

COLEGIO SIERRA MORENA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL

Localidad Ciudad Bolívar

Resolución 7561 de Noviembre 24 de 1998 y 8627 de Noviembre 29 de 2001 de Preescolar a 11°

Resolución de Integración No. 1899 del 28 de Junio de 2002

Por una Institución viva activa planeada y proyectada al siglo XXI

PRESENTACIÓN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	
NOMBRE DEL PROYECTO:	COOKIE EMOCIÓN. Línea: Pensamiento Artístico — Bienestar Emocional.
NOMBRE Y APELLIDOS INTEGRANTES:	Arroyo Jaimes, Luna Stefania Rodríguez Montoya, Yenny Alexandra
PREGUNTA PROBLEMA	¿De qué manera la creación de galletas con mensajes de motivación basados en la realidad adolescente, presentada a través del sitio web de identidad corporativa de Cookie Emoción, puede contribuir a la regulación emocional y al fortalecimiento de la identidad de los estudiantes de grado 11 del Colegio Sierra Morena?
HIPOTESIS	El proyecto no formula hipótesis: se desarrolla bajo un enfoque de investigación mixto, con predominio cualitativo y de carácter descriptivo, orientado a interpretar percepciones y lenguaje juvenil y a caracterizar actitudes y preferencias del público objetivo, y no a comprobar una relación causal predefinida entre variables.
JUSTIFICACIÓN	Cookie Emoción responde a una necesidad identificada mediante encuesta: la mayoría de los estudiantes valora recibir pequeños detalles reconfortantes en los días difíciles, pero rechaza los mensajes motivacionales genéricos o adultocéntricos. Por ello, cada mensaje se redacta desde la experiencia real de la presión académica, la ansiedad social y la búsqueda de identidad propia del bachillerato. El diferencial del proyecto frente a otras propuestas de repostería escolar es que no vende únicamente un alimento, sino un gesto de acompañamiento emocional entre pares, respaldado por una identidad visual coherente y pensada para un público juvenil, y validado por una Encuesta Nacional de Salud Mental (2025) que evidencia desafíos importantes de bienestar emocional en la población adolescente colombiana.
OBJETIVOS, GENERAL Y ESPECÍFICOS	General: Promover el bienestar emocional de los adolescentes del Colegio Sierra Morena mediante el diseño, la elaboración y la divulgación de galletas motivacionales que generen un impacto positivo en su autopercepción. Específicos: 1) Diagnóstico — analizar las principales preocupaciones y focos de estrés de los compañeros de curso mediante encuestas, para que los mensajes sean pertinentes a su realidad. 2) Diseño — crear una identidad visual (branding) y una serie de mensajes de motivación con narrativa cercana y empática. 3) Metacognición — valorar cómo el acto de compartir y leer mensajes de validación influye en el clima escolar. 4) Socialización — presentar el proceso investigativo y el producto final en la feria institucional.
RESUMEN ANTECEDENTES	Local: la estrategia "Calma en la Escuela" de la Secretaría de Educación del Distrito fortalece habilidades socioemocionales en Ciudad Bolívar (Secretaría de

	Educación del Distrito, 2026), mostrando un camino institucional ya recorrido en el que se inserta el proyecto. Ciudad (Bogotá): el Programa Emprender de la Cámara de Comercio de Bogotá fortalece competencias de emprendimiento en estudiantes de 9° a 11° (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.), contexto en el que se enmarca la participación en la feria institucional. Nacional: la Encuesta Nacional de Salud Mental 2025 (Minsalud y Universidad de Antioquia, 2025) evidenció desafíos importantes de bienestar emocional en la población adolescente colombiana, respaldando a escala nacional la pertinencia del proyecto.
RESUMEN MARCO TEÓRICO, LEGAL, ETC	Teórico: resiliencia (American Psychological Association, 2018), motivación intrínseca/extrínseca desde la teoría de la autodeterminación (Deci y Ryan, 1985), lenguaje adolescente como código comunicativo generacional (Padma Terapia, 2025). Legal: Ley 1014 de 2006 (fomento a la cultura del emprendimiento escolar); Ley 2069 de 2020 (impulso al emprendimiento en Colombia); Ley 1780 de 2016 (empleo y emprendimiento juvenil). Político: no se identifican instituciones aliadas formalizadas (logo, misión, visión) en el documento — pendiente por desarrollar, aunque se referencian como antecedentes la Secretaría de Educación del Distrito y la Cámara de Comercio de Bogotá.
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Enfoque mixto con predominio cualitativo, de carácter descriptivo: cualitativo porque interpreta percepciones, emociones y lenguaje juvenil para construir la propuesta de marca; descriptivo porque caracteriza mediante encuesta las actitudes y preferencias del público objetivo; enmarcado como proyecto de emprendimiento artístico escolar.
POBLACIÓN Y MUESTRA	Población: estudiantes de grado 11 del Colegio Sierra Morena, Sede A (compañeros de curso). Muestra: 43 estudiantes que respondieron la encuesta de percepción aplicada mediante Google Forms.
ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	Encuesta de percepción de 10 preguntas cerradas sobre expresión emocional, hábitos de autocuidado y preferencias de producto, aplicada mediante Google Forms y ya respondida por 43 estudiantes, con análisis cuantitativo y gráficos por pregunta. Resultados clave: 90,7 % otorga algún grado de importancia a la expresión emocional diaria; 88,4 % cree que un mensaje positivo influye en su estado de ánimo; 95,3 % se muestra receptivo al producto; 86,1 % compraría la marca; y el precio de entrada validado se ubica entre \$2.500 y \$3.000.
FIRMAS DE LOS INTEGRANTES	Arroyo Jaimes, Luna Stefania: _____ Rodríguez Montoya, Yenny Alexandra: _____