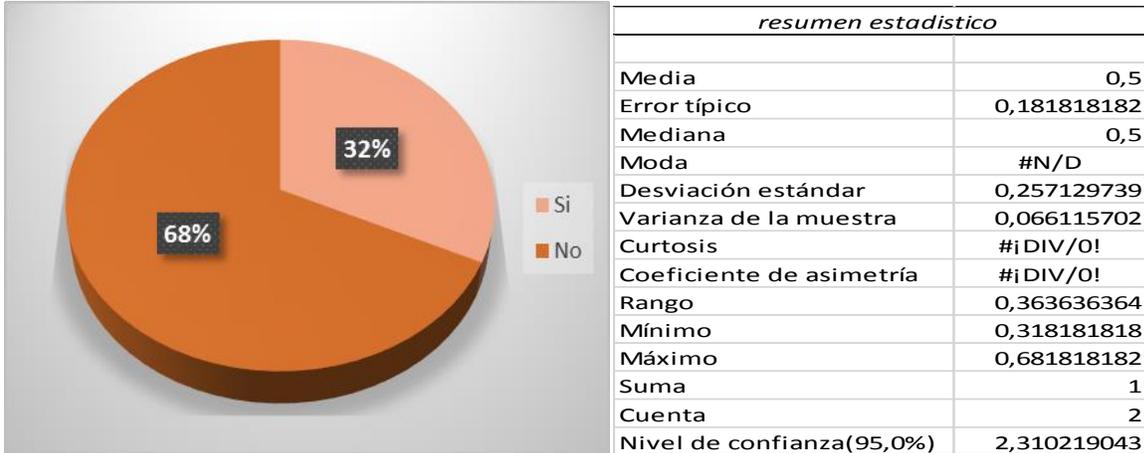
Fuente. Autor

<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,136363636
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,192847304
Varianza de la muestra	0,037190083
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,272727273
Mínimo	0,363636364
Máximo	0,636363636
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	1,732664282

El 59% de los estudiantes no conocen cuales son los beneficios que tienen los productos, mientras que el 41% de los estudiantes si conocen cuales son los beneficios del producto.

Figura 16

¿Tu producto o servicio reemplaza a algún otro existente?

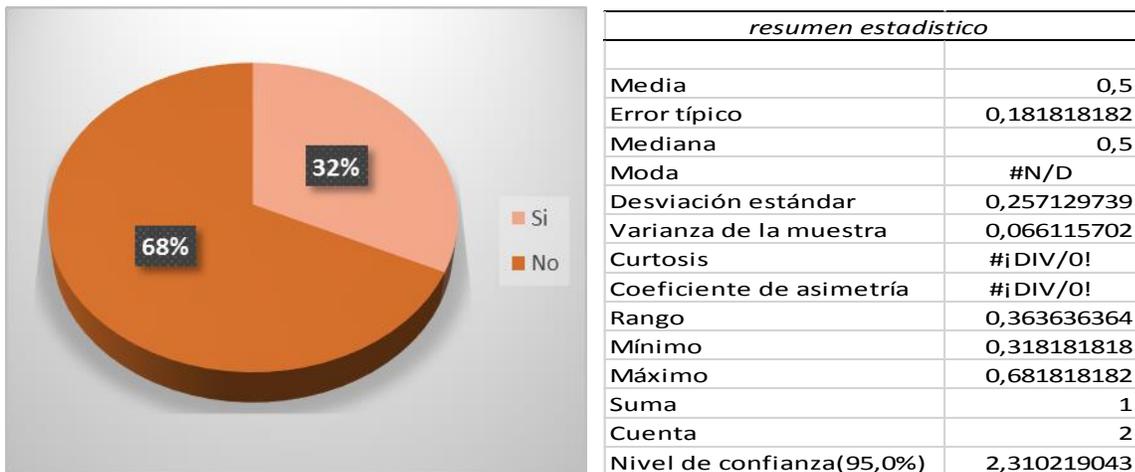


Fuente. Autor

El 68% de los estudiantes dicen que los productos no reemplazan otros productos, mientras que el 32% de los estudiantes dicen que los productos reemplazarán otros productos.

Figura 17

¿Los consumidores/clientes necesitarán ser “educados” para que aprendan a usar o a valorar tu producto o servicio?

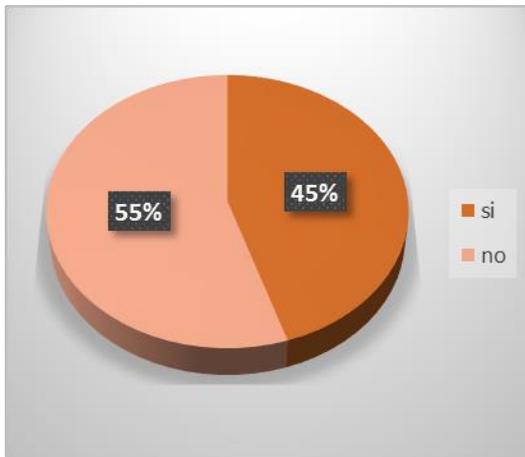


Fuente. Autor

El 68% de los estudiantes piensa que los clientes deben ser educados para que sepan valorar el producto, mientras que el 32% de los estudiantes piensan o creen que no es necesario educar a los clientes.

Figura 18

¿La oportunidad de tu idea depende de cambios en las creencias y actitudes del consumidor/cliente?



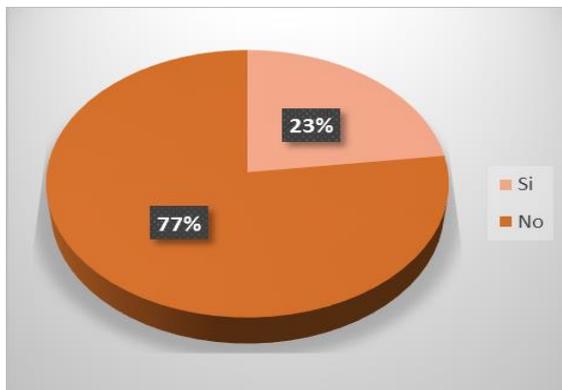
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,045454545
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,064282435
Varianza de la muestra	0,004132231
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,090909091
Mínimo	0,454545455
Máximo	0,545454545
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	0,577554761

Fuente. Autor

El 55% de los estudiantes cree que la oportunidad de la idea no depende de cambios en las creencias de los consumidores o clientes, mientras que el 45% de los estudiantes creen que la oportunidad de la idea depende de cambios en los clientes o consumidores.

Figura 19

¿Sabe cuál va a ser la participación en el mercado?



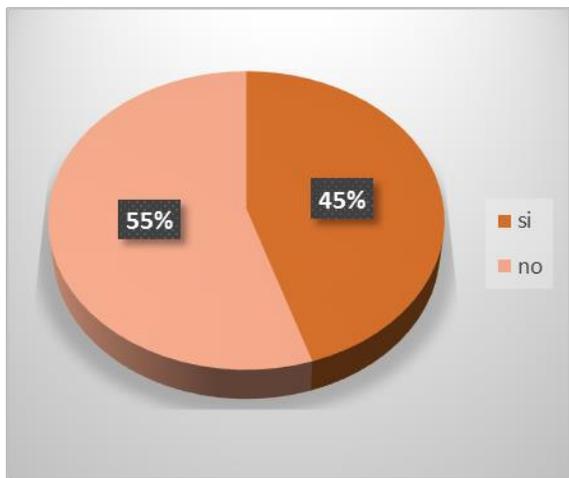
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

Fuente. Autor

El 77% de los estudiantes no tienen conocimiento de cuál va a ser la participación del producto en el mercado, mientras que el 23% de los estudiantes tienen conocimiento de cómo va a ser la participación en el mercado.

Figura 20

¿Conoce las ventajas competitivas de tu modelo de negocio (emprendimiento)?



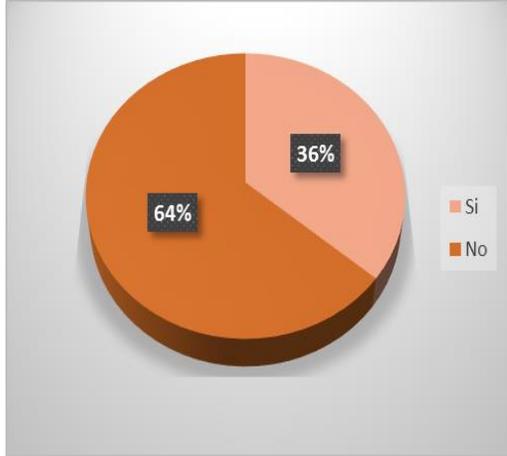
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,045454545
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,064282435
Varianza de la muestra	0,004132231
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,090909091
Mínimo	0,454545455
Máximo	0,545454545
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	0,577554761

Fuente. Autor

El 55% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuáles son las características y ventajas que tiene el producto, mientras que el 45% de los estudiantes tiene conocimiento de las ventajas del producto.

Figura 21

¿El producto que ofrece la competencia, es más atractivo e innovador?



resumen estadístico	
Media	0,5
Error típico	0,136363636
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,192847304
Varianza de la muestra	0,037190083
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,272727273
Mínimo	0,363636364
Máximo	0,636363636
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	1,732664282

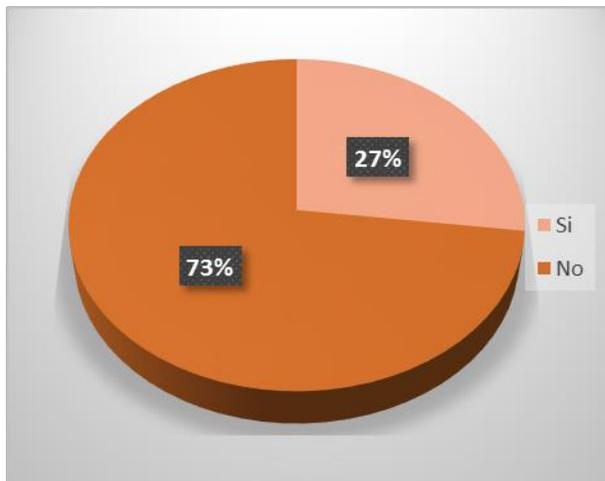
Fuente. Autor

El 64% de los estudiantes no creen que los productos de la competencia son más atractivos e innovador, mientras que el 36% de los estudiantes creen que son atractivos e innovadores.

Relación con clientes

Figura 22

De todos los potenciales grupos de consumidores/clientes, ¿tiene conocimiento cuales son los más importantes para tu negocio?



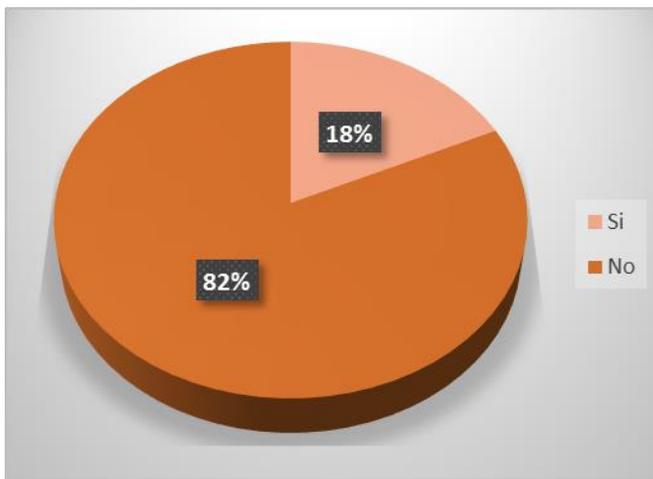
resumen estadístico	
Media	0,5
Error típico	0,227272727
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,321412173
Varianza de la muestra	0,103305785
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,454545455
Mínimo	0,272727273
Máximo	0,727272727
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	2,887773804

Fuente. Autor

El 73% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuáles son los clientes más importantes para el negocio, mientras que el 27% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son los clientes más importantes.

Figura 23

¿Tiene conocimiento del estado actual y futuro potencial del mercado objetivo?



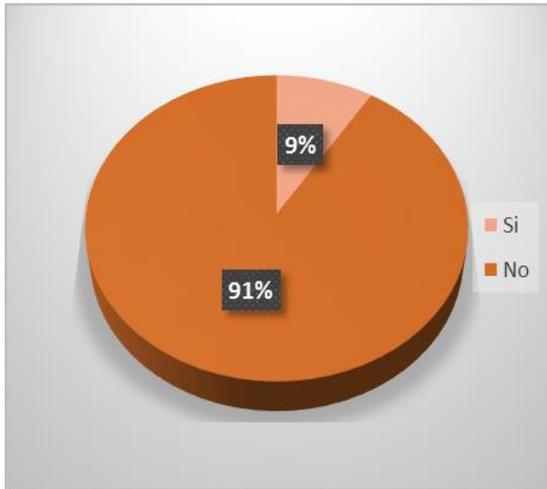
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,318181818
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,449977043
Varianza de la muestra	0,202479339
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,636363636
Mínimo	0,181818182
Máximo	0,818181818
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	4,042883325

Fuente. Autor

El 82% de los estudiantes no tienen conocimiento de cuál será el estado de negocio en el futuro en el mercado, mientras que el 18% de los estudiantes creen conocer cuál será el futuro del negocio.

Figura 24

¿Existe alguna investigación de mercado con respecto a tu producto o servicio?



<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,409090909
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,578541912
Varianza de la muestra	0,334710744
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,818181818
Mínimo	0,090909091
Máximo	0,909090909
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	5,197992847

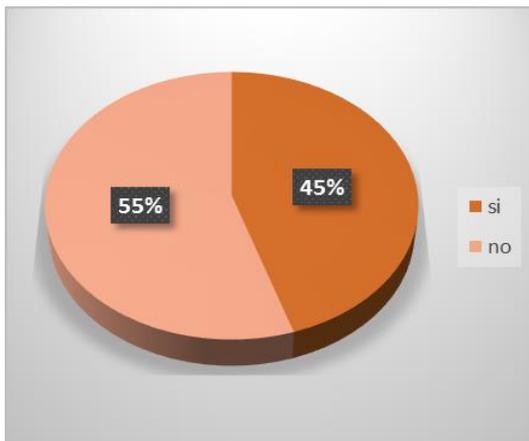
Fuente. Autor

El 91% de los estudiantes cree que no hay ninguna investigación con respecto a los productos, mientras que el 9% de los estudiantes creen que si hay una investigación frente a el producto.

Figura 25

¿Conoce en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra el mercado objetivo?

(Introducción, crecimiento, madurez, declive)



<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,045454545
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,064282435
Varianza de la muestra	0,004132231
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,090909091
Mínimo	0,454545455
Máximo	0,545454545
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	0,577554761

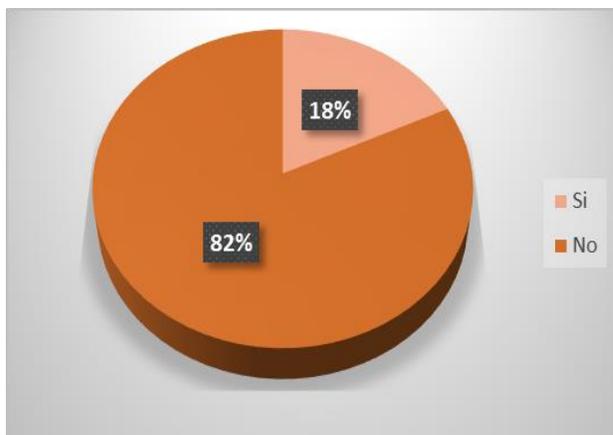
Fuente. Autor

El 55% de los estudiantes no tiene conocimiento de cual es ciclo de vida del producto, mientras que el 45% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son los ciclos de vida de los productos.

Estructura de costos

Figura 26

¿Conoce claramente los costes de fabricación / producción?



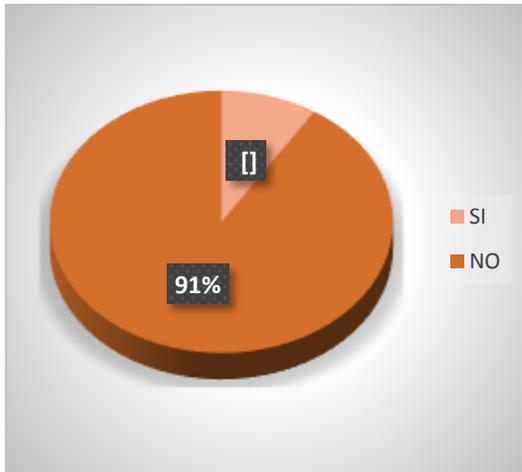
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,318181818
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,449977043
Varianza de la muestra	0,202479339
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,636363636
Mínimo	0,181818182
Máximo	0,818181818
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	4,042883325

Fuente. Autor

El 82% de los estudiantes no tienen conocimiento de los costos de producción, mientras que el 18% tiene conocimiento cuales son los costos de producción.

Figura 27

¿Tiene el modelo de negocio (emprendimiento) el establecimiento de costos fijos y costos variables, y conoce el punto de equilibrio?



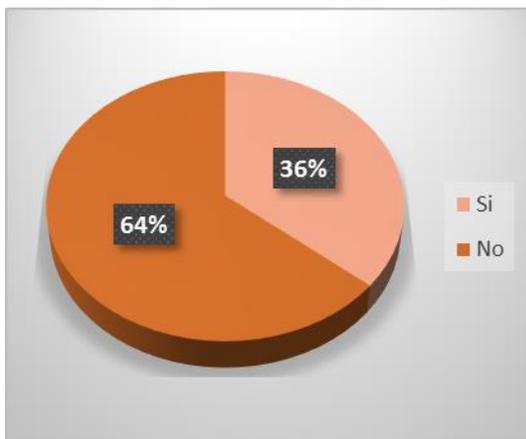
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,409090909
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,578541912
Varianza de la muestra	0,334710744
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,818181818
Mínimo	0,090909091
Máximo	0,909090909
Suma	1
Cuenta	2

Fuente. Autor

El 91% de los estudiantes no saben cuál es el modelo de negocio, ni los costos y variables junto con el punto de equilibrio, mientras que el 9% de los estudiantes cree conocer el modelo de negocio.

Figura 28

¿Son razonables los costes de instalación y su amortización? (Terrenos, construcciones, maquinaria, vehículos, I+D, estudios de factibilidad, gastos de constitución, licencias, patentes, ¿seguros)? Fuentes de ingreso (proyección financiera-flujo de caja)



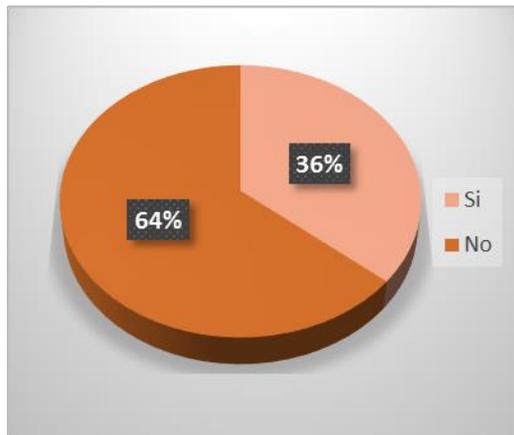
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,136363636
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,192847304
Varianza de la muestra	0,037190083
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,272727273
Mínimo	0,363636364
Máximo	0,636363636
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	1,732664282

Fuente. Autor

El 64% de los estudiantes no conocen cuáles son los costos y fuente de los ingresos, mientras que el 36% de los estudiantes tiene conocimiento de cuáles son los costos y la fuente de ingresos.

Figura 29

¿Conoce usted la frecuencia en la que adquirirán los productos/servicios?



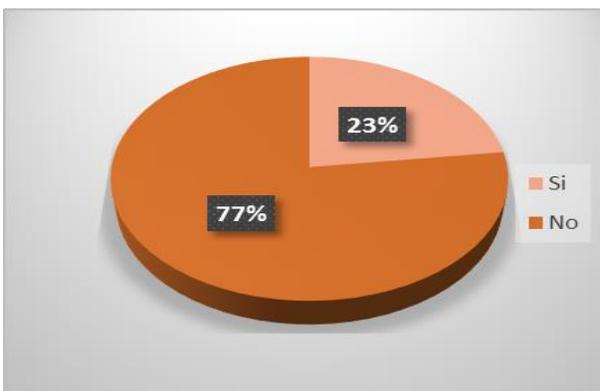
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,136363636
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,192847304
Varianza de la muestra	0,037190083
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,272727273
Mínimo	0,363636364
Máximo	0,636363636
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	1,732664282

Fuente. Autor

El 64% de los estudiantes no tiene conocimiento de cuándo y cuántas veces adquirirá el producto, mientras que el 36% tiene conocimiento de la frecuencia con la que obtendrá el producto.

Figura 30

¿Se puede ofrecer el producto / servicio en todas las épocas del año?



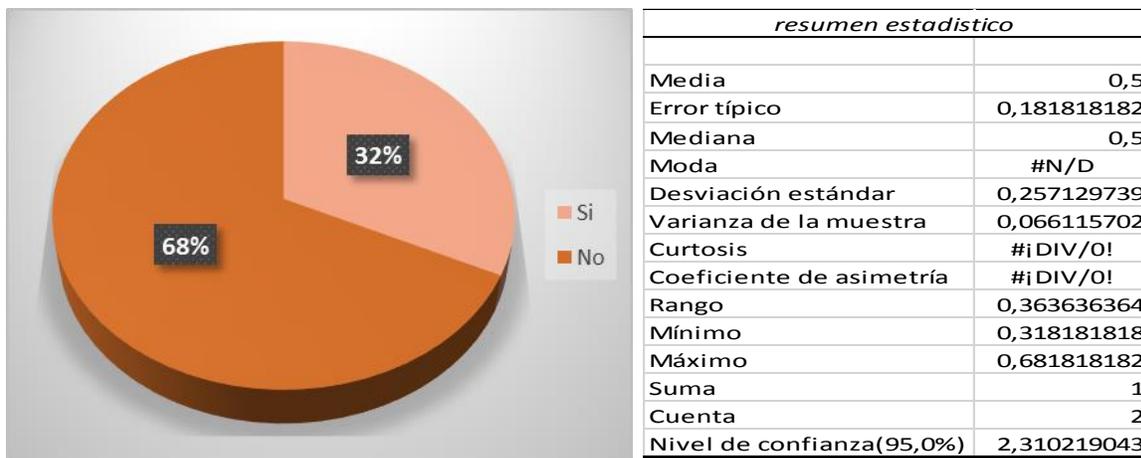
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡ DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡ DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

Fuente. Autor

El 77% de los estudiantes no tiene conocimiento de que los productos se pueden ofrecer y adquirir durante toda la época del año, mientras que el 23% de los estudiantes tiene conocimiento de cuál es la frecuencia con la que se puede adquirir los productos.

Figura 31

¿El emprendimiento tiene definido la estructura de precios?

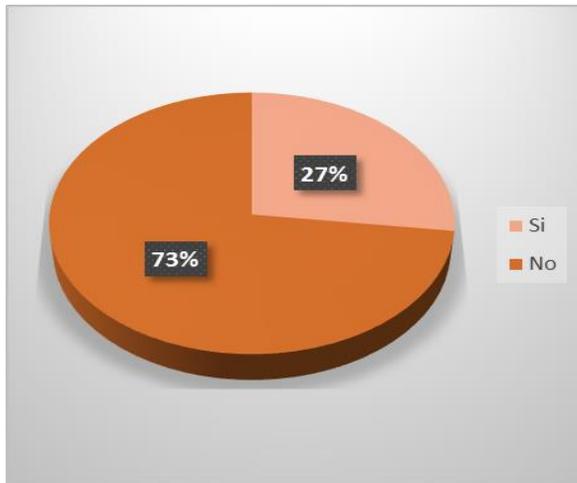


Fuente. Autor

El 68% de los estudiantes no conoce cuál es la estructura de precios con la que se pueden ofrecer los productos, mientras que el 32% de los estudiantes conocen la estructura de precios con la que se pueden ofrecer los productos.

Figura 32

¿Puede la empresa sostenerse a sí misma con sus recursos propios?



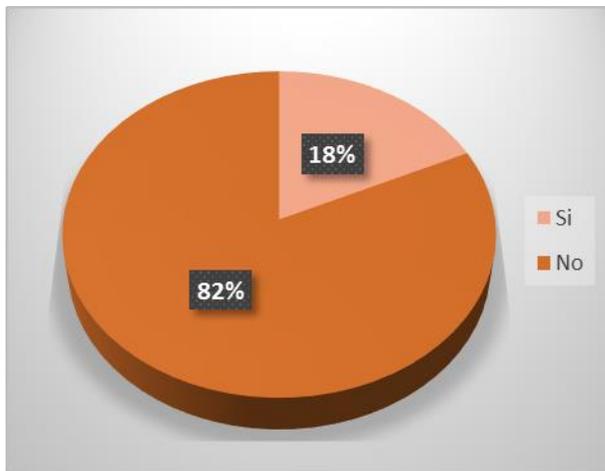
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,227272727
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,321412173
Varianza de la muestra	0,103305785
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,454545455
Mínimo	0,272727273
Máximo	0,727272727
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	2,887773804

Fuente. Autor

El 73% de los estudiantes piensan que la empresa no se puede sostener con los recursos propios, mientras que el 27% de los estudiantes dice que la empresa si se puede sostener con los recursos propios.

Figura 33

¿Los emprendedores conocen las fuentes de financiación?



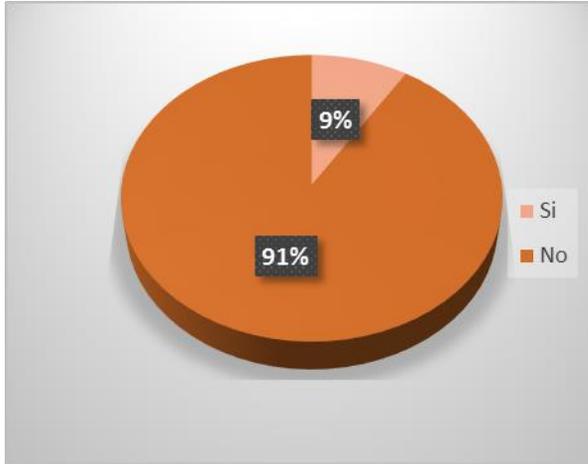
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,318181818
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,449977043
Varianza de la muestra	0,202479339
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,636363636
Mínimo	0,181818182
Máximo	0,818181818
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	4,042883325

Fuente. Autor

El 82% de los estudiantes no conocen cuales son las fuentes de financiación, mientras que el 18% de los estudiantes tienen conocimiento de cuáles son las fuentes de financiación.

Figura 34

¿Los promotores contribuyen con capital?



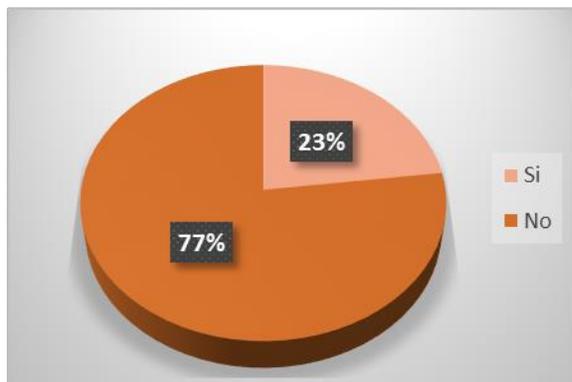
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,409090909
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,578541912
Varianza de la muestra	0,334710744
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,818181818
Mínimo	0,090909091
Máximo	0,909090909
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	5,197992847

Fuente. Autor

El 91% de los estudiantes no tienen conocimiento que los principales promotores son los encargados de suministrar el capital para que una empresa funcione, mientras que el 9% de los estudiantes conoce que es un promotor y que son los encargados de suministrar el capital a una empresa.

Figura 35

¿Se puede iniciar el negocio a una escala menor? (Menor costo de instalación y de operación)?



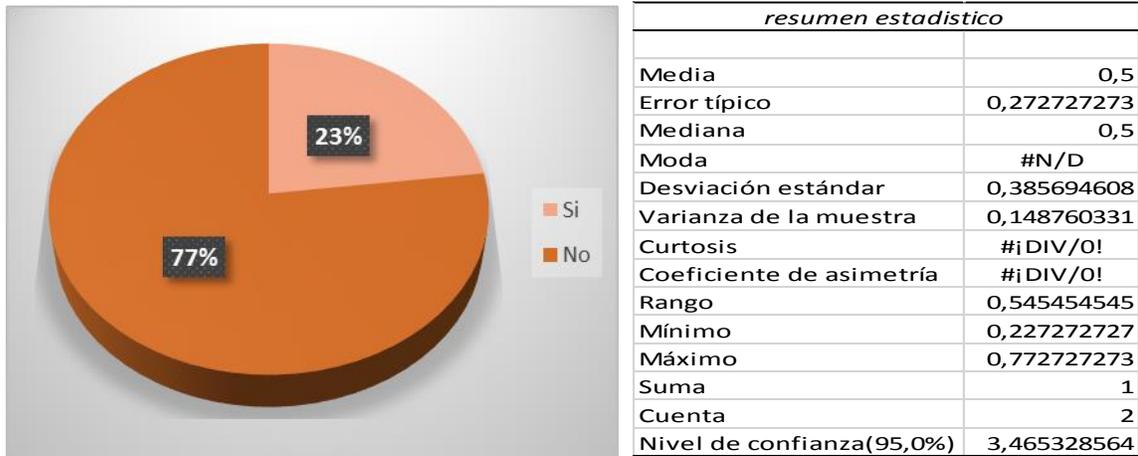
<i>resumen estadístico</i>	
Media	0,5
Error típico	0,272727273
Mediana	0,5
Moda	#N/D
Desviación estándar	0,385694608
Varianza de la muestra	0,148760331
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,545454545
Mínimo	0,227272727
Máximo	0,772727273
Suma	1
Cuenta	2
Nivel de confianza(95,0%)	3,465328564

Fuente. Autor

El 77% de los estudiantes no cree que se puede iniciar un negocio con pocos recursos, mientras que el 23% de los estudiantes cree que se puede iniciar un negocio con pocos recursos.

Figura 36

¿Está clara la relación entre las inversiones y el crecimiento?

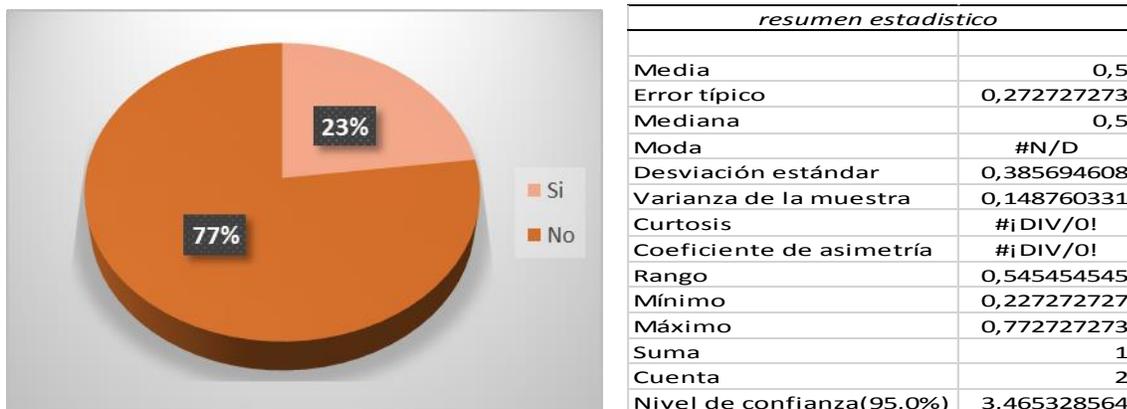


Fuente. Autor

El 77% de los estudiantes no tiene conocimiento sobre que es una inversión y cuál es el crecimiento de una empresa, mientras que el 23% de los estudiantes tiene conocimiento que es una inversión y cuál es el crecimiento de una empresa.

Figura 37

¿Conoce cómo va a ser la forma de pago a proveedores?



Fuente. Autor

El 77% de los estudiantes no conocen como es la forma de pago a los proveedores, mientras que el 23% de los estudiantes tiene conocimiento de cuál será la forma de pago a los proveedores.

Tabla 2**Matriz FODA**

Matriz FODA		
AN	Fortalezas	Debilidades
ALISIS INTERNO	Experiencia agrícola a nivel empírico de algunos estudiantes Aporte de los estudiantes (mano de obra, insumos, otros) Voluntad de los estudiantes en capacitarse en temas administrativos Cuenta con terreno para ampliar la huerta Cuenta con agua potable los 365 días del año Trabajo en grupo	No cuentan con una estructura organizacional Inexistencia de la misión y visión de la granja escolar Falta de motivación y compromiso de algunos estudiantes Poco conocimiento en asistencia técnica Desconocimiento en el manejo financiero y administrativo de la granja escolar
AN	Oportunidades	Amenazas
ALISIS EXTERNO	Potencial agropecuario del municipio Apoyo del gobierno al sector agropecuario Suelos aptos para el cultivo de tomate, pepino, habichuela, entre otros. Sistemas agropecuarios ecológicos Ampliar la huerta orgánica. Educar a los estudiantes en el manejo de recursos naturales	Repentinos Cambios climáticos y pronósticos por el fenómeno del niño Presencia de enfermedades en el cultivo Alta competencia en el mercado Que las cosechas no den el resultado esperado Que los estudiantes no colaboren en los días de no asistencia escolar.

Fuente. Autor

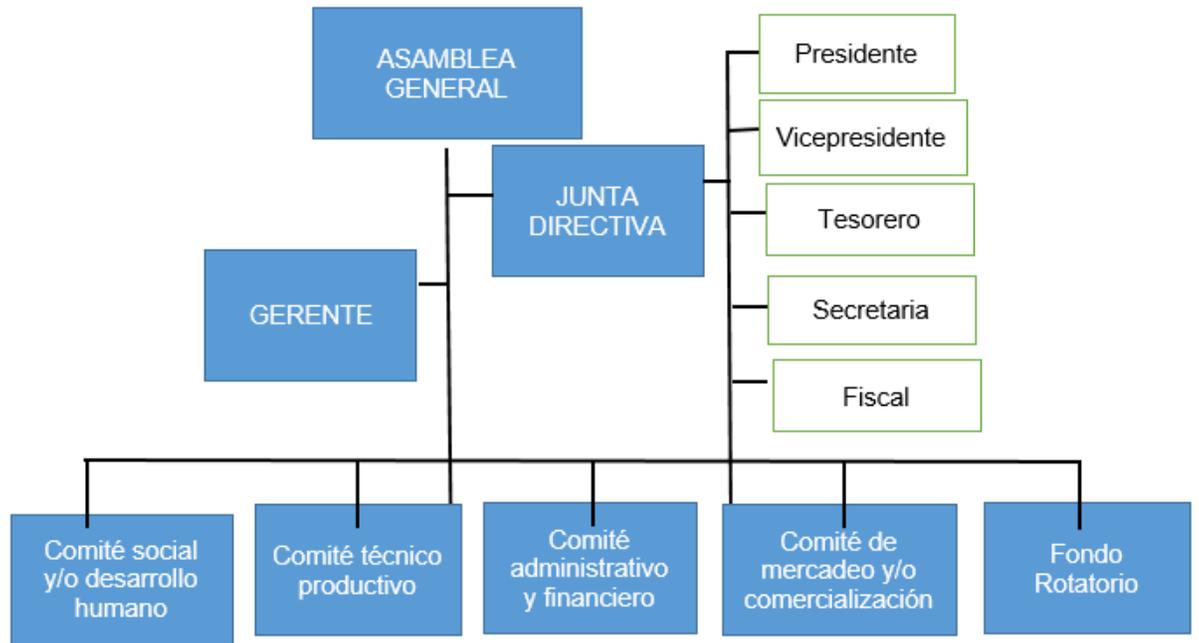
Análisis. La granja escolar puede mejorar su proceso productivo y de comercialización, aprovechando las potencialidades y oportunidades del entorno; entre las variables más representativas, están: vocación agropecuaria del municipio, suelos aptos para los cultivos, supermercados como aliados estratégicos en la comercialización. Poco conocimiento en asistencia técnica. Así mismo, se debe mejorar algunos aspectos, como: Poco conocimiento en asistencia técnica, Desconocimiento en el manejo financiero y administrativo de la granja escolar. Después de analizar la MATRIZ FODA, es de vital importancia formular para la granja escolar la misión y visión, de la siguiente manera:

Misión. La “Granja Escolar Motuz”, se dedica a la producción y comercialización de hortalizas, como enseñanza y amor propio por el sector agropecuario y contribuyendo a un espacio de aprendizaje continuo.

Visión. En el año 2024, la granja escolar será un modelo de emprendización para el municipio, mediante las buenas prácticas agrícolas para ofrecer productos de excelente calidad a clientes locales.

Figura 38

Organigrama propuesto



Fuente. Autor

Estas acciones o estrategias a seguir son fundamentales para el funcionamiento de la granja escolar, así como: el manual de funciones, una investigación de mercados, análisis de suelo donde se ubica la granja escolar, adecuado manejo administrativo y financiero, la creación de fondo rotatorio, entre otras teniendo en cuenta las debilidades de la granja escolar.

Figura 39

Modelo CANVAS

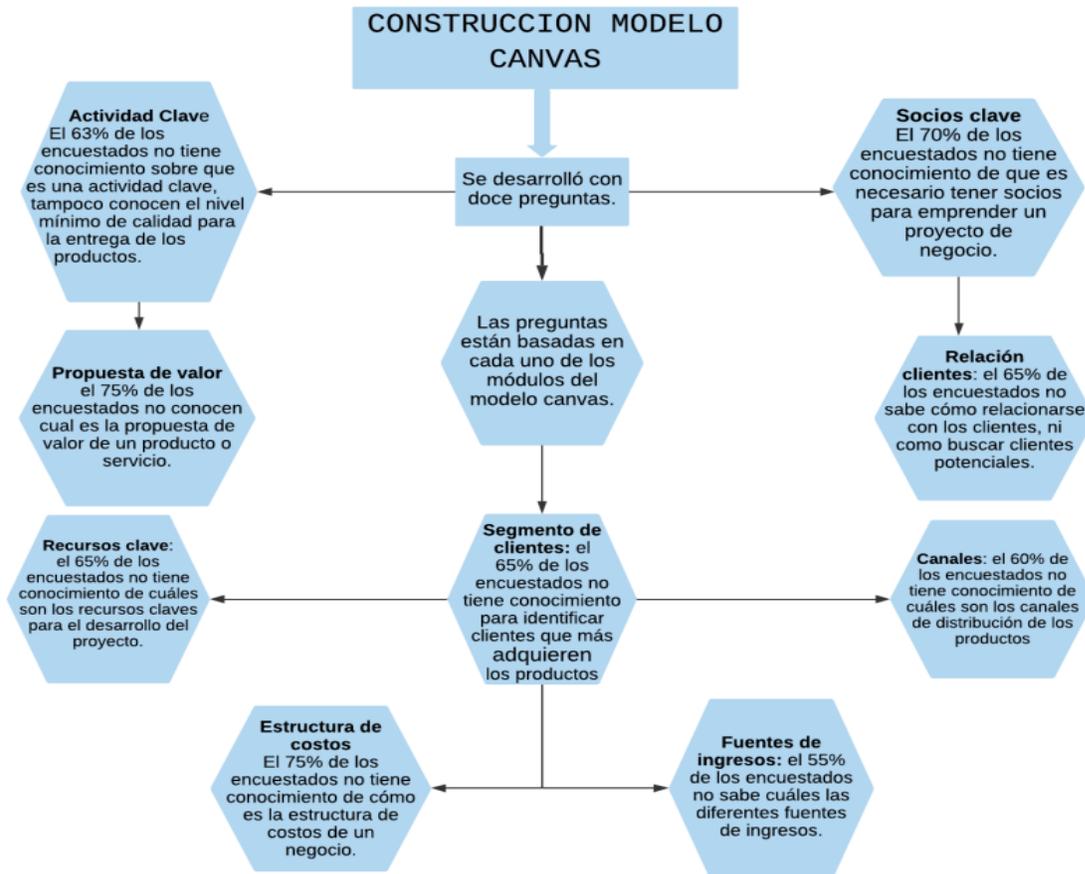
SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTO CLIENTES
Proveedores Padres de familia Distribuidores Estudiantes Profesores Restaurantes	Producción de hortalizas de calidad Buena atención a los clientes Cumplir con estándares de calidad Cuidar el medio ambiente	Productos orgánicos libres de químicos Compromiso para cuidar el medio ambiente Cumplir con los protocolos de buenas practicas agrícolas	Relación directa y de cordialidad Redes sociales Puntos de distribución	Amas de casa Familias Personas que busquen una alimentación sana Supermercados Restaurantes
	RECURSOS CLAVE Infraestructura: terreno, herramientas. Personal: encargados de los recursos administrativos y mano de obra Equipos tecnológicos: computadores y celulares		CANALES Redes sociales Distribuidores Proveedores Líneas telefónicas Publicidad	
ESTRUCTURA DE COSTOS (tomate, pepino, habichuela) Costos Variables: Materia Prima e insumos: semillas, abono orgánico, cascarilla Mano de Obra: Padres de familia, estudiantes Inversión: malla, alambre, palas, pica, azadón.		FUENTE DE INGRESOS Ventas en tiendas físicas Ventas telefónicas Ingresos por pedidos Ventas a distribuidores		

Fuente. Autor

Resultados

Figura 40

Mapa conceptual



Fuente. Autor

En el diagnóstico que se realizó a cada uno de los estudiantes y padres de familia mediante el cuestionario, se evidenció una falta de conocimiento de un 75% modelo Canvas.

El nivel de conocimiento de los estudiantes es bajo ya que la mayoría de ellos no conocía sobre el modelo Canvas, y la forma en que se puede aplicar a un negocio sin importar lo grande de los mismos y el tipo de negocio.

Socios clave: los estudiantes saben que es un socio, pero desconoce que todo socio son aquellas personas con las que se tiene relación comercial los cuales están conformados desde proveedores hasta los puntos de distribución de los productos.

Actividades clave: los estudiantes saben que es una actividad, pero desconocen que es importante enfocarse en esta área, ya que es en la que se va a ejecutar cada proceso para que la empresa o negocio tenga éxito en cada una de las etapas.

Propuesta de valor: los estudiantes no saben que es valor que se le debe dar a los clientes mediante los productos o servicios que brinda la empresa.

Segmento clientes: los estudiantes tienen conocimiento de que es un cliente, pero no saben cómo se pueden relacionar con los clientes.

Segmento de mercado: los estudiantes no conocen que es el mercado, ni quienes son los que lo conforman.

Recursos: los estudiantes tienen conocimiento de que es un recurso, pero no conocen los componentes que conforman el segmento de los recursos y como están conformados.

Canales de distribución: los estudiantes no saben que es un canal de distribución.

Costos: los estudiantes conocen que es un costo, pero no conocen los diferentes componentes de cada uno de los costos.

Ingresos: los estudiantes tienen conocimiento de cuáles son los ingresos, pero no conocen las diferentes formas de recibir ingresos que van desde el dinero en efectivo, bonos o enceres que se pueden adquirir.

El resultado del cuestionario realizado a los estudiantes y padres de familia, me permitió conocer el nivel de conocimiento de los padres y estudiantes frente a cada una de las actividades a desarrollar. Con el resultado del cuestionario se socializo y explico cada uno de los pasos a seguir para mejorar el conocimiento de cada uno de los integrantes, donde se realizaron acciones de mejora en cada proceso de la huerta orgánica.

Conclusiones

Con el análisis de los protocolos para el funcionamiento de la granja escolar Motuz a través del modelo CANVAS, se dio inicio al proyecto en la vereda la Motuz donde los estudiantes aprendieron y cambiaron la perspectiva que tenían frente al manejo empresarial de la granja escolar. Para el desarrollo de las actividades propuestas; es de vital importancia que cada una de las instituciones educativas ejecuten proyectos productivos, para mejorar el conocimiento y desarrollar actividades que ayuden al aprendizaje de cada uno de los estudiantes; donde se les enseñe los protocolos para el funcionamiento de la granja escolar.

Con la aplicación del cuestionario, se evidencia que los estudiantes tienen poco conocimiento sobre el mercado, finanzas y asistencia técnica. Por lo que se hizo necesario plasmar algunas acciones y/o estrategias para el manejo de la granja.

Con el análisis del modelo CANVAS se dio claridad a cada uno de los procesos; ya que con esta herramienta los estudiantes lograron comprender conceptos claves para el desarrollo eficiente de la granja.

Finalmente, se deben tomar acciones que conlleven a mejorar el proceso productivo mediante talleres de capacitación en asistencia técnica y así mismo realizando convenios comerciales o en efecto contando con cartas de intención de los clientes. De esta forma se haría proyección de la producción de la granja para atender la demanda existente.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Sanchez, E. (2019). La huerta escolar agroecológica como escenario pedagógico y significativo en la conservación del medio ambiente y promoción de la seguridad alimentaria dentro del ciclo de básica primaria de la Institución Educativa San Antonio de Padua – sede de Palo Bla. *Fundacion Universitaria "Los Libertadores"*, 9.
- Colmenares, A. M. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la accion. *Voces y Silencios: Revista Latinoamericana de Educación*, 14.
- Duran Jimenez, E. R. (2015). Propuesta para diseñar una Huerta Escolar como Recurso Educativo (Plan Piloto) para obtener un Aprendizaje Significativo mediante la Creación del Semillero de Investigación de Ciencias Naturales, en el Colegio Dios es Amor, Sede Lucero Alto. *Universidad Distrital "Francisco Jose De Caldas"*, 11.
- Gomez, H. J., Restrepo, J. C., Nash, J., Valdes, A., Reina, M., Zuluaga, S., . . . Perfetti, J. J. (2011). *La politica comercial del sector agricola en Colombia*. Bogota: Cuadernos Fedesarrollo.
- Osterwalder, A. (2011). Modelo Canvas. *Deusto SA Ediciones*, 9.
- Osterwalder, A. (2011). *Modelo CANVAS*. Barcelona: Deusto SA Ediciones .
- Sanchez Castañeda, J. (2017). Mercado de productos agrícolas ecológicos en Colombia. *Suma de Negocios*, 9.
- Zambrano Quintero, Y., Rocha Rojas, C., Florez Vanegas, G., Nieto Montaña, L., Jimenez Jimenez, J., & Nuñez Samnandez, L. (2018). La huerta escolar como estrategia pedagógica para fortalecer el aprendizaje. *Cultura Educacion y Sociedad*, 11.

REGALADO, Otto; ALLPACCA, Roy; BACA, Luisa; GERÓNIMO, Mijael Endomárketing:

estrategias de relación con el cliente interno. – Lima: Universidad ESAN, 2011. – 120 p. – (Serie Gerencia Global; 20) mercadeo interno / mercadeo relacional / administración de recursos humanos / modelos

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/lectura_reforzamiento_modulo_2.pdf?14637949

88=&response-content-Barcelona: Deusto SA Ediciones, 2011 - academia.edu

Anexos

Anexo A. Evidencias fotográficas



Anexo B. Cuestionario

Socios clave

¿El emprendimiento necesita de recursos financieros con elemento clave para poder ser ejecutado Socios Clave (Aliados)?

Si__ No__

¿Conoce el destino y función de los recursos financieros?

Si__ No__

¿Conoce los socios clave para conseguir clientes?

Si__ No__

Actividades clave

¿Identifica a los potenciales consumidores/clientes?

Si__ No__

¿El modelo de negocio (emprendimiento) cuenta con las actividades clave para establecer buenas relaciones con los consumidores/clientes?

Si__ No__

¿El modelo de negocio (emprendimiento) tiene claridad de las actividades necesarias para el establecimiento de alianzas?

Si__ No__

¿Conoce las actividades clave para realizar o entregar un producto o servicio con el mínimo de calidad requerido?

Si__ No__

Recursos clave

Humano (promotores)

¿Los promotores han trabajado en empresas relacionadas?

Si__ No__

¿Conoce la motivación del emprendedor para desarrollar esta idea de negocio?

Si__ No__

Equipo humano

¿Tiene definido los perfiles necesarios para cada etapa del negocio?

Si__ No__

¿Conoce las actividades claves involucradas en estos recursos y cuáles serán sus funciones?

Si__ No__

Materiales (inmovilizado material)

¿Conoce los recursos materiales que necesita su emprendimiento?

Si__ No__

¿Sabe qué actividades clave van a estar involucrados estos recursos?

Si__ No__

Propuesta de valor

¿Conoce las características y los beneficios del producto o servicio?

Si__ No__

¿Tu producto o servicio reemplaza a algún otro existente?

Si__ No__

¿Los consumidores/clientes necesitarán ser “educados” para que aprendan a usar o a valorar tu producto o servicio?

Si__ No__

¿La oportunidad de tu idea depende de cambios en las creencias y actitudes del consumidor/cliente?

Si__ No__

¿Sabe cuál va a ser la participación en el mercado?

Si__ No__

¿Conoce las ventajas competitivas de tu modelo de negocio (emprendimiento)?

Si__ No__

¿El producto que ofrece la competencia, es más atractivo e innovador?

Si__ No__

Relación con clientes

De todos los potenciales grupos de consumidores/clientes, ¿tiene conocimiento cuales son los más importantes para tu negocio?

Si__ No__

¿Tiene conocimiento del estado actual y futuro potencial del mercado objetivo?

Si__ No__

¿Existe alguna investigación de mercado con respecto a tu producto o servicio?

Si__ No__

¿Conoce en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra el mercado objetivo?

(Introducción, crecimiento, madurez, declive)

Si__ No__

Estructura de costos

¿Conoce claramente los costes de fabricación / producción?

Si__ No__

¿Tiene el modelo de negocio (emprendimiento) el establecimiento de costos fijos y costos variables, y conoce el punto de equilibrio?

Si__ No__

¿Son razonables los costes de instalación y su amortización? (Terrenos, construcciones, maquinaria, vehículos, I+D, estudios de factibilidad, gastos de constitución, licencias, patentes, ¿seguros)?

Si__ No__

Fuentes de ingreso (proyección financiera-flujo de caja)

¿Conoce usted la frecuencia en la que adquirirán los productos/servicios?

Si__ No__

¿Se puede ofrecer el producto / servicio en todas las épocas del año?

Si__ No__

¿El emprendimiento tiene definido la estructura de precios?

Si__ No__

¿Puede la empresa sostenerse a sí misma con sus recursos propios?

Si__ No__

¿Los emprendedores conocen las fuentes de financiación?

Si__ No__

¿Los promotores contribuyen con capital?

Si__ No__

¿Se puede iniciar el negocio a una escala menor? (Menor costo de instalación y de operación)?

Si__ No__

¿Está clara la relación entre las inversiones y el crecimiento?

Si__ No__

¿Conoce cómo va a ser la forma de pago a proveedores?

Si__ No__

De todos los potenciales grupos de consumidores/clientes, ¿tiene conocimiento cuales son los más importantes para tu negocio?

Si__ No__

¿Tiene conocimiento del estado actual y futuro potencial del mercado objetivo?

Si__ No__

¿Existe alguna investigación de mercado con respecto a tu producto o servicio?

Si__ No__

¿Conoce en qué fase del ciclo de vida del producto se encuentra el mercado objetivo?

(Introducción, crecimiento, madurez, declive)

Si__ No__

Estructura de costos

¿Conoce claramente los costes de fabricación / producción?

Si__ No__

¿Tiene el modelo de negocio (emprendimiento) el establecimiento de costos fijos y costos variables, y conoce el punto de equilibrio?

Si__ No__

¿Son razonables los costes de instalación y su amortización? (Terrenos, construcciones, maquinaria, vehículos, I+D, estudios de factibilidad, gastos de constitución, licencias, patentes, ¿seguros)?

Si__ No__

Fuentes de ingreso (proyección financiera-flujo de caja)

¿Conoce usted la frecuencia en la que adquirirán los productos/servicios?

Si__ No__

¿Se puede ofrecer el producto / servicio en todas las épocas del año?

Si__ No__

¿El emprendimiento tiene definido la estructura de precios?

Si__ No__

¿Puede la empresa sostenerse a sí misma con sus recursos propios?

Si__ No__

¿Los emprendedores conocen las fuentes de financiación?

Si__ No__

¿Los promotores contribuyen con capital?

Si__ No__

¿Se puede iniciar el negocio a una escala menor? (Menor costo de instalación y de operación)?

Si__ No__

¿Está clara la relación entre las inversiones y el crecimiento?

Si__ No__

¿Conoce cómo va a ser la forma de pago a proveedores?

Si__ No__