DISEÑO DE UNA CARTILLA DE FORMACIÓN EN CULTURA EMPRENDEDORA PARA JÓVENES ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SIMÓN BOLÍVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA – COLOMBIA

MAESTRANTES:

ALFONSO JULIO ARRIETA SOLANO
ELKIN DAVID DURANGO NARANJO

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS E INNOVACIÓN
BARRANQUILLA – 2017

MAE0075
2017
Ej. 1

1324029

DISEÑO DE UNA CARTILLA DE FORMACIÓN EN CULTURA EMPRENDEDORA PARA JÓVENES ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SIMÓN BOLÍVAR EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA – COLOMBIA

MAESTRANTES:

ALFONSO JULIO ARRIETA SOLANO
ELKIN DAVID DURANGO NARANJO

Presentado a:

ALEXANDER POLO TOVAR

Director de Maestría

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS E INNOVACIÓN
BARRANQUILLA – 2017

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
SISTEMA DE BIBLIOTECA

Director:

PROFESOR

DIRECTOR DE PROGRAMA

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
MAESTRIA
BARRANQUILLA, OCTUBRE DE 2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Decano

Firma Líder de Grupo de Investigación

Firma de Tutor

Firma de Cotutor

Firma de Juez

Firma de Juez

Octubre , 2017

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios y a su hijo amado Jesús, por ser las luces que me iluminan y fortalecen para afrontar con entereza y fe el arduo camino de la Educación. También a mi Madre Cándida mi hermano William, y mi hija Valentina por apoyarme en todo este proceso, que hoy se ve culminado

Alfonso Julio Arrieta Solano

Dedico este logro a Dios y mi familia, por ser mi pilar para afrontar con entereza, el arduo camino de la Educación. En especial a mi Madre, mi hermana, y mi Padre por apoyarme en todo este proceso, que hoy me permite cumplir una meta mas

Elkin David Durango Naranjo

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos de todo corazón a todos y cada uno de los que de una forma u otra han intervenido positivamente en la construcción de este logro. A continuación hago especial mención a:

- Dios, que en su infinito amor nos brindó la posibilidad, bajo su guía, de luchar con la certeza de que con fe todo es posible.

- Nuestros padres, por todo su apoyo incondicional.

- Doctor Duvan Ramírez, por sus valiosas asesorías y gran dedicación en aras de impulsar y materializar el presente trabajo.

- A los docentes, al rector y a la comunidad educativa que aportaron al desarrollo del trabajo investigativo.

Alfonso Julio Arrieta Solano, Elkin David Durango Naranjo

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 9
GLOSARIO DE TÉRMINOS: 10
CAPÍTULO I 12
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 12
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 12
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA 14
1.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 15
CAPITULO II 54
2. JUSTIFICACIÓN 16
3. OBJETIVOS 19
3.1 OBJETIVO GENERAL 19
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 19
4. MARCO DE REFERENCIA 20
4.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 20
4.2 MARCO TEORICO 22
4.3 TEORIAS DEL CAPITAL HUMANO 33
4.4 EMPRENDIMIENTO Y CULTURA 35
4.5 CIENCIA, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE NEGOCIOS 41
4.6 POLÍTICAS Y LEYES PARA EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESA EN COLOMBIA 44
4.7 MARCO CONCEPTUAL 48
4.8 MARCO LEGAL 50
CAPITULO III 54
5. DISEÑO METODOLÓGICO 54
5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN 54
5.2 ETAPAS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: 55
5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA 55
5.3.1. REVISIÓN DOCUMENTAL 55

5.3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN 56
5.3.3 TÉCNICA Y METODO UTLIZADO PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN 56
5.4. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS O CAMPOS DE ANÁLISIS 57
5.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN 57
6. HALLAZGOS Y ANALISIS 58
6.1. CONCEPCIONES DE EMPRENDIMIENTO: 58
6.1.1 CONOCIMIENTO ACERCA DE LA "LEY DE EMPRENDIMIENTO" ENTRE LOS ESTUDIANTES DE 10 Y 11 DE LA IE SIMÓN BOLÍVAR 60
6.1.2 ESPACIOS ABIERTOS EXISTENTES EN LA IE SIMÓN BOLÍVAR ENFOCADOS EN LA PROMOCIÓN DE ENSEÑANZAS DEL EMPRENDIMIENTO 61
6.1.3 CONOCIMIENTO A CERCA DE LAS ENTIDADES QUE BRINDAN APOYO AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS JOVENES EN COLOMBIA 64
6.1.4 DESARROLLO DE UNA CATEDRA ESPECIFICA EN LA ENSEÑANZA DE LA CULTURA Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA IED SIMÓN BOLIVAR 64
6.1.5 DINAMISMO Y ENTUSIASMO POR PARTE DE LOS PROFESORES EN LAS CLASES DE EMPRENDIMIENTO EN LA IED SIMÓN BOLÍVAR 65
6.1.6 HERRAMIENTAS TEÓRICAS Y PRÁCTICAS QUE BRINDAN LA INSTITUCIÓN PARA DESARROLLAR IDEAS DE NEGOCIO 69
6.1.7 AREAS EN LAS QUE A LOS ESTUDIANTES LES GUSTARIA DESARROLLAR UNA IDEA DE NEGOCIO 69
6.1.8 IMPORTANCIA DADA POR LOS ESTUDIANTES DE 10 Y 11 EN LA IED SIMÓN BOLÍVAR AL EMPRENDIMIENTO COMO FUNDAMENTO PARA LA CREACIÓN DE SU PROPIO NEGOCIO 69
6.1.9 APOYO DEL ESTADO FRENTE A LOS JOVENES CON MAYOR RIESGO 72
6.1.10 POLITICAS PÚBLICAS QUE LOS ESTUDIANTES CONSIDERAN DEBE ADOPTAR EL GOBIERNO FRENTE A LOS JÓVENES CON MENOS RECURSOS PARA QUE ACCEDAN A MÁS EDUCACIÓN FORMAL Y AUTOEMPLEO 74
7. CONCLUSIÓN ..... **¡Error! Marcador no definido.**
8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 75

INTRODUCCIÓN

Colombia ha sido epicentro durante las últimas décadas del surgimiento de grandes transformaciones a nivel sociocultural, impactado por la revolución global del siglo XXI, la apertura a nuevos mercados, la competencia global, la educación continuada y a distancia y por supuesto el intercambio cultural, han sido motores de los nuevos proyectos de ley que buscan formalizar a jóvenes en el campo empresarial, éstos quienes inician en el trayecto hacia la búsqueda del desarrollo profesional.

Así las cosas, es importante ahondar en temas de impacto social y del transcurrir diario, identificando los factores claves en la promoción del espíritu de emprendimiento en los jóvenes, sus diferentes modalidades de formación impartidas desde sus cátedras de escuela dentro de un marco normativo e institucional.

La institución Educativa Simón Bolívar, alberga cientos de jóvenes en etapa de educación escolar media ansiados de dar un paso a las oportunidades laborales y profesionales, para ello, cuentan con el apoyo de un equipo interdisciplinar de docentes, quienes cumplen con el papel fundamental de transmitir conocimientos y no solamente en referencia a conocimientos básicos académicos sino desde la fomento de la semilla del espíritu emprendedor e innovador tal como a nivel global ocurre en ocurre en países desarrollados, infundido a través de valores humanos, la capacidad y la formación en competencias laborales y productivas.

GLOSARIO DE TÉRMINOS:

CAPITAL HUMANO: El capital humano es un concepto que remite a la productividad de los trabajadores en función de su formación y experiencia de trabajo. El mismo busca dar cuenta de distintas ventajas en términos de generación de valor considerando al aporte humano que se realiza en un mercado determinado.

EMPRENDEDOR: Según la Ley 1014 de 2006, es una persona con capacidad de innovar, entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

EMPRENDIMIENTO: Según la ley 1014 de 2006, una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

CULTURA: TYLOR, plantea que la cultura es: "aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias. El arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad".

EMPRESA: Una empresa es una unidad económico – social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

UNIVERSIDAD
CORPORACIÓN BOLÍVAR
SISTEMA DE BIBLIOTECA

PLAN DE NEGOCIOS: Documento que contempla en forma ordenada y coherente, las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados.

FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO: La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

EMPRESARIALIDAD: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA: Es un conjunto de personas y bienes promovidos por las autoridades públicas o por particulares, cuya finalidad será prestar un año de educación preescolar y nueve grados de educación básica como mínimo y la media.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El gobierno Nacional ha promovido cambios en las políticas educativas para enfrentar los desafíos de este proceso de globalización, impulsando dichos cambios a través de normas, leyes y decretos en la legislación nacional, destacando en este caso, la aprobación y promulgación de la Ley 1014 de 2006, la cual se constituye en un hito en la historia del emprendimiento en el país. Con anterioridad a esta ley, se consideraba que era necesario un cambio significativo en la legislación para asegurar un óptimo nivel de desarrollo del emprendimiento a partir de la educación que se impartiera con esta intencionalidad (Otero, 2005)

En Colombia, el fomento de la cultura del emprendimiento y su formación en los niveles de educación preescolar, básica y media es de carácter obligatorio, de acuerdo con lo establecido en el artículo 13 de la Ley 1014 de 2006, ello es posible lograrlo desarrollando acciones desde la gestión directiva, la gestión administrativa y financiera, la gestión académica y la gestión de la comunidad, teniendo en cuenta la distribución pedagógica definida por el MEN (Guía 39) frente a los conocimientos y actitudes que deben desarrollarse en los diferentes grados de la educación preescolar, básica y media: De 0 a 9° Grado: Fomento de actitudes y conocimientos emprendedores en 10° y 11° Grado: Fomento de actitudes y conocimientos empresariales

Lo anterior, a través de las diferentes acciones y estrategias que desde los espacios institucionales fomentan el emprendimiento, por ejemplo: planes de área, proyectos pedagógicos, proyectos pedagógicos productivos, actividades institucionales, etc.

El problema planteado en esta investigación, se encuentra inmerso en la necesidad de realizar una cartilla de formación en cultura emprendedora en los jóvenes estudiantes de la Institución Educativa Simón Bolívar, bajo el escenario de la implementación de la Ley 1014 del 2006, ya que han transcurrido desde su promulgación más de 10 años, por lo cual es importante determinar los avances y la eficacia de esta norma en instituciones de reconocimiento.

Si la educación tiene como misión formar al individuo de manera amplia, pertinente y con calidad en una sociedad, debe facilitar en consecuencia el desarrollo de nuevas habilidades personales, como la capacidad de innovar, encontrar soluciones creativas y adaptarse al cambio (Jaramillo, 2008), esenciales exigencias del entorno complejo que caracteriza a las sociedades globalizadas de la actualidad.

A partir de esta visión interdisciplinaria y contextualizada que tiene la educación para el desarrollo del emprendimiento, es importante tener en cuenta los aportes de la Ley 1014 de 2006 y las disposiciones gubernamentales que, a partir de su promulgación, se han implementado en el sistema educativo colombiano.

En este orden de ideas, la ley 1014 de 2006, pretende promover una cultura de emprendimiento y tiene como objetivo principal el espíritu emprendo en todos los estamentos educativos.

Partiendo de esta ley, se realizaron estudios en el departamento del Atlántico, por parte de la Gobernación, acerca de los programa de emprendimiento que ofrecen los establecimientos educativos y esto dió como resultado que más 60% de las instituciones educativas del

departamento del Atlántico no han implementado estos programas debido a la falta de recursos físicos, económicos, personal capacitado y materiales.

En razón de lo anterior y por la necesidad y obligación que tiene estas instituciones educativas de cumplir la ley, se optó por desarrollar este proyecto en la IED SIMON BOLIVAR, que se encuentra ubicado Cra. 5a #19-15 en la ciudad de Barranquilla.

Dicha institución viene ofreciendo una educación con especialidad en la media técnica, en el ciclo 5 (10° y 11°) que ofrece el programa de media técnica articulada con la educación superior, ésta articulación está vinculada con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), programa que busca el mejoramiento de la calidad de vida en lo que respecta al trabajo y las metas académicas para encaminar a los estudiantes hacia una cadena de formación, pero que no ha incluido a los demás ciclos y en este caso específico al primero.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Teniendo en cuenta el contexto nacional y local en los cuales tienen lugar las acciones institucionales en cumplimiento de la Ley 1014 de 2006 y la motivación que suscita el conocer y comprender los niveles de desarrollo en la formación en emprendimiento de estudiantes de básica secundaria de la ciudad de Barranquilla, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los elementos principales que configuran el modelo para la formación del emprendimiento en estudiantes de educación media en los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla?

1.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tendrá como foco de análisis los procesos formativos en emprendimiento definidos por la Institución Educativa Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla y cómo éstos han impactado el proyecto de vida de los estudiantes que están finalizando el ciclo de su educación secundaria (Grados 10 y 11).

La indagación sobre la realidad institucional objeto de estudio será abordada desde la utilidad que estos casos ofrece la investigación cualitativa, considerando que la Institución Educativa Simón Bolívar es un caso específico con el cual se busca una generalización analítica -no estadística- sobre el fomento del emprendimiento a través de procesos formativos desarrollados en espacios institucionales definidos desde la gestión directiva, administrativa, financiera y académica de la institución. La pretensión por tanto es comprender una realidad y no generalizar una teoría.

CAPITULO II

2. JUSTIFICACIÓN

La globalización, como fenómeno mundial, define nuevos modelos de desarrollo, los cuales, a su vez, entrañan la necesidad de transformar las estructuras políticas, sociales, económicas, culturales, tecnológicas y científicas de los países. Estas transformaciones exigen la adaptación constante de los sistemas que rigen dichas estructuras, entre ellos, el ***"sistema educativo"*** a través del cual se asegura el capital humano que ha de vincularse a los procesos de productividad y competitividad propios de la globalización que exige dichas transformaciones.

El desarrollo económico y social de un país es complejo y depende de múltiples dimensiones, factores y variables. Una de ellas es la educación, su calidad, cobertura y pertinencia, en los distintos niveles que comprenden el sistema bajo el cual se estructura, define e implementa su desarrollo.

En el marco de la educación, surgen también diferentes apuestas para su desarrollo. Colombia le ha apostado como nación a la Educación Emprendedora, por lo menos en lo que a su configuración teórica y metodológica se refiere.

Dicha configuración cuenta a su vez con un sustento legal que orienta las acciones llevadas a cabo en el sistema formal de la educación y en las instituciones que lo conforman. Es el caso de la Ley 1014 de 2006, cuyo objeto es el fomento de la cultura del emprendimiento en todo el territorio nacional.

No obstante este esfuerzo del gobierno nacional, fomentar la cultura del emprendimiento ha encontrado diversas barreras para su cabal cumplimiento, especialmente en lo que a las instituciones educativas se refiere. Si a ello se suma la relevancia que hay entre el emprendimiento y los desarrollos de ciencia, tecnología e innovación (Fedesarrollo, 2014), resultan de gran importancia los esfuerzos académicos que se realicen para indagar propositivamente en el conocimiento y la comprensión de dichas barreras o situaciones que dificultan los avances en pro de lograr una cultura del emprendimiento y la empresarialidad en la población colombiana.

Para los investigadores de esta tesis de maestría, es por demás relevante indagar en el tema y procurar aportes concretos a las realidades de las instituciones de la educación preescolar, básica y media, que son las llamadas a liderar acciones y estrategias de mejoramiento institucional para lograr resultados efectivos en los procesos formativos que fomentan la cultura del emprendimiento y la empresarialidad en niños, niñas y jóvenes (MEN, 2012)

Esta relevancia tiene sentido en el marco de los procesos de competitividad que pretenden impulsar en forma articulada el sector público y privado del país, en procura de superar las brechas de capital humano a los cuales se refieren los diferentes reportes sobre el tema, entre ellos el informe nacional de competitividad 2015-2016, publicado por el consejo privado de competitividad, en el cual la educación básica y media no muestran avances significativos frente a la construcción de una economía verdaderamente competitiva, apalancada en la formación de un capital humano pertinente a las necesidades y apuestas productivas del territorio.

La investigación planteada resulta novedosa en tanto contextualiza la formación para el emprendimiento en el marco de un Plan Nacional de Desarrollo que sigue privilegiando el enfoque regional y, por ende, las buenas prácticas en los contextos educativos de cada región. Igualmente, es útil en la medida en que permite a los actores locales, en este caso, el personal directivo, administrativo y docente de instituciones de educación secundaria, tal como será analizado en el contexto institucional del Centro Educativo Simón Bolívar, dentro del cual a través de los métodos de investigación, se identificarán las facetas del modelo de competitividad propuesto a nivel nacional, estableciendo metas y propósitos a partir de una realidad compartida y valorada en términos académicos que permiten una apropiación social del conocimiento, en la base de los principios del desarrollo científico y tecnológico del país.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una cartilla para la formación en cultura emprendedora en jóvenes estudiantes de la Institución Educativa Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla – Colombia, que los oriente a enfrentar el desafío y la responsabilidad de ser productivos para sí mismo y para quienes lo rodean.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las diferentes concepciones de los miembros de la I.E.D. Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla sobre el emprendimiento.

- Proponer acciones tendientes a mejorar las condiciones internas, en torno al fomento de la cultura emprendedora en los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Distrital Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla.

- Articular las normas y políticas sobre emprendimiento de la Institución Educativa Distrital Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación expondremos los antecedentes que han originado el problema de la presente investigación, partiendo desde el año 2006, anualidad en la cual el ex Presidente de la República Dr. Álvaro Uribe Vélez, se dio a la tarea de presentar y formalizar un proyecto de Ley por el cual se dispondrían de herramientas legales para contrarrestar el desempleo, la falta de oportunidades e inserción en el campo laboral, contando con la población menos favorecida del país, a través de la explotación de las ideas y pensamiento reflejado por cada colombiano.

La ley 1014 del 2006, denominada "Fomento a la Cultura del Emprendimiento", reunió los elementos y condiciones básicas para su desarrollo e implementación, destacó, que en el ejercicio de aplicación de esta ley en escuelas públicas y privadas, se determinaría un control gubernativo.

La idea general y más importante de esta ley, resulta en que los entes e instituciones educativas, implementen de forma adecuada la formación en emprendimiento para la creación de sus propias empresas pequeñas y medianas, a través de la capacitación principalmente en el desarrollo de valores humanos, trabajo en equipo, solidaridad, autoestima y sólidos conocimientos de las herramientas para la creación de empresas con sentido social y humano.

El gobierno, mediante el impulso de los programas y políticas transversales, ha dado muestra del interés en formalizar la creación de empresas y aportar recursos para la capacitación

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
SISTEMA DE BIBLIOTECA

y preparación de jóvenes dispuestos avanzar de manera competitiva a través de procesos de emprendimiento sostenible desde lo social, cultural, ambiental entre otros.

Por las similitudes con el proceso investigativo a realizar, se destaca como antecedente, la investigación llevada a cabo por Otero (2005), cuya Tesis de Maestría en Ingeniería Industrial de la Universidad de Los Andes, *Diseño de un modelo para promover emprendimiento en estudiantes de secundaria en Grados 10° Y 11° de estratos 1, 2 y 3 en Colombia,* identifica cuáles deben ser las actividades que acompañen el desarrollo de emprendimiento en la población sujeto de estudio.

Algunas de las conclusiones de dicha investigación son:

i) Para promover el emprendimiento debe sensibilizarse a los estudiantes, facilitando la interacción, el aprendizaje y la formación de redes a través de procesos de pedagogía activa.

ii) Para la implementación del modelo propuesto por los autores, debe haber un compromiso del estado en la conformación de redes sociales a través de la asignación de recursos públicos para el funcionamiento de estas redes y para atender las propuestas realizadas por la redes de emprendimiento.

iii) El contexto institucional, que incluye Instituciones Sociales, Redes Sociales y los Sistemas Regulatorios y Legales, refleja la verdad de la cultura de una sociedad. Los cambios en este contexto, enmarcados en una cultura de emprendimiento, pueden llegar a enriquecer la creación y el desarrollo del emprendimiento siempre y cuando exista una ley que lo respalde.

iv) Esta última conclusión es significativa considerando que, justamente al año siguiente de publicados los resultados de la investigación, fue promulgada la Ley 1014 de 2006.

Desde las primeras iniciativas que ha tomado el Gobierno, se han trabajado aspectos importantes en la formación de los emprendedores, desde programas a nivel nacional y en la actualidad mediantes leyes que han puesto en marcha modelos de capacitación a jóvenes para que se instruyan en conocimientos sólidos en la creación y desarrollo de empresas productivas para conseguir un desarrollo más sostenible en nuestro país.

4.2 MARCO TEORICO

Las preguntas como ¿Qué sucede cuando interactúan los emprendedores? ¿Cuáles son las causas que llevan al emprendedor a buscar el cambio? ¿Por qué asumir el riesgo de crear empresa?, dichos interrogantes resumen los enfoques conocidos en las teorías del emprendimiento, los cuales parten desde diferentes disciplinas: administración, economía, psicología y sociología.

Desde la Administración

Gámez, (2013) señaló el aporte de Taylor (2003)

> *En cohesión al emprendimiento y creación de empresa, el cual incluye el estudio de tiempos y movimientos, la importancia de los estándares, la planeación, el control y la operación, así como la organización funcional, expresados en maximización de la producción, la excelencia técnica con minimización de costos, óptima utilización de los recursos y la especialización de tareas"* (Lewin y Minton, 1986).

Para Fayol (2003), lo más importante es

> *"La separación de las operaciones de la empresa: técnicas, comerciales, financieras, de seguridad, de contabilidad y administrativas y la diferenciación entre administración – función que asegura la gerencia –y gerencia – conducir la empresa hacia su objetivo tratando de sacar el mejor partido de los recursos que posee".*

Peter Drucker no aceptó el concepto de personalidad emprendedora, sino los rasgos distintivos de cada individuo y su conducta, de suerte que la base de un emprendedor no es intuitiva sino conceptual y teórica: un empresario exitoso no espera a la musa; busca la necesidad que debe ser entendida, pues sin entender el problema no se puede encontrar una solución y tampoco este se puede solucionar sin el conocimiento. Los emprendedores deben acudir a la permanente innovación, puesto que es difícil vivir en entornos innovadores sin esa competencia, además porque el emprendimiento no es natural, ni creativo: es trabajo, los emprendedores pueden aprender, pero requieren esfuerzo y los emprendedores empresariales debe ser disciplinados, trabajar y practicar (Drucker, 1984, 2007).

Gámez (2013), señala que un emprendedor parte de algunos cuestionamientos

> *¿Qué significaría si? ¿Adónde me lleva? ¿Cómo se encara? En el momento de crear empresa se lleva a cabo la innovación, que no tiene que ser técnica, ni siquiera una cosa; se refiera a lo económico y lo social, no a lo técnico. Coincide Drucker (1984) con los psicólogos en que el empresario innovador trata de crear valor, de hacer una contribución y tiene motivaciones que pueden ser dinero, poder, curiosidad, fama o reconocimiento"*

El crédito genera poder adquisitivo y así como los economistas del nuevo institucionalismo North y Coase, Drucker ve al emprendedor rodeado por redes e instituciones.

Finalmente atribuye al fracaso de un emprendedor a factores como la codicia, la estupidez, los impulsos sin raciocinio e incompetencia, recomienda entonces qué no debe hacer un emprendedor: ser astuto, concentrarse en una sola cosa e innovar para el presente (Drucker, 1984).

Desde la educación empresarial

Siendo el emprendimiento y la empresarialidad hechos sociales que suscitan un significativo interés académico, resulta conveniente reconocer los resultados de estudios similares con el propósito de establecer puntos de encuentro que faciliten el desarrollo de la presente investigación.

De acuerdo con la revisión de la literatura al respecto, se destacan las siguientes investigaciones:

Morales (2015), explora

> *"Las relaciones entre las características del perfil del emprendedor, la gestión que hacen del servicio y la incidencia de estos factores en la supervivencia empresarial, como indicador de éxito. Se analizan nueve casos de emprendedores exitosos oriundos del Oriente de Antioquia (Colombia), usando la técnica de entrevista estructurada. Los resultados sugieren que algunas características del perfil del emprendedor, así como los atributos pivote de la calidad del servicio, son comunes a los casos estudiados."*

Desde la Economía

Jorge Gámez (2013), precisó que

> *"El emprendimiento en la teoría económica se analiza desde las posibilidades de obtención de beneficio a partir de la identificación de oportunidades de negocio, el manejo del riesgo y*

> *la optimización del uso de recursos; aunque los estudios desde la microeconomía no hacen mucho énfasis en el emprendedor porque asumen que los mercados vuelven paulatinamente a su punto de equilibrio".*

La actividad emprendedora individual y sus acciones afectan el ambiente económico, la función emprendedora es responsable del mejoramiento económico debido a sus innovaciones, la creación del empleo y la profesionalización de los papeles de capitalista, gestor y emprendedor.

La teoría económica clásica no estableció un consenso en cuanto al tema del emprendedor, asume que un individuo con ciertas aptitudes afronta la incertidumbre y el riesgo para lograr rentabilidad, por tanto, toma el riesgo, es un trabajador superior, muy inteligente e innovador, caracterizado por invertir dinero para obtener beneficios y percibir ganancias inciertas, correr riesgos garantizados por el capital que ha acumulado y ha convertido en capacidad productiva, que intenta movilizar en búsqueda de mejores rendimientos a partir de diversas mezclas de los factores de producción.

En tiempos modernos la inteligencia se entiende como el conjunto de competencias cognitivas que comprende las destrezas de comunicación, la paciencia, el establecimiento de m etas moderadas y el desarrollo del ego (Gartner 2009).

En efecto, tal como la teoría clásica económica define al emprendimiento, la verdadera función de un emprendedor radica en tomar iniciativas y liderazgo, implica más que ejercer la administración para obtener resultados productivos, ir más de allá de la dirección en el campo de la economía, aceptando los retos de cooperación para la consecución de las metas en una

organización. Contrario sensu, según Ramos Rodríguez (2008), *"Cuando sea necesario salir de la rutina, como en el caso de la oferta de nuevos productos a los clientes, la intervención de los dirigentes es indispensable puesto que su papel no siempre es hacer sino motivar".*

Schumpeter diferenció también "E*ntre persona y función: cuando un individuo no reúne las competencias emprendedoras se pueden hacer equipos de trabajo para complementar las que le hacen falta* (Rodríguez y Jiménez, 2007).

Algunos países y en especial Estados Unidos, tienen una cultura que valora al individuo que consigue crear con éxito un nuevo negocio y llegar a ser jefe de sí mismo, buscar y aprovechar las oportunidades, tener éxito y dinero, lo que se refleja en altos índices de creación de empresas. (Hisrich, 2005).

Schumpeter, decía que: "*La acción del emprendedor no se da solo por razones de recompensas monetarias, sino que este pretende además poder o prestigio social; Baumol* (1993) considera que el empresario es recompensado de manera diferente en cada sociedad, más en la economía de mercado, pero también cuentan el poder, reconocimiento o la posición social (Dávila, 2002).

Según Kirzner (1986),

> *"El emprendedor es el elemento empresarial que hace que la acción humana sea algo activo, creador y humano, en vez que algo pasivo, automático y mecánico; el emprendedor debe permanecer alerta a los cambios y condiciones del mercado, anticipándolos de la mejor manera posible. El emprendedor es quien persigue sus fines eficientemente, con impulso y perspicacia es decir, un*

individuo comprometido en la acción humana, alerta ante las oportunidades ocultas".

Para Baumol (1968),

> *"La teoría y la política en la oferta de emprendimiento no es fácil de proponer; se puede analizar cómo se utilizan los insumos o de dónde vienen, o la manera como el trabajo contribuye en la expansión económica, pero determinar el crecimiento de la fuerza laboral por sí misma es una causa exógena, que obliga a definir mejor el papel del emprendedor y sus determinantes. Por ello, quienes formulan políticas se interesan más por determinar la existencia del emprendimiento y las formas de expandirlo, tema abordado por la psicología, la sociología y la economía".*

Baumol analizó

> *"La oferta de emprendimiento, sus actitudes frente al riesgo o las fuentes de sus ideas y las formas de estimular la actividad emprendedora (como lo hizo el análisis kvnesiano) puesto que el apoyo al emprendedor es clave para estimular el crecimiento económico." Gámez (2013)*

Así mismo, Baumol (1986), reconoció en Schumpeter y en Knight la capital importancia que dieron al término entrepreneur. Además diferenció entre el emprendedor y quien cumple funciones de gestión; *en ningún caso un buen gerente deja de ser importante frente al emprendedor* y no es raro ver la situación donde se conjugan los dos papeles en una misma persona. La función del emprendedor es ubicar una idea nueva y llevarla a la práctica; debe liderar y tal vez inspirar, es decir es el innovador schumpeteriano y algo más. Gámez (2013)

Desde la Psicología:

Actualmente se considera que los aspectos psicológicos y sociales son las bases que determinan la existencia o no de la conducta emprendedora (Gallego, 2014)

Existen diferentes autores cuyas investigaciones apunta a que el emprendedor se hace (enfoque sociológico) ya que se afirma que son

> *"Los agentes de socialización y los factores del contexto social, político y económico los que constituyen eventuales potenciadores de tales características, y los que, en definitiva, determinarán si tales cualidades se desplegarán o no" (Marulanda, Correa y Mejía, 2009, p. 166. Citados en Gallego, 2014). Por otra parte, se considera que el emprendedor nace (enfoque psicológico) "Existe un núcleo básico de características innatas, sin las cuales la personalidad emprendedora no sería posible" (Gallego, 2014).*

Las motivaciones, el control y el logro, el porqué de las causas, características individuales y el comportamiento del emprendedor se abordan desde la psicología con el análisis de la creatividad, los retos y la agresividad.

El papel del emprendedor y su impacto con el sistema económico es innegable, es una persona que transforma su entorno y tiene unos rasgos específicos como la creatividad, el deseo de independencia, la capacidad de liderazgo y su proceder se caracteriza por el oportunismo, la individualidad , la intuición, la organización, la capacidad de racionalización, la planificación y el profesionalismo.

La persona como ser humano individual junto con otros configura la sociedad y la cultura. La persona – tensión entre lo individual y lo social ha logrado reconocimiento universal y la empresa no es la excepción, como espacio de desarrollo y razón de ser, no como herramienta al servicio de sus intereses económicos y políticos (Hamburger, 2008).

David MacClelland,

> *"Abordó el emprendimiento desde el papel que desempeñan los individuos según las diferentes posiciones sociales que ocupan. El comportamiento emprendedor depende de las motivaciones personales que el medio ambiente proporcione, enfoque que sugirió Schumpeter al reconocer que la naturaleza de la función del emprendedor se basa en sus aptitudes y motivación (Schumpeter," 1947).*

Su enfoque psico–sociológico analiza cómo algunas sociedades, en momentos específicos, muestran alto crecimiento económico y social, atribuyó ese crecimiento a la necesidad de logro presente en la psiquis por parte de la población de esas sociedades. *Sus aportes se reflejaron en algunas políticas públicas que intentan crear ambientes motivadores para los nuevos emprendedores*. (Stevenson y Jarillo, 1990).

Gámez (2013) encontró que

> *Un rasgo que explica el emprendimiento es la motivación; los motivos de un emprendedor no son siempre económicos, aunque las personas tienen necesidad de éxito son más sensibles a este tipo de estímulos. Un motivo, en este contexto, es "un interés recurrente por un estado objetivo que impulsa, orienta y selecciona la conducta" (MacClelland, 1989, p. 204).*

Gámez (2013), en su obra de Emprendimiento y Creación de Empresas, demostró que

> *"Los estudios empíricos de MacClelland presentan las consecuencias sociales de una intensa necesidad de logro, traducida en el éxito profesional; las personas con una mayor inclinación a la búsqueda del logro tienden a buscar y a hacer mejor las tareas moderadamente retadoras, a asumir la responsabilidad personal de su rendimiento, a buscar una retroalimentación sobre la manera en que actuó y a ensayar nuevas formas más eficaces para hacer las cosas, para llegar a la conclusión de que el motivo de logro de las personas es un factor clave en el desarrollo económico.*

> *"Un emprendedor es entonces una persona con un alto nivel de logro que se interesa por los negocios y se muestra capaz en esa actividad, porque los negocios requieren que las personas asuman riesgos moderados y la responsabilidad personal de sus propias acciones, que presten mucha atención a la retroinformación de los costos y beneficios y encuentren modos innovadores de conseguir un nuevo producto o de proporcionar un nuevo servicio" (MacClelland, 1989).*

Por otra parte Gámez, (2013) refiere

> *"Un elevado índice de motivación hacia el poder conduce a un liderazgo eficaz si se combina con los rasgos de la conducta de positividad y de una orientación hacia la tarea. Empero, un emprendedor no busca la necesidad de afiliación; no es la persona que intenta buenas relaciones interpersonales con otros, no desea gustar o ser aceptado por los demás y no se conforma con las normas de su grupo de trabajo; contrario sensu, una necesidad fuerte de afiliación disminuye la capacidad de los emprendedores para ser objetivos y para tomar decisiones (MacClelland, 1989).*

Respecto a la educación, MacClelland (1989) afirma que

> *Los cambios que refuercen el pensamiento de logro, el concepto de sí mismo, la fijación de objetivos y el aprendizaje para actuar como alguien que controla su destino mejoran en las personas los intereses por el poder socializado, el prestigio y el reconocimiento y por la resolución de problemas. Coincide con Smelser* (1965) en aseverar que el crecimiento económico y la modernización exigen nuevos valores, actitudes y cambios en la organización social.

Gámez, (2013) en el desarrollo de su obra, citó al profesor Correa (2009), dentro de un estudio de caso con estudiantes de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad de la Salle de Bogotá, articuló los componentes entre otros solución de problemas,

> *Toma de decisiones, gerencia del riesgo, aprobación social, practicidad, integralidad perceptual, pensamiento creativo y*

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
SISTEMA DE BIBLIOTECA

> *tolerancia o frustración con los atributos cognición, afectividad, comportamiento y visión del futuro y sugirió que el emprendimiento debe contar con medios académicos y monetarios que garanticen su permanencia y continuidad; los jóvenes que crean empresa, en general empiezan por negocios pequeños con menos riesgos, a fin de manejar de mejor el fracaso pero no por ello el proceso de creación deja de ser menos complejo. En ese grupo de estudiantes se encontró que su capacidad empresarial estaba constituida por afectividad hacia sus proyectos (33%), comportamiento o respuesta a estímulos y oportunidades (50%) y conocimiento empírico o formativo (17%).*

Gámez y Navarrete (2009 , 2010) encuestaron a jóvenes entre 19 y 25 años de edad en Bogotá; de ellos el 44,6% tiene educación media y el 44,6% tiene algún nivel de educación terciaria, el 79,2% ha trabajado y de ellos los que más trabajan son los hijos de empresarios que los hijos de empleados; el 86,2% tiene alguna intención de crear empresa o ha realizado alguna acción en ese sentido, mientras que solo el 16,9% tiene algún negocio establecido, es decir la intención es alta pero su puesta en práctica es menor.

Para el caso en estudio, los estudiantes de educación media en la Institución Educativa Simón Bolívar, quienes reciben educación en emprendimiento. En el caso de los emprendedores, la creatividad puede ensenarse en tanto es una manera de generar ideas para hacer mejor las cosas y hacer las cosas de otro modo (De Bono, 1994),

De Bono (1994) coincidió con otros enfoques psicológicos *en que la motivación es la disposición a observar lo que otros no han observado". Para la creación de empresa es importante en el emprendedor el deseo de forjar su propio destino, que incluye manejar todos los hilos de su actividad,*" conocer todo el andamiaje, actuar con firmeza ante los problemas, infundir entusiasmo a su equipo de trabajo y manejar las relaciones con los clientes (Mouján, 2006).

Desde la Sociología

Gámez (2013) reconoció que:

> *"La sociología asume el emprendimiento como la creación de nuevas organizaciones en un contexto que depende de procesos económicos y sociales, con atributos sociológicos como la industria local y las presiones externas, las redes, la imitación, los momentos y las actividades del Estado. A diferencia de otras ciencias, incorpora al emprendedor en una estructura social específica y bajo la influencia de muchas fueras, por lo que individuos y organizaciones afectan y son afectados por su contexto social. Las clases sociales y los grupos étnicos producen diferentes comportamientos emprendedores".*

Hay dos enfoques en el estudio del emprendimiento: uno desde la oferta y otro desde la demanda de emprendedores. El primero se centra en la disponibilidad de individuos apropiados para desempeñar los papeles de los emprendedores y adoptar las características individuales del emprendedor, pero desconoce la infraestructura en que se mueve.

Para avanzar en lo económico las sociedades requieren una oferta adecuada de esos individuos especiales; las diferencias de crecimiento, forma y localización se atribuyen a aspectos psicológicos, sociales, culturales y a características étnicas de los individuos, que permitirían inferir cómo, por qué y dónde se fundarán nuevos negocios.

El enfoque de la demanda sugiere examinar varios caminos del contexto de la creación organizacional, como la generación de nuevas empresas por organizaciones, la actividad de las profesiones, las políticas estatales , el desarrollo de mercados y el advenimiento de cambios tecnológicos; también examina las oportunidades y cómo éstas cambias en el tiempo (Thornton, 1999).

> *"La cultura, valores compartidos, creencias y comportamientos esperados es factor determinante de la actividad emprendedora; hay cuatro dimensiones culturales que diferencian a los cuatro países en cuanto a dicha actividad: la distancia con respecto al poder, la aversión a la incertidumbre, las relaciones entre*

individualismo – colectivismo y masculinidad– feminidad". (Pinillos, 2007).

4.3 TEORIAS DEL CAPITAL HUMANO

En el estudio realizado por Morales (2015) , se establece que los aspectos estudiados con referencia al perfil del emprendedor están asociados a su capital humano (edad, nivel educativo, formación previa en gestión, experiencia laboral, experiencia como emprendedor); la existencia de modelos de rol empresariales en el entorno familiar, la motivación para crear la empresa, específicamente si se emprendió por necesidad o por oportunidad, y las fuentes de financiación del emprendimiento, es decir, de dónde se obtuvieron los recursos para establecer la empresa.

En este mismo sentido, Gallego (2014) afirma que

> *"La educación puede contribuir enormemente a la creación de una cultura emprendedora, empezando por los más jóvenes en la escuela. Porque impulsando las actitudes y capacidades emprendedoras, se beneficia a la Sociedad, incluso más allá de la aplicación de éstas a nuevas iniciativas en la creación de empresas".*

La Comisión Europea (2009), por su parte, propone que entre los objetivos de la educación

> *"Tiene que estar siempre presente el fomento de las cualidades personales que constituyen la base del espíritu emprendedor, a saber: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la independencia o autonomía en el trabajo. Este tipo de actitudes se pueden impulsar desde la enseñanza primaria y tienen que superar a la mera absorción de conocimientos, siendo un aprendizaje activo. La educación*

> *presenta una perspectiva a largo plazo. El alumnado de primaria y secundaria compondrá mañana la ciudadanía activa y muchas de estas personas asumirán un liderazgo empresarial.*

De acuerdo con Osorio & Pereira (2011), quienes fundamentan sus planteamientos en los postulados de Bandura,

> *"La teoría social cognitiva asume que la capacidad humana es dinámica y que el desarrollo competente en la complejidad y rasgos cambiantes, requiere ambos componentes, habilidades y un fuerte sentido de eficacia, para emplear los recursos efectivamente"*

Siguiendo tales planteamientos, las creencias personales sobre la respuesta probable a los resultados se denominan expectativa de los resultados, y es el segundo mecanismo sociocognitivo. Mientras que la autoeficacia se refiere a la respuesta de las capacidades (¿Puedo hacer esto?), la expectativa de los resultados se relaciona con las consecuencias de una conducta particular (Si hago esto, ¿qué pasará?).

La expectativa de los resultados se manifiesta de tres maneras: la anticipación de los resultados tangibles (el emprendedor actúa esperando recompensas económicas), la anticipación de resultados sociales (el emprendedor actúa con la expectativa de ser reconocido por los demás) y la anticipación de resultados auto evaluativos (su autosatisfacción).

En síntesis, tal como lo manifiestan expresamente Osorio & Pereira (2011), la educación, como elemento complementario del aprendizaje, debe ayudar a que al individuo observe su conducta, a través de mecanismos sociales y cognitivos, para el emprendimiento.

El emprendedor tiene un núcleo básico de características innatas, es decir que no todos pueden ser emprendedores por vocación, sin embargo, quienes cuentan con esas características innatas requieren que éstas se desarrollen en un plano de interrelaciones sociales a través de un proceso de aprendizaje y maduración. Es decir, del grupo de emprendedores potenciales natos, sólo algunos se convertirán en emprendedores.

Siguiendo a Morales (2015), en el estudio del perfil de los emprendedores, se incluyen variables como: la edad y el género *(variables sociodemográficas);* la educación formal, el entrenamiento, la experiencia laboral previa y la experiencia como emprendedor, en un enfoque más amplio enmarcado en la Teoría de Capital Humano la existencia de antecedentes empresariales familiares, la cual sólo resulta significativa si el emprendedor ha trabajado en el negocio familiar y no sólo por tener familiares empresarios; la incidencia del tipo de motivación de emprender en el desempeño empresarial, mostrando que las empresas creadas por personas que no encuentran más oportunidades de empleo registran menor tiempo de supervivencia que aquellas empresas creadas por personas con otras motivaciones y la disponibilidad de recursos financieros propios en el momento en que crea su empresa.

4.4 EMPRENDIMIENTO Y CULTURA

Orrego (2008), afirma que "E*l campo del emprendimiento está inscrito en la disciplina administrativa, y aunque sus límites son permeables a otros campos de conocimiento, evidencian su grado de heterogeneidad y complejidad"*

Por su parte, mediante un análisis realizado a la obra de autores especializados en el estudio del comportamiento humano como Hornaday (1982), Meredith, Nelson & Neck (1982) y Timmons (1978), Filion (2003), identifica las características más comunes atribuidas

> *"A los emprendedores: innovadores, líderes, tomadores de riesgos moderados, independientes, creativos, perseverantes, originales, optimistas, orientados hacia resultados, flexibles, desenvueltos, necesidad de realización, locus interno de control, confianza en sí mismos, implicación a largo plazo, tolerancia a la ambigüedad e incertidumbre, iniciativa, aprendizaje, utilización de recursos, sensibilidad a los otros, agresividad, tendencia a inspirar confianza, dinero como medida de resultados".*

Desde esta línea argumentativa, cobran sentido los aportes de autores como Rodríguez (2009), quien propone la perspectiva cultural del emprendimiento, a partir de los postulados de Aktouf (2001), en tanto las opciones emprendedoras obedecen a un proceso de decisión que las convierte en actos, con los cuales la persona que emprende, aprovecha las oportunidades del entorno, elaborando, mejorando y transformando productos y servicios asociados a dichas oportunidades en el mercado, partiendo de su capacidad creativa e innovadora.

La creatividad y la innovación son características que se le atribuyen a las personas emprendedoras y, tal como se mencionó anteriormente, son susceptibles de ser desarrolladas en escenarios educativos formales, en este caso, desde procesos de formación concebidos pedagógicamente con este propósito.

En palabras de Filion (2003), desde la óptica del comportamiento del emprendedor,

> *"El empresariado surge por principio como un fenómeno territorial, debido a la modelación de las conductas que tienen lugar en las culturas, las necesidades y los hábitos de una región, las cuales son asimiladas por las personas que emprenden. Esto se*

> *reflejará entonces, en la forma en la que actuarán en consecuencia y construirán su empresa".*

En este mismo orden de idea es importante mencionar que Según Osorio & Pereira (2011), quienes son también miembros del equipo GEM Colombia, en el informe de la Comisión Europea (2009), se indica que

> *"El espíritu emprendedor y la educación no deben limitarse al desarrollo de habilidades para crear y gestionar nuevas empresas, sino que se puede y se debe influir en la motivación individual necesaria para luchar por algo que, de otro modo, podría parecer imposible o demasiado arriesgado. En este sentido, se puede promover una actitud positiva hacia la iniciación de negocios, pero esto no es suficiente. Solo mediante el desarrollo de competencias en el proceso deformación el individuo puede hacer efectiva la decisión de llevar a cabo acciones emprendedoras. Es entonces necesario mejorar la educación formal, no acerca del emprendimiento sino para el emprendimiento.*

En el artículo citado, los autores afirman que el GEM por su parte, para el caso de Colombia, indica que no se percibe una ganancia con respecto a los efectos de la formación (Osorio & Pereira, 2011),

Es decir, que no se percibe un aumento de la probabilidad de que un grupo de individuos de ciertas características demográficas tengan una orientación empresarial si han recibido formación empresarial obligatoria en comparación con un grupo de individuos de idénticas características demográficas que no ha recibido esa formación (GEM, 2009)

Por otra parte, en el más reciente informe del GEM Colombia (2011-2012), se afirma que el Nivel de Nueva Actividad Emprendedora (TEA) por Necesidad es del 5.4% y por Oportunidad es del 15.9%, contrastando con los resultados para América Latina y El Caribe, los cuales indican que la TEA por Necesidad es del 4.4% y el TEA por Oportunidad es del 12.5%.Esto, en cuanto a las motivaciones que originan la creación de empresa.

En otros resultados del GEM Colombia (2011-2012) se puede observar que la TEA en hombres es del 26.9% mientras que la TEA en mujeres es del 16.3%. En cuanto a las características de edad para las nuevas actividades emprendedoras, se observa que el 82% de la población etaria comprendida entre los 18 y 24 años (el grupo etario más próximo a las edades que se encuentran en estudiantes de educación secundaria, para el caso de la presente investigación), manifiesta iniciar actividades emprendedoras por oportunidad mientras que el 17.8% asegura que ha empezado dichas actividades por necesidad.

Un actor fundamental en los procesos educativos en Colombia es el Gobierno Nacional. En este orden de ideas, cabe destacar el planteamiento central del Ministerio de Educación Nacional (en adelante, MEN): la cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos de preescolar, básica y media, se presenta cuando:

i) desde el horizonte institucional se traza el camino para la realización de una visión compartida;

ii) el proyecto educativo institucional (PEI) genera ambientes propicios para la formación y el desarrollo de personas críticas, comprometidas éticamente, expresivas, conscientes de sí mismas, con sentido de responsabilidad personal y social;

iii) Todos los miembros de la comunidad educativa manifiestan relaciones de cooperación, liderazgo y actitud para el desarrollo;

iv) Desde los primeros años de formación se promueven actitudes emprendedoras en los estudiantes, las cuales se manifiestan en los diferentes espacios de formación y en todos los ámbitos de su vida;

IV) Se forma talento humano competente con capacidad de generar acciones innovadoras que atiendan a las necesidades de desarrollo del país;

V) Se propicia la adquisición de aprendizajes significativos y el desarrollo del pensamiento estratégico como camino para la realización de un proyecto individual o colectivo.

Para el MEN, las actitudes emprendedoras que adquieren los niños, las niñas y los(as) jóvenes emprendedores son las siguientes:

Visión de futuro: estructurar un proyecto de vida acorde con las necesidades, las expectativas personales, las oportunidades y las posibilidades del entorno.

Comportamiento autorregulado: autonomía, responsabilidad por las acciones y decisiones propias.

Capacidad para asumir riesgos: identificar aquellos inconvenientes que pueden afectar el desarrollo de sus actividades, y actuar oportunamente para poder controlarlos y reducirlos.

Materialización de ideasen proyectos: llevar a la realidad nuevas ideas. Comunicarlas y desarrollarlas de manera individual o en colectivo.

Innovación: crear algo nuevo o dar un uso diferente a algo ya existente y, de esa manera, generar un impacto en su propia vida y en la de su comunidad.

Identificación de oportunidades y recursos en el entorno: reconocer y utilizar estratégicamente los recursos.

Auto aprendizaje y gestión del conocimiento: uso y manejo responsable de la ciencia y tecnología.

Creatividad: capacidad de transformar e innovar utilizando los recursos disponibles.

Pensamiento flexible: apertura al cambio de manera crítica, razonada y reflexiva.

El MEN también identifica los escenarios institucionales en los cuales se manifiesta el emprendimiento:

Actividades Académicas: se puede fomentar el emprendimiento desde proyectos de aula, salidas de campo, ferias de la ciencia, ferias empresariales, estudios de caso, concursos, etc.

Propuestas de mejoramiento del entorno y el medio ambiente: Proyectos Pedagógicos Productivos PPP, Proyectos Ambientales Escolares PRAE, convenios con secretarías de agricultura, cajas de compensación familiar, etc.

Proyectos sociales: Proyectos de recuperación de cultura ancestral, afrocolombianidad, servicio social, proyectos de género, juventud, etc.

Actividades empresariales: Visitas guiadas, pasantías, proyectos pedagógicos productivos con apoyo de empresas, contratos de aprendizaje, programas de responsabilidad social empresarial.

Entorno familiar: A través de la asociación de padres y madres de familia, talleres y escuelas para padres; semanas culturales, proyectos de alfabetización, etc.

Actividades culturales: Izadas de bandera, grupos de danza, teatro, música, deportes, carnavales, visitas a museos, recorridos por la región, etc.

En forma complementaria a las actitudes emprendedoras, se establecen también actitudes y conocimientos empresariales. El MEN identifica los siguientes:

- Generación de Idea de Negocio y conocimiento disciplinar
- Observación, descubrimiento y perspectiva

- Creatividad e Innovación
- Interpretación y Proyección
- Competencia Gerencial
- Sentido propositivo generador de valor

Adicionalmente, los investigadores consideran importante tener en cuenta los siguientes aportes para la disertación que sustenta teóricamente la investigación propuesta:

Los emprendedores deben recibir una formación para la toma de decisiones que les permita liderar iniciativas y proyectos, para lo cual la educación en emprendimiento debe determinar unos saberes, habilidades y actitudes. Es desde la enseñanza donde se han logrado los mejores cuestionamientos al estado del arte del emprendimiento, formulando ideas renovadas sobre su abordaje (Gallego, 2014)

4.5 CIENCIA, INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE NEGOCIOS

Un hogar en Nicaragua con electricidad a partir de una bicicleta. Aplicaciones de I-Phone inspiradas en antiguos juegos mayas de hace más de 2000 años. Una receta de una abuela de México convertida en un producto nutritivo presente en los anaqueles de Wal-Mart.

Estos son apenas tres proyectos de más de 2000 equipos que han participado desde 2006 en la Competencia de Talento e Innovación (TIC Américas, por sus siglas en inglés) del Fondo para los Negocios de Jóvenes de las Américas (YABT, por las siglas en inglés de Young Americas

Business Trust). Ellos nos demuestran que hay mucho para estar esperanzados acerca de la próxima generación de líderes científicos y comerciales.

Los jóvenes de hoy no solo son competitivos; los hemos visto triunfar en competencias internacionales. Tanto los ganadores como los no ganadores son verdaderamente impresionantes. Su visión empresarial, así como su innovación científica y técnica, y su calidad, son de clase mundial. Un proyecto de Brasil, ganador en 2007 de TIC Américas, ha sido recientemente adquirido por una compañía global de tecnología. Otro de México fue suficientemente exitoso como para vender juegos electrónicos en Asia.

Estos jóvenes están redefiniendo los negocios en nuestro hemisferio. A la par de ser competidores exitosos, encontramos que tienen un extraordinario nivel de compromiso con la comunidad y los emprendimientos sociales. Ven la responsabilidad social como parte del eje de su estrategia de negocios, no simplemente como un regalo caritativo. Los emprendedores jóvenes como aquellos que están ayudando en Colombia a gente ciega a distinguir por vez primera los colores ya están haciendo contribuciones significativas en su comunidad.

En 24 años de trabajo con jóvenes líderes de negocios en 40 países, desde Brasil hasta Mongolia, hemos visto su potencial. Pero también hemos aprendido que un enfoque más sistemático con una infraestructura nacional coherente, tal como lo hay en Asia, conlleva a la creación de negocios más exitosos y sostenibles. Los enfoques tradicionales, aunque excelentes en algunas áreas, aún sufren de falta de coherencia.

Programas como los Laboratorios de Negocios del YABT alientan el desarrollo de habilidades prácticas e involucran gente joven a través de la acción, en lugar de clases teóricas en las que el alumno solamente toma apuntes de lo que dice el profesor. Esto enciende su interés y les proporciona una introducción para llevar a cabo un plan de negocios. En Panamá, el Ministerio de Educación está utilizándolos a fin de preparar para el mundo real a cada estudiante que egresa de la escuela secundaria.

Aunque es común pensar solamente en las super empresas asiáticas dando soluciones a algunos de los mayores retos tecnológicos del mundo, no podemos ignorar el potencial que los jóvenes emprendedores de América Latina y el Caribe están aportando al desarrollo nacional e internacional.

Podemos, sin embargo, aprender de la experiencia asiática. Por ejemplo, Taiwán, un país insular relativamente pequeño con recursos limitados y grandes retos políticos, es una de las historias de éxito asiáticas más interesante y relevante, mostrando los resultados de inversiones en ciencia, investigación, tecnología y emprendimientos. Una infraestructura nacional ha creado una plataforma que hace de Taiwán un líder en ingeniería y tecnología.

A menudo nuestros ingenieros se gradúan con limitado conocimiento como emprendedores. Imagine Cup, una competencia mundial de software organizada por Microsoft encontró que aunque sus ingenieros son hábiles en programación, necesitan entender más que eso. Por ello, solicitaron ayuda a YABT para construir el elemento empresarial en su programa.

Esta asociación crítica es reconocida ahora por los Estados Miembros de la OEA. En 2008 los Ministros y Altas Autoridades de los Estados Miembros de la OEA adoptaron el Plan de Acción de México, que persigue elevar los currículos universitarios de ingeniería y al mismo tiempo impulsar el emprendimiento. YABT está trabajando con el Departamento de Ciencia, Tecnología e Innovación de la OEA a fin de incorporar los Laboratorios de Negocios en esa iniciativa.

Interciencia, como comunidad de líderes científicos de las Américas, es esencial en este proceso colaborativo de creación de científicos, así como emprendedores, con una visión tanto de negocios como social.

4.6 POLÍTICAS Y LEYES PARA EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE EMPRESA EN COLOMBIA

La promulgación de leyes y políticas públicas relacionadas con la creación de empresas en Colombia no es un fenómeno nuevo, desde la década del noventa, el país viene realizando una serie de cambios en las reglamentaciones económicas para facilitar el fortalecimiento del tejido empresarial, duramente golpeado por la globalización y la economía de mercado.

Fue North (Prado, 2008) quien analizó el papel del Estado y las instituciones dentro del escenario económico como elementos que disponían las reglas de juego donde organizaciones e individuos debían moverse, entre las limitaciones existentes, para alcanzar sus objetivos, de tal

manera que el logro de dichas metas está sujeta a la manera como las organizaciones establecen relaciones con base en el aprendizaje y la capacidad de cambio.

Este papel del Estado como elemento pivotante del emprendimiento por medio de programas, leyes o actividades específicas (Arzuza, Gómez y Martínez 2006), se ve reflejado inicialmente en el Título XII, artículos 333 y 339 los cuales establecen el ejercicio empresarial como una actividad libre, dentro de los límites del bien común, donde el Estado tiene como obligación estimular el desarrollo empresarial, además de generar un Plan Nacional de Desarrollo que consigne los propósitos y objetivos adoptados por el Estado en el marco de los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Entre las leyes surgidas a raíz de los artículos anteriores, se destacan en primer lugar la Ley 35 de 1993 que ofrece la posibilidad de acceso al crédito a los diferentes sectores económicos; igualmente, la Ley 334 de 1996 que crea el Fondo de Capital para nuevas empresas en Colombia o Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA; la Ley 590 del 2000o Ley Pyme, la cual asegura incentivos, políticas y programas de apoyo y acompañamiento a las pequeñas y medianas empresas; la Ley 905 del 2004 que modifica la anterior; la Ley 1014 del 2006 conocida como la Ley de Emprendimiento que reglamenta el fomento del emprendimiento y la creación de empresa en el país, la Ley el año 2008 que reglamenta la forma jurídica S.A.S Sociedad Simplificada por Acciones, y por último, la reciente Ley 1429 o del Primer Empleo que ofrece estímulos de tipo fiscal tanto a las nuevas empresas como a aquellas que generen nuevas plazas laborales.

Paralelo a la promulgación de las leyes anteriores, los diversos entes departamentales y municipales, empezaron a consolidar sus propias instituciones, programas o redes para el fomento del emprendimiento en sus respectivas regiones. En el caso de Antioquia, iniciativas como el Plan Estratégico de Antioquia PLANEA que desde finales de la década del noventa viene orientando acciones de desarrollo en cuatro líneas estratégicas:

Línea 1: integrar y articular territorialmente a Antioquia;
Línea 2: promover el cambio para un desarrollo humano equitativo y sostenible;
Línea 3: revitalizar la economía antioqueña, y
Línea 4: reconstruir el tejido social donde el emprendimiento en la línea tres, tiene un papel fundamental.

También se destaca la creación en 1996 de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia IEBTA, como institución de carácter mixto, que empezó a diseñar programas de creación y acompañamiento empresarial a los emprendedores.

En el año 2000 se establece el proyecto "*Medellín Emprende*" el cual jalonó los primeros procesos de articulación entre instituciones educativas y el Estado municipal en pro del fomento del emprendimiento. Es a partir de dicho proyecto, cuando la Administración del ex alcalde Sergio Fajardo, contempla en el Plan de Desarrollo Municipal, "Medellín, Compromiso de Toda la Ciudadanía" en su línea cuatro, dos componentes denominados "Cultura y Creación de Empresas" y "Desarrollo y Consolidación de Empresas" con esto, se fortalece una estructura de fomento emprendedor denominada Cultura E, inicialmente con más de 30 componentes que

comprendían actividades de sensibilización y formación en emprendimiento hasta concursos y fondos de inversión.

Durante la década del 2010 aparecen también en escena, la Red Unificada de Emprendimiento (Rueda) en el 2003; la creación de Fondos como Progresa Capital, concursos especializados, (Ingenio) o bien de carácter departamental, ANTÓJATE DE ANTIOQUIA, los cuales vienen realizando una activa labor para la creación de nuevas empresas.

Por último, se resalta la creación en el año 2009 del Programa Ciudad E, último componente de Cultura E, orientado a fortalecer las capacidades gerenciales y administrativas de los coordinadores las Unidades de Emprendimiento de Medellín y su Área Metropolitana y que opera con recursos de la administración municipal, la Caja de Compensación Familiar Comfama y las Instituciones de Educación Superior de la ciudad y el Área Metropolitana. Actualmente, surge en el Estado el interés de fortalecer la innovación como elemento esencial en la generación de iniciativas de emprendimiento, ciencia y tecnología (Ley 1286 de 2009 de Ciencia y Tecnología) que realmente generen transformación en desarrollo económico y social del país, permitiéndoles también a esas iniciativas ser perdurables en el tiempo. De esta manera surge en el municipio de Medellín el programa Ruta N complementando el ecosistema emprendedor de la Ciudad

De esta manera se ve en el país y específicamente en Medellín y su Área Metropolitana, grandes esfuerzos desde lo Institucional, por generar condiciones de favorabilidad para el desarrollo de emprendimientos que no sólo impacten a nivel local, si no que tengan una visión local con miras a abordar mercados internacionales a partir de la innovación

4.7 MARCO CONCEPTUAL

Educación: Se llama educación al proceso mediante el cual se afecta a una persona, estimulándola para que desarrolle sus capacidades cognitivas y físicas para poder integrarse plenamente en la sociedad que la rodea. Por consiguiente, debe distinguirse entre los conceptos de educación (estímulo de una persona hacia otra) y aprendizaje que en realidad es la posibilidad subjetiva de incorporación de nuevos conocimientos para su aplicación posterior. (Unesco, 2012).

Cultura: Es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura. Otra definición establece que la cultura es el conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo. Para la UNESCO, (Unesco, 2012) a cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones.

Emprendedor: Según la Ley 1014 de 2006 expedida por el gobierno Colombiano, es una persona con capacidad de innovar, entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: Según la ley 1014 de 2006, una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las

oportunidades planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Ley: es una norma jurídica dictada por el legislador, es decir, un precepto establecido por la autoridad competente, en que se manda o prohíbe algo en consonancia con la justicia. Su incumplimiento trae una sanción. (Ministerio de Educación, 2014).

Plan de negocios: También conocido como proyecto de negocio o plan de empresa), es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada.

Formación para el emprendimiento: la formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo (De fomento a la cultura del emprendimiento, 2006).

Competencias: las competencias son los conocimientos, habilidades y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y participar en el mundo en el que vive. La competencia no es una condición estática sino que es un elemento dinámico que está en continuo

desarrollo. Puede generar, potenciar, apoyar y promover el conocimiento (De fomento a la cultura del emprendimiento, 2006).

Globalización: es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global. Como tal la globalización, fue el resultado de la consolidación del capitalismo, de los principales avances tecnológicos (revolución tecnológica) y de la necesidad de expansión del flujo comercial mundial. En este sentido, las innovaciones en las áreas de las telecomunicaciones y de la informática, especialmente con el internet, jugaron un papel decisivo en la construcción de un mundo globalizado (conceptos, 2016)

4.8 MARCO LEGAL

Colombia ha plasmado en su Constitución Política Derechos y Garantías fundamentales en materia de empleo, educación, salud para el desarrollo sostenible de sus ciudadanos, más allá de la búsqueda de un bienestar económico se ha pregonado que la educación es el arma más resistente contra la pobreza, de ahí que los gobiernos de las últimas décadas entendieran que el Estado fundamenta un papel esencial en las políticas para el desarrollo de la educación, especialmente dirigidos a quienes se comienzan a formar en las escuelas y universidades, actuando como el principal promotor de la cultura de emprendimiento. Colombia ha creado una normatividad a lo largo de los últimos años, en donde se han asumido retos para la planificación

SISTEMA DE BIBLIOTECA

y la enseñanza del emprendimiento de muchos jóvenes en el país. Constitución Política de Colombia (1991)

Se destacan principalmente los artículos 25 "El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas. Art 26 "El Estado garantiza las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra. En su art. 38 Libertad de Asociación, art. 333 sobre Libertad Económica y el Art. 158 sobre Unidad de Materia.

Ley 29 de 1990. "Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.

Decreto 393 de 1991 "Por la cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías."

Decreto 585 de 1991 "Por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones".

Ley 344 de 1996 "Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

Ley 550 de 1999 " Mediante la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo económico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES.

Ley 789 de 2002 "Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código sustantivo del trabajo.

Decreto 934 de 2003 "Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). Que el Congreso de la República expidió la Ley 789 de 2002, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo. Que el artículo 40 de la citada ley creó el Fondo Emprender FE, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales, en los términos allí dispuestos. Que le corresponde al Gobierno Nacional determinar las condiciones generales que sean necesarias para el funcionamiento del Fondo Emprender FE.

Ley 1014 de 2006 "Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el viceministro de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una

cultura del emprendimiento en el país y crear redes de instituciones en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

Decreto 4466 de 2006 "Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

Decreto 2175 de 2007, sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP)

Ley 1286 de 2009 "Por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

Decreto 1192 de 2009 "Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones".

CAPITULO III

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

McMillan y Sally Schumacher (2005), establecen que

> *"La investigación es un proceso sistemático de recogida y de análisis lógico de información o de datos con un fin concreto. Para llevarla a cabo, requiere de un método de investigación en donde se evidencian las formas de recoger y analizar los datos. Para este proceso de recogida de datos, es fundamental contar con técnicas de medición, entrevistas y observaciones". (pp. 11-12).*

Esta investigación tiene dos enfoques, el cuantitativo que presenta resultados estadísticos en forma de números y el cuantitativo que presenta los datos como una narración. Dentro de éste último enfoque se considera el fenómeno como único e irrepetible; por tanto, el papel del investigador es entenderlo para así darle sentido y significado.

Además, éste debe participar, interpretar, investigar asumiendo una posición subjetiva. Para el análisis de la investigación cualitativa, el investigador debe establecer unas categorías para compararlas con las teorías y la información recolectada de las personas investigadas para llegar a una aproximación del fenómeno que se está estudiando.

En relación a lo anterior esta investigación se realizara con un enfoque descriptivo de corte cualitativo. A su vez, recurre a diversas técnicas como lo son, la observación guiada, paneles, entrevistas no estructuradas, análisis del discurso, análisis documental, entre otros.

5.2 ETAPAS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:

5.2.1. Construcción conceptual del campo de estudio

Esta investigación en primer lugar será exploratorio dado que se necesario observar la naturaleza y la realidad, para esto fue necesario un análisis los siguientes documentos:

- Estudios de Ley 1014
- Conceptos de emprendimiento
- Tesis que aborden la misma temática.

5.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de esta investigación son 240 estudiantes de los grados 10° y 11° del año lectivo 2016, de la Institución Educativa Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla, que cursen las asignaturas correspondientes a emprendimiento y cultura empresarial, a su vez, profesores y coordinadora académica de la misma institución.

La muestra de esta investigación es el 70% de los estudiantes de los grados 10° y 11° del año lectivo 2016, de la Institución Educativa Simón Bolívar de la ciudad de Barranquilla, los cuales se identificaron con la cultura del emprendimiento.

5.3.1. Revisión Documental

Se realizó una lectura minuciosa de los diferentes documentos institucionales, como:

- **Proyecto Educativo Institucional - PEI:** en este documento se abarco todo lo relacionado al horizonte institucional del colegio como lo es la misión, visión y

principios; así mismo, se comprendieron los objetivos y fundamentos institucionales, los valores que rigen en el colegio, y una lectura de contextualización sobre la historia de éste.

- **Plan de Estudios:** en donde se evidencia los logros que deben cumplir respecto a cada área con sus respectivas dimensiones, recursos, y resoluciones en cada uno de los periodos por año.

5.3.2 Técnicas e Instrumentos de recolección de información

Para realizar esta investigación se diseñó un instrumento de entrevista estructurada con guía de la coordinadora y de docentes de la IED Simón Bolívar, teniendo en cuenta las categorías establecidas, de esta manera se visualizaron los diferentes puntos de vista de los agentes educativos acerca del emprendimiento en la institución. Se entrevistaron 10 profesores, de los cuales dos son de grado 10 y 11 (ver entrevista a profesores). También se entrevistó a la coordinadora académica. (Ver entrevista a la coordinadora académica). En total se entrevistaron a 16 personas de la comunidad educativa.

5.3.3 Técnica utilizado para el procesamiento de la información

Para realizar esta investigación se optó por la técnica de tabulación, teniendo en cuenta las categorías establecidas, esta consiste en la extracción de los resultados, con el objeto de

estudiarlos y examinarlos por separado, tanto en estudiantes de los grados 10 y 11, profesores del área de emprendimiento y coordinadora académica.

5.4. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS O CAMPOS DE ANÁLISIS

Para una adecuada recolección de los datos, se establecieron unas categorías, la cuales permiten desarrollar la investigación de manera organizada y sistemática, estas categorías fueron:

1. Conceptos de emprendimiento y su importancia.
2. El emprendimiento como un programa que permite mejorar la calidad d vida de los estudiantes
3. Instituciones que fomentan el emprendimiento.
4. Proyectos que desarrolla el IED, en pro del emprendimiento

5.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Aplicado el instrumento de recolección de la información, y establecidas las categorías, se procedió a realizar el análisis de los mismos lo que permitió conocer los conceptos que tiene la comunidad educativa respecto al emprendimiento.

6. HALLAZGOS Y ANALISIS

6.1. CONCEPCIONES DE EMPRENDIMIENTO:

Es importante establecer que la ley 1014 del 2016 define el emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

La misma ley denominada de fomento de emprendimiento hace una diferencia entre emprendimiento y empresiarilidad "una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de la riqueza, es una forma de pensar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante le liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad" (Uribe Macias 2016).

En relación a lo anterior para poder comprender el concepto de emprendimiento y su importancia en la IED Simón Bolívar, se realizó una entrevista a 10 profesores y la coordinadora académica. Esta se encuentra estructurada de la siguiente forma:

Pregunta:

¿En la IED Simón Bolívar que se entiende cómo emprendimiento?

EMPRENDIMIENTO	
ENTREVISTA A COORDINADORA ACADÉMICA	ENTREVISTA A LOS PROFESORES.
Es crear empresa, es ir más allá de ser un empleado si no un generador de empleo, en esta ciudad donde conseguir empleo es cada vez más difícil	Profesor 1: Emprender es ser capaz de ser líder, de arriesgarse y buscar formas de crear empresa.
	Profesor 2: es un conjunto de competencias que parte de la actitud de las personas para captar oportunidades de su entorno.
	Profesor 3: es el desarrollo de la creatividad e innovación es la búsqueda de aprovechamiento de oportunidades.
	Profesor 4: la capacidad de convertir modelos de negocios en proyectos productivos
	Profesor 5: Es crear tu propio negocio y mantenerlo a flote a largo plazo.
	Profesor 7: en la IED simón Bolívar los estudiantes no conocen la importancia de emprender y lo que esto puedo significar para la obtención de una calidad de vida.
	Porfesor8: emprender es comprender que el mundo es cambiante y que exige personas capaces de ir más allá y crear empresa.
	Profesor 9: emprender es conocer un mundo nuevo lleno de competencia y de dinero.
	Profesor 10: Ser competitivo en un mundo globalizado.

Fuente: Elaboración de los autores

Al realizar un análisis de las respuestas dadas que emprende es la capacidad de las personas para crear a partir de significados a solucionar problemas. Con base en sus emociones y en creatividad, sus actitudes y valores personales, lo que le permite al estudiante adecuarse en un contexto y aprovechar las oportunidades.

6.1.1 Conocimiento acerca de la "ley de emprendimiento" entre los estudiantes de 10 y 11 de la IED Simón Bolívar

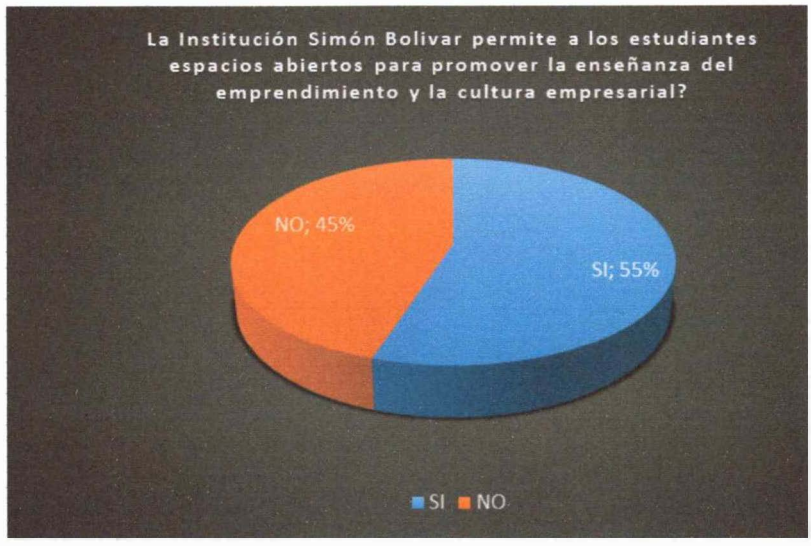
Fuente: Elaboración de los autores

La mayoría de los estudiantes afirma conocer aspectos básicos sobre la Ley de Emprendimiento. Como lo muestra la gráfica el 70% respondió afirmativamente conocer dicha ley, en tanto el 30% no la conoce. Esto demuestra que, aunque la IE Simón Bolívar está en buen camino en cuanto a la difusión de la Ley de Emprendimiento, aún se puede mejora más y así lograr que muchos más estudiantes logren conocer los beneficios de ésta ley.

Aunque cada pregunta se analizó de una manera general y por grado (10 y 11). En este punto el porcentaje general fue igual a los obtenidos si se hace la discriminación por grados, es decir 70% si conoce la ley y 30% afirma no conocerla.

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
SISTEMA DE BIBLIOTECA

6.1.2 Espacios abiertos existentes en la IED Simón Bolívar enfocados en la promoción de enseñanzas del emprendimiento



Fuente: Elaboración de los autores

A pesar de que la mayoría de los estudiantes afirman que la IE Simón Bolívar si existen los espacios que promueven la enseñanza del emprendimiento y la cultura empresarial, hay un porcentaje grande de estudiantes que afirman que dichos espacios no existen.

Una razón para esto puede encontrarse en la forma en que la institución promociona dichos espacios ya que la información puede estar llegando a unos estudiantes y a otros no; otra razón podría encontrarse en la forma en que se aborda la clase de emprendimiento en cada uno de los dos últimos grados. Para corroborar las anteriores razones es necesario observar el comportamiento de los datos según el grado encuestado.

Fuente: Elaboración manual de los autores

Como se puede observar, la gran mayoría (80%) de los estudiantes de grado 10 afirman que la institución no posee espacios abiertos que promuevan el emprendimiento y la cultura empresarial, y solo un 20% afirma tenerlos. Ahora comparemos estos resultados con los obtenidos en el grado 11.

Fuente: Elaboración manual de los autores

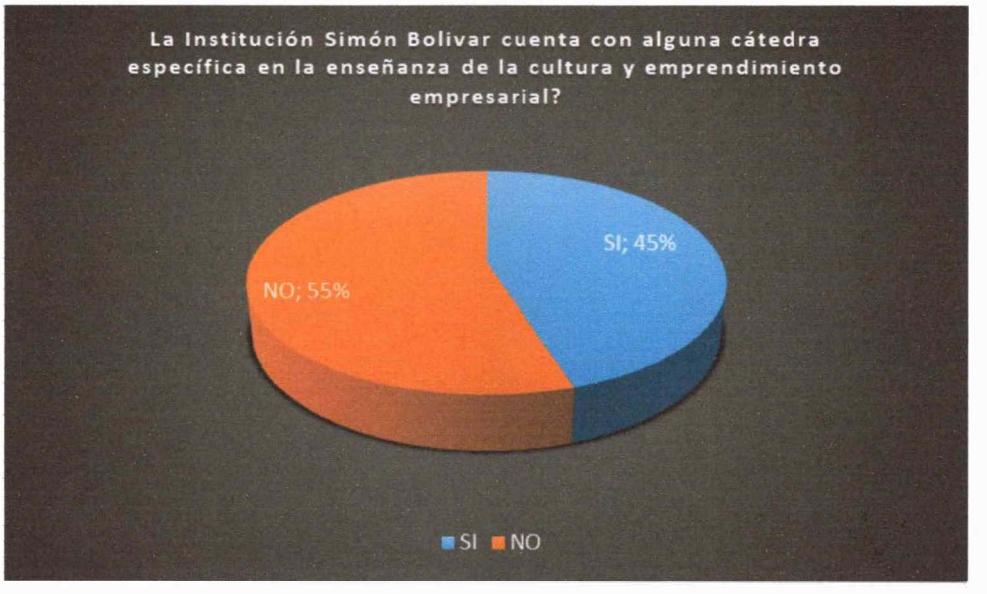
Se observa como el comportamiento en el grado 11 es casi diametralmente opuesto al del grado 10. El 90% de los estudiantes de 11 grado afirma tener tales espacios y solo el 10% niega que los hay. Esto confirma que la promoción de tales espacios para el emprendimiento y la cultura empresarial llega en mucha mayor cantidad a los estudiantes próximos a graduar que a los del grado inmediatamente anterior.

En cuanto a la manera en que se aborda la clase de emprendimiento, es necesario complementar el análisis con los resultados de la pregunta 4 de la encuesta (¿La Institución Simón Bolívar cuenta con alguna cátedra específica en la enseñanza de la cultura y emprendimiento empresarial?) ya que estas ambas están estrechamente ligadas como se explicará al momento de analizar el punto 4.

6.1.3 Conocimiento acerca de las entidades que brindan apoyo al emprendimiento empresarial de los jóvenes en Colombia.

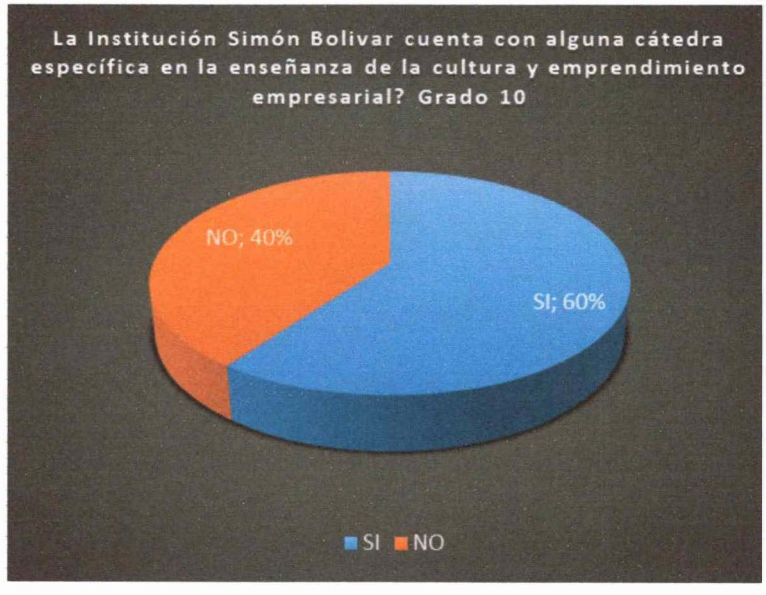
De todas las entidades estatales que brindan apoyo al emprendimiento, el Sena es la más conocida por los estudiantes de 10 y 11 de la IE Simón Bolívar, el 100% de los jóvenes la mencionó. Le siguen el Icetex con un 20% por último Colciencias, el Departamento de Prosperidad Social y el ICBF cada uno con 5% cada uno. Bancoldex, Proexport y el Departamento de la Prosperidad Social no es conocido por ninguno de los estudiantes.

6.1.4 Desarrollo de una cátedra específica en la enseñanza de la cultura y emprendimiento empresarial en la IED Simón Bolívar



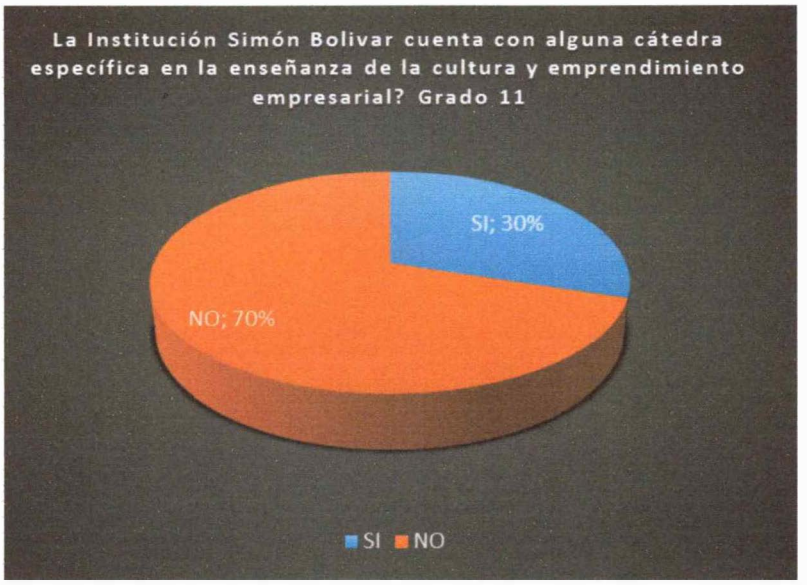
Fuente: Elaboración de los autores

Se puede observar como la mayoría (55%) afirma no tener una cátedra de emprendimiento, y un porcentaje mejor más no pequeño (45%) afirma que dicha cátedra si existe. Inmediatamente se nota la relación con el aspecto correspondiente a los espacios abiertos para la promoción de enseñanzas del emprendimiento (pregunta 2), en la cual los porcentajes de invierten (55% afirmaba tener espacios para el emprendimiento y 45% negó tenerlos). Al analizar los datos por grados observamos algo similar:



Fuente: Elaboración de los autores

En décimo la mayoría de los estudiantes (60%) afirma que si hay una cátedra de emprendimiento. Comparando con el resultado de la pregunta 2 para el grado 10, vemos que solo el 20% afirma tener espacios que promueven el emprendimiento y el 80% niega que haya estos espacios. A continuación, se observa la tendencia de esta pregunta para el grado 11.



Fuente: Elaboración manual de los autores

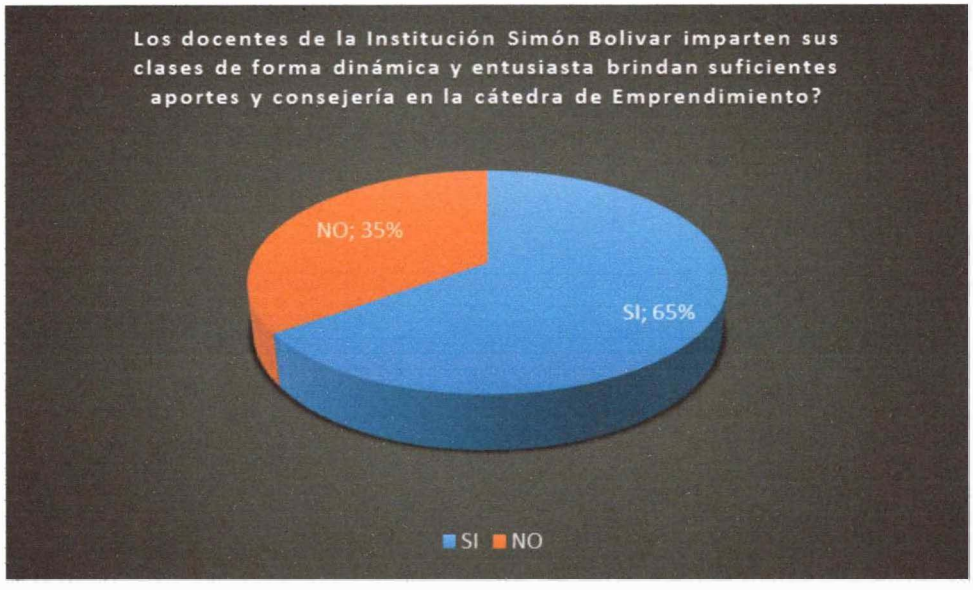
Entre los estudiantes de 11 grado se observa que para la mayoría (70%) la IE Simón Bolívar no cuenta con una cátedra de emprendimiento. Comparando este resultado con el obtenido en la pregunta No 2 entre los mismos estudiantes de 11 se observa que el 90% si consideran la existencia de espacios que promueven el emprendimiento. La razón de esta tendencia radica en el hecho de cómo se aborda la clase de emprendimiento.

En décimo grado la clase de emprendimiento se centra más en lo teórico, es más catedrática y menos práctica, lo cual reduce el tiempo para desarrollar los conocimientos teóricos adquiridos, razón por la cual los estudiantes de décimo consideran que si existe la cátedra, pero no los espacios para desarrollar los conocimientos adquiridos.

En grado once se hace más énfasis en desarrollar los conocimientos, reduciendo el tiempo invertido en teoría, lo cual le da a los estudiantes la sensación de no tener una cátedra de emprendimiento y sí espacios que promueven la cultura emprendedora.

Es bueno anotar que la IE Simón Bolívar dedica una hora semanal a la cátedra de emprendimiento.

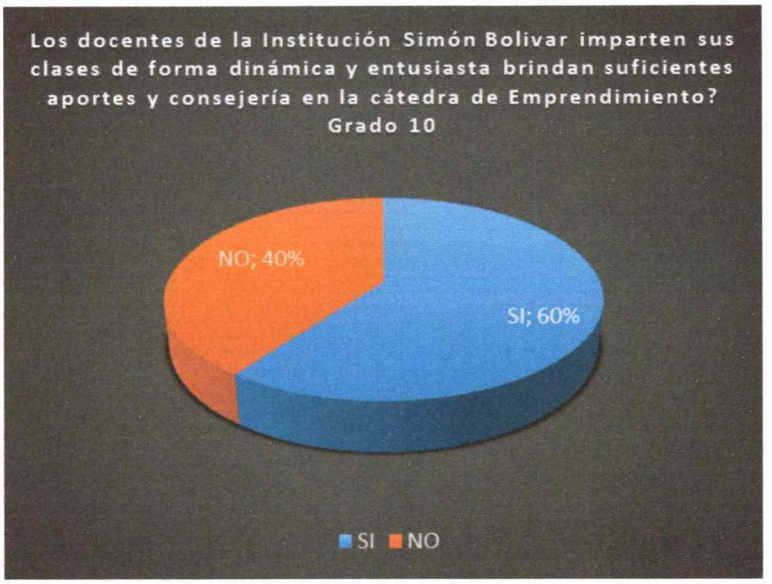
6.1.5 Dinamismo y entusiasmo por parte de los profesores en las clases de emprendimiento en la IED Simón Bolívar.

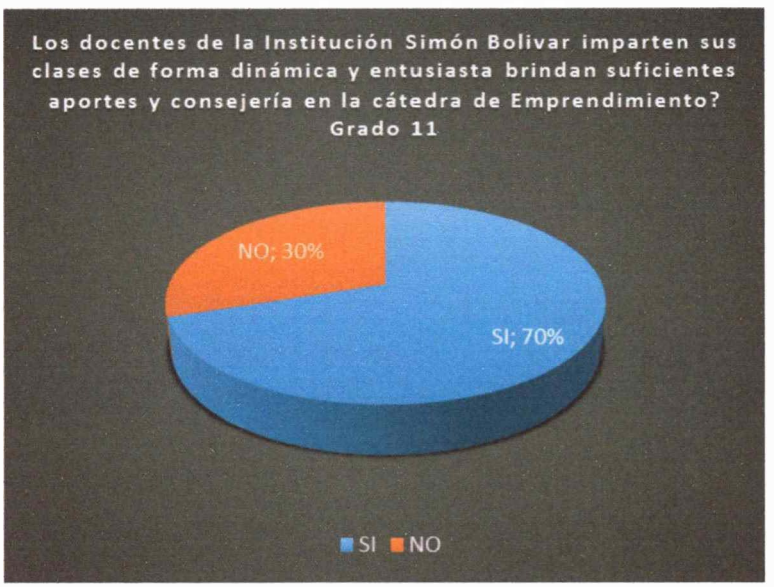


Fuente: Elaboración manual de los autores

En la gráfica se muestra que el 65% de los estudiantes considera que sus profesores si trasmiten entusiasmo y dinamismo en sus clases a la vez que brindan aportes y consejos efectivos en las clases de emprendimiento.

La tendencia tanto en 10 como en 11 es similar que en los resultados generales.





Fuente: Elaboración manual de los autores

Como se puede observar los porcentajes están muy cerca, lo cual hace de esta una tendencia general. Aunque la mayoría de los estudiantes considera que sus profesores si imprimen el dinamismo y entusiasmo en las clases de emprendimiento, existe un porcentaje considerable de estudiantes inconformes.

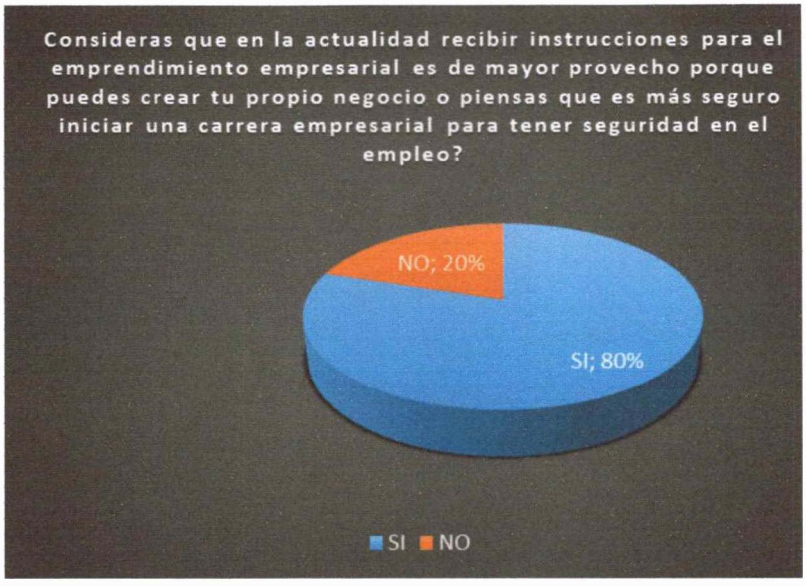
6.1.6 Herramientas teóricas y prácticas que brindan la institución para desarrollar ideas de negocio.

Para el 35% de los estudiantes encuestados la IE Simón Bolívar no cuenta con herramientas teóricas y prácticas para el desarrollo de sus ideas de negocio. Sin embargo, el 30% considera a las manualidades y artesanías aprendidas en la institución como una herramienta práctica que aportan en la generación de ideas de negocios; un 10% opina que la IE Simón Bolívar los orienta enseñándoles cómo se constituye una empresa; otro 10% considera a las prácticas comerciales como una herramienta fundamental que los ayuda en el desarrollo de su idea de negocio. Hubo un 15% que no opinó en esta pregunta.

6.17- Áreas en las que a los estudiantes les gustaría desarrollar una idea de negocio.

Hay diversas áreas en las que los estudiantes quieren desarrollar sus ideas de negocio. Se destacan las áreas artísticas, contabilidad, ciencias como matemáticas y química, el comercio de ropa, informática e incluso la más original: una tienda de comics. Esto demuestra la gran imaginación y las ideas de negocio originales que encuentran los jóvenes.

6.1.8 Importancia dada por los estudiantes de 10 y 11 en la IED Simón Bolívar al emprendimiento como fundamento para la creación de su propio negocio.

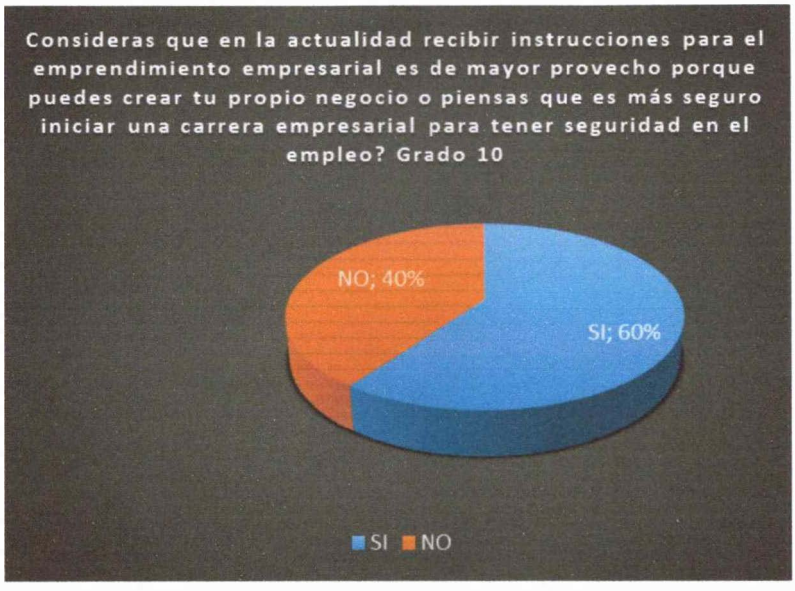


Fuente: Elaboración manual de los autores

La gran mayoría de los estudiantes considera que las clases de emprendimiento son de mayor provecho para crear su negocio.

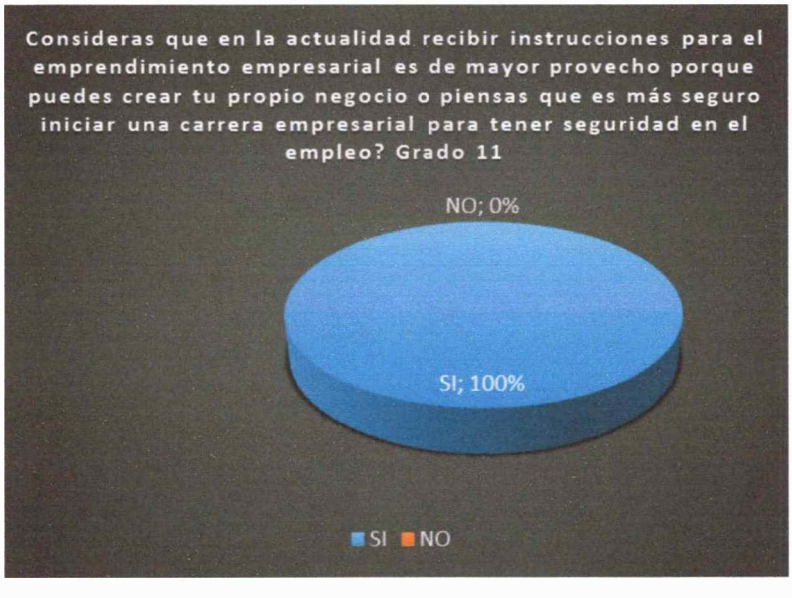
Entre los estudiantes de décimo grado es donde se encuentra la mayor resistencia al emprendimiento (40% de los estudiantes de décimo grado piensan que es más seguro iniciar una carrera universitaria que emprender un negocio) tal como lo muestra la gráfica siguiente.

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
SISTEMA DE BIBLIOTECA



Fuente: Elaboración manual de los autores

En tanto los estudiantes de 11 todos coinciden en que el emprendimiento es más seguro que iniciar una carrera universitaria.



Fuente: Elaboración manual de los autores

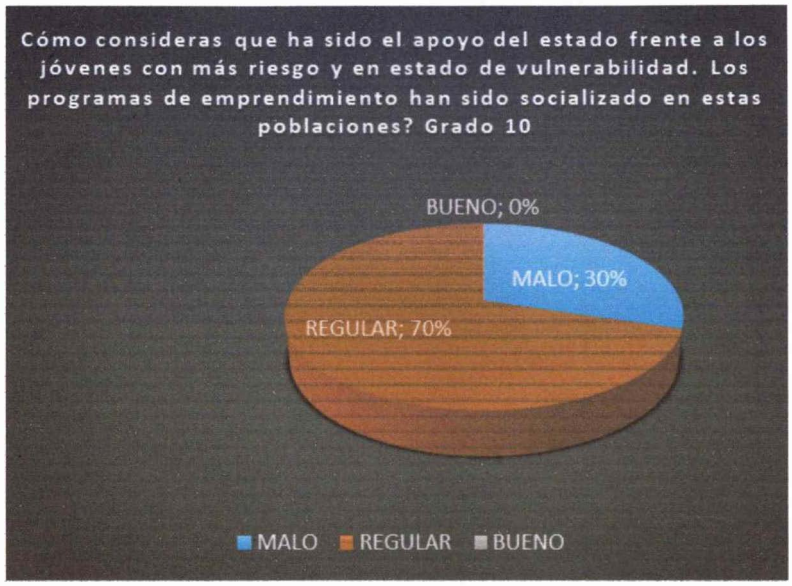
Este comportamiento se explica en el hecho de que los estudiantes de 11, al ver cercano su fin de la época colegial, entiende que un negocio exitoso puede cubrir necesidades lo que por cuestiones de tiempo y responsabilidades sería imposible hacer mientras estudia una carrera.

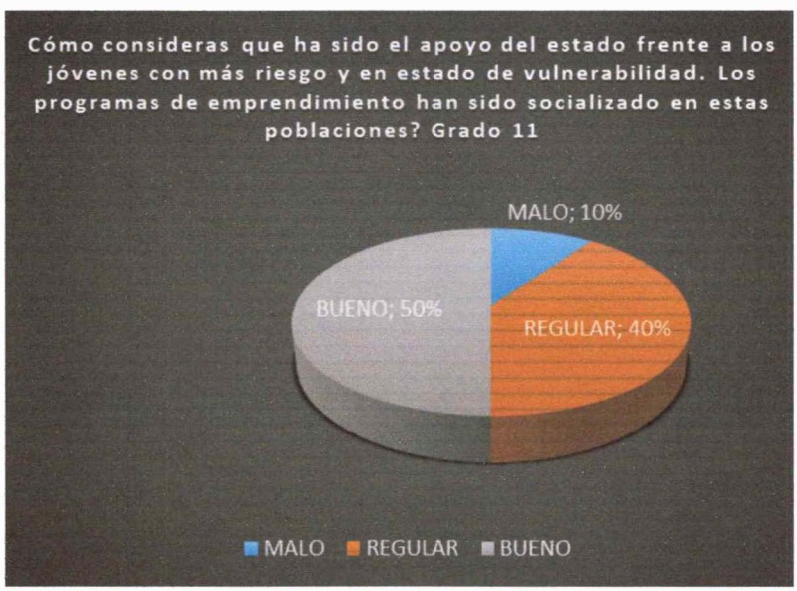
6.1.9 Apoyo del estado frente a los jóvenes con mayor riesgo.

Fuente: Elaboración manual de los autores

El apoyo del estado los estudiantes lo consideran regular en su mayoría, sin embargo, solo un 20% lo encuentran malo. Esto puede deberse a que a pesar de que el estado tiene muy buenos programas que promueven el emprendimiento, estos no llegan a todos los jóvenes.

Es interesante observar los resultados de esta pregunta discriminada por grados.





Fuente: Elaboración manual de los autores

Observe como los estudiantes de 10 consideran solo regular y malo los programas estatales de emprendimiento, en tanto que los estudiantes de 11 el 50% considera que son buenos. Esto se explica en el hecho que el estado enfoca, en mayor medida, estos programas

a los estudiantes que están por graduar y la promoción de los programas de emprendimiento entre los estudiantes de 10 no es tan intensa.

6.1.10. Políticas públicas que los estudiantes consideran debe adoptar el gobierno frente a los jóvenes con menos recursos para que accedan a más educación formal y autoempleo.

Estas son las propuestas consideradas por los estudiantes:

- Seguir con programas tales como Universidad a tu barrio y los convenios del Sena con las diversas identidades.
- Posibilitar que, al terminar una carrera técnica en el Sena, los estudiantes puedan aspirar a continuar hacia un título profesional.
- Invertir en la construcción de más universidades públicas de bajo costo que brinden más oportunidades de estudio a más jóvenes.
- Mejoramiento de salario a jóvenes trabajadores que les permita costear sus estudios.
- Flexibilizar el ingreso al Sena para que pueda formar más jóvenes.
- Brindar más apoyo económico a los jóvenes estudiantes y a los emprendedores.
- Promover el estudio de lenguas extranjeras y el aprendizaje de nuevos tipos de actividades económicas como aquellas relacionadas con la ecología o de ayudas técnicas.
- Creando talleres donde los jóvenes además de aprender manualidades, artesanías que puedan convertirse en ideas de negocios, les desarrolle además de la creatividad artística, la creatividad empresarial.

7. CONCLUSIONES

Reconocimos las diferentes concepciones acerca del emprendimiento desde los diversos escenarios, con el fin de comprender las características, conocimientos, habilidades de liderazgo que deben tener los estudiantes para una cultura emprendedora, teniendo en cuenta; actitudes, sueños, anhelos y pasión por lo que hacen para tener una calidad de vida mejor, con sus propios negocios y ser seres humanos integrales, desde luego con el apoyo del colegio, el gobierno y la familia en general.

Por lo anterior se propone estrategias que tienden a mejorar las condiciones y reestructurar su FODA, donde indique todo su potencial, tanto positivo como negativo y fortalecerlos con el fin de generar un impacto positivo en torno al fomento de la cultura emprendedora en los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla.

Además se recomienda articular las normas y políticas sobre emprendimiento de la Institución Educativa Simón Bolívar con la ley 1014 y el PEI, al igual que la guía 39 del MEN.

Nuestra investigación arroja el diseño de una cartilla de cultura emprendedora en jóvenes estudiantes de la Institución Educativa Simón Bolívar en la ciudad de Barranquilla – Colombia, que los prepare para enfrentar con seguridad el desafío y la responsabilidad de ser productivos para sí mismo y para quienes lo rodean.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Babbie, R. (2010). La práctica de la investigación social (12 ed., Págs. 400 - 418). Belmont CA: Wadsworth Publicaciones.

Busenitz, L., (2003). West, III, G., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G., y Zacharakis, A. Emprendimiento Investigación en emergencia: Tendencias pasadas y direcciones futuras. Diario de Management, 3 (29), 285 - 308.

Burnett, D. (2010). La Oferta de Emprendimiento y Desarrollo Económico. Recuperado Cuadernos de Administración • Universidad del Valle • Volumen 27 • Nº 45 • Enero-Junio 2011 73 el 30 de marzo de 2011 Cámara de Comercio del Cauca (2007). Perfil Empresarial del Cauca. Popayán: Cámara de Comercio del Cauca, pp. 56.

Camilloni W, Alicia (2010). Modalidades y proyectos de cambio curricular. Recuperado el 15 de marzo de 2011 noti / jornada_iep / PC_Camilloni.pdf Cardona, M., Vera, L. y Tabares, J. (2008).

De bono, (1994) Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas Cultura E Fondo Emprender en Medellín. Cuadernos de investigación Universidad EAFIT. el 15 de marzo de 2011

Fayol y M. (2003). Teoría y diseño curricular (2da ed., Págs. 18-20). Monterrey: Editorial Trillas.

Clark, B.R. (1998). Creación de emprendedores Universidades (Sin ed., Pp. 337) Nueva York: Pérgamo Prensa. Congreso de la República de Colombia (1994). Ley 115 de 1994 por el cual se expide la ley general de la educación Diario Oficial No. 41.214. Bogotá: Imprenta nacional de Colombia.

Covey, S. (1997.) Los Siete Hábitos de las personas altamente efectivas (1ra ed., pp. 46-51).

Gallego, (2014) Barcelona: Editorial Espasa libros. DANE (2011). Principales Resultados del Mercado laboral- Diciembre de 2010. Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. el 10 de marzo de 2011 boletines / ech / ech / pres_web_dic_corto10.pdf

Déry, R. y Tolouse, J. M. (1996). Estructuración Social del campo del emprendimiento: un caso Estudiar. Revue Canadienne des Sciencies de l'Administration, 13 (4), 285 - 305.

Díaz Barriga, Á. (2003). Plan de estudios. Tensiones conceptuales y prácticas. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 5 (2). Recuperado el 10 de marzo de 2011

Baunol H. (1986). La segunda revolución académica: El papel de la universidad de investigación en desarrollo económico. En S.E. Cozzens et al. (eds), El sistema de investigación en transición (pp. 56).

Boston: Kluwer (2007). Publicaciones Académicas. Fernández de Lucio, I. La Misión de las Universidades. Madrid, Centro de Altos estudios Universitarios, pp. 29.

Jorge Gámez (2004). El concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Publicación del Instituto Nacional de Tecnología Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 10 de marzo de 2011

Gartner WB (2009). ¿Quién es un empresario? la pregunta equivocada. Universidad de Baltimore. Fundación Educativa (47). Recuperado el 10 de marzo de 2011 de, http: // business2. fiu.edu/1660397/www/Session%202%20 Lecturas / Gartner_1988_All.pdf GEM, Global

Entrepreneurship Monitor (2009). Reporte Anual Colombia 2008. Bogotá: Universidad de Los Andes, Universidad ICESI, pp. 104 Gimeno Sacristán, J. (1988). El curriculum: Una reflexión sobre la práctica (9 ed., pp. 343-358). Madrid: Ediciones Morata.

Ministerio de Educación Nacional (MEN 2012)

Otero Molas - Gallart, J., Salter, A., Patel, P., Scott, A., Duran, X. (2002). Medición de la tercera corriente ocupaciones. Informe final al Grupo Russell. SPRU, Universidad de Sussex, pp. 97.

Osorio Pereira, F. (2007). La Evolución del Espíritu Empresarial como campo del conocimiento.

Hacia una visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración Universidad Javeriana, 20 (34), 11 - 37.

Ramos Rodríguez, A.R., y Ruiz Navarro, J. (2008). Base de la investigación en creación de empresas: un estudio bibliométrico. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 17 (1), 13 - 3.

Hischi Gómez • Yudy Yamile Castiblanco Pinto • Maricela Ramírez Oscar Alvarado Muñoz • Wilfred F. Rivera Martínez 74 Schaw, J. (1978). Ciencia, currículo y liberal Educación: ensayos seleccionados (1ra ed., pp. 167- 184). Chicago: La universidad de Chicago Prensa.

Schumpeter, J. (2005). Capitalismo, Socialismo y Democracia (1ra ed., Pp. 132) Nueva York: Harper Libros de Colofón; Editores de Harper y Row. Smilor, R. W., Dietrich, G., Gibson, D. V. (2005

Pinillo (2007) La Universidad Empresarial: Función de la educación superior en los Estados Unidos en materia de comercialización de la tecnología y el desarrollo económico. Revista Internacional de Ciencias Sociales, 135, 3-14.