

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**



**POTENCIAR LA CREATIVIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE CUARTO Y
QUINTO DE SECUNDARIA EN ACTIVIDADES DE EMPRENDIMIENTO DESDE
SU CONTEXTO**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR: Ana Lucía del Carmen Tutaya Mena

(ORCID: 0000-0003-2036-3848)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR: Jean Karlo Vazquez Gutierrez

(ORCID: 0000-0002-7446-2078)

ASESOR

Dora Viviana Rosa Vega Swayne

(ORCID: 0000-0003-1352-1537)

Lima-Perú

Octubre 2021

Resumen del Proyecto de Investigación

La presente investigación tuvo como objetivo conocer la realidad educativa en zonas rurales y alejadas del Perú, específicamente del nivel secundario. El grupo de personas a las que se estudió forman parte del colegio N° 60157 en la comunidad de Yanayacu, Iquitos. Se realizó una investigación cualitativa donde se halló que esta comunidad no cuenta con servicios básicos ni internet y aterrizando en la situación actual, las clases virtuales no son una opción para ellos, sumando a esto la falta de infraestructura educativa. La información recopilada demuestra que los alumnos de 4to y 5to de secundaria desean tener un espacio óptimo para realizar sus clases y un mejor material didáctico que apoye su educación y contar con más días de clase a la semana. Es necesaria la investigación de educación de calidad en una de las zonas rurales con el déficit educativo más bajo del Perú, ya que esto nos ayuda a visibilizar el problema existente en cuanto a la educación en el país.

Palabras clave: Educación, zona rural, comunidad, adolescentes, alumnos

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación

1. Contextualización del problema.....	5
2. Justificación.....	7
3. Reto de Innovación.....	8
4. Sustento teórico.....	9
4.1 Estudios previos.....	9
4.2 Marco teórico.....	12
5. Beneficiarios.....	14
6. Propuesta de valor.....	16
6.1 Propuesta de valor.....	16
6.2 Segmento de clientes.....	17
6.3 Canales.....	17
6.4 Relación con los clientes.....	18
6.5 Actividades clave.....	18
6.6 Recursos clave.....	19
6.7 Aliados clave.....	19
6.8 Fuentes de ingreso.....	29
6.9 Presupuesto.....	20
7. Resultados.....	20
8. Conclusiones.....	21
9. Bibliografía.....	22
10. Anexos.....	23

1. Contextualización del Problema

Según la ley general de la educación N^o 28044, la calidad en la educación es “el nivel óptimo de formación que deben alcanzar las personas para enfrentar los retos del desarrollo humano, ejercer su ciudadanía y continuar aprendiendo durante toda la vida”

Uno de los principales retos que es preciso superar para reducir la pobreza y acelerar el desarrollo del Perú es la mejora en la calidad de educación. Si bien, ha habido una mejora; todavía falta mucho para obtener una buena calidad educativa en todas las regiones y departamentos del país, por ejemplo: La región Loreto, una zona con bajo rendimiento educativo, sobre todo, en educación secundaria, pues sólo el 14.9% de los estudiantes de este departamento, llegan a terminar el quinto año.

Es por ello que este grupo de investigación se ha centrado en la comunidad de Yanayacu, Loreto; la cual se encuentra en el distrito de Fernando Loes. La educación en esta zona y la motivación de los estudiantes se ven comprometidas debido a diversos factores, tales como la falta de infraestructura, la poca capacitación que reciben los docentes, la falta de conexión eléctrica y acceso a internet. Debido a estas deficiencias en dicha zona no se pudo concretar la educación virtual en la pandemia del COVID-19, lo cual generó un año de pérdida escolar. Esto se traduce en un gran porcentaje de deserción escolar y alumnos de secundaria cuyo rendimiento académico es bajo en comparación con alumnos de otras regiones del Perú.

Factor social:

La falta de educación de calidad en la comunidad de Yanayacu afecta a toda su población. Los habitantes de ésta viven en un entorno social, en el cual el trabajo es más relevante que la educación; donde las personas desconocen más allá de su realidad, es por eso que no se instruyen y por lo tanto no tienen la capacidad de aportar al desarrollo de su comunidad y a la explotación de los recursos para el beneficio de su población. La falta de un local hace que la educación no progrese.

Factor Económico:

Debido a la educación básica de la población, no les permite adquirir la información necesaria para mejorar su calidad de vida; limitando también su potencial intelectual lo que conlleva a que estas personas no aporten de manera significativa a la economía de su ciudad. La economía es poco estable.

Factor Emocional:

Muchos de los estudiantes en estas zonas tienen como prioridad el poder ayudar a sus familias de manera económica; algunos al no poder lograrlo, entran en un estado emocional crítico y no cuentan con ningún tipo de apoyo psicológico ni emocional que los ayude a controlarlo, teniendo como resultado una gran desmotivación por continuar estudiando, priorizando el trabajo y enfrentándose a la deserción escolar.

Problema al Resolver:

La deserción escolar de los alumnos de nivel secundaria de la comunidad de Yanayacu a causa de la desmotivación y la necesidad por el trabajo, que interrumpen su ciclo escolar.

2. Justificación

El proyecto va a beneficiar a los estudiantes de Secundaria de la Unidad Escolar N 60157 de Yanayacu.

La idea del proyecto es entender la problemática de los estudiantes de secundaria, puesto que sólo un 68% de los alumnos del nivel secundaria de la región Loreto, entre ellos de la comunidad de Yanayacu, asisten a sus clases.

Las condiciones en las que toman las clases, los desmotiva a seguir estudiando.

Todavía no cuentan con un servicio eléctrico estable, no tienen una buena conexión a internet, la comunidad no cuenta con una infraestructura adecuada pues no hay un colegio propio: estudian en un local comunal prestado. Los profesores no cuentan con una capacitación adecuada que permita reforzar la enseñanza, siguiendo lo estructurado en una malla curricular que no está aterrizada a la realidad de la comunidad. La desmotivación y la deserción escolar se han visto respaldadas por un impacto social importante, debido a que las familias de la comunidad de Yanayacu perciben al trabajo como una herramienta más importante que la educación. Todo estos factores dan como resultado una incertidumbre estudiantil y un bajo rendimiento académico que se ha visto revelado en último examen PISA en el 2019, donde se refleja que Loreto y sobre todo las comunidades rurales están en el último lugar en cuanto a comprensión

lectora, matemática y ciencias. Sumado a esto que según el INEI solo el 14,9% de alumnos culminan el 5to año de secundaria.

3. Reto de innovación

3.1. ¿Cómo podríamos mejorar la calidad educativa en la comunidad de Yanayacu en Loreto?

La competencia de Educación para el trabajo, de la malla curricular del nivel secundaria explica sobre la gestión de emprendimientos económicos y sociales que alumnos en esa etapa escolar realizan. Actualmente los alumnos del nivel secundario de la comunidad de Yanayacu, desarrollan productos y artesanías elaborados con fibras que encuentran de la misma comunidad. Sin embargo estos proyectos no son vistos como proyectos de emprendimiento, puesto que no se elaboran con una estructura o estrategia que permita impulsarlos a un nivel mayor o empresarial.

Mercadito rural, es una empresa cuyo propósito es ayudar a los alumnos del nivel secundaria de las comunidades rurales del Perú a aprender una estrategia básica para la ideación, creación, producción y comunicación de sus productos para que sean pensados como emprendimientos con el que aprendan nuevas competencias educativas y generen futuras empresas e ingresos.

Se creará un libro llamado “3,2,1... ¡A emprender!” Este libro tiene la estrategia que los adolescentes deben de seguir para la elaboración de sus productos. Desde un glosario de palabras claves que todo emprendedor debe

conocer hasta ejercicios interactivos que permitan guiarlos en su próxima creación. Este libro incluye la capacitación de los profesores del curso para que junto a los alumnos se logren desarrollar los productos de una manera más óptima y eficaz, pensando en el desarrollo de un futuro emprendimiento, que genere ganancias para las familias y la comunidad de los alumnos, mientras aprenden nuevas competencias. De este modo, los estudiantes de secundaria tendrán conocimientos sobre cómo ofrecer sus productos eficazmente. Esto contribuye al desarrollo de la persona como emprendedora a medida que va llevando sus últimos años de secundaria y además de reforzar la currícula del profesor del curso.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

4.1.1. Ávila 2017,

La investigación busca informar sobre los aportes existentes en la educación rural para mejorar la calidad de ésta, en diferentes partes de América Latina y del mundo. Entre estas se encuentran; “Escuela y café”, “Experiencia Pedagógica de Alternancia”, “Movimiento de los Trabajadores Rurales sin tierra del Brasil”, “Centro de Estudios para el Desarrollo Rural ”. El estudio se relaciona con este proyecto ya que nos brinda información sobre los distintos proyectos que se han realizado para solucionar la problemática que se está investigando.

4.1.2. Hernández 2020,

“Mi mundo natural” pretende fortalecer el proceso de enseñanza y aprendizaje de las ciencias naturales para segundo grado de educación primaria. Se busca que los niños y niñas de la escuela en zonas rurales relacionen aspectos importantes como del cuidado y preservación de la naturaleza y así utilizar inteligentemente los recursos que encuentran en el entorno (botellas y residuos orgánicos). La solución consta de dos estrategias didácticas:

I. Recorridos:

A. Escritura sobre la naturaleza. B. Soy una hortaliza ¿Qué necesito?

C. Una búsqueda de Botánica D. Terrario

II. Cápsulas Científicas

A. Flores de colores B. ¿El agua? C. Fuente de agua

III. Mapa conceptual

A. El dado pensador

La tesis tiene coincidencia, con este proyecto de investigación actual, puesto que busca aprovechar los recursos existentes en el entorno del estudiante y poder utilizarlos para la creación de técnicas y productos.

4.1.3. Guzmán 2020,

“El curso de emprendimiento propuesto para IV y V de Secundaria tiene los siguientes objetivos:

1. Desarrollar en las alumnas las aptitudes necesarias para investigar en el campo empresarial y promover iniciativas de negocios con posibilidades de emprendimiento.

2. Sensibilizarse hacia la creatividad aplicando técnicas y procedimientos para la activación y desarrollo del pensamiento creativo e innovador.

Esta tesis está relacionada con este proyecto de investigación, debido a la capacitación que reciben las alumnas de 4to y 5to año de secundaria para promover iniciativas de negocios a través del emprendimiento. El programa se hace mediante sesiones durante 3 trimestres.

Al aplicar este método, se está permitiendo el desarrollo de las habilidades de los alumnos a través del pensamiento creativo con apoyo de los profesores, beneficiando a la comunidad estudiantil y docente.

4.1.4. Ramirez 2021,

Gran cantidad de niños y jóvenes trabajan en actividades agrícolas, pecuarias, artesanales o domésticas. En la sierra y selva el trabajo de los niños permite a los adultos transmitirles prácticas culturales y sentido de colaboración y pertenencia.

Sin embargo, la mayor parte de los niños que trabajan son pobres (71%) (ENV 1997) Este trabajo es rutinario, de muy baja productividad y escasa rentabilidad.

Además influye en la inasistencia a clases y en el bajo rendimiento escolar.

Dicho proyecto está relacionado con la investigación en curso debido a los factores mencionados, que conllevan a los estudiantes a abandonar los estudios.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Educación de Calidad:

Durkheim (como se citó en Barba, 2018) piensa que una educación de calidad debe contribuir a formar un ser humano de calidad, para una sociedad de calidad, en la cual sus miembros gocen de una vida de calidad. Esto implica una educación que al plegarse a la calidad, como cualidad, se aviene al propósito de la búsqueda de un mejor estatus de vida para aquellos a quienes cobija. Es una educación circunscrita a la esencia de lo humano y por tanto con un carácter social, que en conjunto forma el ser social, lo constituye o materializa en cada uno de los miembros de una comunidad determinada.

4.2.2. Comunidad:

Murray (como se citó en Padilla, 2019), lo definía como “...un grupo de personas ocupando una determinada área de sociedad, la cual participa de un sistema de intereses y actividades bastante amplio como para poder incluir casi todas sus relaciones sociales...” Afirma que sin embargo, la comunidad no debe distinguirse desde el territorio en sí, ya que este se extiende más allá de un espacio geográfico, casi siempre para hablar de personas y de grupos de seres humanos que interactúan en ámbitos territoriales, se emplea este término, asumiendo que estos comparten principalmente los mismos intereses.

Socarrás (como se citó en Padilla, 2019) define la comunidad como “... algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos”.

4.2.3. Adolescente de Zona Rural:

Según lo indica Brown (como se citó en Gutiérrez, 2021), la adolescencia es “El periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años”.

Pérez y Farah (como se citó en Gaviria y Jaramillo, 2020), definen el desarrollo rural a nivel de América Latina cómo: “La idea del desarrollo de la ruralidad ha pasado de orientarse en la mitigación de la pobreza a una visión más integral de lo regional en la que se incluyen aspectos como la sostenibilidad ambiental, económica, política, social y cultural, y el empoderamiento de los campesinos para el ejercicio de sus derechos”.

Según lo planteado por Gómez (como se citó en Babilonia y Suzuki, 2020), la ruralidad tradicional se presenta como característica principal es que su población se dedique a actividades agropecuarias, regidas por ciclos naturales y que contribuye a la constitución de cultura específica.

Gómez (como se citó en Babilonia y Suzuki, 2020) argumenta que:

“La población rural se encuentra en territorios de baja densidad, ignorando el entorno urbano de las comunidades rurales. También considera que las comunidades rurales han sufrido el contacto con el tecnocentrismo; por lo que los conocimientos que han adquirido los habitantes de la comunidad han cambiado”.

4.2.4. Emprendimiento:

Gutama y Jiménez (2019) afirman que en la actualidad, el emprendimiento es tomado como un factor esencial para el crecimiento económico, mejorar la calidad de vida y sobre todo como una alternativa para combatir el desempleo, desigualdad y pobreza.

Rodríguez (como se citó en Gutama y Jiménez, 2019) afirma que el emprendimiento hace mención a aquella persona que tiene la capacidad y destreza de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar un objetivo definido, se puede expresar también que es una persona que está lista para tomar decisiones o iniciar algún negocio.

4.3. Beneficiarios

4.3.1. Beneficiario 1:

Los beneficiarios de este proyecto son hombres y mujeres que cursan el 4to y 5to año de secundaria de las zonas rurales del Perú y que tienen entre 14 y 17 años,

cuya calidad de vida es baja debido a la brecha educativa y socio-económica que existe en el Perú entre las zonas rurales y urbanas. Su realidad a veces llega a desmotivarlos ya que no cuentan con una infraestructura adecuada ni servicios como internet para tener una educación de calidad. El trabajo parece ser la salida más fácil a sus problemas económicos, sin embargo se esfuerzan en sus estudios para llegar a ser profesionales en un futuro, con la ilusión de obtener un buen puesto de trabajo y así ayudar a sus familias. Son adolescentes que desean tener mejores oportunidades y que su familia tenga estabilidad económica. Conocen las redes sociales pero no están muy familiarizados con su uso, porque carecen de internet. Ayudan a sus familias en labores como la agricultura y la pesca, actividades clave para la economía de esta comunidad de Loreto.

4.3.2. Beneficiarios 2:

Hombres y mujeres entre 25 a 45 años que desean mejorar su emprendimiento con herramientas digitales y así mantenerse actualizado en el mercado actual donde las redes sociales se volvieron parte clave para publicitar y vender los productos o servicios.

4.3.3. Beneficiarios 3:

Hombres y mujeres de 30 a 55 años, se encuentran en todo el Perú, pero sobre todo en Lima. Disfrutan decorar espacios con artesanías. Amantes de los colores y las tendencias. Son digitales o están empezando a serlo. Les gusta comprar a través de internet. Prefieren las marcas con un propósito o valor agregado, no se fijan en el precio.

5. Propuesta de Valor

5.1. Propuesta de valor:

Desarrollar una estrategia creativa y didáctica que ayude a los estudiantes del nivel secundaria de la comunidad de Yanayacu a potenciar sus proyectos de emprendimientos con nuevas habilidades y conceptos de empresa, mejorando su nivel educativo y en un futuro, se convierta en un sustento para ellos y su familia.

5.1.1. *Jobs to be done*: Se permite a los adolescentes incentivar su creatividad para desarrollar su mente; facilitarles el acceso a información necesaria para ampliar sus conocimientos a través de la generación de estrategias que incluyen ejercicios y conceptos de emprendimiento que potenciarán sus productos y su malla curricular .

5.1.2. *Gain creators*: Brindar una armonía educacional.

Que los alumnos salgan de su zona de confort (abran sus mentes, mirar más allá del horizonte). Que los padres apoyen a sus hijos hacia un mejor futuro. Motivación y superación personal. Que los adolescentes terminen su ciclo escolar. Que los jóvenes se diviertan aprendiendo, brindando motivación a los alumnos para conocer diversos temas.

5.1.3. *Pain relievers*: Brindar información complementaria de manera didáctica para que los alumnos de secundaria aprovechen al máximo su currícula escolar. Incentivar a que los alumnos desarrollen su creatividad, mientras aprenden nuevos conceptos. Ofrecer a estos adolescentes, un medio de ingresos económicos a través del desarrollo de los proyectos que elaborarán en la competencia de Educación para el trabajo.

5.2. Segmento de clientes:

Segmento 1: Estudiantes (hombres y mujeres) de 4to y 5to de secundaria del colegio N° 60157 de la comunidad de Yanayacu que han desarrollado proyectos de emprendimiento con los recursos de su comunidad.

Segmento 2: Peruanos emprendedores que quieren mejorar su negocio aprendiendo nuevas herramientas digitales.

Segmento 3: Hombres y mujeres en Perú que son amantes de las artesanías y decoración del hogar. Además les gustan las marcas con propósito.

5.3. Canales:

Los canales que se utilizarán son digitales.

Redes sociales para dar a conocer el servicio del “Workshop Despega emprendedor”. Por la compra de este kit, el porcentaje será donado a la comunidad de Yanayacu.

Zoom para la capacitación de los profesores. En esta etapa la herramienta digital será clave para las consultas y aportes de la estrategia hacia los profesores del área de educación para el trabajo.

Página web - ecommerce, es un canal donde mostraremos el trabajo de los alumnos y donde nuestro segmento de clientes podrá comprar las artesanías, sumándose a apoyar a la comunidad.

5.4. Relación con los clientes:

Se dará a través de comunicación constante con los profesores (email, *Whatsapp*, llamadas, *Zoom*) para estar al tanto del avance del proyecto de los alumnos, qué es lo que está funcionando y lo que se puede mejorar, escuchando sus ideas y propuestas.

5.5. Actividades clave:

Brindar a los alumnos un libro llamado “3,2,1... ¡A emprender! diseñado por el equipo de Mercadito Rural. en donde encontrarán una estrategia informativa y didáctica (desde la ideación de los productos, hasta aprender a comunicarlos y venderlos digitalmente) que los acompañe en la creación de los productos de emprendimiento que desarrollan los alumnos de secundaria de la comunidad de Yanayacu.

5.6. Recursos clave:

Mantener contacto con profesores del colegio de la comunidad para obtener materiales originarios de la misma; orientando y guiando a los alumnos durante el proceso del proyecto al hacer. *Zoom* para comunicarnos con los docentes.

Uso de *Illustrator* y *Photoshop* para la creación del libro de emprendimiento. El coworking donde se desarrollará toda la estrategia.

5.7. Aliados clave:

La dirección y plana docente del nivel secundario del colegio.

Los padres de familia motiven a sus hijos a seguir con su proyecto.

Los emprendedores que se sumarán como aliados comprando los workshops para que el porcentaje sea donado a la creación del libro de la comunidad.

Los compradores son quienes van a adquirir las artesanías creadas por los alumnos.

5.8. Fuentes de ingresos:

Ofrecer el servicio de un workshop de dos días llamado “Despega Emprendedor”, para ayudar a los peruanos emprendedores a aprender nuevas herramientas digitales. Por la compra de este workshop, un 5% será ofrecido para la creación del libro “3,2,1... ¡A emprender! Un libro diseñado por Mercadito rural, la empresa de este proyecto, para ayudar a los estudiantes del nivel secundaria de comunidades rurales del Perú a potenciar los productos que desarrollarán en la competencia de Educación para el trabajo.

5.9. Presupuestos:

Los presupuestos se pueden visualizar en los anexos 1, 2, 3, 4.

6. Resultados

6.1. Blueprint:

El proyecto comienza con el lanzamiento de un workshop de dos días (4 horas por día) vía zoom, que ayudará a los emprendedores a adquirir nuevos conocimientos de marketing digital para ofrecer sus productos. Por la compra de este curso, los emprendedores donan el 5% a ayudar a la comunidad rural. El curso ha sido diseñado por expertos en Marketing digital: Jean Vásquez y Michelle Weinberg.

Con el porcentaje donado, Mercadito rural, que es la empresa creada para la investigación de este curso, diseñará y producirá un libro de estrategias didácticas para la elaboración de los proyectos de los alumnos de la comunidad rural de Yanayacu. Con estas estrategias y conceptos los alumnos no solo aprenderán nuevas competencias y habilidades, sino que se preparan para realizar futuros emprendimientos.

Para diseñar el libro, hemos investigado acerca de estrategias didácticas, conceptos y temas entendibles para los alumnos de la comunidad.

La línea gráfica del libro es la galaxia y está representada por los cohetes que hace referencia a la palabra “despegar” además se creó un personaje

que acompañará a los alumnos en el proceso, este personaje es un astronauta mono, que representa la selva y es un animal característico de Iquitos.

Una vez culminada la etapa de diseño, quisimos brindar el material didáctico hacia la comunidad para que los profesores y alumnos lo revisen y lo apliquen en el curso de Educación para el Trabajo.

Para la etapa final del proyecto, se elaboró una página web - *ecommerce*. Una plataforma virtual en donde el equipo de Mercadito Rural publica los proyectos de los alumnos de la comunidad, para darle visibilidad y los compradores finales conozcan su trabajo y puedan adquirirlos.

7. Conclusiones

Se logró cumplir el reto de innovación, ya que con este proyecto se pudo ofrecer un material didáctico que genere interés en los alumnos de 4to y 5to de secundaria y así fomentar la creatividad y motivarlos a crecer profesionalmente.

Los resultados se deben a que se cubrió la necesidad de los alumnos de tener material educativo propio que les sirva de apoyo para sus clases y así puedan complementar lo aprendido.

Los resultados mostrados explican que alumnos de la Comunidad estén preparados para ser competentes en el futuro; generando un negocio exitoso.

8. Bibliografía

Libros, manuales, papers y otros materiales de consulta que ayuden a profundizar más en el reto de innovación planteado.

Ejemplo:

Salvador, C. C., Villach, M. J. R., Saíz, R. M. M., & Llanos, M. N. (2007). Evaluación continua y ayuda al aprendizaje. Análisis de una experiencia de innovación en educación superior con apoyo de las TIC. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 5(3), 783-804.

Guadalupe, C., León, J., Rodríguez, J. & Vargas, S. (2017). Estado de la educación en el Perú: Análisis y perspectivas de la educación básica.

Taboada, M. (2019). Resultados de la prueba PISA en el Perú: Análisis de la problemática y elaboración de una propuesta innovadora (Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de Economista). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Economía. Piura, Perú.

ESCALE (2017). Loreto: ¿Cómo vamos en educación? Unidad de Estadística 2017. Ministerio de Educación

The Patatas (2020). Education solution for schools without electricity.

Gutiérrez, V (2021). Hábitos alimentarios y estilos de vida en adolescentes de 12 a 17 años, de la Institución Educativa Rural Departamental Anatoli, en el Municipio de la Mesa Cundinamarca, durante el Confinamiento por COVID-19. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana; Bogotá, Colombia. URI: <http://hdl.handle.net/10554/54026>

Brown. (2014). Nutrición en las diferentes etapas de la vida (5th ed.)

Babylon, R. & Suzuki, J.C. (2020). El enfoque cualitativo y sus aportes al estudio del espacio rural: una experiencia desde la nueva ruralidad en Colombia. *Revista Brasileña de Estudios Latinoamericanos* , 19 (38), 240-263.

Gómez, Sergio. La "Nueva Ruralidad" ¿Qué tan nueva? Valdivia: Universidad Austral de Chile: LOM, 2002.

Gómez, Sergio. Nueva ruralidad, fundamentos teóricos y necesidad de avances empíricos. Seminario Internacional El mundo rural: Transformaciones y perspectivas a la luz de la Nueva Ruralidad, Bogotá, Colombia, 15 a 17 oct. 2003.

A. Gaviria Agudelo & Jaramillo Escobar A.M. (2020). Adolescencia, futuro y desarrollo territorial: Diseño de un instrumento que permita la convergencia de la visión de futuro de los adolescentes rurales y los procesos de transformación y desarrollo territorial. (Tesis de maestría). Universidad EAFIT; Medellín, Colombia.

Zacarés, J. J., Iborra, A., Tomás, J. M., & Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de Psicología*, 25(2), 316–329.

9. Anexos

Anexo 1

Rubro/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Unidades a vender (servicios)	200	210	221	232	255	281	309	340	374	411	452	497
Kit digital: Despega Emprendedor	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00
Ingreso total	S/.24.000,00	S/.25.200,00	S/.26.520,00	S/.27.840,00	S/.30.600,00	S/.33.720,00	S/.37.080,00	S/.40.800,00	S/.44.880,00	S/.49.320,00	S/.54.240,00	S/.59.640,00

Unidades a vender (servicios)	35	39	43	47	52	57	63	69	76	84	92	101
Cesto organizador	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00	S/.40,00
Ingreso total	S/.1.400,00	S/.1.560,00	S/.1.720,00	S/.1.880,00	S/.2.080,00	S/.2.280,00	S/.2.520,00	S/.2.760,00	S/.3.040,00	S/.3.360,00	S/.3.680,00	S/.4.040,00

Unidades a vender (servicios)	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50	53
Tapete tipo alfombra	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00	S/.60,00
Ingreso total	S/.1.800,00	S/.1.920,00	S/.2.040,00	S/.2.160,00	S/.2.280,00	S/.2.400,00	S/.2.520,00	S/.2.640,00	S/.2.760,00	S/.2.880,00	S/.3.000,00	S/.3.180,00

Unidades a vender (servicios)	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50	53
Hamaca	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00	S/.120,00
Ingreso total	S/.3.600,00	S/.3.840,00	S/.4.080,00	S/.4.320,00	S/.4.560,00	S/.4.800,00	S/.5.040,00	S/.5.280,00	S/.5.520,00	S/.5.760,00	S/.6.000,00	S/.6.360,00

Ingresos TOTALES	S/.30.800,00	S/.32.520,00	S/.34.360,00	S/.36.200,00	S/.39.520,00	S/.43.200,00	S/.47.160,00	S/.51.480,00	S/.56.200,00	S/.61.320,00	S/.66.920,00	S/.73.220,00
------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Anexo 5

Materiales	Cantidad	Precio	Total
Laptops	4	S/.1.200,00	S/.4.800,00
Tableta Wacom	2	S/.189,00	S/.378,00
Caja de lapiceros	1	S/.20,30	S/.20,30
Archivadores	3	S/.5,30	S/.15,90
Paquete ADOBE (20 programas)	1	S/.723,60	S/.723,60
Mouse	4	S/.20,00	S/.80,00
Telefonos	4	S/.800,00	S/.3.200,00
Engrapadoras	1	S/.4,80	S/.4,80
Caja de grapas	1	S/.0,80	S/.0,80
Perforadores	1	S/.6,70	S/.6,70
Corrector	4	S/.1,60	S/.6,40
Resaltadores	4	S/.1,90	S/.7,60
Regla	1	S/.1,00	S/.1,00
Auto	1	S/.22.000,00	S/.22.000,00
Microsoft	1	S/.400,00	S/.400,00
TOTAL			S/.31.245,10

Inversión 2da etapa - en 1 año

Materiales	Cantidad	Precio	Total
Caja de lapiceros	1	S/.20,30	S/.20,30
Paquete ADOBE (20 programas)	1	S/.1.111,39	S/.1.111,39
Caja de grapas	1	S/.0,80	S/.0,80
Corrector	4	S/.1,60	S/.6,40
Resaltadores	4	S/.1,90	S/.7,60
TOTAL			S/.1.146,49