	Trabajo de Prácticas Profesionales como Opción de Grado	

ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS NIVELES DE EMPRENDIMIENTO DE JÓVENES ENTRE LOS 14 Y 28 AÑOS EN EL MUNICIPIO DE VALLEDUPAR, CESAR

Autor: ARNOL DANILO BUELVAS VILLEGAS

Código: 2016120017

Trabajo de grado para optar por el título de Economista

JONATHAN COHEN GRANADOS

Tutor de prácticas profesionales

CARMEN DELGADO LARA

Tutor empresarial

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ECONOMÍA

SANTA MARTA D. T. C. H.

2021

Contenido

1. Introducción 1
2. Generalidades de la Empresa 2
2.1 Aspectos legales, económicos y organizacionales 2
2.2 Filosofía Institucional 4
3. Información del Trabajo Realizado 9
3.1 Descripción del Área de Trabajo 9
3.2 Descripción de las Actividades Asignadas 9
4. Propuesta 10
4.1 Nombre de la Propuesta 11
4.2 Diagnóstico 11
4.3 Planteamiento del Problema 13
5. Justificación 14
6. Objetivo General 15
6.1 Objetivos Específicos 15
7. Referentes Teóricos 15
8. Plan de Acción 18
8.1 Cronograma 19
8.2 Alcance de la Propuesta 20
8.3 Metodología para la Capacitación en Emprendimiento 20
9. Resultados Esperados 23
10. Autoevaluación 24
11. Recomendaciones Generales 24
12. Conclusiones 25
13. Bibliografía 26
14. Anexos 27

1. Introducción

La siguiente propuesta contiene las variables a intervenir relacionadas directamente con los aspectos que se deben mejorar en la entidad escogida para la implementación y desarrollo de las actividades programadas. El radio de acción definido son los jóvenes entre 14 y 28 años en el municipio de Valledupar, entendido como un ente territorial autónomo y caracterizado en sus elementos básicos, como son los aspectos fisiográficos, humanos, económicos, ambientales y de sostenibilidad.

La Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social (VEx), dependencia de la Universidad del Magdalena, es la instancia que coordina, planifica y evalúa el alcance de la propuesta al municipio de Valledupar, la cual incluye un plan de mejora que impacte de manera positiva los niveles de emprendimiento en los jóvenes del municipio definido desde la óptica de la acción de prácticas profesionales con entidades públicas, requisito básico para optar al título profesional de economista.

La realización de estas prácticas profesionales se lleva a cabo de forma virtual. Se considera, en primera instancia, la elaboración de un plan de trabajo que ilustra de manera detallada y concreta las acciones, objetivos y metas definidas en el tiempo y el espacio. La propuesta del trabajo contempla la identificación y definición de variables y conceptos técnicos acordes con los temas a tratar. Para esto se tendrá en cuenta la información secundaria obtenida de documentos, planes de desarrollo, páginas web, tanto de la universidad como del ente territorial. Esta información es complementada con la información primaria producto de reuniones de carácter técnico.

La estructura del presente informe contiene tanto aspectos generales como específicos relacionados con el área de trabajo ya definida. El primer aspecto se refiere a las generalidades del área de intervención como son los aspectos legales, económicos y organizacionales, como son la parte administrativa, organigrama, la filosofía institucional, visión, misión, políticas de la empresa, principios, cobertura institucional, entre otros.

El siguiente aspecto está relacionado con la información del trabajo realizado. La primera fase del trabajo corresponde a la recolección y sistematización de la información primaria y secundaria disponible. Incluye la revisión de bibliografía, plataformas digitales, documentos,

reuniones técnicas de trabajo y retroalimentación con asesores asignados. El área de trabajo está enmarcada en la estructura organizacional de la Universidad del Magdalena, específicamente en la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social, que es la encargada de desarrollar todas las actividades y convenios que se dan en el entorno académico y social de la universidad.

2. Generalidades de la Empresa

2.1 Aspectos legales, económicos y organizacionales

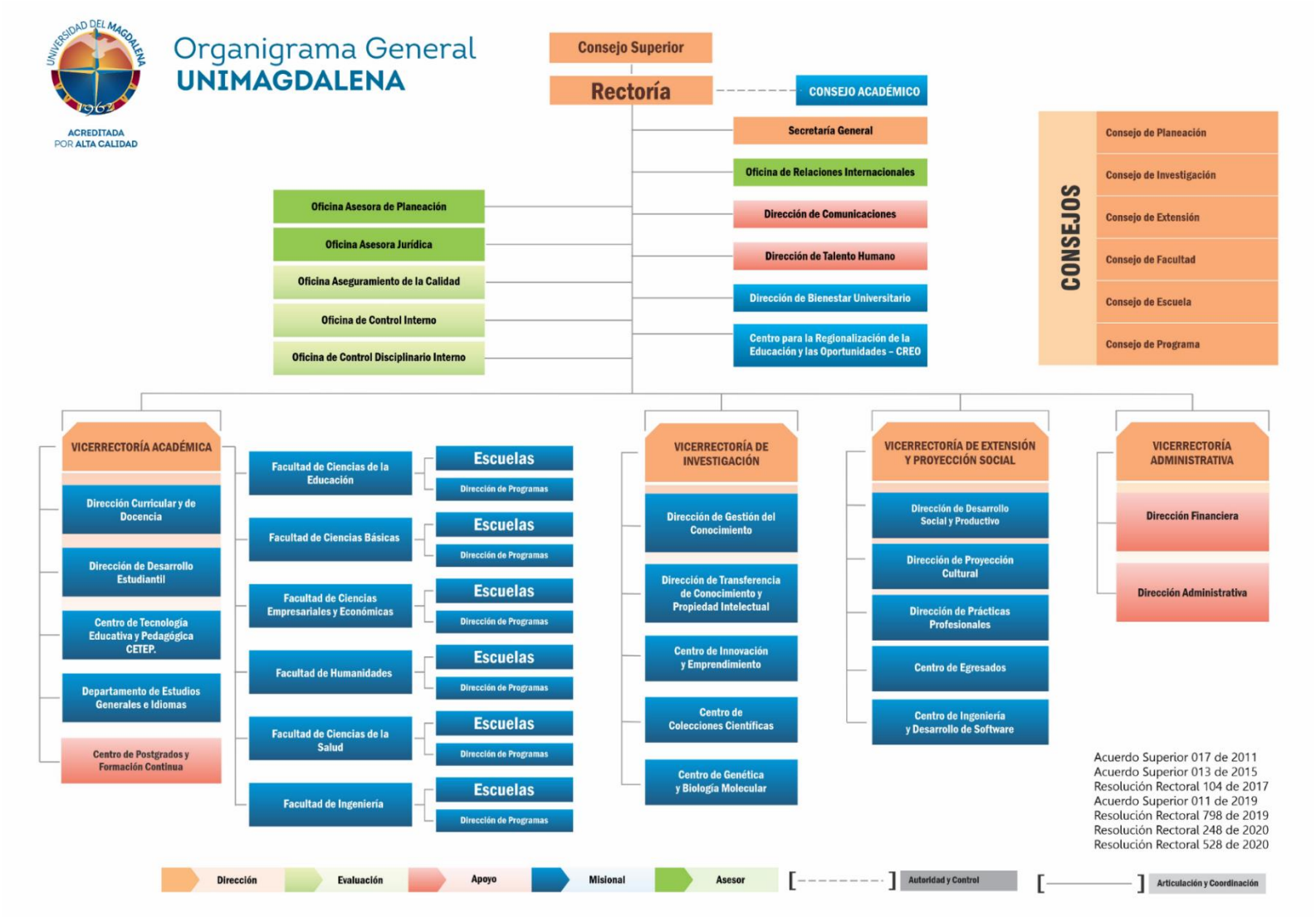
La Universidad del Magdalena es una institución estatal del orden territorial, creada mediante ordenanza No. 005 del 27 de octubre de 1958, organizada como ente autónomo con régimen especial, vinculada al Ministerio de Educación Nacional en lo atinente a política y planeación dentro del sector educativo. Goza de personería jurídica otorgada por la Gobernación del Departamento del Magdalena mediante Resolución 831 de diciembre 3 de 1974.

Su objeto social es la prestación del servicio público de educación superior, mediante el ejercicio de la autonomía académica, administrativa, financiera y presupuestal, con gobierno, renta y patrimonio propio e independiente. Se rige por la Constitución Política de acuerdo con la Ley 30 de 1992 y las demás disposiciones que le son aplicables de acuerdo con su régimen especial y las normas que se dicten en el ejercicio de su autonomía.

Su Razón Social es Universidad del Magdalena y se encuentra ubicada en la carrera 32 No. 22 – 08 Sector San Pedro Alejandrino, Santa Marta D. T. C. H., Colombia. Su código postal es No. 470004. y el correo electrónico de contacto *ciudadano@unimagdalena.edu.co*. Su actual rector es Pablo Vera Salazar (2020 – 2024).

En el gráfico No. 1 se muestra la estructura general de la Universidad del Magdalena en sus líneas jerárquicas, de dirección y de staff. Como se puede observar, existen instancias de carácter directivo, administrativo y otras dependencias de carácter operativo.

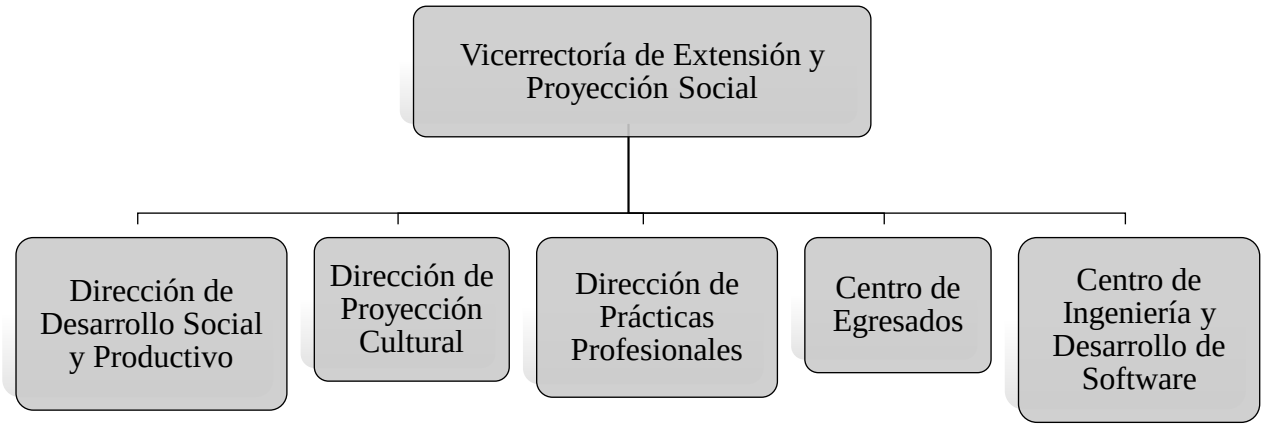
Gráfico No. 1. Organigrama General de la Empresa



Fuente: Universidad Magdalena (2021). Estructura organizacional.

Estructura Organizacional de la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social: como se muestra en el gráfico No. 2, la estructura del área de trabajo correspondiente al presente informe está dividida en una dependencia principal denominada Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social, de la cual se derivan cinco instancias de carácter misional en la misma línea. La VEx coordina y orienta las actividades de prácticas profesionales con entidades públicas, de la cual hacen parte las actividades desarrolladas por el estudiante responsable.

Gráfico No. 2. Estructura Organizacional de la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social



Fuente: Universidad del Magdalena (2021). Estructura Organizacional.

A través de la VEx y su Misión Institucional, la Universidad del Magdalena afirma que "mediante la investigación y la proyección social, la Institución contribuye a incrementar el acervo de conocimiento al servicio del hombre y se vincula a la solución de problemas económicos, ambientales, culturales, sociales y políticos de su entorno, haciendo énfasis en el desarrollo humano sostenible y propiciando el reconocimiento y respeto de los valores que le conceden identidad a la Región Caribe."

2.2 Filosofía Institucional

Historia

Aunque no existe un consenso con respecto a la fecha en la que se fundó la universidad, se sabe que se estableció el 27 de octubre del año 1958, con el nombre de "Universidad

Tecnológica del Magdalena", cuyo primer programa de pregrado fue el de Ingeniería Agronómica que comenzó a partir del año 1962. Con el restablecimiento de la democracia en Colombia a finales de la década de los años 50, surgió en diferentes regiones un inusitado interés por su desarrollo socioeconómico.

En el Magdalena Grande vuelve a surgir la idea de crear un centro de estudios superiores que sirviera de apoyo a dicho proceso; además, porque se vivía un momento crucial que generaba inmensas expectativas sobre el futuro desenvolvimiento de las actividades económicas, políticas, sociales y cultural de la región y, por ende, del país

En el ámbito regional también se materializaban hechos que creaban una situación especial para el desenvolvimiento de nuestro inmediato futuro tales como la modernización del puerto de Santa Marta, la culminación del ferrocarril del Atlántico, la construcción de la carretera que nos comunica rápidamente con Barranquilla y por ende con el resto de la Costa, el proyecto de la troncal del Caribe, el rápido proceso de urbanización que experimentaba Santa Marta y el impulso al desarrollo agrícola que se le estaba dando a la región con nuevos cultivos, tales como: algodón, palma africana, arroz, etc. Así mismo, el cultivo del banano estaba siendo objeto de mejoramiento para incrementar su rentabilidad.

La Universidad del Magdalena se constituye entonces como una institución estatal del orden territorial, creada mediante ordenanza No. 005 del 27 de octubre de 1958, organizada como ente autónomo con régimen especial, vinculada al Ministerio de Educación Nacional en lo atinente a política y planeación dentro del sector educativo. Actualmente, cuenta con 6 facultades y 35 programas de pregrado. Cuenta con un número aproximado de 22702 estudiantes matriculados, 52128 egresados, 1001 docentes y 138 convenios internacionales.

Misión

Formar ciudadanos éticos y humanistas, líderes y emprendedores, de alta calidad profesional, sentido de pertenencia, responsabilidad social y ambiental, capaces de generar desarrollo, en la Región Caribe y el país, traducido en oportunidades de progreso y prosperidad para la sociedad en un ambiente de equidad, paz, convivencia y respeto a los derechos humanos. (Plan de Desarrollo 2010-2019).

Visión

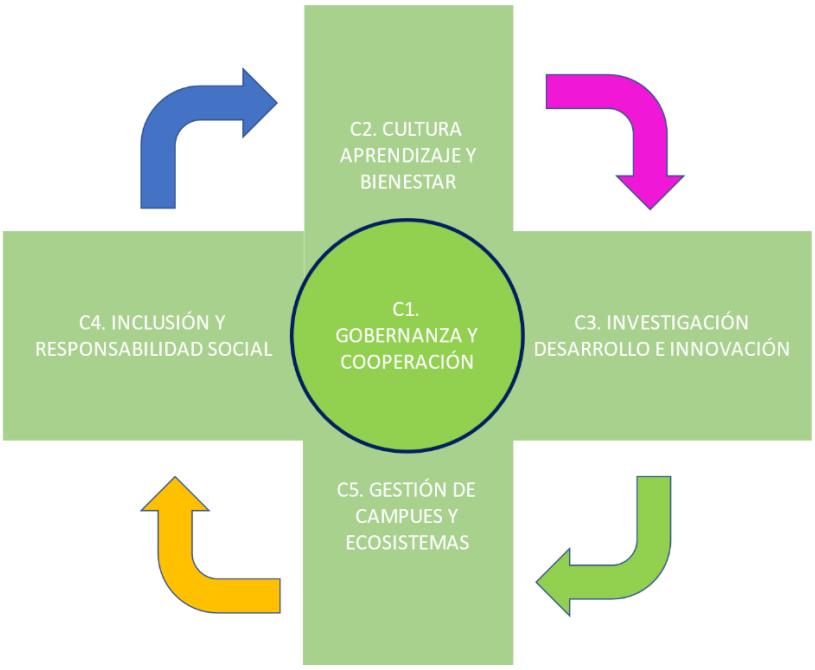
En el año 2020, la Universidad del Magdalena será una Institución de educación superior de tercera generación (3GU) reconocida y acreditada por su alta calidad, destacada en el ámbito nacional e internacional por sus políticas de inclusión e innovación y por su aporte el desarrollo regional. Contará con un equipo de profesores con alta titulación, comprometidos con la investigación, la transferencia de conocimiento y tecnología a la sociedad, y la formación de talento humano en programas técnicos, tecnológicos, profesionales y de posgrado en áreas estratégicas en consonancia con las tendencias globales, las fortalezas internas y las oportunidades del entorno. Aportará al desarrollo de Santa Marta, el Magdalena y el Caribe a partir de un modelo de gestión incluyente e innovador que garantizará solidez administrativa y financiera, un clima laboral armónico y un campus inteligente, amigable, incluyente y sostenible, donde la multiculturalidad y biodiversidad del territorio se puedan potenciar. Ofrecerá diversas opciones para el ingreso, permanencia y graduación de los estudiantes de acuerdo con sus condiciones personales, económicas, sociales y culturales (Plan de Gobierno 2016 - 2020).

Política de Sostenibilidad

Según el PDU y en cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) la Universidad del Magdalena reafirma su compromiso con la Política de Sostenibilidad, y en ella se definen lineamientos de autogobernanza y autogestión de la sostenibilidad que coadyuven al fortalecimiento de la identidad biocultural de la institución, a la formación en competencias relacionadas con sostenibilidad, resiliencia, innovación e inclusión y el trabajo efectivo en equipos diversos y heterogéneos donde se puedan promover esquemas de investigación inter y transdisciplinarios, donde se convierta el campus universitario y los ecosistemas estratégicos de la región en laboratorios vivos en sostenibilidad que sean epicentros de cooperación, innovación y desarrollo.

La Política de Sostenibilidad de la Universidad del Magdalena se fundamenta en cinco pilares o áreas temáticas, que definen la ruta crítica de la intervención a nivel académico, técnico, social, económico, cultural y ambiental.

Gráfica No. 3. Áreas Temáticas de la Política de Sostenibilidad



Fuente: Universidad del Magdalena (2021). Política de Sostenibilidad.

Valores Institucionales

Responsabilidad: Asumida como el reconocimiento y aceptación de las consecuencias de los actos y también como la dedicación y el interés máximo otorgado al cumplimiento de los deberes y funciones.

Honestidad: En el sentido de ajustar el comportamiento y actos a los dictámenes éticos de validez universal que propendan por una sana convivencia social, un alto desarrollo espiritual y una transparencia total en las relaciones sociales, laborales y, en el manejo de los bienes y asuntos públicos y particulares.

Compromiso: Entendido como la identificación de las personas con las políticas, objetivos, metas, programas, estrategias y proyectos de desarrollo de la Universidad.

Tolerancia: Nacida del reconocimiento de la pluralidad y diversidad del ser humano acorde con los derechos fundamentales consagrados en nuestra Carta Magna y los acuerdos internacionales.

Solidaridad: Expresada en el reconocimiento al otro, el desarrollo de la sensibilidad social en la disposición de ayuda a los demás y al trabajo en equipo.

Esfuerzo o tenacidad: Entendido como la perseverancia en el logro de metas individuales y grupales socialmente deseables y necesarias.

Respeto: En el sentido del acatamiento de las leyes, normas, reglamentos y reconocimiento de los derechos de las personas y el reconocimiento ético y estético que se hace de las condiciones de una persona por sus atributos y acciones en la sociedad.

Principios

"Nuestra propuesta parte de un diagnóstico elaborado de forma participativa con docentes y estudiantes, de la revisión de casos exitosos de gestión universitaria y de los fundamentos de la universidad emprendedora o de tercera generación (3GU). La propuesta se estructura desde dos perspectivas complementarias: los ejes misionales de docencia, investigación, extensión y los procesos que los soportan, y un conjunto de políticas que orientan el desarrollo institucional. Los principios para el desarrollo de este modelo de universidad son: liderazgo, orientación a la innovación, rigor académico, responsabilidad social y ambiental, alto sentido de pertenencia, gobernabilidad compartida, transparencia y gestión orientada a resultados". (Plan de Gobierno 2016 - 2020).

Objetivos institucionales

1. Impartir la Educación Superior como medio eficaz para la realización plena del hombre, propiciando todas las formas científicas y de conocimiento para buscar e interpretar la realidad, con miras a configurar una sociedad justa, equilibrada y autónoma.

2. Desarrollar procesos de modernización de sus estructuras, con la clara visión de contribuir a la generación de una cultura para la modernidad que cree las condiciones necesarias del cambio a fin de mejorar la posición de la región y del país en el nuevo orden internacional.

3. Investigar, desarrollar, adquirir e incorporar las tecnologías que le permitan el cumplimiento de sus funciones de manera eficiente, eficaz y efectiva.

4. Promover la formación y el perfeccionamiento científico, académico, artístico y cultural del personal docente e investigativo, a fin de garantizar la calidad de la educación que imparte.

5. Estudiar las necesidades regionales y nacionales para buscar y proponer las soluciones en el ámbito de su competencia.

6. Propiciar la colaboración entre las instituciones de Educación Superior de la Región caribe y del país con miras a conformar un plan de integración regional, racionalizar recursos y fomentar la investigación.

7. Promover el desarrollo, conservación, preservación e investigación del patrimonio cultural e histórico colombiano y regional y velar por su difusión y conservación.

8. Difundir ampliamente sus avances científicos y logros académicos.

9. Prestar servicio de asesoría, consultoría y asistencia técnica.

10. Fomentar la cooperación con las universidades, centros de investigación, organizaciones especializadas de ciencia, tecnología e innovación y, demás organismos internacionales para el fortalecimiento de los procesos misionales.

3. Información del Trabajo Realizado

3.1 Descripción del Área de Trabajo

El trabajo se desarrolla bajo la modalidad virtual, que involucra el manejo de TIC, como son las plataformas digitales y programas de Microsoft Office. Estas herramientas permiten establecer contacto con los diferentes grupos de interés, tanto del área de trabajo como de fuentes bibliográficas primarias y secundarias, que permiten acopiar información y sistematizarla de manera estructurada.

3.2 Descripción de las Actividades Asignadas

1. Apoyar la implementación de programas integradores de innovación social en los municipios. Para el desarrollo de esta actividad se ha definido como actor principal el municipio de Valledupar, Cesar, según directriz de la Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social de la Universidad del Magdalena.

2. Apoyar actividades de cooperación con las alcaldías y con las instituciones educativas oficiales en los municipios. De acuerdo con los lineamientos contemplados en el PD del municipio asignado, se identificarán los actores y aliados del ente territorial, de las instituciones

educativas oficiales, con el de integrarlos a la dinámica tanto académica como social de la universidad orientados a la realización de convenios y alianzas interinstitucionales.

3. Promover actividades de formación y liderazgo en los jóvenes de los municipios. Se busca generar entornos protectores hacia la población joven a través de acciones de formación para el fortalecimiento comunitario y familiar, con el apoyo de actores y aliados con presencia en las zonas focalizadas.

4. Promover el programa de Talento Magdalena y la oferta académica de Unimagdalena en las instituciones educativas oficiales (IE) de los municipios. Integrar a la población a los beneficios que constitucionalmente deben promover los entes territoriales y las IE a nivel de los sectores vulnerables.

5. Apoyar la consolidación de proyectos productivos bajo el enfoque de economía circular y economía solidaria. Identificar en los PD municipales y departamentales, los POT, las poblaciones y zonas determinadas para el uso y aplicación de tecnologías productivas innovadoras. Se busca fomentar la generación de empleo, el mejoramiento del ingreso familiar y el equilibrio en los niveles y calidad de vida de la población focalizada.

6. Recopilar, organizar e interpretar información utilizando programas especializados, hojas de cálculo y bases de datos. Este aspecto se refiere a las metodologías y herramientas a utilizar para el acopio de información primaria y secundaria, que permitan documentar de manera precisa y objetiva la propuesta final. Esta metodología involucra a los actores presentes en la zona focalizada y a las instituciones responsables del proceso.

7. Diseñar y aplicar métodos matemáticos y estadísticos para recopilar e interpretar información de una manera más eficiente. Estos elementos alimentan de manera sustancial la propuesta, en tanto ponderan la problemática identificada y hacen posible multiplicar la información de manera objetiva.

4. Propuesta

La propuesta consiste en implementar una estrategia para el incremento en los niveles de emprendimiento de jóvenes entre los 14 y 28 años en el municipio de Valledupar, Cesar, a partir de un plan de capacitaciones orientado hacia el mejoramiento del capital humano. Con esta

iniciativa, enmarcada en las prácticas profesionales con entidades públicas y avaladas por la VEx, se busca establecer una alianza entre la Universidad del Magdalena y el municipio de Valledupar que permita a los jóvenes entre 14 y 28 años adaptarse mejor a las nuevas estructuras empresariales impulsadas, entre otros factores, por la pandemia del Covid-19 y otros elementos coyunturales del mercado.

La propuesta metodológica incluye la dotación de insumos y elementos para la formación en emprendimiento. Esta fase se desarrollará bajo la modalidad virtual con la utilización de herramientas como Zoom, Microsoft Teams, WhatsApp y correos electrónicos. El criterio de selección de los participantes será definido por el municipio de Valledupar según sus procedimientos y perfiles de los beneficiarios. Además, es importante identificar en los jóvenes la vocación hacia la creación de empresas y la disposición para el aprendizaje de los diferentes ejes temáticos y transversales incorporados a la metodología.

El municipio de Valledupar debe garantizar, además del acceso a la formación teórica, espacios para el desarrollo de prácticas empresariales en convenio con empresas privadas de los sectores comercial, de servicios y agropecuario. En el caso de los menores de 18 años se debe solicitar un consentimiento por parte de los responsables a nivel familiar.

4.1 Nombre de la Propuesta

Estrategia para el mejoramiento de los niveles de emprendimiento de jóvenes entre los 14 y 28 años en el municipio de Valledupar, Cesar.

4.2 Diagnóstico

4.2.1 Emprendimiento y Dinámica Empresarial

El grupo poblacional de jóvenes entre los 14 y 28 años, toma especial relevancia, pues es la transición de edad que existe entre la escuela y el inicio de la etapa profesional. Es por ello, que será de suma importancia en el municipio de Valledupar la generación de políticas claras para la promoción del emprendimiento de la juventud.

De los resultados de la economía de Valledupar en relación con otras ciudades, se presenta un conjunto de retos para el periodo 2020-2023, entre los que se encuentra potencializar el emprendimiento, la innovación y la consolidación de sectores que se vuelven claves para el

desarrollo económico, social, comunitario y solidario de la ciudad. Estos son los casos del sector tecnológico, turístico, agrícola y educativo, lo que puede conducir a que la ciudad crezca y se desarrolle bajo condiciones sostenibles. Es sin duda necesario seguir apostándole al crecimiento del emprendimiento bajo condiciones de formalidad, lo que se traduce en una mayor productividad de los factores.

En Valledupar, de acuerdo con las estadísticas de la Cámara de Comercio de Valledupar a corte 31 de enero de 2020, se encuentran registradas un total de 17.829 empresas de las cuales 4.501 corresponden a personas jurídicas y 13.328 a personas naturales. El 69% de las empresas son cerradas después de cumplir los 5 años, en promedio, estas empresas se cierran a los 10,8 años.

Tabla 1. Empresas registradas en la Cámara de Comercio de Valledupar

Personas	**Matrícula activa**	**Matrícula inactiva**
Jurídicas	4501	4890
Naturales	13328	2772
Total	17829	7662
Índices de Mortalidad Empresarial		**%**
Tasa de cierre de las empresas entre 1 y 3 años		35
Tasa de cierre de las empresas entre 3 y 5 años		45
Tasa de cierre de las empresas de 5 años en adelante		69

Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar (31 de enero de 2020).

La distribución de la tasa de cierre de las empresas de más de cinco años, desagregadas por actividad económica indica que las empresas dedicadas a la administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria, éstas suelen cerrar justo tras cumplir los cinco años (edad promedio 5,1 años), mientras que las más longevas son las que realizan actividades de suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado que cierran cuando tienen en promedio 18,4 años.

Los significativos índices de mortalidad empresarial que se registran en la ciudad se constituyen en una característica estructural de la base empresarial y en un obstáculo para el desarrollo de esta. Un análisis realizado por la Cámara de Comercio de Valledupar sobre el promedio acumulado de la mortalidad de las empresas creadas entre los años 2004 y 2014,

permite concluir que al cabo de tres años después de su creación el 27,02% de las empresas ha cerrado, al cabo de siete años el 40.63% y once años después ha desaparecido el 45,93%.

La importante participación de las microempresas en el empleo contrasta con las altas tasas de mortalidad que estas presentan; fenómeno que puede estar explicado por variables propias de la firma, como su tamaño inicial y su naturaleza jurídica y algunas con su entorno microeconómico, como el crecimiento promedio del sector económico donde compite y su localización geográfica.

Según el Índice de Competitividad de Ciudades publicado por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario vigencia 2019 Valledupar se encuentra posicionada en el puesto No. 19 de 23 ciudades del país. El ICC 2019 utiliza por primera vez la nueva metodología del Índice Global de Competitividad para medir las condiciones de competitividad de las principales ciudades y áreas metropolitanas del país.

4.3 Planteamiento del Problema

Con base en el diagnóstico realizado según información secundaria obtenida del Plan de Desarrollo del municipio de Valledupar y de la Cámara de Comercio de Valledupar, se plantea una situación generada por las nuevas demandas del mercado, la insostenibilidad del sector empresarial y la escasez de emprendimientos formales.

La crisis que se vive en el sector empresarial, la problemática generada por la pandemia, el cambio climático y otros cambios estructurales impulsados por el desarrollo industrial y tecnológico, están modificando la interacción entre los recursos humanos con su entorno natural, dinámica fundamental para el ciclo productivo y la generación de empresas.

El municipio de Valledupar se ha convertido en el centro poblacional más importante del departamento del Cesar, sur del departamento de La Guajira y oriente del departamento del Magdalena, por tanto, su población debe estar preparada y capacitada para las actuales coyunturas laborales y empresariales.

Pero, teniendo en cuenta que el desempleo en jóvenes ha sobrepasado el 24 % y, para los fines de este informe, es necesario enfocarse en la población comprendida entre los 14 y 28 años. Este sector está dentro del subgrupo de la población en edad escolar y económicamente activa.

Sin embargo, los índices de escolaridad y de desempleo son crecientes al ritmo de la recesión económica y a la inestabilidad de los sectores productivos de la economía nacional.

Todos esos factores analizados en el diagnóstico y resumidos en este apartado permiten evidenciar la necesidad de promover el emprendimiento formal, sostenible y productivo en el municipio. Además, es indispensable potenciar las capacidades y conocimientos que sean acordes con los avances y desarrollos de nuestros tiempos.

5. Justificación

El foco de este informe se centra en plantear una estrategia para el mejoramiento de los niveles de emprendimiento de jóvenes entre los 14 y 28 años en el municipio de Valledupar, Cesar. La razón principal es que existe una problemática en el orden económico, relacionada con la escasez de emprendimiento formal y la mortalidad empresarial, lo cual ha generado una crisis socioeconómica que afecta de manera significativa los niveles de ingreso y la calidad de vida de la población, principalmente en la población objetivo.

El planteamiento de esta estrategia servirá para desarrollar acciones y políticas públicas emprendimiento sostenibles que le permitan a la Universidad del Magdalena participar de manera integral en la solución de los problemas de su área de influencia directa e indirecta, ampliando su radio de acción más allá de los límites político-administrativos de su respectivo departamento.

La Universidad del Magdalena, a través del programa Talento Magdalena, promueve e impulsa a jóvenes destacados en la academia para potenciarlos en diferentes líneas de formación, bajo el auspicio de la institución. Esta estrategia sirve de complemento al proceso que se quiere emprender con la implementación de programas de emprendimiento para jóvenes, en los municipios donde la universidad hace presencia con políticas, programas y recursos.

Para esto se lleva a cabo la elaboración de una propuesta integral que involucre a los principales actores institucionales, que defina los recursos disponibles (técnicos, financieros, físicos y humanos) para afrontar y atacar la problemática planteada. Dirigiendo esfuerzos para capacitar a la población en nuevas tendencias del mercado laboral y emprendimientos formales y sostenibles, es posible mejorar la crisis laboral y empresarial que atraviesa el municipio de

Valledupar, además, puede contemplarse la idea de ampliar la iniciativa a otros entes territoriales.

6. Objetivo General

Estructurar una propuesta para el mejoramiento de los niveles de emprendimiento en jóvenes entre los 14 y 28 años del municipio de Valledupar con la participación de la Universidad del Magdalena y la alcaldía del municipio de Valledupar.

6.1 Objetivos Específicos

1. Recopilar información primaria y secundaria necesaria en la elaboración de una base de datos y un marco de referencia para el diseño de la propuesta.
2. Diseñar un plan de capacitación con base en la metodología *MiNegocio* – guía del emprendedor del Departamento Administrativo de Prosperidad Social para instruir a los participantes en conceptos teórico-prácticos sobre emprendimiento.
3. Implementar el plan de capacitación en emprendimiento para los jóvenes seleccionados bajo una estrategia que le permita a la Universidad del Magdalena articularse con el municipio de Valledupar en este proceso.

7. Referentes Teóricos

Para entender las problemáticas relacionadas con el emprendimiento en el municipio de Valledupar, se hace necesario abordar temas y aspectos que se consideran de suma importancia para definir las variables e indicadores que nos orientan la intervención profesional desde la óptica de la universidad. Estos temas están enmarcados en conceptos relativos a las ciencias económicas y los lineamientos teórico-prácticos que nos permiten diagnosticar, analizar y proponer alternativas de solución a problemáticas reales.

Según Castro, Alberto, Saavedra y Camarena (2015) no se deben confundir los términos emprendedor y empresario, puesto que el emprendedor es quien utiliza el ingenio, la imaginación, la disciplina, enfoque e inconformismo constante para generar un cambio a través de la innovación en ideas, productos y procesos, sin ser necesaria su participación en la creación o dirección de las empresas. Por su parte, el empresario es quien invierte en compañías, las crea o las dirige con el objetivo de satisfacer necesidades y generar rendimientos con ello.

Se evidencia en Minniti (2012) que, desde la perspectiva de Richard Cantillon, el emprendimiento es la voluntad de desarrollar formas de intermediación asociadas al riesgo económico de crear una nueva empresa. Conforme avanza el acervo teórico y práctico referente al emprendimiento, se descubre que no solo las grandes, sino también las pequeñas y medianas empresas, generan una significativa cantidad de innovaciones y aumentan la competencia, ayudando a la eficiencia económica. Por esto, el emprendimiento se convierte en un factor vital para el crecimiento de la economía en su conjunto.

Castillo (1999) hace un recorrido por los principales aportes teóricos en materia de emprendimiento, citados a continuación. De su investigación se puede extraer que la palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur*, que significa pionero. Se utilizaba principalmente para hacer alusión a personajes aventureros y amantes de lo desconocido. Actualmente, esta actitud hacia el riesgo se suele atribuir a personas emprendedoras y el término emprendedor también se utiliza para identificar a empresarios innovadores.

Con base en Castillo (1999), fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que, con sus actividades, generan inestabilidades en los mercados. A lo cual se opuso la escuela austríaca, manteniendo una discrepancia respecto al significado y papel del emprendedor, puesto que muchos de ellos influían positivamente en la eficiencia del comercio creando más riqueza.

Sumado a lo anterior, Castillo (1999) expresa que la lógica de Schumpeter se enmarca en la función del emprendedor como ente revolucionario que innova, crea nuevos productos, servicios y siempre encuentra ideas disruptivas ante los viejos patrones de producción, lo que ayuda para el crecimiento de la economía. Esto no se limita a que debe inventar algo totalmente nuevo, también es válido utilizar elementos ya existentes aplicando ideas y acciones distintas para dar solución a nuevas problemáticas y que más necesidades sean satisfechas.

Siguiendo la idea de Mises, como se cita en Castillo (1999), el emprender es inherente a la naturaleza del ser humano, pues, por lo general, sus acciones están dotadas de incertidumbre. Para este pensador, el emprendedor también se caracteriza por ser especulador ante situaciones de riesgo dependiendo del grado de apetito o aversión por el riesgo. Son estas características tan diversas del ser humano emprendedor que ayudan a la interacción entre oferta y demanda.

Kirzner identifica al emprendedor como un ser atento a las oportunidades que existen en coyunturas desequilibradas (Castillo, 1999). Esta característica hace posible que el emprendedor aproveche momentos de incertidumbre para obtener beneficios mientras otros son presa del pánico. Por tanto, para el emprendimiento no se hace tan indispensable el conocimiento encaminado solo en acumular datos e información sobre todos los temas, impera más la habilidad para buscar espacios oportunos donde buenas ideas puedan ser llevadas a la acción para servir, cubrir necesidades y beneficiarse de los privilegios que le brinda el mercado por eso.

Además, Kirzner enfatizó en la importancia que tiene la competencia para el emprendimiento y los mercados. Desde su óptica, los procesos del mercado son competitivos en esencia, pues las decisiones tomadas históricamente por los distintos agentes económicos permiten el avance de conocimientos y técnicas que a su vez conducen a un mundo cada vez más competitivo. Planteamientos como este encuentran apoyo en Howard Stevenson, de la Universidad de Harvard, quien consideraba que la mentalidad del emprendedor está fundamentada más en la oportunidad que enteramente en los recursos. Estos análisis han servido para apoyar a empresarios y empleados de compañías de todo tipo (Castillo, 1999).

Otro aporte importante fue el modelo Timmons, el cual se fundamenta y cree en las capacidades adquiribles de los individuos y no en la selección arbitraria de personas con capacidad emprendedora natural. Como se evidencia en Castillo (1999), Timmons es fiel a la idea de que los emprendedores no nacen, sino que se forman, por tanto, sin importar el grado de escolaridad del individuo o sus condiciones socioeconómicas, en cualquier momento de la vida puede adquirir la motivación y la formación necesarias para convertirse en emprendedor.

Como complemento de esta idea, Schumpeter consideró que el emprendedor puede venir de cualquier clase social, pero su ambición y enfoques los lleva a querer hacerse cada vez más grandes. Ese afán de crecimiento, de riqueza e innovación conduce a un ciclo donde las mismas fuerzas que destruyen lo anticuado se convierten en creadoras de lo nuevo. En consecuencia, existen tantos tipos de emprendimiento como ideas o personas que inciden en él: Emprendimiento Empresarial, organizacional, cultural, turístico, cooperativo, y ambiental entre otros (Carmen y Viveros, 2011).

Los emprendedores formados bajo la concepción teórica del emprendimiento tendrán más posibilidades de éxito y de fortalecer el entorno donde se desenvuelven, Igualmente, es una de

las formas de mejorar el bienestar social y económico de todas las comunidades. El emprendimiento es, por tanto, un elemento esencial para el aprendizaje, según la Comisión Internacional para la educación del siglo XXI, este permite: Aprender a ser, aprender a conocer, aprender a hacer y aprender a convivir (Carmen y Viveros, 2011).

8. Plan de Acción

Este plan de acción parte de la base de las estrategias planteadas por el ente territorial para mitigar la problemática empresarial y emprendimiento en el municipio de Valledupar. El siguiente plan de acción involucra y prioriza estrategias, objetivos, iniciativas de inversión y metas a mediano y largo plazo.

Se busca identificar una muestra significativa de jóvenes entre los 14 y 28 años, para enviarles enlaces de acceso a capacitaciones en los temas mencionados. Hacer encuestas online antes y después de las capacitaciones. Continuar esta labor hasta poder generar impacto positivo en los jóvenes y mejorar la situación empresarial. Con estas capacitaciones se promoverá el conocimiento de las nuevas tecnologías aplicadas a las nuevas dinámicas económicas, el emprendimiento formal, el fortalecimiento de las capacidades de los jóvenes y generalizar la cultura financiera para mejorar la calidad de vida y generar empleo.

Tabla 2. Plan de acción

Objetivo	Actividad	Responsable
Objetivo 1. Recopilar información primaria y secundaria necesaria en la elaboración de una base de datos y un marco de referencia para el diseño de la propuesta.	Recolección y sistematización de información	Arnol Buelvas
	Contacto con actores involucrados	Arnol Buelvas
	Reuniones técnicas	Arno Buelvas y tutores Universidad del Magdalena
Objetivo 2. Diseñar un plan de capacitación con base en la metodología MiNegocio – guía del emprendedor del Departamento Administrativo de Prosperidad Social para instruir a los participantes en conceptos teórico-prácticos sobre emprendimiento.	Identificar muestra significativa de jóvenes entre 14 y 28 años	Alcaldía del Municipio de Valledupar
	Proceso de preselección y selección	Alcaldía del Municipio de Valledupar
	Crear líneas de acceso a la información para los participantes	Alcaldía del Municipio de Valledupar
Objetivo 3. Implementar el plan de capacitación en emprendimiento para los jóvenes seleccionados bajo una estrategia que le permita a la Universidad del Magdalena articularse con el municipio de Valledupar en este proceso.	Gestionar convenio para apoyo a la formación	Universidad del Magdalena y Municipio de Valledupar
	Socialización del plan de formación en emprendimiento	Universidad del Magdalena
	Ejecución del plan de formación	Universidad del Magdalena, participantes y Municipio de Valledupar

8.1 Cronograma

Tabla 3. Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	Meses									
	M1	**M2**	**M3**	**M4**	**M5**	**M6**	**M7**	**M8**	**M9**	**M10**
Planeación metodológica general del proyecto										
Objetivo N°1. Recopilar información primaria y secundaria necesaria en la elaboración de una base de datos y un marco de referencia para el diseño de la propuesta.										
Actividades										
Recolección y sistematización de información										
Contacto con actores involucrados										
Reuniones técnicas										
Objetivo N°2. Diseñar un plan de capacitación con base en la metodología MiNegocio – guía del emprendedor del Departamento Administrativo de Prosperidad Social para instruir a los participantes en conceptos teórico-prácticos sobre emprendimiento.										
Actividades										
Identificar muestra significativa de jóvenes entre 14 y 28 años										
Proceso de preselección y selección										
Crear líneas de acceso a la información para los participantes										
Objetivo N°3. Implementar el plan de capacitación en emprendimiento para los jóvenes seleccionados bajo una estrategia que le permita a la Universidad del Magdalena articularse con el municipio de Valledupar en este proceso.										
Actividades										
Gestionar convenio para apoyo a la formación										
Socialización del plan de formación en emprendimiento										
Ejecución del plan de formación										

	ACCIÓN REALIZADA
	ACCIÓN PROPUESTA

8.2 Alcance de la Propuesta

Desarrollar capacidades y generar oportunidades de la población sujeto de atención del ente territorial, orientadas a la creación y/o desarrollo de proyectos productivos para el mejoramiento de la capacidad de generación de ingresos a través del acceso a activos, que les permita a los jóvenes entre los 14 y 28 años iniciar un proceso de inclusión productiva sostenible.

Es importante generar entornos protectores para la población entre 14 y 28 ante la incidencia de factores de violencia, desempleo, pérdida de poder adquisitivo del ingreso familiar y acceso deficiente al sistema de educación y capacitación para el trabajo. Se busca proveer tanto formación y generación de capacidades como capitalización para puesta en marcha de las ideas y planes de negocio. Ante las limitaciones y retos planteados por la coyuntura del Covid-19, en el mundo y en la región, se propone la alternativa virtual como herramienta de aprendizaje y método para el manejo de información concerniente al proceso de formación.

8.3 Metodología para la Capacitación en Emprendimiento

Se trabajará con grupos de 20 jóvenes entre los 14 y 28 años, identificados en las zonas o sectores focalizados por el ente territorial. Se implementarán 12 talleres, bajo la modalidad virtual, bajo la metodología de acción participativa, utilizando herramientas tecnológicas virtuales como Google, Zoom, Telegram, Google Meets, WhatsApp y correo electrónico personal o institucional.

Los talleres de emprendimiento se realizarán en 12 sesiones de 1 hora, durante 12 semanas. Es decir, una sesión semanal, para una duración de 3 meses calendario. A continuación, se ilustra la ficha técnica de la formación con sus objetivos y ejes temáticos relacionados y transversales.

No.	NOMBRE	OBJETIVOS	METODOLOGÍA	DURACIÓN	PAX
1	Taller de manejo de emociones **	Permitir al emprendedor generar consciencia sobre sus propias emociones -tanto positivas como negativas- para ofrecerle técnicas y herramientas para canalizarlas de forma asertiva y adecuada.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
2	Mercadeo y ventas I *	Identificar las características del producto o servicio como instrumento clave para establecer un plan de identificación de clientes.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
3	Taller de empoderamiento **	Aumentar la autoridad y el poder del emprendedor sobre los aspectos y decisiones que afectarán su vida en torno a su plan de negocio	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
4	Taller de finanzas y contabilidad I *	Desarrollar competencias y conocimientos que permitan utilizar herramientas básicas para la interiorización de hábitos financieros y contables del negocio.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
5	Taller de toma de decisiones **	Fomentar el uso de un proceso eficaz para la toma de decisiones efectivas y construir la misión y visión del negocio que se quiere emprender.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
6	Taller de mercadeo y ventas II *	Identificar potenciales clientes	Sesiones virtuales dirigidas, con	1 hora	20

		y competidores como para promocionar el negocio y aumentar las ventas, lo que permitirá cumplir el mapa de sueños definido por el emprendedor.	ejercicios individuales a manera de retroalimentación.		
7	Taller de pensamiento crítico **	Dar herramientas que le permitan al participante entender la importancia del pensamiento crítico y aplicarlo en su vida profesional y personal.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
8	Taller de finanzas y contabilidad II *	Desarrollar competencias y conocimientos que permitan utilizar herramientas básicas para la interiorización de hábitos financieros y contables del negocio.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
9	Taller de proceso operativo y optimización de recursos *	Identificar el proceso productivo teniendo en cuenta la idea de negocio en la cual se viene trabajando lo cual brindará herramientas que permitan el control y por ende el aprovechamiento de los recursos disponibles.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
10	Taller finanzas del hogar vs finanzas del negocio *	Diferenciar las finanzas personales y las finanzas del negocio para organizar los ingresos y gastos encaminados a cubrir imprevistos inmediatos y futuros, ahorros y reinversiones.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20

11	Taller de apoyo al plan de negocio *	Brindar un espacio en el cual los emprendedores, luego de capacitarse, puedan aclarar las dudas que tengan con respecto al plan de negocio e inversión.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
12	Taller de comunicaciones **	Preparar a los emprendedores para que realicen la presentación de su plan de negocios de forma adecuada, dando a conocer los aspectos necesarios para poder acceder a recursos para la capitalización de su idea productiva.	Sesiones virtuales dirigidas, con ejercicios individuales a manera de retroalimentación.	1 hora	20
Ejes temáticos *					
Ejes transversales **					

Fuente: Prosperidad Social (mayo de 2018). Guía del Emprendedor. Programa MiNegocio

9. Resultados Esperados

Luego de la implementación de la propuesta por parte de las instituciones responsables, Universidad del Magdalena y Municipio de Valledupar, se espera obtener los siguientes resultados:

1. Socializar, a través de los medios más accesibles, la propuesta para que la cobertura en la divulgación sea mucho más amplia.

2. Realizar las actividades propuestas en el plan de formación en los tiempos y espacios definidos para que la estrategia tenga continuidad y el impacto sea cien por ciento positivo.

3. Que la metodología de formación sea lo más pedagógica de acuerdo con el nivel de escolaridad de los participantes.

4. Se espera que la estrategia implementada impacte de manera positiva en el comportamiento personal y en la visión empresarial de los participantes.

5. Integrar el proceso a líneas de formación y de apoyo financiero por parte de entidades públicas y privadas.

10. Autoevaluación

1. La experiencia de consulta de la bibliografía permitió ahondar sobre conceptos nuevos que han sido revaluados y analizados por las nuevas escuelas de pensamiento económico.

2. Existió una limitación generada por la pandemia del Covid-19, que no permitió desenvolverse de manera presencial ante las necesidades inherentes al proceso.

3. Los insumos y apoyo institucionales aportados por la Universidad del Magdalena permitieron acceder de manera oportuna a información necesaria en el desarrollo de los temas definidos para la propuesta.

4. Esta fase se constituye en una transición de lo académico a lo profesional que permite aplicar los conceptos aprendidos en realidades institucionales y comunitarias.

5. Las TIC ofrecen herramientas que facilitan la evaluación y la retroalimentación del proceso de emprendimiento a través de herramientas y aplicaciones de fácil acceso.

6. Se hace necesario que los entes territoriales, en este caso el municipio de Valledupar, permitan el aporte de los modelos académicos en la elaboración de sus políticas. La universidad del Magdalena cuenta con la experiencia y el recurso humano que puede apoyar en el diseño de Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial y proyectos orientados hacia el desarrollo de las comunidades.

11. Recomendaciones Generales

1. Seguir impulsando los programas dirigidos a los jóvenes, como talento magdalena y de emprendimiento, que estimulen la generación de entornos protectores a los NNAJ en pro del desarrollo y de la paz en la región.

2. A los entes territoriales que incorporen en sus planes de desarrollo convenios con instituciones como la Universidad del Magdalena para elevar la cobertura a la población joven de escasos recursos, identificando potencialidades y llevando desarrollo a los sectores menos favorecidos.

3. Al sector educativo y comunidad en general, que se interesen en acceder a programas transversales (emprendimiento, cultura y nuevas tecnologías) para ir más allá de la academia en lo relacionado a la generación de emprendimiento, mejorando la calidad de vida de los habitantes de la región.

4. Mejorar la accesibilidad de los medios de comunicación de las comunidades teniendo en cuenta la importancia que han adquirido las TIC, principalmente ante los nuevos desafíos en el marco de la pandemia del Covid-19.

5. Los emprendimientos deben ser orientados no solamente a los cascos urbanos sino también a las áreas rurales para impulsar la vocación agrícola y ganadera en el territorio. Esto es posible a través de la creación de espacios de participación a los campesinos, pequeños productores y jóvenes emprendedores.

12. Conclusiones

1. La presente propuesta resalta la importancia que tienen la Universidad del Magdalena y la VEx en el desarrollo de las comunidades de la región. A través de los convenios con entes territoriales e instituciones públicas y privadas se impulsa el aporte de jóvenes estudiantes en práctica de los diferentes programas de la institución en la solución de las problemáticas identificadas.

2. Con base en el aporte conceptual de los diferentes autores, el emprendimiento es entendido como una habilidad teórico-práctica que desarrolla el individuo durante toda su vida. No es innato, se va adquiriendo en cualquier etapa de la vida según la motivación individual de cada emprendedor.

3. El conocimiento es también un aspecto relevante para el emprendimiento porque alimenta cada situación o circunstancia y, de manera sistemática, incide en las decisiones más trascendentales.

4. Las TIC se han convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo de los procesos de formación, tanto en la academia como en las actividades de emprendimiento.

5. El proceso de emprendimiento para jóvenes entre los 14 y 28 años se plantea como una posibilidad real y viable para este sector de la población porque permite generar empresas, recursos, bienestar y sostenibilidad para la población.

13. Bibliografía

Alcaldía de Valledupar (2021). Plan de Desarrollo Municipal 2020 - 2023: Valledupar en Orden. Colombia: Valledupar. Recuperado de http://www.valledupar-cesar.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20VALLEDUPAR%20EN%20ORDEN%202020%20-%202023.pdf

Carmen, C., y Viveros, H. (2011). Los emprendedores evolucionan el concepto. *Fundación Universitaria Católica.* Recuperado de http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimiento.pdf

Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*, 21. Recuperado de https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf

Castro, A., Saavedra M. y Camarena M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v6n13/2027-5692-sdn-6-13-98.pdf

Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383(1), 23-30. Recuperado de https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Mar%C3%ADa%20Minnit.pdf

Prosperidad Social (mayo de 2018). Guía del Emprendedor. Programa MiNegocio – Primera Edición. Departamento Administrativo de Prosperidad Social: https://www.prosperidadsocial.gov.co/

Universidad del Magdalena. (6 de marzo de 2021). *Estructura Organizacional de la Universidad del Magdalena.* Recuperado de https://www.unimagdalena.edu.co/Publico/EstructuraOrganizacional

Universidad del Magdalena. (6 de marzo de 2021). *Historia de la Universidad del Magdalena.* Recuperado de https://www.unimagdalena.edu.co/Publico/Historia

Universidad del Magdalena. (6 de marzo de 2021). *Misión, Visión, Valores y Principios de la Universidad del Magdalena.* Recuperado de https://www.unimagdalena.edu.co/Publico/MisionVision

Universidad del Magdalena. (6 de marzo de 2021). *Objetivos Institucionales de la Universidad del Magdalena.* Recuperado de https://www.unimagdalena.edu.co/Publico/ObjetivosInstitucionales

Universidad del Magdalena. (6 de marzo de 2021). *Oferta Académica de la Universidad del Magdalena.* Recuperado de https://www.unimagdalena.edu.co/OfertaAcademica/Pregrado?nivel=1

Universidad del Magdalena. (6 de marzo de 2021). *Vicerrectoría de Extensión y Proyección Social.* Recuperado de https://www.unimagdalena.edu.co/UnidadesOrganizativas/Vicerrectoria/4

14. Anexos

1. Capacitación Practicantes VEx. A cargo de la Ingeniera María José Castillo: https://drive.google.com/file/d/18fPNm8q_UA0O1VaVGr9sKljMDmFmpDKS/view?usp=sharing

2. Plan de Desarrollo del Municipio de Valledupar: http://www.valledupar-cesar.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20VALLEDUPAR%20EN%20ORDEN%202020%20-%202023.pdf

3. Prosperidad Social. MiNegocio: https://prosperidadsocial.gov.co/sgpp/inclusion-productiva/mi-negocio/

4. Matriz de artículos para referentes teóricos: https://drive.google.com/file/d/13rPPQHzEFt7m1__rsj5lu7kzzcAnFioa/view?usp=sharing