



Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media

Entrepreneurial skills and training for entrepreneurship in secondary education institutions

NAVARRO, Genny T. 1; BAYONA, José A. 2; PACHECO, Carlos A. 3

Recibido: 16/09/2019 • Aprobado: 16/03/2020 • Publicado: 02/04/2020

Contenido

1. Introducción
 2. Metodología
 3. Resultados
 4. Conclusiones
- Referencias

RESUMEN:

El presente estudio hace una relación de las competencias emprendedoras encontradas en estudiantes de educación media y los aportes realizados por los organismos educativos para el desarrollo las mismas. Se utilizó una metodología de carácter descriptivo con enfoque cuantitativo y aportes cualitativos, se aplicó una encuesta a los estudiantes y entrevistas a los directivos, así mismo se realizó una revisión de sus modelos de gestión y pedagógico que permitieron identificar aspectos que impactan de manera positiva en la educación emprendedora. Palabras clave: emprendedor, emprendimiento, competencias, educación para emprendedores
Palabras clave: emprendedor, emprendimiento, competencias, educación para emprendedores

ABSTRACT:

The present study makes a list of the entrepreneurial competences found in middle school students and the contributions made by the educational organizations for their development. A descriptive methodology with a quantitative approach and qualitative contributions was used, a survey was applied to the students and interviews with the managers, as well as a review of their management and pedagogical models that allowed identifying aspects that positively impact on entrepreneurial education
Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, competences, entrepreneurship education

1. Introducción

El mundo actual plantea constantes retos a los individuos en todos los niveles sociales, empresariales, educativos, económicos y políticos que propendan por un mejoramiento de calidad de vida para toda la población, por ende, es indispensable fortalecer el sistema educativo siendo el pilar fundamental para la formación de estudiantes competentes que puedan enfrentarse a las necesidades actuales y futuras.

Ahora bien respecto a la formación en emprendimiento es evidente los esfuerzos que se vienen realizando a nivel gubernamental a través del establecimiento de diferentes políticas, específicamente de acuerdo a lo establecido en el artículo 13 de la Ley 1014 de 2006 del fomento a la cultura del emprendimiento en Colombia: En todas las instituciones educativas de carácter oficial o privado que ofrezcan educación formal es obligatorio el fomento del emprendimiento en

todos los niveles desde el preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria y la educación media (Congreso de la República, 2006) lo anterior hace necesario un replanteamiento del sistema educativo y la definición de nuevas estrategias institucionales orientadas hacia una formación íntegra, que les permita generar proyectos de vida definidos y con las competencias necesarias para hacer frente a los desafíos actuales.

En este sentido se han definido en todos los niveles educativos espacios con el propósito de construir un entorno alrededor del emprendimiento, haciendo necesarios cambios en los contenidos curriculares, creación de nuevos cursos y desarrollo de diferentes actividades a nivel institucional pero también con el apoyo de organizaciones de carácter público y privado entendiendo que no solo es responsabilidad del sector educativo sino de todos los actores de la economía.

Desde las instituciones de educación superior surge la iniciativa de desarrollar investigaciones que alimenten y soporten los procesos de enseñanza y aprendizaje, no solo en las universidades sino en los diferentes niveles de la educación. Con ello se actualizará permanentemente el conocimiento frente a las nuevas demandas del contexto y se fortalecerá las competencias y la formación emprendedora en los estudiantes (Bonilla y García, 2014). Así mismo siendo un tema imperante en esta época, existe un creciente interés en estudiar el emprendimiento desde su conceptualización, programas de formación, perfiles, competencias involucradas, estrategias para el fomento, entre otros.

1.1. Referentes teóricos

En función de lo anterior se hizo necesario realizar una revisión bibliográfica incluidos en bases de datos como: Redalyc, Scopus y Science direct.

Emprendimiento

De acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM , 2014) el cual es un proyecto de investigación de gran cobertura a nivel mundial, con el objetivo de analizar la cultura empresarial e identificar las condiciones que al interior de los países facilitan o dificultan las iniciativas empresariales, la definición de emprendimiento surge inicialmente como el enfoque o cualquier intento de creación de un nuevo negocio o empresa o la expansión de uno ya existente. Posteriormente y a medida que se han realizado diferentes estudios, el marco conceptual ha evolucionado incluyendo aspectos que influyen en la iniciativa emprendedora como los atributos individuales (psicológicos, demográfico y motivacionales) así como las condiciones del contexto.

Asimismo, Baron y Shane (2008), consideran que la actividad emprendedora se da con la suma de la experiencia y educación que recibe el emprendedor. Esto permite otorgarle al estudiante habilidades y atributos personales que a su vez lo motivan para emprender ideas de negocios, siendo la iniciativa un factor importante para garantizar el éxito y sumado a unos factores ambientales. Es decir, teniendo en cuenta el contexto donde se desenvuelve para que se dé un proceso emprendedor dinámico.

Urbano y Toledano (2014), se refieren al emprendimiento y espíritu empresarial como una manera de pensar, razonar y actuar vinculado directamente a la búsqueda de oportunidades en el medio para la creación de unidades productivas, persiguiendo no sólo la generación de valor en lo económico sino también desde lo social. Asimismo, afirman que su resultado es la creación, mejora y renovación de valor, no sólo económico sino también social involucrando a todas las partes interesadas.

Emprendedor

Por su parte, Oliveira y Olmedo (2009) consideran que el emprendedor es un individuo que cuenta con una serie de características personales que se destacan en las tareas que desempeña, entre las que se pueden mencionar la iniciativa, poder de persuasión, habilidad de arriesgarse, flexibilidad, creatividad, independencia, autonomía, resolución de problemas, orientación a la búsqueda del logro, imaginación, creencia sobre el control de su propio destino, capacidad de liderazgo y trabajo; entre otros.

De manera similar Chan (2014) define al emprendedor como una persona que posee una serie de características que le permiten identificar las oportunidades del entorno, crear e innovar, utilizando de manera apropiada los recursos para alcanzar los objetivos planteados, asumiendo el riesgo asociado a la toma de decisiones y puesta en marcha de sus ideas de negocio.

De otro lado Torres & Artijas (2015), consideran que el emprendedor es cualquier individuo que pertenece a una economía, que se destaca por ser creativo, innovador y que aprovecha de una

manera significativa sus habilidades y características para alcanzar sus objetivos. Asimismo, estas características personales les permiten influenciar a otros.

Formación en emprendimiento

Con relación a la formación en emprendimiento, Duarte & Ruiz (2009) consideran que es un proceso muy importante en el desarrollo local, siendo un beneficio que la sociedad recibe cuando trabajan mancomunadamente por la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas de manera oportuna. De esta manera se reconoce al emprendedor como protagonista en el progreso permanente de una localidad a nivel municipal y/o regional.

De acuerdo a Sánchez, Caggiano y Hernández (2011), existen factores como los psicológicos que hacen parte del perfil o de la personalidad que un estudiante emprendedor debe poseer, entre ellos se encuentra la necesidad de alcanzar los objetivos, y la búsqueda de su independencia. De otra parte afirman que desde el sector educativo se deben realizar jornadas de motivación con un enfoque empresarial, teniendo en cuenta la incidencia que factores como los sociales, económicos, políticos y familiares ejercen en la decisión de crear o comenzar una idea de negocio.

Para González y Alcaraz (2012), el factor del emprendimiento y la generación de una cultura emprendedora, comprende la construcción a través de la educación de comportamientos individuales que estén asociados a los comportamientos y fines colectivos, facilitando el desarrollo de actividades creativas e innovadoras que satisfagan las necesidades de una comunidad y que puedan convertirse en bienes o servicios lucrativos o no lucrativos.

Por su parte, Gómez et al. (2017) consideran que la educación en emprendimiento se consolida con un eje transversal que va más allá que la entrega de conocimientos o la transmisión de información. Por lo anterior es importante que se analicen todos los aspectos que rodean el proceso emprendedor para lograr articularlo con el proceso educativo y dar respuesta a las exigencias actuales, a los avances tecnológicos y a las demandas socioeconómicas actuales. Asimismo, consideran que su enseñanza no debe partir desde la adultez sino desde todos los niveles educativos.

Competencias emprendedoras

Tobón (2006), afirma que las competencias son sistemas complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto. Por otra parte, considera que son un enfoque, porque sólo se focalizan en unos aspectos específicos de la docencia, del aprendizaje y de la evaluación. Por otro lado, Sobrado y Fernández (2010) definen estas competencias como la capacidad que tiene un individuo para afrontar situaciones complejas en un contexto determinado.

Martínez y Carmona (2009), consideran que al hablar de competencia emprendedora hay que referirse a un ser humano que se adapta fácilmente a un mercado laboral flexible y cambiante, en el que se desenvuelve de manera creativa e innovadora. Es así que se deben tener en cuenta otras competencias para la ciudadanía, con el propósito de que las personas se integren a la sociedad respetando los valores. También, se refieren a estas competencias, como aquellas que permiten que los individuos desarrollen un proyecto empresarial o social que genere crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera como un proyecto social integrado.

Finalmente, Vásquez (2014), citando a Casson (2003), considera que las teorías sobre emprendimiento en su mayoría describen las características indicativas de lo que es ser emprendedor y su función emprendedora, describiendo al emprendedor "como alguien que se especializa en tomar decisiones con criterio sobre la coordinación de recursos escasos". También Vásquez (2014) refiriendo a Ashcroft, Holden y Low (2004), considera que para determinar el comportamiento emprendedor se hace necesario incorporar otras variables sociales, económicas y demográficas, más comunes en el estudio de la economía, tales como la edad, el género, la ubicación, el nivel de formación y su actitud e interés por ser empresario, entre otras.

Como se evidencia en los postulados anteriores, la noción de emprendimiento trasciende a una concepción de su función e impacto en el desarrollo de la economía y el mejoramiento de la calidad de vida de los individuos, dando lugar al análisis de las competencias y características, que influyen en la identificación de oportunidades, el surgimiento de las ideas y la puesta en marcha de las mismas.

2. Metodología

El presente documento es producto de un estudio realizado con un enfoque cuantitativo y aportes cualitativos. Se recolectó, procesó y analizó la información para dar respuesta a los objetivos

planteados. De acuerdo a la información suministrada por las instituciones de educación media, se consideró una población de 780 estudiantes entre los 15 y 20 años. Como muestra se trabajó con el 100% de la población considerada.

Para identificar las competencias desarrolladas por los estudiantes pertenecientes a las instituciones objeto de estudio, se tomó como referencia competencias que han sido identificadas como indispensables por autores internacionales y referenciadas por Gómez y Satizabal (2011, p. 127), realizando una selección de ocho (8) competencias como se describe en la siguiente figura:

Figura 1
Competencias emprendedoras



Fuente (Gómez y Satizabal, 2011, p. 127)

Como instrumento de recolección de información se diseñó un cuestionario bajo una escala de Likert (Ospina , Sandoval, Aristizabal y Ramírez , 2005), con el fin de identificar las competencias emprendedoras de los estudiantes. Adicionalmente, se entrevistó a los directivos de las mismas instituciones con el propósito de determinar las acciones y el nivel de compromiso de las políticas institucionales para fomentar la cultura del emprendimiento y el fortalecimiento de las competencias emprendedoras en los estudiantes. Además, se utilizó fuentes secundarias relacionadas con las variables que hacen parte de la filosofía institucional en materia de emprendimiento, tal como el Plan de Desarrollo, el Proyecto Educativo Institucional, Misión y Visión.

3. Resultados

En este apartado se relacionan los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas a la población objeto de estudio, lo cual permitió identificar las competencias emprendedoras que éstos poseen y el trabajo realizado al interior de las instituciones de educación.

Caracterización de los estudiantes

Tabla 1
Clasificación de los Estudiantes de acuerdo
a su estrato social (DANE, 2018)

Estrato Social	Institución 1	Institución 2	Institución 3	Institución 4	%
1	126	0	146	45	41%
2	166	20	118	44	45%
3	0	60	0	0	7%
4	0	55	0	0	7%
TOTAL	292	135	264	89	100%

Fuente: encuestas aplicadas a los estudiantes

En la tabla anterior se evidencia que el 86% de los estudiantes se ubican en los estratos 1 y 2, y el 14% de la población de estratos 3 y 4. Lo anterior corresponde a la realidad de la ciudad ya que en las instituciones de educación pública predominan los estudiantes de bajos estratos, tal como está establecido por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística los estratos 1, 2 y 3 corresponden a estratos bajos que albergan a los usuarios con menores recursos, siendo 1 el estrato más bajo (DANE, 2018).

Tabla 2
Clasificación de los estudiantes por
edades, en las diferentes instituciones

Edades	Instituciones educativas				
	1	2	3	4	%
hasta 15 años	65	49	36	9	20%
16 años	108	61	84	30	36%
17 años	81	24	74	32	27%
18 años	32	1	54	10	12%
19 años	6	0	15	7	4%
20 años o más	0	0	1	1	1%
TOTAL	292	135	264	89	100%

Fuente: encuestas aplicadas a los estudiantes

La edad promedio de los estudiantes encuestados de las instituciones objeto de estudio es de 16 años con un porcentaje del 36%, en segundo lugar, con un 27% se encuentran estudiantes de 17 años, seguidos por un 20% de estudiantes menores y hasta los 15 años de edad. En menor proporción se encuentran estudiantes que cumplieron la mayoría de edad hasta los 20 años.

Tabla 3
Clasificación de los
estudiantes por género

Género	Institución 1	Institución 2	Institución 3	Institución 4	%

Femenino	183	94	137	47	59%
Masculino	109	41	127	42	41%
TOTAL	292	135	264	89	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes

Como se observa en la tabla anterior, predomina el género femenino en todas las instituciones estudiadas, superando al género masculino en un 18%.

Competencias emprendedoras

Tabla 4
Identificación de competencias emprendedoras
en las instituciones objeto de estudio

COMPETENCIAS	Institución 1	Institución 2	Institución 3	Institución 4
Conformación de redes	*	*	*	*
Resolución de problemas	*	*	*	*
Orientación al logro	*	*	*	*
Asumir riesgos	*		*	*
Trabajo en equipo	*	*	*	*
Creatividad	*	*	*	*
Autonomía	*	*	*	*
Iniciativa	*	*	*	

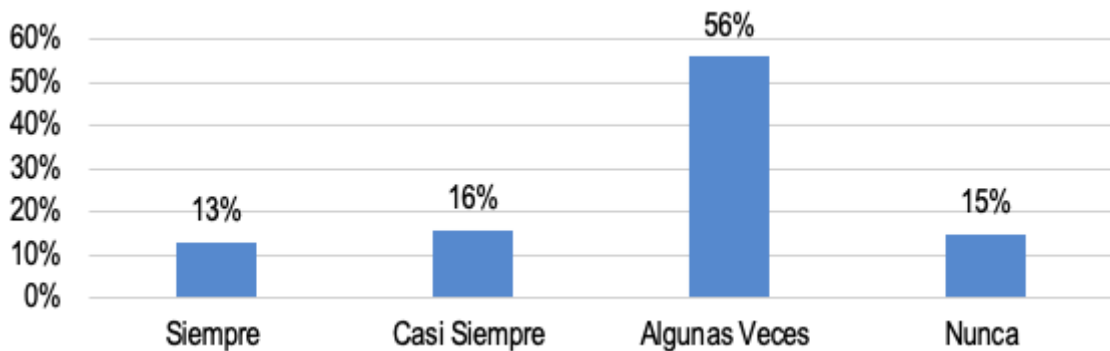
Fuente: Elaboración de los autores

La tabla presenta una relación de las competencias emprendedoras que los estudiantes de las instituciones objeto de estudio perciben, como resultado de las encuestas aplicadas.

Competencia para la conformación de redes

Sobre esta primera competencia y según Julien (2005), permite que se intercambie información, experiencia y conocimiento, siendo una parte importante en la comunicación y en los procesos de aprendizaje. La conformación de redes se convierte hoy en la expresión de un colectivo que trabaja con unos propósitos similares.

Figura 2
Implementación de Actividades
para la conformación de redes

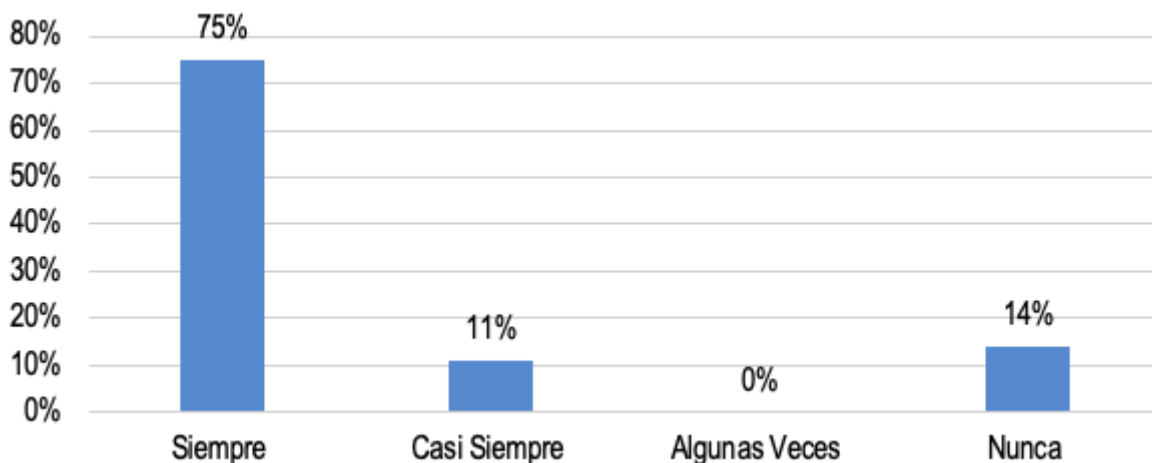


Como resultados del análisis realizado, se logró determinar que Las instituciones educativas dedican sus esfuerzos en la implementación de actividades con el propósito de fortalecer las competencias emprendedoras en los estudiantes. En la competencia para la conformación de redes, se presentan datos que merecen atención. En primer, lugar más del 50% de los estudiantes encuestados afirma que tan solo algunas veces han trabajado actividades orientadas a desarrollar y/o fortalecer la competencia encaminada a la conformación de redes.

Competencia para la resolución de conflictos

Gómez y Satizabal (2011) consideran que la competencia para la resolución de conflictos se refiere a la solución adecuada de diferencias, teniendo en cuenta el contexto donde surgen problemas que pueden presentarse por divergencias ideológicas, culturales o políticas, entre otras. En todo caso, cada una de las situaciones debe analizarse de manera independiente ya que pueden verse afectadas por el entorno en el que se encuentran los individuos.

Figura 3
Implementación de Actividades
para la resolución de conflictos

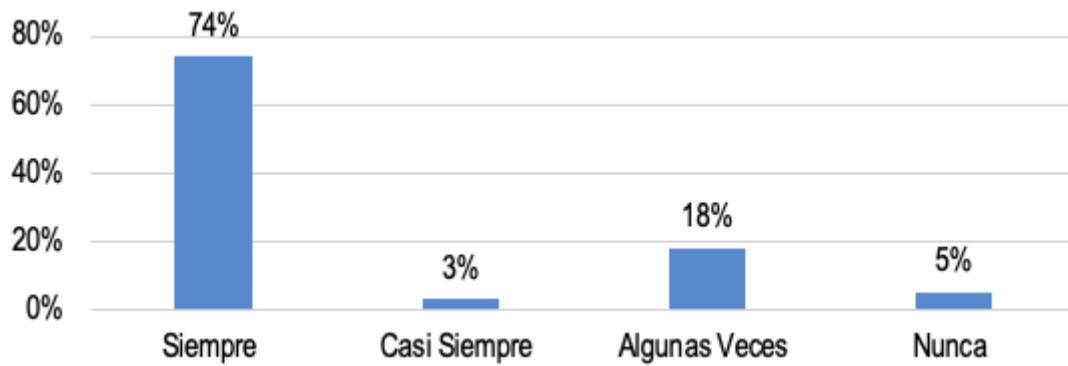


Esta competencia es determinante en el momento de emprender ya que los emprendedores estarán expuestos gran parte del tiempo a la toma de decisiones que les permita resolver dificultades o conflictos presentados. En este apartado se logró determinar que la percepción que tienen los estudiantes frente a esta competencia es favorable, teniendo en cuenta que el 86% afirman que en el aula de clases -a través de diferentes herramientas pedagógicas- se identifican y resuelven problemas no solo para fortalecer sus competencias empresariales sino también para prepararlos para enfrentarse a la vida. Un 14% de los encuestados aseguran que nunca han participado o conocido de este tipo de actividades.

Competencia orientación al logro

La orientación al logro de acuerdo a lo planteado por McClelland (1989), se puede definir como la capacidad direccionar todas las actividades hacia un fin esperado, realizando todas las acciones con agilidad y urgencia ante decisiones importantes. Es establecer metas personales para alcanzar unos objetivos, sean individuales o colectivos.

Figura 4
Implementación de Actividades
para la orientación al logro

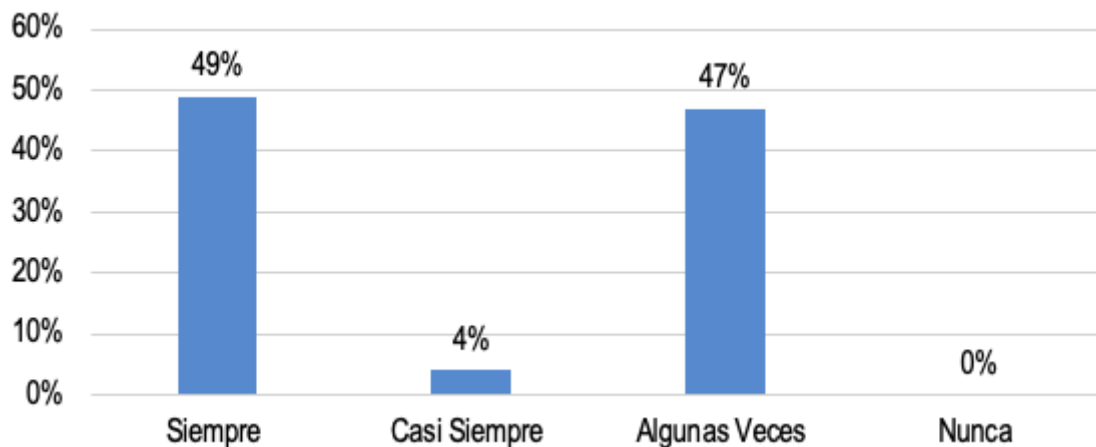


Sobre esta competencia se evidencia que las instituciones educativas trabajan fuertemente en el desarrollo de actividades para que sus estudiantes se orienten hacia el logro de sus objetivos, teniendo en cuenta que el 77% de éstos reconocen que la institución -a través de sus docentes- los motivan de manera permanente para que enfoquen sus esfuerzos en la consecución de los fines. De esta manera se incluyen en sus actividades académicas talleres y acciones que propenden por el desarrollo de dicha competencia.

Competencia para asumir riesgos

Ahora bien, con relación a la competencia para asumir riesgos, Kirby (2004) considera que es la demostración de una conducta orientada a la toma de decisiones en situaciones de incertidumbre.

Figura 5
Implementación de Actividades para asumir riesgos

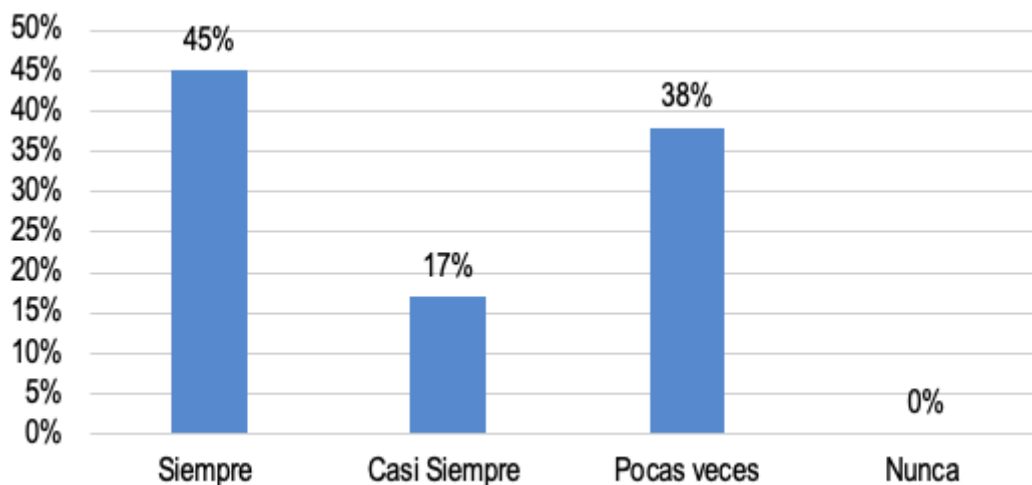


La percepción que tienen los estudiantes frente al desarrollo de esta competencia y la influencia de la institución es favorable, teniendo en cuenta que un 53% consideran que han desarrollado habilidades que les permite o los motiva a tomar decisiones de manera arriesgada basados en sus expectativas e ilusiones. Sin embargo, es importante atender el 47% restante que consideran que muy pocas veces se han sentido influenciados a decidir arriesgadamente.

Competencia trabajo en equipo

Con relación al trabajo en equipo de acuerdo a Alles (2003), se da cuando se logra participar activamente y de manera colectiva por el logro de un objetivo común, siendo éstos de mayor importancia que los intereses personales. Para que se dé lo anterior, es indispensable que los objetivos personales estén alineados con los grupales.

Figura 6
Implementación de Actividades para trabajar en equipo

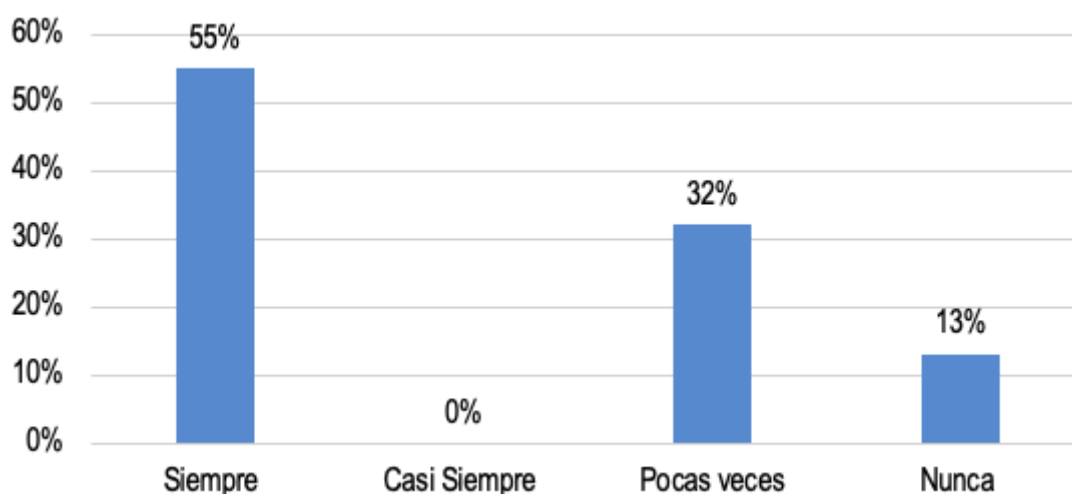


En el caso de estudio, un 62% de los encuestados consideran que es mejor ejecutar las actividades con sus compañeros desarrollando así lazos de confianza que facilitan el logro de sus fines. Causa un gran interés el 38% restante, quienes afirman que muy pocas veces han tenido éxito trabajando en equipo y afirman que su capacidad productiva es más alta cuando trabajan individualmente, pero así mismo reconocen que en sus procesos formativos se fomenta en gran medida el desarrollo de esta competencia.

Competencia para la autonomía

Según Gómez y Satizabal (2011) la competencia de autonomía se refleja cuando el individuo tiene la facilidad para actuar de manera decidida para lograr sus metas a pesar de las diversas dificultades que se le puedan presentar.

Figura 7
Implementación de Actividades para trabajar en equipo

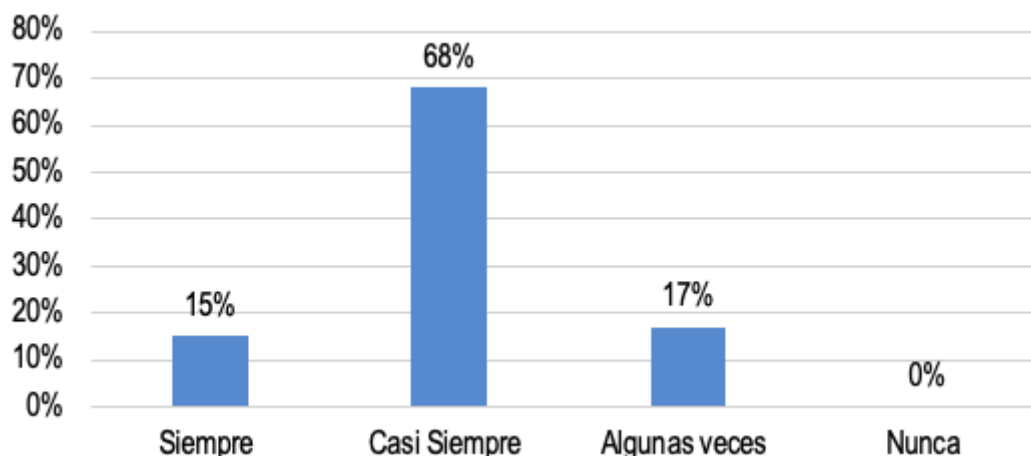


Sobre la competencia en estudio, se logró identificar que el 55 % de los estudiantes de las instituciones objeto de estudio, son individuos que se sienten autónomos al momento de desarrollar actividades al interior de las instituciones y fuera de ella, atendiendo a factores de su propia personalidad. El 32% de los estudiantes consideran que tienen debilidades en cuanto a esta competencia y solo algunas veces se han sentido autónomo al momento de realizar alguna actividad y el 13% restante se consideran que nunca han realizado actividades que les permita afianzar esta competencia, sin desconocer los esfuerzos que realiza cada una de las instituciones educativas con respecto a este tema.

Competencia para la Creatividad

La creatividad para Vecina (2006), es un tema que debe estudiarse, siendo de alta importancia por las consecuencias que pueden traer estos rasgos personales el desarrollo social, cultural y económico de una sociedad, relacionándola directamente con la innovación, la solución de problemas, con los avances y cambios tecnológicos que afectan directamente a toda la comunidad.

Figura 8
Implementación de actividades
para incentivar la creatividad

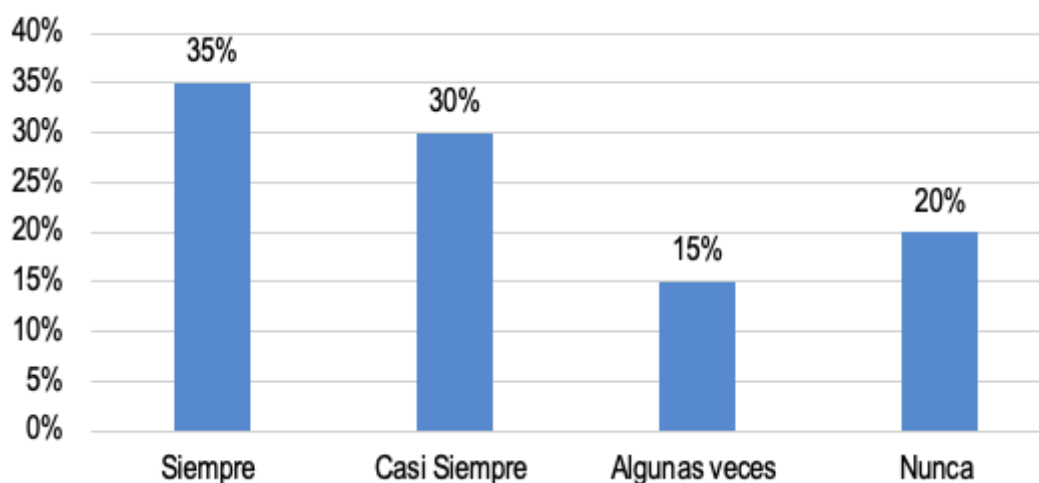


A nivel institucional se logra observar la importancia que tiene fomentar la creatividad en sus estudiantes, a través de ferias empresariales y sociales y asignaturas relacionadas directamente con el emprendimiento. En este caso la percepción de los estudiantes para esta Competencia, es muy positiva ya que un 83% de ellos consideran que con frecuencia actúan creativamente en su proceso formativo y reconocen que el emprendimiento y el fortalecimiento de la creatividad hacen parte de la filosofía institucional. Solo el 17% consideran que algunas veces han actuado con creatividad.

Competencia para la iniciativa

Gómez y Satizabal (2011) consideran que la iniciativa tiene relación con la capacidad para enfrentar una nueva actividad por voluntad propia, sin ser influenciados o esperar que otros tomen decisiones por ellos. Asimismo, esta competencia tiene gran relación con la creatividad al ser generadores de oportunidades.

Figura 9
Actividades fomentar
la iniciativa



Al revisar los resultados con los enfoques de la competencia, se observa que las instituciones realizan (a intervalos determinados y de acuerdo a lo establecido en un plan de acción) talleres, seminarios, análisis de casos y actividades lúdicas, con el propósito de hacer de sus estudiantes más proactivos, propositivos, que poco a poco tomen la iniciativa y asuman decisiones que propendan no solo por el mejoramiento de su calidad de vida, sino de los que hacen parte de su comunidad, ya sea académica o donde residen. Lo anterior, es percibido de manera positiva por los estudiantes ya que el 65% reconoce los esfuerzos de las instituciones de educación. No obstante, y debido a los esfuerzos realizados por los colegios, los mismos estudiantes consideran en un 35% que tienen grandes debilidades al momento de asumir responsabilidades y tomar decisiones y que a nivel institucional no se prepara a los estudiantes incentivando o creando contenidos programáticos para fortalecer la competencia.

Tabla 5
Nivel en que se fomentan las competencias
en las instituciones analizadas

COMPETENCIAS	INSTITUCIONES			
	1	2	3	4
Competencia para la conformación de redes	Medio	Medio	Medio	Alto
Competencia para la resolución de problemas	Fuerte	Bajo	Alto	Alta
Orientación al logro	Alto	Medio	Fuerte	Medio
Competencia para asumir riesgos	Alto	Medio	Medio	Medio
Trabajo en equipo	Medio	Medio	Fuerte	Fuerte
Creatividad	Fuerte	Medio	Fuerte	Medio
Autonomía	Fuerte	Medio	Medio	Medio
Iniciativa	Alto	Medio	Medio	Bajo

Fuente: Elaboración de los autores

La tabla representa el nivel en que las instituciones fomentan el desarrollo de cada una de las competencias, de acuerdo a la información suministrada por los directivos de las mismas, frente a la percepción de los estudiantes. La calificación se hace cualitativamente según sea percibida como: fuerte, alta, media o baja.

Analizados los resultados de las encuestas, las políticas institucionales y las actividades desarrolladas al interior de las instituciones. Evidentemente, la institución 1 presenta una mayor escala favorable en el desarrollo de las competencias, desde otra perspectiva, las instituciones educativa con representación 2, presenta un nivel medio, donde es importante fomentar nuevas estrategias y acciones para lograr un aumento en la escala. No obstante, la relación de las instituciones en estudio presenta de manera agrupada un nivel promedio fuerte, es decir, se están encaminando los procesos de manera correcta (desempeño pedagógico favorable) para que los estudiantes generen y construyan en su territorio competencias emprendedoras y empresariales aptas para contrarrestar las problemáticas en el entorno.

4. Conclusiones

El emprendimiento es un factor esencial para el desarrollo económico y social de las comunidades, por tanto, es indispensable su enseñanza y el fomento de una cultura y de un espíritu empresarial al interior de las instituciones educativas, con el propósito de fomentar y generar empleos y más empresas en los países, reactivando y fortaleciendo así la economía. Lo anterior será posible cuando se forma a los estudiantes a través de procesos educativos no solo de conocimientos sino también de actitudes y habilidades que les permita transformar sus ideales y utilizar su creatividad

para la elaboración de productos que sean económicamente rentables y que lleguen al mercado para satisfacer las necesidades de una población (experticia).

En las instituciones públicas y desde los escenarios de aprendizaje (nivel medio) existe el propósito de desarrollar y promover estrategias que incentive y estimule las competencias emprendedoras de sus estudiantes, siendo un enfoque misional clave para contribuir en el crecimiento personal y laboral de futuros profesionales, con lo mencionado, existe un notable compromiso institucional plasmado en la filosofía y en los contenidos programáticos que enmarca el trabajo docente y las actividades en el aula de clases, por ello, existe una escala favorable en el empoderamiento de las competencias en resolución de conflictos y orientación a los logros.

A la luz de los resultados obtenidos, se hace necesario que las instituciones revisen sus procedimientos formativos y las estrategias pedagógicas de tal manera que las actividades implementadas para desarrollar o fortalecer las competencia generen un mayor impacto en los estudiantes y disminuyan en gran medida el miedo al fracaso siendo un factor determinante a la hora de emprender un proyecto.

Por otra parte, es importante resaltar desde las regulaciones previstas en la política nacional de fomento a la cultura del emprendimiento, se evidencia el compromiso de los colegios y su cuerpo docente, no obstante, es necesario diseñar prácticas académicas interrelacionadas con las competencias de conformación de redes y de autonomía.

Finalmente, las instituciones públicas y privadas deben revisar periódicamente los resultados obtenidos y derivados de las actividades para el fomento del emprendimiento, a través del impacto y retroalimentación de las estrategias, siendo fundamental considerar acciones constantes encaminadas al desarrollo de competencias en los estudiantes, buscando que sus habilidades personales sumadas a la educación emprendedora, den como resultado ideas de negocio que sean llevadas a la realidad y permitan satisfacer necesidades personales y sociales previamente identificadas.

Referencias

- Alles, M. (2003). Gestión por competencias. Buenos Aires: Ediciones Granica, S.A.
- ACNUR. (2018). *ACNUR comité español*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de <https://eacnur.org/blog/la-importancia-la-educacion-siglo-xxi/>
- Baron , R., y Shane, S. (2008). *Entrepreneurship, a process perspective*. Thomson.
- Bonilla, R., y García , J. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor de los graduados de la Mestría en Administración: un análisis empírico en la ciudad de Manizales* . Manizalez.
- Chan, M. (2014). El perfil del emprendedor en la zona sur del estado de Yucatán. *Revista global de negocios* , 29-38.
- Congreso de la República. (26 de Enero de 2006). Ley de fomento a la cultura del emprendimiento.
- DANE. (2018). *Dane.gov.co* . Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/lista-de-resultados-de-busqueda?searchword=estratos&ordering=newest&searchphrase=all>
- Duarte, T., y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento una opción para el desarrollo. *Scientia* , 326-331.
- GEM . (2014). *GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR* .
- Gómez, L., Llanos, M., Hernández, T., Rodríguez , D., Heilbron, J., Martín, J., Senior, D. (2017). Competencias emprendedoras en básica primaria: hacia una educación par el emprendimiento. *Pensamiento y gestión*, 150-188. doi:<http://dx.doi.org/10.14482/pege.41.9704>
- Gómez, M., y Satizábal , K. (2011). Educación en emprendimiento: Fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Uiversidad Javeriana de Cali . *Economía, Gestión y Desarrollo* , 121-151.
- González, R., y Alcaraz, E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras. *Cuadernos de estudios empreariales* , 29-53.
- Kirby, D. (2004). Educación emprendedora: puede la escuela de negocios cumplir con el desafío? Educación + Entrenamiento.
- McClelland , D. (1989). *Estudio de la Motivación Humana* . Madrid : Narcea. S.A, Ediciones .
- Oliveira, E., y Olmedo , L. (2009). Características emprendedoras de egresados de contaduría . *Revista académica* .

Ospina , B., Sandoval, J., Aristizabal, C., y Ramírez , M. (2005). La Escala Likert en la valoración de los conocimientos y las actitudes de los profesionales de enfermería en el cuidado de la salud. Antioquia 2003. *Investigación /Research* .

Rodriguez , D., y Gómez, A. (2014). Las Competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá. *Apuntes del CENES*, 33(58), 217-242.

Rodriguez, A. (2009). Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial. *Revista Científica Pensamiento y Gestion*, N° 26, 94-119. Recuperado el 6 de Diciembre de 2016, de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>

Sánchez, j., Caggiano , V., y Hernández, B. (2011). Competencias emprendedoras en la educación universitaria. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 19-28.

Satizábal, K., y Gómez, M. (29 de Abril de 2011).

http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_11/SATIZABAL.pdf. Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de <http://revistaeconomia.puj.edu.co>

Sobrado, L., y Fernandez, E. (2010). COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN LOS CENTROS EDUCATIVOS. *Universidad Nacional Abierta y a Distancia* , 15-38.

Tobón, S. (2006). www.urosario.edu.co.

Torres, F., y Artijas, W. (2015). Emprendimiento Económico: elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes . *Revista de Ciencias Sociales* , 429-441.

Urbano, D., y Toledano, N. (2008). *Invitación al Emprendimiento*. Barcelona: UOC.

Vásquez, J. (2014). *Creación de Empresas, entorno a las universidades por los exalumnos de las mismas*. Barcelona: IQS School of Management .

Vecina, M. (2006). Creatividad . *Papeles del Psicólogo*.

1. Administrador de Empresas, Magíster en Dirección Estratégica, investigador del grupo GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (Colombia): Correo: gtnavarroc@ufpso.edu.co

2. Contador Público, Magíster en Administración. investigador del grupo GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (Colombia): Correo: jabayonas@ufpso.edu.co

3. Administrador de Empresas, Candidato a Magíster en Dirección Estratégica, investigador del grupo GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (Colombia): Correo: capachecoc@ufpso.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 41 (Nº 11) Año 2020

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

revistaESPACIOS.com



This work is under a Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International License