

Estudio sobre estrategias implementadas para promover el emprendimiento en el colegio

Humberto Gómez Nigrinis del municipio de Piedecuesta

Oscar Javier Sandoval Delgado y Santiago Campo Salazar

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Gestión Empresarial

Director:

Luz Helena Villamizar Cáceres

Especialista en Protección Vegetal

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia- IPRED

Bucaramanga

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos la fortaleza para continuar en este proceso a pesar de las dificultades y poder alcanzar un logro más en nuestras vidas.

A Sofí y Liz que son la inspiración y el amor expresado en besos y abrazos en los momentos de cansancio y en que no parecía alcanzar el tiempo.

A nuestras familias que nos motivaron a seguir adelante, con sus palabras y su comprensión cuando no estuvimos ahí.

AGRADECIMIENTOS

Un agradecimiento muy especial a nuestra directora de proyecto, Ing. Luz Helena Villamizar Cáceres, no solo por orientar el desarrollo de esta investigación, sino por acompañarnos, motivarnos y confiar en nuestro trabajo.

Tabla de contenido

Introducción	11
1. Objetivos	13
2. Antecedentes	13
3. Marco contextual	15
3.1 Espacio topográfico: Piedecuesta	15
3.2 Colegio municipal Humberto Gómez Nigrinis	20
4. Historia y evolución del emprendimiento	21
4.1 Origen del emprendimiento	21
4.2 Evolución histórica	22
4.3 El emprendimiento desde una visión de su desarrollo	22
4.3.1 Primera etapa. S. XVIII – S. XIX. Teoría clásica del empresario	22
4.3.2 Segunda etapa. Primera mitad del S. XX.....	24
4.3.3. Tercera etapa. 1950-1979.....	25
4.3.4 Cuarta etapa. 1980-2000	26
4.3.5 Quinta etapa. 2001-presente.....	28
4.3.6 Etapa actual. La Estrategia Aragonesa de Emprendimiento 2015-2020.....	30
5. Marco teórico	30
5.1 Teorías y escuelas del emprendimiento	32
5.1.1 La clasificación de Low y MacMillan.....	32
5.1.2 La clasificación de Gartner	33
5.1.3 La clasificación de Stevenson y Jarillo	34
5.1.4 La clasificación de Cunningham y Lischeron	36
5.1.5 La clasificación de Veciana y Díaz	38
5.2 El emprendedor	60
5.2.1 Actuaciones y comportamiento de un emprendedor	60
5.2.2 Características de un emprendedor	61
5.2.3 Cualidades del emprendedor	62
5.2.4 La personalidad del emprendedor	62
5.2.5 Competencias prácticas de los emprendedores	65
5.3 El emprendimiento en la escuela	67
6. Marco conceptual.....	71

6.1 Competencias.....	71
6.1.1 Competencias duras	71
6.1.2 Competencias blandas.....	72
6.2. Otros conceptos.....	72
7. Marco legal	74
7.1 Ley Marco: 1014 de 2006 ley 1014 de 2006 (enero 26) de fomento a la cultura del emprendimiento	74
7.2 La legalidad del emprendimiento y el PEI.....	76
8. Metodología	78
8.1 Tipo de investigación y enfoque	78
8.2 Población.....	83
8.3 Revisión documental.....	83
8.4 Diseño de Instrumentos para la recolección de información	83
8.5 Definición de categorías o campos de análisis	83
8.5.1 Análisis de las categorías	84
9. Análisis de resultados	87
9.2 El emprendimiento escolar en la Básica Primaria	88
9.2 El emprendimiento como programa en Básica Secundaria	89
9.3 El emprendimiento en la Educación Media	89
9.4 Estrategias de implementación del emprendimiento	89
10. Discusión.....	99
11. Conclusiones	103
12. Recomendaciones	105
Referencias bibliográficas.....	106
Apéndices.....	110

Lista de tablas

Tabla 1 Análisis de las categorías	84
--	----

Lista de figuras

Figura 1 Mapa político de Piedecuesta, Planeación Municipal	16
Figura 2 Mapa de Piedecuesta, en Santander, DANE	17
Figura 3 Ordenamiento territorial de Piedecuesta, Planeación Municipal	19
Figura 4 Ubicación del Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, Planeación Municipal	20
Figura 5 Fachada de la entrada al Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, de Piedecuesta	21
Figura 6 Diagrama comportamiento del emprendedor	61
Figura 7 Características de la investigación cualitativa	79
Figura 8 Circulo hermenéutico para la interpretación del texto en estudios cualitativos	82
Figura 9 Categorías para el análisis hermenéutico del emprendimiento	84
Figura 10 Momentos de la investigación acción-participación	91

Apéndices

Apéndice A Tabulación y categorización	110
--	-----

RESUMEN

Título: Estudio sobre estrategias implementadas para promover el emprendimiento en el colegio Humberto Gómez Nigrinis del municipio de Piedecuesta¹

Autores: Oscar Javier Sandoval Delgado, Santiago Campo Salazar^{**}

Palabras claves: Emprendimiento escolar, competencias, procesos pedagógicos, creatividad.

Descripción:

Este estudio describe el emprendimiento escolar en el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis de Piedecuesta, caracterizando los resultados del programa que viene desarrollando esta institución, en la formación de talentos emprendedores, a partir de un estudio descriptivo y de interpretación hermenéutica. Se analizan los procesos pedagógicos y el impacto de ofrecer a los jóvenes, herramientas necesarias para encontrar en el sistema educativo mecanismos para identificar y potencializar sus talentos y así construir proyectos de vida reales y pertinentes, como una exigencia indispensable para su desarrollo personal y social, a través del desarrollo de las Competencias Conceptuales (Saber Aprender), Procedimentales (Saber Hacer), y Actitudinales (Saber Ser).

En esta institución educativa, en cuanto a las competencias conceptuales de emprendimiento, se ha desarrollado ampliamente la postura referente a que los estudiantes deben conocer los aspectos teóricos del emprendimiento y las teorías que intentan explicar las diversas formas en que son creadas las empresas; en cuanto a las competencias procedimentales, se abordan las habilidades que desarrollan los jóvenes en el campo financiero, en la formulación de proyectos, planeación estratégica, mercadeo y gerencia de empresas, yendo más allá en impartir de forma teórica este tipo de contenidos de las competencias procedimentales, abordando su enseñanza de forma práctica y experiencial; mientras que las competencias actitudinales se centran en saber comunicar, ser perseverantes e innovadores, ejercer liderazgo, el trabajo en equipo, la negociación, la propensión al riesgo, creatividad, investigación y conciencia social y ambiental.

*Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial.

**Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia IPRED. Escuela de Gestión Empresarial. Directora Luz Helena Villamizar Cáceres.

SUMMARY

Title: Study on the implemented strategies to promote entrepreneurship in the Humberto Gómez Nigrinis school of the municipality of Piedecuesta²

Authors: Oscar Javier Sandoval Delgado, Santiago Campo Salazar^{**}

Keywords: School entrepreneurship, pedagogical process, competencies, creativity

Description:

This study describes the school entrepreneurship at the Humberto Gómez Nigrinis Technical College of Piedecuesta, characterizing the results of the program that this institution has been developing, in the training of entrepreneurial talents, based on a descriptive study and hermeneutical interpretation. The pedagogical processes and the impact of offering young people the necessary tools to find in the educational system mechanisms to identify and enhance their talents and thus build real and relevant life projects are analyzed, as an indispensable requirement for their personal and social development. Through the development of Conceptual Competences (Knowing how to learn), Procedural (Knowing how to do), and Attitudinal (Knowing how to be).

In this educational institution, regarding the conceptual competences of entrepreneurship, the position regarding that students should know the theoretical aspects of entrepreneurship and the theories that try to explain the various ways in which companies are created has been widely developed; Regarding procedural competences, the skills that young people develop in the financial field are addressed, in the formulation of projects, strategic planning, marketing and business management, going further in theoretically imparting this type of content of the competencies. procedural, approaching their teaching in a practical and experiential way; while attitudinal competencies focus on knowing how to communicate, being persistent and innovative, exercising leadership, teamwork, negotiation, risk propensity, creativity, research, and social and environmental awareness.

*Degree Project.

**Faculty of Institute of Regional Projection and Distance Education IPRED. Business School. Director Luz Helena Villamizar Cáceres.

Introducción

La formación en emprendimiento se ha convertido en una prioridad del sistema educativo, como lo dispone la Ley 1014 de 2006, pues actualmente se necesitan personas versátiles y polivalentes, que sean capaces de adaptarse a los cambios del entorno, de auto dirigirse, autoevaluarse, y auto reconocerse, de relacionarse apropiadamente con otros, de aprender y descubrir el talento potencial que poseen; por lo que los establecimientos educativos oficiales y privados, deben considerar y favorecer las múltiples potencialidades de sus estudiantes y proporcionar a cada uno las condiciones, apoyos y recursos que requiere para que se desarrolle a plenitud su espíritu emprendedor.

En lo precedente, los objetivos de este estudio se perfilaron en el propósito de identificar las actitudes de docentes y estudiantes de la educación básica primaria, básica secundaria, y media del Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis de Piedecuesta, frente al emprendimiento y la empresarialidad, así como reconocer su estado de gestión en relación con la tarea emprendedora, los lineamientos, y las acciones y políticas futuras para su sostenibilidad pedagógica y práctica.

Seguidamente, otro de los aspectos de que trató el estudio refiere al marco referencial (marco teórico), que contiene los antecedentes (llamado estado del arte), donde se trajeron a colación estudios de carácter internacional y nacional, sobre este tema del emprendimiento, realizados en las instituciones educativas, con el fin de conocer el manejo que desde lo pedagógico se le da al espíritu emprendedor de los educandos.

En este mismo contexto referencial, el estudio realizó en el marco contextual, una reseña del Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, donde se propuso el presente estudio sobre el manejo del emprendimiento, atendiendo a las disposiciones jurídicas y legales como

las concepciones y lineamientos propuestos desde la teoría del emprendimiento, y de las concepciones pedagógicas.

También hace parte del contexto referencial, el marco teórico donde se formularon los principios, lineamientos y enfoques que sostienen teóricamente el emprendimiento, desde la naturaleza del emprendedor, sus peculiaridades y sus actuaciones emprendedoras para lograr los propósitos de crear empresa, y generar el empleo.

En el marco conceptual se definieron términos y vocablos de uso relevante y vertebrales para el emprendedor, pues son importantes en el desarrollo de sus actividades emprendedoras.

Complementa el contexto referencial el marco legal, que trató sobre las disposiciones jurídicas que avalan no sólo la promoción y desarrollo del emprendimiento, sino su enseñanza, y su pedagogía en las instituciones escolares, para que el emprendimiento forme estudiantes con capacidades para generar empresa, industria y empleo.

En la parte metodológica, el estudio se apoyó en la investigación descriptiva, para caracterizar los procesos de formación de los estudiantes del colegio Humberto Gómez Nigrinis en materia de emprendimiento, y el impacto en el ser y el hacer del educando, de tal manera que se sienta impulsado a generar proyectos emprendedores que coadyuven en empresa e industria, mejorando las condiciones de empleo y el bienestar de la comunidad.

La investigación, desde el enfoque respondió a un horizonte de investigación cualitativa, que empleó para la recolección de la información la herramienta hermenéutica, que interpreta los textos de las entrevistas realizadas profesores y directivos

Este estudio es importante porque observó cómo se está dando la formación para el emprendimiento y la empresarialidad, en el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, y si el proceso que se viene desarrollando responde a las expectativas generadas por la ley, y si

requiere ser fortalecido de manera que redunde en beneficio del desarrollo integral de la comunidad educativa, de manera especial en los estudiantes.

Es así, que a partir del análisis de interpretación hermenéutica, se generaron los resultados de la investigación, que ofrecieron aspectos positivos en el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes atendiendo a los objetivos; como por igual la discusión que dio elementos para determinar aspectos que no son consonantes con los propósitos de la formación emprendedora, y finalmente las recomendaciones, que tuvieron como beneficiarios al colegio y la secretaría de educación local, en la idea de acciones para la sostenibilidad y mejora de este estudio.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Identificar las estrategias pedagógicas implementadas para promover el emprendimiento, en el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis del municipio de Piedecuesta.

1.2 Objetivos específicos

Determinar las estrategias pedagógicas implementadas para promover el emprendimiento a través del plan de estudios, en el Colegio Técnico Gómez Humberto Nigrinis

Establecer las competencias duras y blandas que se fortalecen a partir del plan de estudios del Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis.

2. Antecedentes

El emprendimiento como actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades, para el negocio, como en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos, es motivo de estudio e investigación. Es así, que proceden estudios académicos destacados en el ámbito, nacional, internacional y regional

- En los estudios nacionales, vale la pena mencionar el de Jimena Ortiz Paternina de la Ossa, candidata a Magister en Educación del SUE CARIBE, Universidad de Córdoba (2018), con su investigación: El emprendimiento escolar, una estrategia de identificación de talentos excepcionales, a través de un estudio etnográfico realizado en la institución educativa INEM de Montería, es un aporte a la resignificación de procesos pedagógicos en aras de ofrecerle a los jóvenes herramientas necesarias para encontrar en el sistema educativo mecanismos para identificar y potencializar sus talentos y así construir proyectos de vida reales y pertinentes, como una exigencia indispensable para su desarrollo personal y social.

- Entre las investigaciones de carácter internacional, la de M^a Elena Duque Alonso, presentada a la Escuela Técnica Superior de Ingeniería, Universidad de Sevilla, 2017. Titulado: Modelos Educativos en Emprendimiento. La investigación trata sobre las innumerables opiniones, acerca de este tema para llegar a la conclusión de que obviamente, el emprendedor debe contar con una actitud y aptitudes específicas para ello, pero también es muy importante la educación y formación recibida.

El problema viene cuando esta formación es escasa, inadecuada y sin unas bases sólidas. Es así, que el estudio observa, cómo se encuentra la educación emprendedora en el contexto europeo y más concretamente, en España, donde se aborda la legislación que compete, y se describe la situación educativa para el emprendimiento en Andalucía, Castilla-La Mancha, Cataluña, Madrid y País Vasco.

- En el ámbito regional, se trae a colación el estudio de María Paula Santos Espitia, titulados Características de los emprendimientos empresariales desarrollados en educación media rural en Colombia, Caso: Colegio Alberto Santos Buitrago vereda Morros, Socorro-Santander, para optar al título de Administrador de empresas agropecuarias; el cual parte de un diagnóstico sobre el comportamiento que ha tenido el emprendimiento en Colombia, específicamente en el área rural, como caso de estudio se tomó particularmente el colegio rural Alberto Santos Buitrago, ubicado en la vereda Morros del municipio del Socorro, Santander.

Este estudio recopila la información de los proyectos de emprendimiento realizados por sus estudiantes de educación media en el periodo 2013 – 2014, posibilitando el seguimiento a estas iniciativas y desde la universidad de la Salle como estudiante de administración de empresas agropecuarias generar estrategias, que les permitan mejorar las condiciones de dichos proyectos, sirviendo como guía para enfoques futuros de los emprendimientos nuevos.

3. Marco contextual

Aplicó este capítulo a dos delimitaciones para realizar el estudio: una, la del espacio topográfico donde se encuentra la población que motiva el estudio, y otra el espacio donde se concentra la población de donde se extracta la muestra que motiva la investigación

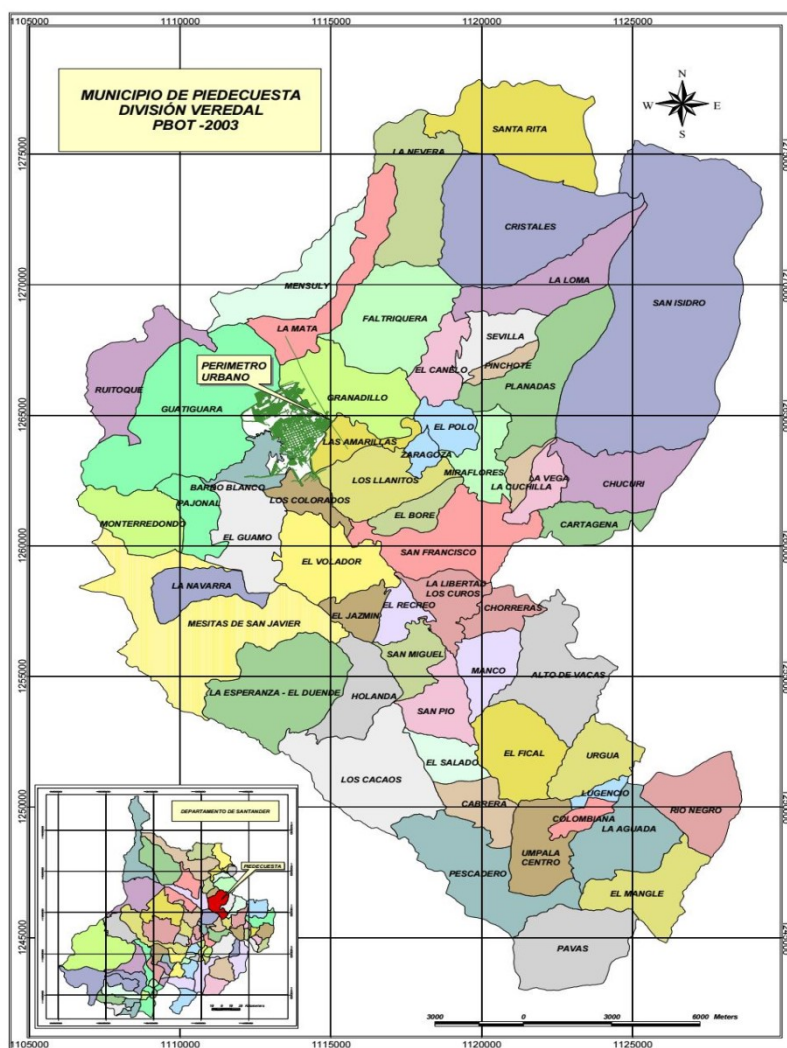
3.1 Espacio topográfico: Piedecuesta

Donde se desarrolló el proyecto, responde al municipio de Piedecuesta, que hace parte de la zona metropolitana de Bucaramanga. Su extensión territorial es de 344 kilómetros cuadrados; su geografía ofrece un sinnúmero de valles, mesetas, montañas y colinas,

accidentes territoriales que presentan una variada climatología, pasando del radiante sol de pescadero a la neblina del páramo de Juan Rodríguez, como lo afirma Pérez (2013)

Figura 1

Mapa político de Piedecuesta, Planeación Municipal



Manifiesta Espinosa (2006) que Piedecuesta fue fundada el 26 de julio de 1776 por iniciativa del padre José Ignacio Zabala. Por ser un valle fértil, desde el comienzo fue apetecido por propios y extraños, lo que originó diversas situaciones de violencia.

Durante los años 40 y 50 del Siglo XX, en las luchas entre liberales y conservadores (época conocida como La Violencia en Colombia) la mayoría de las familias guardaban en sus casas garrotes, como armas de defensa. Esta tradición dio origen al nombre que algunos han dado a sus pobladores como los garroteros.

En 1943, el padre Josué Acosta Romero inauguró uno de los símbolos representativos de la villa que es la imagen de la Virgen de la Cantera, en el cerro del mismo nombre, debido a la fuerte devoción católica que ha caracterizado a la población. Así, contribuyó al reconocimiento del municipio en el ámbito nacional, principalmente porque allí se presentan diversos actos religiosos, con motivo de la Semana Santa, que atrae a millares de turistas de todo el país.

Siguiendo con Pérez (2013) el municipio limita por el Norte con Tona, Floridablanca y Bucaramanga; por el Sur con Guaca, Cepitá, Aratoca y Los Santos; por el Oriente con Santa Bárbara; por el Occidente con Girón.

Figura 2

Mapa de Piedecuesta, en Santander, DANE



Se observa que estos límites a su vez demarcan las fragmentaciones del relieve municipal por la falla de Bucaramanga al oriente, el nudo sísmico y la falla de los Santos al sur, la falla del río Suárez al occidente y las fallas de Ruitoque y río de Oro por el norte, todo lo cual ha conllevado a que los habitantes se adapten a las condiciones socioambientales de vida propiciadas por los pisos térmicos andinos y las dinámicas sísmicas de la región.

El hecho de estar ubicado en la Cordillera Oriental, Piedecuesta es un municipio productor de agua. Del páramo de Juan Rodríguez (Berlín) nacen los ríos Río de Oro, Hato (o Lato), Manco y Umpalá (Aguaclara), así como doce quebradas. Pero es el río de Oro y sus afluentes el que lo nutre del preciado líquido: agua potable, regadíos, extracción de arena y traslado de aguas negras del Municipio.

Según investigación de la Secretaría de Educación (2016) Piedecuesta se encuentra dividida en barrios, 6 urbanizaciones, conjuntos residenciales, e incluso condominios residenciales en las áreas rurales semiurbanas, que en total suman 192 divisiones territoriales. Pero, hay que tener en cuenta, diez "barrios" no legalizados ni reconocidos por la Administración Municipal.

El empuje del desarrollo urbanístico, si se aprecia el proyecto Piedecuesta recupera su memoria (2000) le ha dado un cambio que, los barrios de Piedecuesta ya no son los mismos o se han preservado sus nombres.

En la actualidad se reconocen los barrios, urbanizaciones y conjuntos residenciales nombrados: Bariloche, Barroblanco, Buenos Aires, Cabecera del Llano, Callejuelas, Campo Verde, Arvoreto, Cataluña, Chacarita, Camelot, Divino Niño, El Centro, El Hospital, El Molino, El Refugio, El Trapiche, Halcón de Granada, Hoyo Chiquito, Hoyo Grande (Cañaveras), La Argentina, La Candelaria, La Cantera, La Castellana, La Colina, La Feria

(La Pesa), La Gloria, La Macarena, La Rioja, La Tachuela, Las Delicias, Los Cisnes, Miraflores, Palermo, Paseo del Puente, Paseo Galicia, Portal del Molino, Portal del Valle, Paysandú, Pinares de Granada, Pinares Campestre, Nuevo Pinares, Puerto Madero, Quinta Granada, San Antonio, San Carlos, San Cristóbal, San Francisco (de la Cuesta), San Luis, San Marcos, San Rafael, San Telmo, Soratoque, Tejaditos, Villalina, Villaluz, Villanueva, villa marcela, Paseo Real.

También se consideran barrios las urbanizaciones, conjuntos residenciales, edificios, conjuntos campestres registrados ante el IGAC y la Oficina de Planeación como son el Condominio Hacienda San Miguel, Ruitoque Country Golf y Palcos de Barroblanco.

Lo anterior ha llevado a que Piedecuesta replantee un ordenamiento urbano que haga justicia al crecimiento urbano, necesario no sólo para los efectos cartográficos, que naturalmente llevan a un rediseño del mapa político, sino también para la localización los planes y prioridades en materia de salud, desarrollo, empleo que tocan y obligan para la construcción anual del PDU (Plan de desarrollo urbano).

Figura 3

Ordenamiento territorial de Piedecuesta, Planeación Municipal



3.2 Colegio municipal Humberto Gómez Nigrinis

Esta institución educativa fue creada en homenaje al insigne educador, Humberto Gómez Nigrinis, profesor de la Universidad de Pamplona, fundador del Club de Leones de Piedecuesta y autor de diferentes obras como la “Sinopsis de una Normal”.

Por mucho tiempo se desempeñó en Piedecuesta como rector de la Escuela Normal Nacional de Piedecuesta, donde puso a prueba su pensamiento educativo, a través de una pedagogía moderna, a finales de la década del cincuenta y década del sesenta.

El colegio Humberto Gómez Nigrinis fue creado por iniciativa del extinto alcalde, Alfredo Camargo, dada la demanda educativa generada por el crecimiento urbano. Así, vieron satisfechas sus necesidades educativas barrios del sector de cabecera del noreste, centro de cabecera, del occidente, vecinos al Complejo Deportivo Villanconcha.

Figura 4

Ubicación del Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, Planeación Municipal



Identidad de la institución.

Estado: antiguo-activo

Tipo: institución educativa

Calendario: A

Sector: oficial

Zona EE: urbana

Jornada: mañana, tarde

Género: mixto

Carácter: académico, técnico

Matrícula Contratada: Si

Figura 5

Fachada de la entrada al Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, de Piedecuesta



4. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 Origen del emprendimiento

El origen del emprendimiento, dice Restrepo (2001) nace con la idea de progreso del hombre, es ancestral, prosigue Restrepo, se puede hablar de que emprendimiento tiene sus

orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, cuando concilia el sentido de progreso y lucha por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. Aunque para Riquelme (2018) desde la prehistoria el ser humano ha decidido ejecutar ideas en beneficio de su bienestar, así fue evolucionando y generando grandes avances sociales hasta ahora, ejecutando sus ideas, tomando decisiones y enfrentando las consecuencias de la búsqueda no solo de mejoras sino de alcanzar el éxito.

El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres, pero es un rasgo muy común (Severo, 2014, p.54) El emprendimiento, complementa Angulo (2012) ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos, pues éstos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad, y todo gracias el espíritu emprendedor que la caracteriza.

4.2 Evolución histórica

Hay diversas posturas en relación a los anales históricos del emprendimiento y sus etapas. Díaz (2002) divide la investigación sobre el emprendimiento en cuatro etapas o periodos históricos, desde sus inicios en el S. XVIII hasta el año 2000. Sin embargo, teniendo en cuenta el crecimiento de la literatura científica de la década más reciente, tal como se demostrará más adelante, se propone desplegar una quinta etapa cuyo inicio puede situarse en el cambio de siglo y que sigue actualmente abierta.

4.3 El emprendimiento desde una visión de su desarrollo

4.3.1 Primera etapa. S. XVIII – S. XIX. Teoría clásica del empresario

Se desarrolla el espíritu capitalista y aparece la figura del individuo emprendedor capaz de acometer actividades empresariales propiamente dichas. La creación de empresas inicia su desarrollo y los comerciantes constituyen el prototipo de emprendedor.

Para los autores clásicos del S. XVIII, el proceso empresarial funciona sólo. Lo único que se necesita es capital; el mercado se encarga de todo lo demás. Los economistas de esta época no se interesan por la figura del empresario y durante mucho tiempo se identifica a éste como el capitalista, el patrono o propietario.

La mirada histórica sobre el origen del término emprendedor, lleva a Richard de Cantillon (1775), que introduce el término del emprendedor en la literatura económica cuando identifica el riesgo soportado por los empresarios. Reconoce al emprendedor como el agente que compra medios de producción a ciertos precios para poder combinarlos en un producto que va a vender a precios que son inciertos en ese momento. Cantillon describe a lo que hoy llamamos emprendimiento como una función económica especial: la que desarrolla el granjero, como un empresario que se compromete a pagar al propietario de la finca una suma fija de dinero sin la garantía de los beneficios que se derivan de este emprendimiento.

Es así, que en esta descripción se pone de manifiesto que el granjero- empresario no es quien posee los recursos y que su beneficio es incierto y de naturaleza residual ya que los costes son fijos y los ingresos variables.

Por lo que, Jean Baptiste Say, continuando con la tradición francesa, desarrolla su análisis y considera al emprendedor como el agente que combina los elementos económicos en un organismo productivo o empresa. Say describe al emprendedor como la persona que desplaza los recursos económicos de un área de baja productividad a una zona con mayor productividad y rendimiento.

Es así que, mediante esta descripción, Say no solo pone énfasis en la importancia del cambio y la innovación en un sistema económico, sino que además describe al emprendedor como el agente que protagoniza este cambio. Say rompe la equivalencia entre empresario y capitalista al especificar que para ser empresario no es necesario ser dueño o propietario. Say es el primero que se refiere a las cualidades que debe reunir un empresario y considera que no

se trata únicamente de contar con aptitudes empresariales, sino también de cualidades morales.

Además del conocimiento de su arte, es necesario disponer de capacidad de juicio, de constancia y de un cierto conocimiento de las personas. La investigación sobre la actividad emprendedora. La distinción entre empresario y capitalista se hace más visible en la segunda mitad del S. XIX al darse cada vez más casos de empresarios no capitalistas y de capitalistas que no eran empresarios. Walras describe en 1877 al emprendedor como un coordinador y árbitro. El emprendedor es uno de los cuatro “jugadores” de la economía, además del terrateniente, el capitalista y el trabajador. Sin el emprendedor no hay actividad, no hay cambio (Ripsas, 1998).

4.3.2 Segunda etapa. Primera mitad del S. XX

La escuela de Harvard a principios del S. XX, los historiadores económicos empiezan a centrar su atención en los hombres de negocios y en sus empresas, y apuntan que son un agente importante en la expansión económica. También ponen de manifiesto la contribución de los inventores en el desarrollo de nuevas tecnologías.

El primer intento de estudiar el papel del empresario desde el punto de vista académico, fue realizado por N.S.B. Gras a finales de los años veinte, que concibió el tema de una manera amplia, situando al empresario en el contexto de la compleja estructura económica de la sociedad y estableciendo las bases de una nueva disciplina académica denominada “Business History”.

El segundo gran esfuerzo por situar al empresario dentro de la historia económica se halla en la creación del Research Center in Entrepreneurial History en la Universidad de Harvard en 1948 bajo la dirección de A. H. Cole. Durante los años treinta y cuarenta, se realizan un gran número de trabajos, desde biografías de empresarios a historias de compañías manufactureras, bancos y otras clases de negocios.

En esta etapa resulta clave el concepto de Schumpeter sobre el empresario que lo define como innovador y a quien atribuye ser el responsable de hacer nuevas cosas o hacer cosas que ya se estaban haciendo de una nueva manera. Schumpeter y Colet ayudaron a definir el “quien” y el “qué” de la función empresarial. Su enfoque del estudio era la historia del empresario y el logro de las empresas que habían creado. El resultado más patente de los esfuerzos realizados fue el establecimiento en 1947 de un curso sobre “management of new enterprises” en la Universidad de Harvard dirigido especialmente a centrar la atención sobre las oportunidades, los riesgos y los problemas de dirección relacionados con el establecimiento y funcionamiento de nuevas empresas. El resultado posterior fue la creación de la Harvard Business School.

4.3.3. Tercera etapa. 1950-1979

En esta etapa el objetivo de la investigación académica se centra en el estudio del empresario, la función empresarial y la creación de empresas y se van configurando sus diferentes vertientes: la creación de empresas, las pymes y la empresa familiar. La investigación sobre la actividad emprendedora de Israel M. Kirzner, representante de la tradición austríaca, define el papel del emprendedor dentro de su marco teórico y hace una importante contribución al renacimiento de la figura del emprendedor en la teoría económica.

Se puede afirmar que un campo de investigación científica comienza cuando hay un grupo de investigadores interesados en un área de estudio, cuando se intercambian información a través de reuniones o congresos y consecuentemente se edita una revista especializada en la que se publican las conclusiones de tales investigaciones. Es durante esta época cuando tienen lugar los siguientes acontecimientos científicos: - La Small Business Administration comienza en 1958 un programa para impulsar la investigación sobre la pequeña empresa. - El National Council for Small Business Management Development realiza su primera conferencia en 1956 en la Universidad de Colorado.

En 1977 esta organización pasa a llamarse International Council for Small Business (ICSB). - El primer congreso científico sobre la creación de empresas tiene lugar en 1970 en Purdue (EUA) con la participación de 12 investigadores. Uno de los investigadores, Ed Roberts, informa sobre las compañías spin-off existentes en el Massachusetts Institute of Technology (MIT).

En 1973 se celebra en Toronto (Canadá) la primera conferencia internacional en investigación sobre la creación de empresas. En 1975 se organiza en Cincinnati (EUA) el International Symposium of Entrepreneurship and Enterprise Development (ISEED) en el que se reúnen 230 investigadores de diferentes países. Y empiezan a publicarse las primeras revistas científicas en este ámbito, entre las cuales cabe destacar: - 1963: Journal of Small Business Management - 1971: Bolton Reports - 1975: American Journal of Small Business. Las universidades y escuelas de negocios empiezan a ofrecer cursos relacionados con la creación de empresas y el empresario.

En 1993, Vesper publica el informe “Entrepreneurship Education 1993” en el que se destaca el crecimiento del número de cursos impartidos en EUA sobre creación de empresas, pasando de menos de 10 en 1967 hasta un total de 370 en 1993. Es en esta época cuando surgen los denominados “conductistas” que engloban a los psicólogos, sociólogos y otros especialistas de la conducta humana que se preocupan por definir al empresario y sus características.

4.3.4 Cuarta etapa. 1980-2000

En la década de los años ochenta el emprendedor empieza a tomar cuerpo como objeto de estudio e importancia crucial en la vida económica. El inicio de esta etapa de la investigación sobre la actividad emprendedora se le debe a David Birch, profesor en el Massachusetts Institute of Technology (MIT) al publicar los resultados de un análisis económico que demostraba que entre los años 1969 y 1976 las 500 mayores empresas de

EUA (Fortune 500) habían dejado de crear empleo y que las pequeñas empresas dominaban la creación de empleo (81% de los nuevos empleos netos) y por tanto provocaron la mayoría del crecimiento económico en EUA. Birch y sus seguidores descubrieron que las pymes eran innovadoras, flexibles y elásticas y que el constante flujo de nuevas empresas era condición necesaria para el crecimiento regional.

A partir de este artículo de Birch (1981) en el que se destaca la importancia de la creación de empresas como vía para la creación de puestos de trabajo, tanto el mundo académico como los gobiernos aumentan su interés por comprender el fenómeno del emprendimiento.

También contribuyen otros aspectos como la rápida evolución de la tecnología, la innovación en productos y servicios, así como las nuevas formas de organización. Durante la década de los años noventa se considera que el estudio sobre el emprendedor ya se ha establecido como una nueva disciplina académica. .

La investigación sobre la actividad emprendedora consciente de que para la competitividad de la economía europea y para generar crecimiento es muy importante que exista una sólida cultura empresarial. Una de las claves para el aumento de esta competitividad y también del empleo es emprender una actuación general para fomentar el espíritu empresarial.

Por ello, en 1995 la Comisión Europea presenta un informe al Consejo Europeo de Madrid que contiene un conjunto de medidas para favorecer a las pymes. Desde entonces el fomento del espíritu empresarial y la asistencia a jóvenes empresarios vienen siendo una de las prioridades de la Unión Europea (Commision of the European Communités, 1995).

En 1998, la Comisión Europea presenta un documento para fomentar el espíritu empresarial denominado “Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future”, donde se define el espíritu empresarial como: “proceso dinámico por el que las personas

descubren continuamente las oportunidades de negocio y actúan en consecuencia, inventando, produciendo y vendiendo bienes y servicios en el que son necesarias cualidades como la confianza en sí mismo, la capacidad de asumir riesgos y la dedicación” (European Commission, 1998).

Por lo que, el documento en esta idea de producción propone, que para fomentar la cultura de empresa es necesario adoptar medidas que animen a las personas a ser empresarios y además dotarles de la cualificación necesaria para triunfar en sus proyectos. Esto supone reformas en los sistemas de educación y formación, cambios culturales y medidas para eliminar obstáculos en la creación de nuevas empresas. El fomento del espíritu emprendedor también supone el establecimiento de un entorno favorable para la creación de empresas, el crecimiento y la transmisión de empresas, lo que supone una importante simplificación administrativa, una mejora del entorno normativo y financiero y el acceso a programas comunitarios como los de I+D y los Fondos Estructurales.

4.3.5 Quinta etapa. 2001-presente

El estudio de la actividad emprendedora experimenta un interés creciente en los últimos años fruto del impulso que han recibido los principales campos de estudio en los que se fundamenta (economía, gestión, sociología, psicología, política e historia económica). La investigación sobre el emprendimiento sigue diferentes caminos en Europa y en EUA. Europa puede ser considerada la cuna de los estudios teóricos sobre el emprendimiento a partir de aportaciones históricas de gran relevancia por parte de autores como Karl Marx, Gustav von Schmoller, Wener Sombart y Max Weber dentro de la denominada Escuela Alemana o como Joseph Alois Schumpeter y Friedrich von Hayek en el marco de la Escuela Austríaca o de autores franceses como Richard Cantillon.

La investigación sobre la situación actual de la investigación sobre el emprendimiento en Europa se encuentra todavía en un estado de adolescencia (Schmude, Welter y Heumann,

2008; Lasch y Yami, 2008). El principal motivo se debe al escaso interés de los gobiernos europeos durante muchas décadas por el establecimiento de políticas que impulsen la creación de nuevas empresas. Resulta difícil describir la investigación europea actual sobre el emprendimiento debido a la gran diversidad de países y de enfoques.

En Alemania, por ejemplo, durante la primera mitad del S. XX, la investigación sobre el emprendimiento es casi inexistente. Sin embargo, empieza a florecer la investigación sobre las pequeñas y medianas empresas. La creación de nuevas empresas empieza a ser un tema relevante a partir de 1990.

En ese momento, la investigación en Alemania se centra en temas conceptuales sobre el emprendimiento desde una amplia perspectiva, en cuestiones relacionadas con las organizaciones y las decisiones estratégicas para su creación, las características psicológicas y demográficas de los individuos y sobre el proceso mediante el cual se identifican ideas y se pone en marcha el nuevo negocio (Schmude, Welter y Heumann, 2008).

En Francia, país en el que el emprendedor no cuenta con un buen reconocimiento social, la investigación sobre el emprendimiento se centra especialmente en el diseño de modelos conceptuales del proceso de emprendimiento. La década de 1985-1995 puede considerarse como el periodo en el que la investigación sobre el emprendimiento emerge y durante la siguiente década crece hasta llegar a convertirse en un campo de investigación reconocido por la comunidad científica (Lasch y Yami, 2008). Tanto en Francia como en Alemania, puede considerarse que existe una amplia comunidad investigadora centrada en el emprendimiento.

Sin embargo, en ambos casos el nivel de internacionalización se considera bajo (Lasch y Yami, 2008). A pesar de que el foco de la investigación es heterogéneo, se reconocen tres tendencias europeas comunes que se definen durante el final de la década de los años 1990 (Huse y Landstrom, 1997): - La tendencia en la mayoría de países europeos de

un interés creciente en la investigación sobre el emprendimiento y las pequeñas empresas. Aumenta el número de investigadores, el número de revistas editadas, el número de tesis doctorales y la participación de los investigadores en contribuciones a nivel internacional.

En la mayoría de países, la investigación se convierte en más sistemática. - Existe una tendencia a establecer distinciones claras entre los conceptos de “emprendimiento” y de “pequeña empresa”. Por ejemplo, surgen estudios focalizados en diversas categorías de empresas: empresas familiares, empresas tecnológicas, spin-offs... - Durante muchos años la investigación se ha caracterizado por su baja contribución en aspectos teóricos y por su falta de rigor metodológico.

4.3.6 Etapa actual. La Estrategia Aragonesa de Emprendimiento 2015-2020

Para Contreller (2015) la estrategia aragonesa, que jalona el emprendimiento actualmente, se ha planteado como un proceso iterativo e interactivo en varias fases de trabajo que se alimentan entre sí hasta alcanzar un grado de desarrollo adecuado.

De acuerdo con la estructura lógica de elaboración de una estrategia o plan, amplía Contreller (2015) es necesario iniciar con un diagnóstico de la situación del emprendimiento en un ámbito territorial concreto, en este caso, la Comunidad Autónoma de Aragón. Este diagnóstico permite conocer la realidad existente en el sector del emprendimiento y poder definir los elementos positivos y aquellos que requieren de una intervención de mejora.

5. Marco teórico

El emprendimiento se funda al igual que otras ciencias económicas en principios y fundamentos teóricos. Conocer estos supuestos validados como paradigmas es importante, para tener bases y fundamentos de cómo emprender en este medio para generar empresa e industria, y lo más relevante empleo que genere bienestar para la comunidad.

De acuerdo con la gran mayoría de los investigadores, no existe una definición suficientemente reconocida o un concepto modelo de lo que es o hace un emprendedor. Más, por el contrario, se sigue discutiendo que es emprendimiento y actividad emprendedora.

Para Vesper (1982) el emprendimiento puede considerarse como un proceso o un fenómeno y el emprendedor es el agente que causa esta actividad emprendedora. Lo que diferencia a los emprendedores de los no-emprendedores es que los emprendedores crean organizaciones mientras que los no-emprendedores no lo hacen.

Por otra parte, otros autores defienden que la creación de una empresa es lo esencial y que otras actividades relacionadas con el ciclo de vida del negocio son actividades más empresariales de gestión que actividades propiamente emprendedoras. Por lo que, en este punto de vista, la actividad emprendedora comprende la identificación de oportunidades y la obtención de capital necesario en las primeras etapas del ciclo de vida de un negocio (Allinson, Chell y Hayes, 2000).

En otro enfoque, los autores, asumen que la creación de una empresa es el aspecto menos importante del emprendimiento. El emprendimiento no requiere, aunque puede incluir, la creación de nuevas organizaciones. Tal es la consideración de Amit, Glosten y Muller (1993) cuando aprecian que el emprendimiento puede tener lugar en organizaciones existentes. Shane y Vekataraman (2000) ponen de manifiesto que lo esencial es el descubrimiento de las oportunidades y la decisión de explotarlas.

Por lo que la creación de una nueva empresa puede ser uno de los posibles resultados pero también puede considerarse actividad emprendedora la venta de dicha oportunidad a una empresa ya existente o su explotación a través de la misma empresa en la que se ha gestado. Muchos autores basan sus definiciones del emprendimiento únicamente en términos de lo que es un emprendedor y lo que hace.

No obstante, autores como Shane y Vekataraman (2000) definen el campo del emprendimiento, desde una perspectiva mucho más amplia, como el estudio de cómo, por quién y con qué efectos, se descubren, evalúan y explotan las oportunidades para crear futuros bienes y servicios.

De tal modo, que este campo incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, el proceso del descubrimiento, la evaluación y la explotación de las oportunidades; y el conjunto de individuos que las descubren, evalúan y explotan.

Por lo que ante la complejidad que se presenta, muchos autores han optado por clasificar la gran variedad de teorías sobre el emprendimiento con el fin de poder establecer las diversas corrientes incluidas en esta disciplina.

5.1 Teorías y escuelas del emprendimiento

Para entender mejor el juego del emprendimiento desde la teoría, es importante asumirlo desde algunas de las clasificaciones más representativas y la actividad emprendedora como disciplina científica. Estas clasificaciones incluyen tanto las teorías o perspectivas científicas como las múltiples tipologías de estudios realizadas por investigadores.

5.1.1 *La clasificación de Low y MacMillan*

Estos autores, Low y MacMillan (1988) ponen de manifiesto la interdisciplinariedad del emprendimiento como disciplina que abarca perspectivas diversas como los aspectos socio-culturales, los rasgos de personalidad, las redes, la ecología de la población y las cuestiones económicas.

Es así que, tratando de explicar sucintamente, se explican estas teorías:

la teoría socio-cultural intenta vincular el emprendimiento con su contexto social y cultural. La teoría de los rasgos de personalidad se basa en el argumento de que

determinadas características psicológicas predisponen a determinados individuos al emprendimiento. La teoría de redes se focaliza en los enlaces sociales que facilitan o dificultan las iniciativas emprendedoras. La teoría de la ecología de la población identifica a los factores ambientales como los determinantes más importantes en el éxito de las nuevas empresas. La teoría financiera se centra en el mercado de capitales y estudia determinados factores relacionados con la aportación de capital a las nuevas Teorías y escuelas del emprendimiento. La teoría económica se centra en el análisis en el contexto de la naturaleza de la innovación y del nuevo proceso de producción. ((MacMillan,1988, p.96)

Este enfoque sugiere que la clave para el éxito emprendedor yace en las decisiones que toma el individuo emprendedor para identificar oportunidades, desarrollar estrategias, conseguir recursos y tomar iniciativas. Los autores que adoptan la perspectiva de la adaptación estratégica generalmente empiezan por identificar los factores de éxito que aumentan las posibilidades de supervivencia de las iniciativas emprendedoras.

Frente a este enfoque, Vesper (1980) sugiere cinco ingredientes clave: conocimiento técnico, idea de producto o servicio, contactos personales, recursos físicos y pedidos de clientes.

También Vesper (1983) identifica 12 barreras para el emprendimiento. Los problemas más comunes incluyen la falta de conocimiento del mercado, la falta de habilidad para delegar responsabilidades, la falta de conocimientos técnicos y la falta de capital semilla.

5.1.2 La clasificación de Gartner

Gartner (1988) expone dos tipos de aproximaciones al estudio del emprendimiento. El primer tipo, denominado “The Trait Approach to Entrepreneurship”, se basa en la personalidad del emprendedor, sus rasgos y características personales. “

La literatura sobre la actividad emprendedora enumera un conjunto de características personales que describen al emprendedor. Sin embargo, son muchas las definiciones establecidas para el término emprendedor, algunas de ellas muy vagas. Gartner recoge más de 20 definiciones de diversos autores, desde la propuesta de Say en 1816 hasta las más recientes en el momento de publicar su trabajo.

Pocos de los estudios utilizan la misma definición, lo que conduce a la inexistencia de un acuerdo básico para obtener muestras homogéneas de emprendedores. El segundo tipo de estudios identificado por Gartner, conocido como “The Behavioral Approach to Entrepreneurship”, se basa en el comportamiento del emprendedor visto como el conjunto de actividades que el emprendedor lleva a cabo para crear una nueva empresa.

Esta aproximación al estudio del emprendimiento sitúa a la organización en el primer nivel de análisis y el individuo es visto en términos de actividades que lleva a cabo para hacer posible que la organización entre en existencia (Gartner, 1985).

Desde esta perspectiva, una vez finaliza el proceso de creación de una nueva empresa, el emprendedor deja de ser considerado como tal para asumir otros roles dentro de la nueva organización. Ante esta dicotomía, Gartner concluye que el emprendedor no es un estado fijo de existencia. Ser emprendedor es un rol o papel que un individuo adquiere para crear una organización.

Es relevante que la aproximación basada en el comportamiento del emprendedor ofrece una mejor perspectiva para la investigación sobre actividad emprendedora y por tanto propone que la investigación sobre el emprendedor y sobre la actividad emprendedora debe focalizarse sobre lo que el emprendedor hace y no sobre quién y cómo es el emprendedor.

5.1.3 La clasificación de Stevenson y Jarillo

Stevenson y Jarillo (1990) distinguen tres categorías de estudios según el ¿qué?, el ¿por qué? y el ¿cómo? de las actividades

emprendedoras: El primer enfoque hace referencia a “¿qué pasa cuando los emprendedores actúan?”.

El objetivo es estudiar los resultados del emprendimiento y el foco de atención se centra en los resultados de las acciones del emprendedor, no en el emprendedor en sí mismo ni en sus acciones. Lo que interesa es estudiar el efecto neto sobre el sistema económico general de las acciones de los emprendedores.

En general, es el punto de vista tratado por los economistas como Schumpeter, Kirzner o Casson. Cantillon, quien emplea el término “emprendedor”, dice que el emprendimiento lleva implícito el riesgo de comprar a determinados precios y vender a precios previamente no establecidos. Say introduce en esta definición el concepto de factores de producción.

De esta manera, el emprendedor es el protagonista de la actividad económica en general. Schumpeter toma un punto de vista más específico, cuando considera que el emprendimiento es el proceso por el cual la economía como un todo sigue adelante. Su esencia es la innovación. Después del trabajo la mayoría de economistas aceptan la identificación de “emprendimiento con innovación”.

Posteriormente, Kirzner introduce el aspecto de disponibilidad y acceso a la información en la función emprendedora. Su argumento es que el emprendedor posee un conocimiento superior del mercado y de sus imperfecciones, hecho que utiliza en su propio beneficio. El segundo enfoque se refiere al “¿por qué actúan los emprendedores?” y su objetivo es el estudio de las causas del emprendimiento. Constituye la base los estudios iniciados en los años 1960s por parte de psicólogos y sociólogos, como McClelland (1961), Collins y Moore (1973).

Se considera, en fin, que el foco de atención es el emprendedor como individuo, con su personalidad, sus experiencias, valores, objetivos y motivaciones. También la influencia

de las variables del entorno puede favorecer la actividad emprendedora de los individuos en determinados contextos (Moore, 1973).

En este caso, los investigadores centran su atención en las características de la gestión emprendedora, en como los emprendedores son capaces de conseguir sus objetivos, independientemente de las razones personales que persiguen, de las presiones ambientales y de los efectos de sus acciones.

De lo precedente se deriva a dos áreas de investigación: lo que concierne a los diferentes ciclos de vida de creación de nuevas iniciativas empresariales y lo que hace referencia a los problemas a los que debe enfrentarse el emprendedor durante el proceso de maduración de sus iniciativas.

5.1.4 La clasificación de Cunningham y Lischeron

Estos autores, Cunningham y Lischeron (1991) identifican diversas escuelas de pensamiento con visiones muy distintas sobre la actividad emprendedora y las clasifican de acuerdo con su interés en estudiar las características personales, las oportunidades, la gestión o la necesidad de adaptación de una empresa existente.

Consideran que las escuelas que evalúan las cualidades personales de los emprendedores son útiles para la evaluación del emprendedor desde una perspectiva personal y de valores: A. The “Great Person” School of Entrepreneurship es una aproximación simple.

Según esta perspectiva, el emprendedor posee rasgos e instintos innatos como la intuición. B. The Psychological Characteristics School or Entrepreneurship. Esta escuela se centra en los factores de la personalidad, afirmando que determinados valores y necesidades son condicionantes de la actividad emprendedora.

Se aprecia por otra parte, que estos valores se adquieren y se aprenden durante la infancia y quedan bien establecidos como estilos de actuación en la etapa adulta de un

individuo. Los emprendedores tienen valores únicos, actitudes y necesidades que las Teorías y escuelas del emprendimiento guían respecto a la vida en general y al trabajo en particular.

Se asume que la persona actúa de acuerdo con sus valores y su comportamiento para conseguir satisfacer sus necesidades, diferenciando a los emprendedores de los no emprendedores por las características de su personalidad como la predisposición de asumir riesgos y la necesidad de conseguir éxitos.

Es de aclarar que las escuelas que evalúan el reconocimiento de oportunidades por parte de los emprendedores proporcionan visiones sobre el proceso de creación de oportunidades: C. The Classical School of Entrepreneurship. La característica principal del comportamiento emprendedor es la innovación. El aspecto clave de la actividad emprendedora está en el proceso de “hacer” más que en el de “poseer”.

De acuerdo con Schumpeter, el ingrediente clave de la actividad emprendedora yace en la capacidad innovadora del individuo y puede no incluir la propiedad. Innovación, creatividad y descubrimiento son los factores clave de esta perspectiva. Las escuelas que evalúan la forma de actuar y de gestionar de los emprendedores son útiles para comprender las habilidades técnicas e interpersonales necesarias para hacer una operación eficiente o para motivar a personas: D. The Management School of Entrepreneurship. Esta escuela sugiere que un emprendedor es una persona que organiza y gestiona un negocio tomando y asumiendo el riesgo para la obtención de un beneficio.

Desde la anterior postura, las funciones de un emprendedor incluyen la supervisión, el control y la dirección de una empresa. Se miran a los emprendedores como organizadores de una nueva empresa, son gente que dirige, posee, gestiona y asume riesgos. Desde esta perspectiva es posible desarrollar y formar a los emprendedores en las funciones técnicas de la gestión. Esta escuela de pensamiento se ocupa de los aspectos técnicos de la gestión y se basa en el principio de que los emprendedores pueden formarse en un aula. E. The

Leadership School of Entrepreneurship: Un emprendedor es a menudo un líder que confía en gente que consigue cumplir propósitos y objetivos. El emprendedor debe ser un líder, capaz de definir la visión de lo que es posible, y atraer a personas que den soporte a la iniciativa para transformarla en una realidad.

Entonces, se asume que los emprendedores son líderes de personas y tienen la habilidad de adaptar su estilo a las necesidades de la gente. Un emprendedor no puede cumplir con sus objetivos de forma individual, depende de otros. Las escuelas que evalúan la adaptación de las organizaciones existentes adoptando un comportamiento emprendedor pueden redireccionar las operaciones del presente. Las habilidades emprendedoras pueden ser útiles en organizaciones complejas.

Por lo que el emprendimiento o emprendimiento corporativo es el desarrollo de unidades independientes dentro de una empresa existente con el fin de crear, comprar o expandir servicios, tecnologías o métodos dentro de la organización (Nielsen, Peters y Hisrich, 1985). Las organizaciones deben adaptarse para sobrevivir y la actividad emprendedora permite a la organización realizar este tipo de actividades en las que sus empleados y gestores se conviertan en emprendedores.

5.1.5 La clasificación de Veciana y Díaz

Díaz (2002), siguiendo el enfoque inicial de Veciana (1999), clasifica las múltiples teorías del ámbito de la creación de empresas en cuatro enfoques: Las teorías económicas explican la creación de empresas en base a la máxima racionalidad económica y en la mínima aversión al riesgo, manteniendo que cualquier persona tiene las mismas aptitudes para pasar de ser un trabajador por cuenta ajena a realizar labores de empresario y viceversa.

Estas teorías se focalizan hacia la naturaleza de la innovación y el nuevo proceso de producción, asumiendo que el emprendedor es un actor capaz de identificar y explotar las nuevas oportunidades que generan los mercados cambiantes.

Las teorías psicológicas explican la creación de empresas desde una perspectiva individual, analizando los rasgos, características o atributos personales de los empresarios desde un punto de vista empírico.

Las teorías socioculturales defienden que la decisión personal de crear una empresa y convertirse en empresario viene dada por factores externos y del entorno y concluyen que si la creación de empresas ha florecido es debido a una relación lógica entre la construcción ideológica y el comportamiento económico.

Por tanto, la cultura del entorno social es un determinante de la función empresarial. Las teorías directivas o gerenciales se basan en el supuesto que la creación de empresas es el resultado de un proceso racional de decisión, en el cual son decisivos los conocimientos y las técnicas que se emplean en las áreas de la economía y la dirección de empresas.

Este enfoque no trata de explicar las causas de la creación de nuevas empresas, sino de generar conocimientos y elaborar modelos prácticos.

- **Teoría del empresario organizador.** Estos autores, Cantillon, Say y Mill destacan el importante papel del empresario como coordinador de los factores de producción y como director de la actividad empresarial.

Se aprecia que a finales del S. XIX y principios del S. XX, J. B. Clark y A. Marshall definen la doctrina del denominado empresario-organizador, empresario-director o empresario-control, que es aquél que se define por su adaptación a las necesidades de la gestión, su capacidad de organización y control del proceso económico de la empresa.

Sin embargo, J. K. Galbraith expone que en el pasado se identifica al empresario como el individuo que une la propiedad o el control del capital con la capacidad de organizar los demás factores de la producción y, en la mayoría de los casos, con la capacidad también de innovar.

Al formarse la gran sociedad anónima moderna y al constituirse la organización requerida por la tecnología y la planificación modernas, con la separación del propietario del capital y el control de la empresa, el empresario deja de existir como persona individual en la empresa industrial madura. El empresario como fuerza directora de la empresa queda sustituido por la dirección, el management.

- **Teoría del empresario arriesgado.** Para F. H. Knight la función principal de empresario es la asunción del riesgo y no la de dirigir el proceso productivo. La esencia de la actividad empresarial es para Knight la incertidumbre o ausencia de conocimiento total acerca de las consecuencias futuras que se derivan de la misma y, el beneficio, el premio o recompensa por la asunción del riesgo.

En conclusión, la incertidumbre y el emprendedor como portador de riesgos son los elementos clave de Knight y la “Escuela de Chicago”. Sin lugar a dudas, el riesgo es uno de los principales elementos del comportamiento emprendedor. El riesgo es la consecuencia de cambios incontrolados e incontrolables.

Para Knight el cambio no es iniciado por el proceso emprendedor pero el emprendedor utiliza el cambio para sus objetivos. Knight ve el beneficio del emprendedor como una compensación por asumir incertidumbres. En esta aproximación el emprendedor asume el riesgo y como recompensa obtiene el beneficio emprendedor (Ripsas, 1998). Distinción entre riesgo e incertidumbre según Knight (1921): una apuesta es arriesgada si las probabilidades de éxito son conocidas, mientras que una apuesta es incierta si las probabilidades de éxito son desconocidas. Las apuestas inciertas no pueden ser aseguradas y por tanto, el rol del emprendedor es iniciar inversiones inciertas.

Por lo que el resultado o éxito de las inversiones del emprendedor son difíciles de evaluar y por tanto difíciles o imposibles de asegurar. El emprendedor, por tanto, es quien

asume la incertidumbre. La incertidumbre, más que el riesgo, es pues un elemento que forma parte de las teorías del emprendimiento.

Por ello, la innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora, e independientemente de la forma que tome, genera nuevo capital tanto de tipo tangible como de tipo intangible cuyo retorno es incierto.

Por lo que en este sentido podemos diferenciar entre la incertidumbre técnica (referente a los costes de funcionamiento y producción), la incertidumbre de la demanda (referente al número de clientes que demandarán dicha innovación) y la incertidumbre asociada con el ritmo en que aparecerán las imitaciones o innovaciones competidoras.

Se deduce, que, en cualquier caso, no es suficiente que la innovación sea técnicamente viable. Siempre se recomienda la realización de un estudio de mercado que permita identificar las mejores aplicaciones de la tecnología desarrollada.

- **Teoría del empresario innovador.** La teoría del desarrollo económico como disciplina independiente emerge del trabajo de J. A. Schumpeter. El nombre de la “Escuela Alemana” es el más utilizado para referirse a su tradición. Dentro de esta teoría, Schumpeter rescata al emprendedor para la ciencia económica al considerarlo el principal activador del desarrollo económico mediante la función de innovador, definiendo los elementos más importantes: la figura del emprendedor, el concepto de innovación y la teoría de los ciclos (Nueno, 1994; Drucker, 1997; Carrasco y Castaño, 2008; Acs, 1996; Schmude, Welter y Heumann, 2008). Para Schumpeter (1934 y 1942) la innovación es el factor de crecimiento de la economía capitalista y el empresario su figura central.

Actualmente, los economistas saben que el emprendedor, al igual que la tecnología, es importante y que influye profundamente en la economía. Seguramente la emergencia de la economía empresarial es un acontecimiento tanto de orden cultural y psicológico como

económico y tecnológico. Y sus efectos, cualesquiera que fueren las causas, se producen sobre todo en el campo económico.

El modelo económico más relevante sobre el emprendedor, que se encuentra en “La teoría del desarrollo económico” de Schumpeter, publicada en 1911, identifica tres tipos de elementos que afectan al comportamiento emprendedor: la innovación, la motivación y los factores que inhiben la actividad emprendedora.

La innovación. El emprendedor innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes, mediante la introducción de nuevos métodos de producción, mediante la apertura de un nuevo mercado, especialmente cuando se trata de un nuevo territorio o de un mercado de exportación, mediante el acceso a una nueva fuente de abastecimiento para materias o productos semielaborados, o incluso mediante la creación de nuevas formas de organización de la actividad económica.

Este aspecto genera controversia, por lo que Schumpeter critica a Knight por no distinguir entre el emprendedor y el poseedor de los recursos. Recibir un beneficio por asumir el riesgo de pérdida, tal como postula Knight, implica la posesión de recursos.

Esto entra en contradicción con la separación entre el rol del emprendedor y el rol del poseedor de los recursos (capitalista).

La motivación. Para Schumpeter existen tres formas diferentes de motivación empresarial: el deseo de fundar una nueva dinastía; el deseo de ganar, combatir y conquistar; y el disfrute y la satisfacción en la resolución de problemas. Para Schumpeter, el emprendimiento se define como la implementación de nuevas combinaciones.

Desde esta motivación el emprendedor se define por lo que hace y no por lo que tiene. Siguiendo esta idea, los empleados pueden ser emprendedores también. Para Schumpeter el emprendedor no inventa o encuentra nuevas oportunidades, pero es su función hacer que lleguen a realizarse.

Lo anterior lleva a pensar el liderazgo, en un sentido schumpeteriano, significa que el emprendedor: Tiene la visión y la intuición. Tiene el poder de crear algo nuevo. Tiene el poder de superar el escepticismo y la hostilidad de su entorno.

Pero, Schumpeter cree que las características del emprendedor no pueden ser enseñadas y que solo un pequeño porcentaje de los individuos de una población poseen estas habilidades. Lo más importante es que el emprendedor está motivado intrínsecamente y no por el beneficio y el lujo. Su motivación viene del deseo de fundar su propio reino, la voluntad de probar que uno es superior a otros y la alegría de crear (Ripsas, 1998).

Los factores que inhiben la actividad emprendedora. El tercer grupo tiene que ver con los factores que inhiben la actividad emprendedora:

La dificultad que supone planificar y entender una nueva actividad, por el simple hecho de ser desconocida; la inercia que se instala en la propia mente del hombre de negocios; y por último, la tendencia humana a rechazar cualquier conducta que se desvíe de lo rutinario, incluso si es para mejorar el modo de hacer las cosas. Para poder introducir sus innovaciones, el emprendedor tiene que romper las inercias del entorno y vencer su oposición. Para Schumpeter el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas y con las rutinas establecidas. Es una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. Tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve, es un creativo inconformista (Shumpeter, 2011, p.122)

Tradicionalmente, el emprendedor schumpeteriano ha sido presentado como un ser racional, egoísta y centrado en sí mismo, que posee dichas características en un grado tal que lo hace poco común, o incluso raro. El emprendedor es un superhombre que surge debido a una serie de aptitudes innatas. La teoría schumpeteriana tiene, por tanto, una componente

sociológica considerable. El emprendedor no es el inventor, ni el inversor capitalista. El emprendedor tiene la función de asignar recursos, tomar decisiones y de organizar innovadoramente la actividad económica. Fundando nuevas empresas el emprendedor introduce las innovaciones. El beneficio obtenido es un reflejo de la calidad del emprendedor: cuanto mejor sea el emprendedor, mayores serán los beneficios obtenidos.

- **Teoría de los rasgos de personalidad** Las teorías basadas en las características psicológicas de los emprendedores se han ido desarrollando desde que McClelland (1961) publicó su trabajo sobre la alta necesidad de logro presente en los emprendedores de éxito. Algunos estudios sobre el empresario y la creación de empresas se centran en identificar y explicar las características psicológicas y demográficas de los empresarios que crean empresas y su relación con el éxito o el fracaso de las mismas.

El núcleo de las teorías psicológicas se basa en las siguientes suposiciones: El empresario, persona que decide crear una empresa, tiene un perfil psicológico distinto del resto de la población. Los empresarios de éxito tienen un perfil psicológico distinto de los empresarios menos exitosos.

A partir de estas suposiciones, las investigaciones se centran en determinar cuáles son los rasgos psicológicos que diferencian a los empresarios de los no empresarios, a los empresarios de éxito frente a los menos exitosos y a los empresarios de los meros gestores.

El objetivo último de este enfoque es poder identificar a las personas con perfil de empresario o a los empresarios de éxito con el objetivo de poder establecer políticas de fomento para la creación de empresas. Se han llevado a cabo dos líneas de investigación diferentes (Brockhaus y Horwitz, 1985)

Características propias de los empresarios. Esta línea se basa en la idea de que el empresario tiene una gran capacidad intuitiva, un sexto sentido y una serie de características innatas, sin las cuales sería igual que el resto de personas.

Estas características, rasgos o perfil psicológico que motivan el comportamiento emprendedor definen que:

Esta línea engloba el estudio de la necesidad o motivación por el logro (realización), la necesidad de independencia y autonomía, la necesidad de poder (posición dominante), el control interno o autodeterminación, el espíritu de riesgo o de propensión a asumir riesgos, la tolerancia a la ambigüedad, la capacidad de innovación, la creatividad y originalidad, la iniciativa, la asertividad, la orientación eficiente, la planificación sistemática, el compromiso, la baja necesidad de obtener soporte o conformidad, la capacidad de resistencia, insatisfacción o marginalidad.(Cooper, 1984, p-98)

La principal conclusión de este tipo de estudios es que hay tantas diferencias entre los propios emprendedores como entre emprendedores y no-emprendedores. A pesar de ello, algunos investigadores han estudiado los rasgos de personalidad para identificar diversos tipos de emprendedores. Estos estudios son de lectura interesante, sin embargo, posiblemente son cuestionables desde la perspectiva del conocimiento que aportan a la teoría general del emprendimiento.

El problema del análisis de características personales es que parece asumir que el emprendedor es un tipo de persona especial, un estado fijo de existencia Esta falta de dinamismo es uno de los problemas.

Otro problema tiene que ver con la propia definición de emprendedor que da a entender que solo el fundador de una compañía es un emprendedor y excluye a los gestores que podrían actuar también con comportamientos emprendedores (Ripsas, 1998).

Los estudios demográficos sobre emprendimiento son también cuestionables para la teoría del emprendimiento ya que la mayoría de ellos se realizan sobre una muestra demasiado pequeña. Como ejemplo cabe citar el estudio de Cooper y Dunkelberg (1984)

sobre 890 emprendedores que confirma que los emprendedores tienden a tener una mejor educación, provienen de familias en las que los padres poseen un negocio, crean empresas relacionadas con su trabajo previo y se localizan donde ellos ya viven y trabajan.

Aunque los intentos pasados para definir un prototipo de emprendedor basados en características psicológicas y culturales han sido desacreditados, los trabajos más recientes sugieren que la personalidad del emprendedor tiene influencias importantes en la organización que crean. Según Low y MacMillan (1988), más útiles son los estudios psicológicos que centran su atención en el emprendedor dentro del contexto de la organización

- **Teoría del empresario de Kirzner** Israel Kirzner (1985, 1992) y la “Escuela Austriaca” ven a los emprendedores como descubridores de nuevas oportunidades. El concepto austriaco de la distribución imperfecta de la información fue introducido por Hayek (1945).

Por lo que para Hayek y Kirzner el centro neoclásico del equilibrio de precios es erróneo ya que la información completa es una asunción imposible. Lo que es realmente importante son los precios establecidos por los emprendedores que reflejan un desequilibrio como resultado de la distribución asimétrica de la información.

Lo que infiere, que el ajuste de precios hacia el equilibrio es el rol económico principal del emprendedor. La aproximación de Kirzner se refiere a la teoría de mercados que acepta conocimientos imperfectos y describe el mercado como un proceso de descubrimiento y aprendizaje.

En lo precedente, estando alerta de las oportunidades económicas, el emprendedor utiliza la información para su propio beneficio e inicia su proceso de mercado. El aprendizaje es una parte esencial del proceso de manera que el emprendedor se ve forzado a utilizar el nuevo conocimiento para competir en el mercado.

Tanto para Schumpeter como para Kirzner, poseer los recursos para el emprendimiento es un elemento de menor importancia. Si el emprendedor descubre una oportunidad, intentará persuadir al poseedor de recursos para demostrar que los intereses esperados compensan el riesgo de la inversión necesaria (Ripsas, 1998). Para Kirzner es fundamental el papel que el conocimiento y la creatividad tienen en los procesos de coordinación que se dan en el mercado.

Por lo que debe entenderse la coordinación como un proceso sistemático en el cual, los agentes del mercado adquieren más y más conocimientos e información mutua, cada vez más completa y exacta, sobre la demanda potencial y las posibilidades de oferta; y considera que la fuerza impulsora de este proceso sistemático consiste en la visión empresarial del descubrimiento.

Para Kirzner el empresario es el autor de decisiones cuya función consiste en percibir oportunidades ocultas. El empresario observa la existencia de una oportunidad de vender algo a un precio mayor del que se puede comprar, por lo que cualquiera es un empresario en potencia, ya que el papel puramente empresarial no presupone ningún tipo inicial de ventaja en forma de activos valiosos.

Se infiere la prelación de la perspicacia empresarial que se refiere a una actitud consciente de estar alerta y receptivo a las oportunidades disponibles que hasta entonces han pasado inadvertidas, necesaria e imprescindible.

El carácter empresarial de cada acción humana se refiere no solo a la circunstancia de que las acciones se efectúan en un mundo incierto y abierto, sino además, al hecho de que todo agente económico se encuentra en todo momento buscando de forma espontánea aspectos del entorno presente y futuro que hasta entonces han pasado inadvertidos y que pueden dar lugar a emprender nuevos actos empresariales.

El empresario, sin saber exactamente lo que está buscando, y sin emprender ninguna acción deliberada, se encuentra continuamente oteando el horizonte, siempre preparado y dispuesto a descubrimientos y a identificar oportunidades de ganancia.

- **Teoría de la marginación** La tendencia de ciertas culturas en producir emprendedores ha hecho que se identifique la cultura como un factor determinante para el emprendimiento. Las teorías socio-culturales concluyen que existe una relación entre la ideología cultural y el comportamiento económico que hace que el emprendimiento sea más frecuente en determinados entornos.

Según la teoría de la marginación las personas inadaptadas, marginadas o con riesgo de exclusión social son más propensas en convertirse en empresarios. Así, nos encontramos que ciertos grupos étnicos, inmigrantes o desempleados, al estar en situaciones de marginación social, encuentran en la creación de su propia empresa una opción profesional de ganarse la vida e incluso de obtener un reconocimiento y de conseguir una mayor integración social.

Pero es evidente que deben darse también unas condiciones favorables del entorno que legitime al empresario y una verosimilitud en la posibilidad de crear la empresa. El estudio de Hofstede (1980) identifica diferencias en modelos culturales entre países y concluye que existen mecanismos institucionales que hacen que sus modelos permanezcan estables a lo largo del tiempo. Identifica cuatro dimensiones culturales subyacentes (1) la gestión de las desigualdades sociales, (2) el individualismo, (3) el evitar las incertidumbres y (4) la división en términos de género.

En sus estudios, Hofstede, concluye que el emprendedor es en la mayoría de los casos un hombre, tolerante respecto a las desigualdades sociales que prefiere las actuaciones individuales frente a las colectivas y que está preparado para asumir riesgos.

Desde la mirada de Brenner (1987) defiende que los individuos que han perdido o creen estar próximos a perder su nivel social, son más propensos a convertirse en emprendedores. Un estudio experimental realizado por Shane (1991) demuestra que de trece posibles factores relacionados con la creación de una nueva empresa, todos excepto uno (el deseo de trabajar por libre) vienen determinados por una interacción entre el género y la nacionalidad.

Estos modelos permiten concluir que en algunos casos el emprendimiento es una respuesta a la falta de movilidad social a través de otros canales (Low y MacMillan, 1988).

- **Teoría del rol** La teoría del rol trata de explicar por qué existen más empresarios en determinadas zonas o por qué se crean más empresas en algunas áreas geográficas. El entorno en el que predomina la abundancia de un sector industrial, o bien la existencia de modelos emprendedores a seguir, produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresarios (Nuevo, 1994). El futuro empresario advierte que otras personas de características y en circunstancias similares a las de él, han logrado crear y hacer crecer una empresa.

Otras investigaciones apuntan que el entorno familiar donde han existido “roles de empresario” condiciona la inclinación profesional de los hijos hacia actividades empresariales, más que hacia otras alternativas profesionales.

Pero Smilor, Kozmetsky y Gibson (1998) desarrollan un marco conceptual que denominan “Rueda Tecnópolis” para describir el proceso de desarrollo tecnológico y de crecimiento económico. Esta rueda refleja la interacción de los siete principales segmentos en la estructura institucional de una tecnópolis: la universidad, las grandes empresas de tecnología, las pequeñas empresas de tecnología, el gobierno estatal, el gobierno local, el gobierno federal y los grupos de apoyo.

Por lo que el estudio considera clave a los individuos influyentes que conectan los siete segmentos importantes de la rueda. El desarrollo económico no se produce de manera general, sino que se produce entre personas concretas en lugares concretos, porque los empresarios son locales. Fundan sus empresas en el lugar en el que encuentran información y oportunidades, ideas y recursos.

De tal manera que para la mayoría, este lugar es el suyo. Si la oportunidad, las ideas, los recursos o los ejemplos a imitar, no se encuentran disponibles en el lugar de residencia, lo más probable es que aquéllos que tienen potencial para ser empresarios no funden la empresa ni cambien su residencia para hacerlo.

- **Teoría de redes** Las teorías de redes visualizan el proceso emprendedor incrustado en un entramado de redes sociales que facilitan los enlaces entre emprendedores, recursos y oportunidades. La influencia que los factores medioambientales ejercen en el comportamiento de los empresarios a la hora de crear una empresa ha dado lugar a una nueva corriente de investigación que analiza cómo el conjunto de relaciones sociales del empresario son determinantes en el éxito de la creación y mantenimiento de las empresas.

Las teorías relativas a las redes ven el proceso emprendedor incluido en una red cambiante de relaciones sociales que facilitan y obstaculizan los enlaces entre los empresarios, los recursos y las oportunidades.

La base de la red está constituida por las relaciones entre el empresario, clientes, proveedores, entidades financieras, organismos públicos o privados (agencias de desarrollo local, cámaras de comercio, asociaciones profesionales, etc.), familiares, amigos y conocidos. Esta base puede ir extendiéndose incluyendo a más personas.

Entre los estudios que han examinado las redes sociales del emprendedor en su contexto, cabe destacar el realizado por Birley y Boyd (1989) que analiza el papel de las redes en la creación de nuevas empresas en una muestra de 160 firmas. Se distinguen dos

tipos de redes sociales: las informales (familia, amigos, negocios) y las formales (bancos, asesores, abogados, etc).

El estudio concluye que los emprendedores confían en exceso en las redes informales y que raramente sacan provecho de los contactos formales. Las redes se miden en términos de densidad, accesibilidad y diversidad (Aldrich y Zimmer, 1986).

Es así, que las redes pueden constar de enlaces fuertes (familia y amigos próximos) y de enlaces débiles (conocidos). Se identifican cinco roles principales en el proceso de creación de la nueva empresa: los que facilitan la transformación de una idea en un plan realístico, los que incrementan las aspiraciones, los que estimulan ideas, los que proporcionan ayuda práctica y los que dan soporte (Dubini y Aldrich, 1991; Rush, Graham y Long, 1987).

En la presunción los emprendedores tienden a recurrir y aprovechar la ayuda disponible dentro de su red local durante el periodo anterior a la fase de start-up y se aproximan a fuentes formales cuando han sentado los elementos de la nueva compañía (Birley, 1985). Aldrich y Zimmer (1986) tratan de demostrar la aplicación del concepto de red al estudio de la función empresarial.

Por lo que se centran en cuatro aspectos fundamentales: Efectos de las fuerzas sociales que incrementan la densidad de red, resaltando los límites e identidad del grupo. El papel de los intermediarios que incrementan el alcance de la red y la conexión facilitando que se cubra la información y los recursos en la red.

La importancia de la diversidad de nexos para producir empresarios. Demasiada solidaridad ahoga el alma empresarial. La importancia de los recursos sociales insertos en las redes empresariales. Simplemente, no es lo que sabemos, sino a quien conocemos. La teoría de redes trata el fenómeno empresarial basado en la cooperación y la confianza, en vez de en la competencia y la desconfianza.

Sumariando, la literatura deja claro que las oportunidades no caen del cielo. Las oportunidades surgen dentro y entre organizaciones existentes como un producto de las relaciones que funcionan y de los intercambios. La gente con posición aventajada dentro de una red es la que más a menudo identifica estas oportunidades.

Además, explotar una oportunidad requiere de ciertos recursos tanto humanos como de capital, de formación técnica, marketing, etc. El mismo tipo de relaciones dentro de determinadas redes y contactos que son necesarias para identificar oportunidades, son también necesarias para obtener los recursos necesarios para explotar estas oportunidades (Low y MacMillan, 1988).

Yendo a un aspecto relevante de esta teoría, una característica común de las empresas emprendedoras está en su rápido crecimiento y la necesidad de obtener recursos suficientes para dar cabida a este crecimiento. El acceso a esos recursos se convierte en el primer problema del emprendedor (Jarillo, 1989).

Importante reconocer que una de las estrategias más efectivas usadas por las nuevas empresas para ganar cuota de mercado a las empresas de mayor tamaño y más potentes es su flexibilidad. Sin embargo, la acumulación progresiva de los recursos que implica el crecimiento lleva necesariamente a una pérdida de esta misma flexibilidad que la hizo exitosa en sus inicios. Este puede ser el segundo dilema empresarial (Jarillo, 1989). El “networking” o prácticas de conexión en red son una manera de superar ambos problemas. El trabajo en red es un sistema por el cual el empresario saca provecho de los recursos externos.

Extrapolando, en su forma más simple, el networking consiste en el uso de todas las relaciones personales para obtener asesoramiento, financiación, ventas, etc. En su forma más sofisticada, el emprendedor crea una compleja red de relaciones entre empresas, la mayoría de ellas con características emprendedoras similares, extremadamente eficientes y flexibles

(Jarillo, 1989). Los resultados demuestran que las empresas de más rápido crecimiento hacen un mayor uso de los recursos externos que sus competidores.

Por otra parte, las empresas que están en la vanguardia en la utilización de recursos externos crecen, en promedio, mucho más rápido que sus competidores durante un largo período de tiempo (Jarillo, 1989). Ser lo suficientemente flexible como para utilizar los recursos externos permite a la empresa romper los límites de crecimiento sostenible y al mismo tiempo, reduce sus riesgos ya que se nutre de la experiencia y el know-how de otra persona (Jarillo, 1989).

- **Teoría de la incubadora** La política económica de las regiones se concreta a través de acciones que favorecen la creación de empresas, la innovación, la formación de capital humano, la instrumentación de recursos financieros y la flexibilización del sistema productivo.

Esta política local se hace operativa a través de organizaciones intermedias que tratan de proporcionar a los sistemas regionales los diversos servicios que las empresas necesitan para aumentar su competitividad. Durante los últimos años, la necesidad de crear y de desarrollar empresas ha animado a los gobiernos regionales, universidades, cámaras de comercio, empresas privadas, o incluso a organizaciones no gubernamentales, al establecimiento y desarrollo de programas de incubadoras.

Las incubadoras empresariales tienen como objetivo la asistencia a los futuros empresarios en el arranque de sus empresas, proporcionándoles infraestructuras básicas, recursos y diferentes tipos de servicios e información para su puesta en marcha.

Existe una considerable variedad de tipos de incubadoras de empresas, en sus formas de operar, objetivos, propósitos y variedad de recursos, aunque se ha demostrado que tanto el tamaño de la organización incubadora como su localización son factores condicionantes de las nuevas empresas.

La teoría de la incubadora, como explicación científica de la creación de empresas, postula que la existencia de estas organizaciones determina no sólo el número de nuevas empresas en una zona, sino también la naturaleza de las mismas.

- **Teoría del desarrollo económico de Weber Max.** Weber es conocido por ser el fundador de la sociología moderna. Estudia la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento empresarial, estableciendo un nuevo enfoque para explicar los hechos económicos basados en factores no económicos.

Weber desarrolla su investigación en tres campos: la acción social, el análisis de la burocracia y la sociología de la religión. En su análisis sociológico describe y explica los rasgos característicos de los diferentes tipos de creencias religiosas argumentando que las doctrinas religiosas ejercen una influencia en las diferentes orientaciones que las personas dan a sus actividades económicas.

Relaciona el desarrollo de la ideología capitalista con las creencias religiosas y más en concreto, con la ética protestante, explicando que la actividad empresarial ha tenido mayor auge en las áreas geográficas donde ha predominado dicha ética. Los tres rasgos de la ética protestante que más han influido en el desarrollo del emprendimiento son su laboriosidad, su tendencia a ahorrar y su sinceridad (Schmude, Welter y Heumann, 2008). Sus ideas son el inicio del debate sobre si el emprendedor “nace o se hace”.

- **Teoría de la ecología de la población** A finales de los años setenta y durante la década de los ochenta surge una aproximación ecológica en la investigación de la función empresarial, representada fundamentalmente por Aldrich (1979) y Hannan y Freeman (1977). Parten del supuesto que el entorno condiciona el nacimiento, supervivencia y muerte de las organizaciones.

La ecología de la población analiza la capacidad de las organizaciones para adaptarse al cambio y concluye que que las organizaciones que mejor se adaptan a su entorno, sobreviven, mientras que aquéllas que no lo hacen, mueren.

Es a través de este mecanismo de selección natural, que el entorno determina las características de las organizaciones que integran una determinada población y dicta los efectos últimos de la distribución de los recursos para los emprendedores (Baumol, 1990). En la misma línea, la aportación de Low y MacMillan (1988) sugiere también una aproximación evolutiva basada en los tres elementos que identifican como indispensables para entender el éxito de la actividad emprendedora: el proceso, el entorno y los resultados.

Se aprecia que su teoría evolutiva une la preocupación por los resultados de la actividad con el contexto y el proceso que la hacen posible, utilizando los conceptos básicos de variación, adaptación, selección y retención.

Por lo que se analiza que esta aproximación estudia la creación de nuevas estructuras organizativas (variación), la forma mediante la cual los emprendedores modifican sus organizaciones y utilizan recursos para sobrevivir en entornos cambiantes (adaptación), las circunstancias bajo las cuales estas disposiciones organizativas les conducen al tener éxito y supervivencia (selección) y la forma en que estas disposiciones tienden a ser imitadas y perpetuadas por otros emprendedores (retención) (Aldrich y Martínez, 2001).

El gran reto para la perspectiva de la ecología de la población es poder predecir las circunstancias del entorno que harán posible conseguir mayor financiación y crecimiento para los emprendedores.

- **Teoría del comportamiento del empresario** Este enfoque reconoce que los estudios últimos en torno al empresario se centran menos en los rasgos de personalidad y más en sus comportamientos, es decir, no tanto en “cómo es” sino en “qué hace”, sabe hacer o debe saber hacer (comportamientos, habilidades, capacidades y experiencia).

Por lo que atendiendo a Garnter (1989) la teoría del comportamiento del empresario está orientada a identificar, describir y explicar los comportamientos manifiestos de los empresarios. Mientras que el enfoque de la teoría de los rasgos de personalidad, está basada en las características psicológicas como parte integrante del empresario, y por tanto, son difíciles de cambiar, el enfoque de la teoría del comportamiento se fundamenta en aptitudes, capacidades o habilidades, que son susceptibles de cambio y aprendizaje.

La idea en este enfoque es distinguir entre el emprendedor dinámico y el gestor de empresas estático. El individuo que crea la organización es el emprendedor, luego se convierte en un gestor de una pequeña empresa. Este concepto deriva de la teoría de Schumpeter. El emprendimiento es un concepto funcional más que estático. Gartner propone estudiar el comportamiento de los emprendedores basándose en las siguientes cuestiones (Ripsas, 1998): - ¿Qué tipo de actividades realiza un emprendedor? - ¿Con quién debe trabajar? - ¿Dónde empieza el emprendedor? - ¿De dónde vienen las ideas? - ¿Cómo y dónde trata sus ideas? Garnter dedica más de 30 años a la investigación en emprendimiento y su teoría se centra en el comportamiento de los emprendedores durante la creación de sus empresas.

Es así que Garnter, defiende que existe una gran diversidad de emprendedores, muchos tipos de nuevas empresas, múltiples formas que los emprendedores adoptan para lanzar sus iniciativas emprendedoras, e innumerables situaciones en las que la actividad emprendedora tiene lugar. Una frase que suele mencionar Gartner en sus conferencias ilustra claramente su visión: “Siempre empezamos con individuos únicos, en circunstancias únicas, realizando actividades únicas para iniciar nuevos negocios únicos. No existe un emprendedor promedio. (Gartner, 2008)”

Por otra parte, Peter Drucker al igual que Schumpeter en sus orígenes, relaciona los dos conceptos de la sociedad emprendedora: la iniciativa y la innovación. Para Drucker

(1997), la innovación es la herramienta específica de los emprendedores; el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Drucker define el emprendimiento como “el proceso de obtención de beneficios de nuevas combinaciones únicas y valiosas de recursos en un entorno incierto y ambiguo”.

Para Drucker (1985), no es un emprendedor innovador el que repite lo que se ha hecho ya otras veces. No es emprendedor, aunque el nuevo negocio represente una nueva aventura comercial. La innovación y el emprendedor, se infiere son necesarios para la sociedad tanto como para la economía. Precisamente porque la innovación y la iniciativa emprendedora innovadora se aplican paso a paso, porque no son planificados sino enfocados en esa oportunidad y en aquella necesidad. Porque se hacen como pruebas y desaparecerán si no producen los resultados esperados y necesarios.

En lo anterior, en otras palabras, son pragmáticos más que dogmáticos, y modestos en vez de grandiosos. Sólo prometen mantener en funcionamiento una sociedad, una economía, una industria, un servicio, un negocio flexible y son capaces de renovarse

De ahí que los emprendedores son individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocio, unen y coordinan nuevas combinaciones de recursos para así extraer el mayor beneficio de sus innovaciones en un entorno incierto.

El emprendedor se caracteriza por su bajo nivel de aversión al riesgo. Para Schumpeter (1942), los emprendedores son líderes y los principales contribuidores al proceso de destrucción creativa, característica esencial del capitalismo. McClelland (1961) encuentra que las características del emprendedor son, por una parte, un tipo especial de comportamiento, y por otra, un interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo. Davids (1963) basa sus estudios en la definición del emprendedor como el creador de un nuevo negocio. Draheim (1972) basa sus estudios en la

definición de la actividad emprendedora como el acto de creación de una nueva empresa donde ninguna existía antes.

Por eso, define al emprendedor como la persona que crea una nueva empresa. Utiliza el término para indicar que el fundador tiene una participación en acciones en la compañía y que su intención es crecer y prosperar más allá del estado de auto-empleado.

Atendiendo a la mirada del premio Nobel Hayek (1979) éste pone de manifiesto el papel del emprendedor como ágil captador y utilizador de información. El emprendedor tiene la habilidad de captar información que le lleva a encontrar oportunidades capaces de generar un beneficio. Brockhaus (1980), define al emprendedor como el principal propietario y gestor de una empresa no empleado por ninguna otra. Hull, Bosley y Udell (1980), definen al emprendedor como la persona que organiza y dirige una empresa asumiendo los riesgos para la obtención de beneficios.

Esta definición se extiende a los individuos que han adquirido una empresa ya existente con la intención de expandirla. Según Casson (1982), el emprendedor toma decisiones sobre la asignación de recursos escasos que son el resultado de un juicio, es decir, que no se trata de una decisión que resulta de una regla basada en la utilización de información disponible y al alcance de todos. La esencia de su planteamiento está en que el resultado de las decisiones depende de quien las toma.

Volviendo a Gartner (1985), define al emprendedor como la persona que “inicia una nueva empresa donde antes no había ninguna”. Para Kirzner (1985), los emprendedores perciben oportunidades de obtención de beneficios e inician acciones para completar las necesidades insatisfechas o para hacer de forma más eficiente lo que ya se está haciendo.

En la perspectiva de Begley y Boyd (1989) formalizan algunas de las ideas de Knight. Algunas características de los emprendedores son esenciales para la creación de nuevas

empresas de éxito. Estas características incluyen la creatividad, la adaptabilidad, el conocimiento tecnológico, la visión de futuro, el liderazgo, los conocimientos organizativos y de gestión, la habilidad de tomar decisiones rápidas y de actuar de manera ágil en entornos cambiantes e inciertos, integridad personal, educación y bagaje cultural.

Actualmente se aplica el término emprendedor a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos para explotar estas oportunidades.

Se explica entonces que el emprendedor es quien descubre la oportunidad, concibe el proyecto y lo pone en práctica. Incluso en las circunstancias más adversas, el emprendedor pone en juego su imaginación y esfuerzo para descubrir oportunidades y transformarlas en negocio.

Por lo tanto, se describe al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. “Quienes aceptan el reto de incorporarse a la categoría de los emprendedores corren dos grandes peligros: uno, el menos grave, es fracasar; el otro, el más grave, es caer en la marginalidad.

Espíritu emprendedor. Aprecia Riquelme (2018) el espíritu emprendedor como:

una peculiaridad inherente al ser humano, que le brinda cualidades y habilidades especiales como; poder de decisión, confianza en sí mismo, autocrítica y autocontrol, humildad, audacia, disposición a enfrentar riesgos, tenacidad para levantarse hasta lograr sus fines, pasión por lo que se hace, positivismo para hacer frente a los problemas, ver el lado bueno de las situaciones y aprender de las malas situaciones, responsabilidad, creatividad, voluntad para todo lo que se propone convertirlo en realidad y otras muchas características que hacen del emprendedor una persona activa y resolutiva frente a las circunstancia que le rodea. Sin embargo, contar con estas

características no son suficiente, ni garantiza el éxito, debe además saber organizar, tener ciertos conocimientos para estructurar y administrar estrategias, conocimientos esenciales y actualizados y elegir adecuadamente sus colaboradores (p.89).

Para Vargas (2017) el concepto de espíritu emprendedor en el mundo moderno está ligado al manejo de empresas y sus negocios, unido a conceptos de innovación y desarrollo. Por lo que comúnmente puede conseguir, se define el espíritu emprendedor como, el conjunto de habilidades, conocimientos, valores y actitudes, que debe reunir un hombre para llevar una empresa al éxito.

Se infiere que el espíritu emprendedor, refiere a una serie de aspectos adquiridos y educables que muestran la forma de desenvolverse, actuar y participar de las personas en una organización existente, en una nueva organización, en proyectos o incluso en situaciones cotidianas de la vida.

5.2 El emprendedor

El emprendedor tiene habilidades y virtudes que lo caracterizan Un emprendedor, manifiesta García (2017), es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios y en base a ello organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial.

Sánchez (2018) asume que suele entenderse que el emprendedor es aquel que se convierte en creador o fundador de una iniciativa de negocios o empresarial, individualmente o que actúa como colaborador en unión a otros individuos ayudando a realizarlo.

En lo anterior, se reconoce que el emprendedor ocupa posiciones en los proyectos empresariales en los que se encarga de dirigir y organizar su nacimiento y posterior vida tras asumir una serie de riesgos, en mayor parte de carácter financiero o económico.

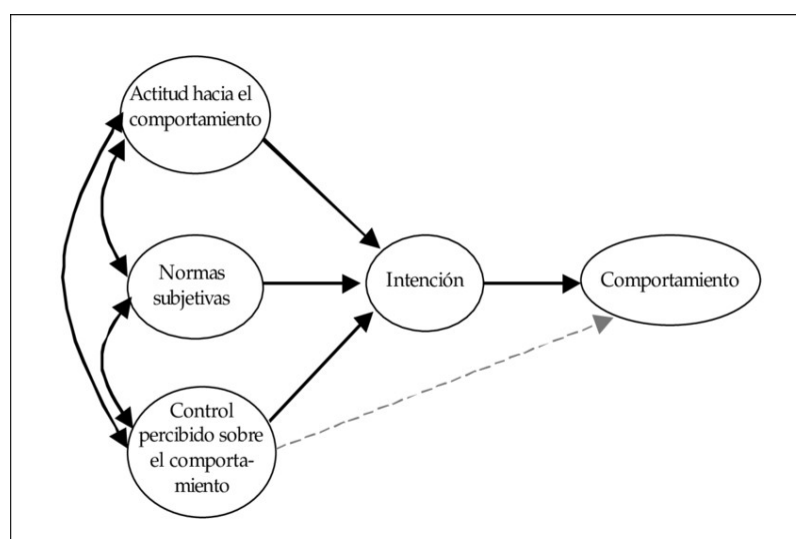
5.2.1 Actuaciones y comportamiento de un emprendedor

Podría definirse el modelo de actuación de un emprendedor de la siguiente manera:

Localiza nuevas oportunidades, mediante el estudio y análisis del mercado y sus cambios. Conoce las actitudes y preferencias del público. Reúne recursos de tipo financiero, tecnológico o humano para poder acometer el nuevo proyecto. Pone en marcha el negocio con determinación y afrontando su posición de responsabilidad, teniendo siempre presente una capacidad de innovación y originalidad. (Mariño, 2015, p68).

Figura 6

Diagrama comportamiento del emprendedor



Nota: Información tomada de Bordieu, (2008).

Se infiere que el emprendedor debe tener la personalidad de un factótum, pues nada quedar por fuera de su mirada y de su acción, atendiendo a un rol que ya lo define Mariño desde la autenticidad, y para ser auténtico, cuánto se requiere fiereza y temperamento fuerte, pero abierto a la escucha, y el trabajo en equipo, pues nada más negativo que emprender desde la verticalidad como ejercicio del emprendimiento.

5.2.2 Características de un emprendedor

Son las diversas características, las que pueden ayudar a definir el carácter o perfil de un emprendedor, como la creatividad, la capacidad de actuación bajo riesgo y el liderazgo. Para que una persona tenga la capacidad de emprender e iniciar un proyecto, debe afrontar los

nuevos retos propios de esta posición ayudándose de energía y entusiasmo (Vargas, 2017, p.67). De esta forma, las diferentes actividades, funciones y tareas relativas a su posición podrán ser llevadas a cabo, especialmente en las primeras etapas del negocio, cuando se dice que está en situación de startup.

En lo precedente, se analiza que la capacidad de innovación que debe poseer un individuo innovador debe suponer que este es hábil a la hora de lograr diferenciarse del resto de competidores del mercado. Por lo que ser único y novedoso en un sector puede ser una buena manera de comenzar un proyecto empresarial y dar un empujón inicial a una idea, tal y como se estudia en campos como el marketing.

5.2.3 *Cualidades del emprendedor*

Ser emprendedor es mucho más que tener una idea innovadora para desarrollar. Hay una serie de cualidades que se deben adquirir para que ese proyecto pueda llegar a buen puerto. Los expertos de distintas disciplinas han abordado la cuestión para establecer cuáles son y en qué consisten esas cualidades clave del emprendimiento.

Es importante conocer estas características para orientar la formación de quienes pretenden abrirse camino en el complejo mundo empresarial.

5.2.4 *La personalidad del emprendedor*

Un primer acercamiento lo puede aportar la psicología, que ha abordado las características que suelen estar presentes en la personalidad de los emprendedores. Se ha estudiado la disposición a asumir riesgos, el locus de control interno, la autoeficacia general y la proactividad, según Vázquez (2009) desde:

1. Disposición a asumir riesgos. Esta cualidad se define como la preferencia por las situaciones que pueden aportar recompensas cuando se alcanza el éxito, aunque existan perjuicios importantes en caso de fracaso.

El riesgo no es problema, ya que es un factor intrínseco a la creación de un nuevo negocio. Esto no significa que los emprendedores sean temerarios o imprudentes. Los pasos que dan se calculan teniendo en cuenta esos riesgos, que se deben estudiar minuciosamente.

Los dos tipos de riesgo a los que se enfrentan los emprendedores al crear su empresa se han denominado ‘hundir el barco’ y ‘perder el barco’.

Hundir el barco: se refiere a lo que puede ocurrir si la idea de negocio no fructifica. Puede deberse a que el proyecto empresarial es pobre, a una mala planificación, a que el mercado ya esté saturado, a precios inadecuados o a que las políticas de mercadeo y distribución sean inadecuadas.

Perder el barco: es el miedo a perder la oportunidad de aprovechar un momento. Sucede cuando el emprendedor retrasa demasiado la creación de la empresa y los competidores se anticipan o el mercado cambia. Esa buena oportunidad se puede perder por lo que se conoce como ‘la parálisis por el análisis’, es decir, por dedicar demasiado tiempo a estudios de mercado y otras investigaciones comerciales.

2. ‘Locus’ de control interno. El concepto de locus de control hace referencia al grado en el que alguien considera que el éxito o el fracaso dependen de sí mismo. En latín, locus significa lugar y, en este caso, se trata del lugar en el que una persona sitúa el control de una situación.

El locus de control es externo hace referencia cuando las consecuencias, positivas o negativas, no tienen relación con la propia conducta. Se deben al azar, la suerte o elementos ajenos. Pero los emprendedores ven su vida de otra manera.

Las investigaciones han encontrado que los emprendedores se diferencian de las personas que trabajan por cuenta ajena en que su locus de control es más interno. Esto supone que perciben los sucesos como algo relacionado con sus características personales o con sus acciones.

El locus de control interno también se ha relacionado con la disposición a asumir riesgos, la característica comentada anteriormente. En concreto, se ha visto que las personas que se sienten responsables de las consecuencias subestiman la probabilidad de fracasar. Esto aumenta su tendencia a elegir opciones más arriesgadas. Sin embargo, a medida que se adquieren experiencias, los emprendedores pueden ir modificando esa predisposición.

3. Autoeficacia general. Este concepto pertenece a la Teoría Social Cognitiva y se refiere a las capacidades para organizar y ejecutar acciones con las que gestionar futuras situaciones. Las personas pueden tener distintas creencias sobre su eficacia en diferentes ámbitos, pero los emprendedores suelen entender la autoeficacia como un rasgo general de su personalidad.

En este sentido, la autoeficacia hace referencia a la confianza en la destreza propia para afrontar distintos retos. Es un rasgo estable y muy general. Los emprendedores con una alta autoeficacia se sienten más seguros y se implican más en las tareas cuyo éxito les aporta mayor reconocimiento. Se consideran capaces de alcanzar esos logros en mayor medida que quienes no disponen de ese rasgo. La autoeficacia evita el temor al riesgo y hace que los emprendedores se centren en los beneficios que presentan las oportunidades.

4. Iniciativa o proactividad. La proactividad es una característica personal que también define a los emprendedores. Se entiende que una persona es proactiva cuando actúa, anticipándose a los problemas. Es lo contrario a la reactividad, que es una respuesta que se da como una reacción a un suceso.

En las conductas de los emprendedores se pueden encontrar algunas evidencias de esta actitud proactiva. Buscan nuevas oportunidades constantemente, aunque no estén relacionadas con su modelo de negocio, logran sacar adelante su proyecto de negocio superando los obstáculos, lanzan nuevos productos o servicios anticipándose a la competencia, establecen estrategias para eliminar procedimientos que pueden llegar a dañar

el negocio. Además, las personas con iniciativa se caracterizan por disponer de, al menos, estas cinco características: Son consistentes con la misión de su empresa o negocio. Tienen una visión a largo plazo. Se centran en desarrollar acciones y se dirigen hacia objetivos. Persisten cuando se enfrentan a contratiempos. Actúan por sí mismos.

5.2.5 Competencias prácticas de los emprendedores

Además de la psicología, en el ámbito de la formación empresarial se han establecido unas características generales que definen a los emprendedores de éxito. Según Murgas (2001) estas son:

1. Utilizar la investigación. Es la tendencia a buscar datos reales que permitan dar soluciones a los problemas. Los buenos emprendedores aprovechan las investigaciones, en especial, las que sirven para desarrollar sus capacidades.

2. Aprovechar las oportunidades. Los emprendedores están pendientes de aquellos retos que pueden surgir, no solo de sus propios proyectos. Saber identificar las oportunidades es una cualidad útil si luego se aprovechan.

3. Ser resilientes. Tener la capacidad de resistir las adversidades sin sufrir daños es un gran paso para poder superarlas. Además, es una actitud que aporta fortaleza ante los futuros problemas.

4. Tener una visión global. Una visión holística permite tener en consideración todos los factores que rodean al negocio. Esta perspectiva ofrece más información y sirve para alertar sobre posibles riesgos.

5. Ser adaptativos. La capacidad de adaptarse a los cambios asegura la supervivencia. La idea inicial del negocio puede ir mejorándose a medida que se pone en práctica. El emprendedor debe ser flexible para saber adaptarse a un entorno cambiante.

6. Saber comunicarse. La comunicación es vital para el éxito. Es necesario saber transmitir a los socios, colaboradores, empleados, proveedores o clientes. Ser didáctico, claro y persuasivo son cualidades que ayudan a la buena comunicación.

7. Aplicar el pensamiento crítico. Un rasgo esencial del buen emprendedor. Las cosas no se hacen porque sí ni por seguir una tradición, hay que analizar las razones y encontrar la mejor manera de solucionar los problemas. No está de más cuestionarse a uno mismo y practicar la autocrítica.

8. Actuar de forma ética. No todo vale para alcanzar un fin. Los proyectos deben construirse de forma sólida, transmitiendo confianza a todos los implicados. Es importante mostrar un comportamiento ético y de respeto desde el primer momento.

9. Tener capacidad de negociación. Un buen emprendedor debe saber desenvolverse en las negociaciones para alcanzar acuerdos. Esto afecta a la plantilla y socios, pero también a todos los agentes externos al negocio.

10. Tener liderazgo. Otro rasgo que se puede potenciar, adquirir y mejorar es el de liderazgo. Es una de las características más importantes, porque sirve tanto para organizar el trabajo como para dirigir a los trabajadores.

El liderazgo no es una cualidad uniforme. Hay diversos estilos de liderazgo y algunos son más útiles que otros. Algunos de los tipos de liderazgo más conocidos y utilizados son el liderazgo autocrático, el delegativo o laissez-faire, el transaccional, el democrático o el transformacional.

Cada tipo de liderazgo tiene sus ventajas y sus inconvenientes. El buen emprendedor debe adoptar el estilo que mejor se adapte a su modelo de negocio, pero sin olvidar sus propias características personales.

11. Fomentar el espíritu de equipo. El negocio no puede crecer sin un equipo cohesionado. La capacidad de ser líder no sirve de nada si no se logra organizar el trabajo de la plantilla y debe hacerse de una forma en la que todos se sientan útiles.

12. Saber gestionar. “Un buen emprendedor debe ser un buen gestor. Es importante gestionar el tiempo, el espacio de trabajo, las prioridades de actuación y el equipo humano antes mencionado (Sabino, 2001, p.86).”

5.3 El emprendimiento en la escuela

La escuela no puede estar ajena a las nuevas maneras de ver el progreso. En la actualidad, y dado el auge de nuevas tendencias en el campo educativo, surge la escuela denominada Formación para el emprendimiento (FPE). Ella es relevante dado que obra un contexto nada favorable para el trabajo. En este contexto y dadas las condiciones actuales de desempleo y exclusión, que en gran parte se deben a la baja formación para el trabajo y el poco desarrollo de capacidades para motivar la generación alternativas de autoempleo, la FPE, como lo manifiesta Ferreyra (2010) no es una coyuntura, sino una oportunidad para superar estas condiciones, pues desde la formación escolar se puede proveer al sujeto de herramientas que conduzcan al liderazgo para la generación de opciones de vida.

Es así que, prosigue Ferreyra, la educación cobra mayor relevancia para la formación de un individuo integral, es decir, que contemple llevarlo y orientarlo en función de unos conocimientos, habilidades y actitudes, de un saber ser y saber hacer y su proyección, considerando como insumo de dicha formación el entorno actual y cambiante en el cual está inmerso, y con análisis crítico de las tendencias actuales, que indican que las oportunidades, en especial para los jóvenes, son cada vez más reducidas.

Y, más cuando el emprendimiento cobra fuerza en la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) “formar una conciencia educativa para el esfuerzo y el trabajo” (p.4); y así mismo, la Ley 1014 de enero de 2006, prescribe el fomento de una cultura del

emprendimiento en todos los estamentos educativos del país, con el fin de promover el espíritu emprendedor y trabajar conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución.

Bajo el marco de este contexto legal, que es mandato, se piensa en una propuesta educativa que fomente el desarrollo del espíritu emprendedor en los estudiantes, con capacidad para orientar cambios de actitud, en la perspectiva de afrontar nuevos retos, y con habilidades para manejar situaciones desde el análisis de su realidad contextual.

Es por lo anterior, que se hace necesario formar un individuo con otra visión, preparado para afrontar y aprovechar las oportunidades que el entorno le ofrece, capaz de hacer lectura de las problemáticas que a diario se presentan y convertirlas en oportunidades reales para su crecimiento personal y colectivo. Por eso, frente al tema, El MEN señala:

“...La disposición personal a actuar de forma proactiva frente a cualquier situación de la vida. Esta actitud genera ideas innovadoras que pueden materializarse en proyectos o alternativas para la satisfacción necesidades y solución de problemáticas. Así mismo, propicia el crecimiento y la mejora permanente del proyecto de vida...y esta actitud emprendedora se hace realidad cuando los niños, las niñas y jóvenes adquieren, entre otras, determinadas maneras de pensar, sentir y actuar (Guía 39, 2011, p. 13)”

Por otra parte, el perfil del emprendedor en el nivel de educación media, los estudiantes tienen un mayor número de actitudes relacionadas con la capacidad para asumir riesgos, visión de futuro y de autorregulación; sin embargo, en las habilidades del pensamiento flexible, el uso de herramientas tecnológicas y la materialización de ideas en proyectos, son aspectos menos desarrollados (Velázquez y Guarnizo, 2013, p. 17)

- **Estrategias pedagógicas.**

La pedagogía se vale de estrategias y acciones, para el desarrollo de las competencias de los estudiantes, en cualquiera de las áreas del conocimiento; y el emprendimiento no habría

de ser ajeno a ellas, como se observa, en la necesidad de una pedagogía por proyectos (PPP), en la formación de un escolar en emprendimiento

Quienes se refieren a los orígenes del método por proyectos. Expresa González (2006) ubican a Jhon Dewey como su inspirador, ya William Kilpatrick, en la posterior materialización de la propuesta; el primero como un planteamiento más filosófico de la educación, y el segundo en una perspectiva metodológica.

La pedagogía por proyectos (PPP), que ha sido experimentada en diversos campos disciplinarios del conocimiento es considerada una estrategia didáctica, prosigue González que permite transformar el sistema rígido y habitual de la educación, posicionando a los actores educativos, que se involucran desde un rol diferente, dado que se horizontalizan sus relaciones e interacciones para la búsqueda de unos fines pedagógicos.

La relevancia de la PPP, recuerdan Hernández y Ventura (1998) posibilita una formación centrada en el estudiante, en la medida en que este, gracias a la motivación y la generación de ambientes de aprendizaje promovidos con el maestro, que desarrolla capacidades críticas para cuestionar e interrogar situaciones que movilicen procesos de formación y aprendizaje significativo, en el que la pregunta y su posterior exploración enlazan acciones para la generación de propuestas que en últimas desarrollan aprendizajes individuales y colectivos.

Por otra parte, la estrategia por proyectos está cimentada en principios, que le aseguran una fundamentación filosófico-epistemológica, y que se expresan en seis principios:

Autenticidad. Se basa en un problema o una pregunta importante para el estudiante frente a lo que puede encontrar en el desempeño de un trabajo que les pueda ofrecer oportunidades de producir (Freire, 2009, p.24) Cob y Bower (1999, cit. en Ventura y Hernández, 2008) señalan que la autenticidad tiene que ver con el aprendizaje situado, para el cual se identifican las posibilidades que ofrece el contexto para generar entornos de

aprendizaje; así, “el contexto en el que una persona aprende, tiene un papel fundamental en aquello que aprende (p.13)”.

Rigor académico. El estudiante debe adquirir, aplicar y utilizar métodos para la indagación y conocimiento relacionado con una o más asignaturas, estimulando al estudiante a hacer búsquedas basadas en evidencias y permitiéndole desarrollar habilidades de pensamiento de orden superior; en este sentido, cabe señalar que el proceso debe involucrar elementos como la reflexión permanente sobre lo que se hace, en la exigencia de Freire, “la reflexión crítica sobre la práctica se torna una exigencia de la relación teoría/practica, sin la cual la teoría puede convertirse en palabrería y la práctica en activismo”(2009, p. 24).

Aplicación del aprendizaje. Enfocado, manifiesta, Hernández (1998) hacia la solución de un problema relacionado con la vida y el trabajo, a partir del cual recuerda Hernández, el estudiante pueda diseñar un producto en el que proyecte sus habilidades organizativas y de trabajo en equipo

Exploración activa. Condición que expone al estudiante y a su equipo frente a una situación continua de pregunta, frente a la necesidad de establecer un proceso de trabajo organizado, la búsqueda constante de medios y una guía que oriente el trabajo. Como lo propone Calero:

para alcanzar aprendizajes sin límites es necesario que el problema identificado estimule el pensamiento reflexivo, tenga importancia y valor educativo, despierte suficiente curiosidad, sea real, se enuncie en lenguaje claro y comprensible, se refiera a situaciones que se han estado dando con anterioridad y se proyecte luego a nuevas situaciones (2009, p. 74).

Interacción con los adultos. Desde este principio se considera el adulto, precisa Hernández (2009) como el docente u otro miembro de la comunidad educativa que asume un

papel de co-equipero; se infiere que trabajar en este sentido permite valorar la experiencia para el diseño, puesta en marcha y fortalecimiento del proyecto.

Evaluación del proceso. Resultaría irrelevante una propuesta pedagógica que no valorara sus procesos, por eso se hace necesaria esta valoración durante el proceso y al finalizar el proyecto con la obtención de un producto; pero como lo reconoce Hernández (2009), los aprendizajes deben estar enmarcados en unos criterios que han sido construidos junto con los estudiantes.

6. Marco conceptual

El marco conceptual de este estudio es una sección de un texto escrito en el ámbito académico que detalla, conceptos, argumentos e ideas que se han desarrollado en relación con un tema del emprendimiento. El marco conceptual se orientó en general a definir términos y vocablos o entidades lingüísticas, describir sus características y explicar posibles procesos asociados a él, que aclaran las proposiciones teóricas.

6.1 Competencias

Las competencias son aquellas habilidades, capacidades y conocimientos que una persona tiene para cumplir eficientemente determinada tarea.

Las competencias son características que capacitan a alguien en un determinado campo. No solo incluyen aptitudes teóricas, sino también definen el pensamiento, el carácter, los valores y el buen manejo de las situaciones problemáticas.

6.1.1 Competencias duras

Son todas aquellas competencias vinculadas directamente con las tareas realizadas. Son los conocimientos y habilidades sobre un tema en específico que permiten que el trabajador desempeñe su puesto. Por otro lado, las habilidades blandas están asociadas al

comportamiento de la persona, su desempeño social, liderazgo y manejo emocional. (Sánchez, 2009, p78)

6.1.2 Competencias blandas

Vienen incluidas con lo que es la habilidad para comunicarse, de trabajar en equipo, de adaptarse a los cambios, liderazgo, resolución de problemas e incluso la capacidad de gestionar bien el tiempo.

Entre ellas se encuentran también: empatía, sociabilidad, facilidad de comunicación, escucha activa, trabajo en equipo, adaptación al cambio, capacidad para resolver problemas, tolerancia a la presión, asertividad (Vargas, 2008, p.56)

6.2. Otros conceptos

- **Holística:** La holística considera cada sistema como un todo en que sus partes se encuentran integradas. El estudio de cada una de las partes de un todo no puede explicar cómo funciona el sistema de manera global. Un sistema es mucho más que la simple suma de las partes, por eso es que este método de estudio considera el sinergismo de las partes como importante y no la individualidad de las mismas.
- **Innovación:** La innovación se asocia a la creatividad. Se trata de un cambio o de una modificación que supone la creación o la puesta en marcha de algo novedoso. De esta manera, la innovación también aparece vinculada al progreso. La innovación representa todas aquellas transformaciones que introducen originalidad y novedad, suele desarrollarse con mayor frecuencia en el contexto económico, sobre todo cuando las empresas implementan nuevos productos o servicios que llegan a ser exitosos dentro del mercado, prevaleciendo en él a través de la publicidad.
- **Liderazgo:** El liderazgo es un conjunto de habilidades que hacen que una persona sea apta para ejercer tareas como líder. Se pueden liderar no solo tareas, sino también ideologías o pueden ser un modelo en los que muchos se inspiren por sus labores.

Generalmente, un líder tiene la capacidad de motivar a la gente porque tiene características emocionales que generan empatía en sus seguidores.

- **Marketing:** Se conoce como marketing (del inglés market, “mercado”) o mercadotecnia al conjunto de procesos e instituciones que permiten crear, comunicar y entregar ofertas de intercambio de bienes y servicios, las cuales tienen un valor para clientes, empresas y la sociedad en general.
- **Negocio:** Un negocio se puede definir como un método o forma de obtener dinero a cambio de productos, servicios, o cualquier actividad que se quiera desarrollar. En síntesis, todo negocio consiste en una transacción mediante la cual dos o más partes intercambian bienes y servicios por un precio determinado o determinable.
- **Proceso:** Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema. El concepto puede emplearse en una amplia variedad de contextos, como por ejemplo en el ámbito jurídico, en el de la informática o en el de la empresa. Es importante en este sentido hacer hincapié que los procesos son ante todo procedimientos diseñados para servicio del hombre en alguna medida, como una forma determinada de accionar.
- **Producto:** Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos. La palabra producto deriva del latín productus y posee diferentes significados según el área en el cual se emplee. Los productos son todos aquellos objetos u artefactos, fabricados en industrias, empresas siguiendo una línea de producción o de manera artesanal por las personas.

- **Riesgo:** Riesgo es una posibilidad de que algo desagradable acontezca. Se asocia generalmente a una decisión que conlleva a una exposición o a un tipo de peligro. Riesgo es sinónimo de peligro, azar, fortuna, eventualidad y antónimo de seguridad, confianza, certeza. Las situaciones de riesgo son aquellas decisiones que llevan a situaciones de peligro. Los factores de riesgo son todas las cosas que hacen aumentar la probabilidad de dañar los puntos más vulnerables de un sistema, ya sea de negocios o de una enfermedad. Los factores que componen el riesgo son la amenaza y la vulnerabilidad. La capacidad de superar la amenaza y la vulnerabilidad se llama resiliencia.
- **Startup:** Término utilizado para definir a aquellas empresas que se encuentran en edad temprana o nueva creación y presentan grandes posibilidades de crecimiento. A diferencia de una Pyme, una startup se caracteriza por ser un negocio escalable y crecer de una forma mucho más rápida y eficiente (Regueros, 2008, p.80)

7. Marco legal

El emprendimiento tiene una base legal, en las disposiciones dispuestas como política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas, reconocidas en la ley 1014 de 2006 de enero 26.

7.1 Ley Marco: 1014 de 2006 ley 1014 de 2006 (enero 26) de fomento a la cultura del emprendimiento

Esta ley tiene entre sus consideraciones las siguientes:

Artículo 2º. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las

cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

7.2 La legalidad del emprendimiento y el PEI

El Proyecto Educativo Institucional, fundamento para la incorporación de la cátedra de emprendimiento, considerando que de acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional, en el decreto 180 de 1997, el Proyecto Educativo Institucional (PEI) es “La estrategia fundamental, ordenada por la ley 115 de 1994, para propiciar la transformación de las instituciones como ejes de desarrollo y mejoramiento de la calidad educativa”, el PEI permite la organización escolar y facilita la adaptación de estrategias para mejorar el servicio educativo.

Atendiendo a Alvarado (2005), “Su plan de acción, se concreta en una serie de proyectos, coherentes y realistas, que ayudan a conseguir los grandes objetivos del centro educativo” (p. 60). De allí que contenga todos los aspectos concernientes a la planeación y organización pedagógicas, que incluyen planes y programas, además de proyectos que desarrolle la institución.

En este plan de acción concurren los currículos de las áreas, sus contenidos y actividades, constituyéndose en un documento vital para encontrar la estructura de la cátedra de emprendimiento en una institución educativa, y su construcción para generar una cultura del emprendimiento en el contexto escolar.

Lo precedente lleva a las instituciones educativas actualizar anualmente los avances y cambios que se le hagan a su PEI; estos procesos se deben llevar a cabo a través de las Direcciones Locales de Educación, que reciben los documentos y registran los cambios tanto en la planta docente como en horarios, currículos, actividades y organización general, registrados en el PEI de cada colegio público y privado.

Por otra parte, el artículo 14 del decreto 1860 de 1994, todos los colegios deben crear y ejecutar, con la ayuda de la comunidad educativa, un proyecto educativo institucional que exprese la manera de obtener los fines de la educación dados por la ley, estimando las condiciones sociales, económicas y culturales de su entorno particular.

Es allí donde el emprendimiento llega a los currículos de los colegios como alternativa para dar solución a condiciones particulares de las instituciones educativas.

Manifiesta De Zubiría (2010), “En las instituciones de mayor calidad, los maestros han participado activamente en la elaboración del PEI y éste ha sido leído y discutido. En las instituciones de menor calidad, o no existe el PEI o existe tan sólo como requisito formal para ser mostrado a los supervisores del MEN cuando lo requieren” (p. 45).

La organización de la comunidad educativa alrededor de los cambios realizados en el PEI para incorporar la cátedra de emprendimiento podría ser un indicador de mejoramiento en la calidad de educación ofrecida a los estudiantes en media. Esto siempre y cuando exista un nivel de participación activa de cada estamento para hacer del PEI un dinamizador del emprendimiento en las instituciones.

La creación de currículos dentro del marco de un PEI que dieran respuesta a la ley 1014, y a la articulación de la educación media con la superior, constituye la plataforma de adopción de la cátedra de emprendimiento de hoy en día. De aquí que sea tan importante reconocer el papel del currículo como indicador de cambios en la incorporación de la cátedra.

Por otra parte decreto 1192 de 2009 (Abril 03), por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones, expresa, en el artículo 2, inciso 2, que en la red nacional de emprendimiento (RNE) con posterioridad a la entrada en vigencia del presente decreto, se discutirá y aprobará (i) el Documento de la Política Nacional de Emprendimiento, (ii) el Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo Integral de la Cultura para el Emprendimiento, (iii) el Reglamento Interno de la RNE y (iv) los demás temas que los delegados consideren pertinentes para dar cumplimiento al objeto y funciones de la RNE señalados en los artículos 7° y 8° de la Ley 1014 de 2006.

8. Metodología

En este capítulo del estudio se estableció la metodología de la investigación que se encargó de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se debieron seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para alcanzar los constructos propuestos en los objetivos.

8.1 Tipo de investigación y enfoque

La presente investigación correspondió a un diseño cualitativo, tipo descriptivo, ya que está orientada a indagar las estrategias que implementa el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis para promover el emprendimiento, describiendo las características de éstas, sin profundizar en las causas.

Los rasgos de la investigación cualitativa, según lo señala (Flick, 1998, p.5) son los siguientes:

El objetivo de la investigación es más descubrir lo nuevo y desarrollar teorías fundamentadas empíricamente, que verificar teorías ya conocidas. La validez de la

investigación se evalúa con referencia a aquello que se quiere estudiar. De igual manera, la consigna central de la investigación cualitativa reposa en el origen de los resultados en el material empírico y en la apropiada elección y aplicación de métodos al objeto de estudio.

Por otra parte, el enfoque cualitativo 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, explorar, investigar asumiendo una posición subjetiva.

Para el análisis de la investigación cualitativa, el investigador estableció 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.

Para identificar las estrategias pedagógicas implementadas por el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, se realizó un estudio, enmarcado en categorías de análisis de los documentos e información de los participantes, desde la perspectiva del análisis hermenéutico.

Figura 7

Características de la investigación cualitativa



- **Estudios cualitativos y la hermenéutica.** El pensador Almorín (2000) define La Hermenéutica tomando como base los postulados de Gadamer y la crítica que este autor hace

a autores previos que no distinguieron la determinación histórica del hermeneuta mismo. Por principio aborda el significado del término Comprender, que es indispensable para la hermenéutica misma y que el autor Ignacio R. Rojas Crotte refiere a tres notas:

Primera: el comprender entraña tres momentos: uno tiene que ver con el “entender” (que remite al éxito ilocucionario explicado por Habermas en el pensamiento postmetafísico), el siguiente con el “interpretar” (más propiamente “explicar”, según una referencia del mismo Almorín), y el tercero, con el “aplicar”, y remite a Gadamer, quien a su vez lo toma de la Hermenéutica clásica.

Segunda: el comprender implica que: a) se da un cambio tanto en la conciencia que comprende como en lo que es comprendido, y b) participa toda la formación histórica del sujeto.

Tercera: el comprender es esencia del ser humano; se da de una manera dialéctica en su relación con el medio. Una vez precisado el concepto de Comprender, Almorín hace una aproximación a la definición disciplinaria de la Hermenéutica a través de la representación de ésta como, sucesivamente, filosofía, antropología, Filosofía del Lenguaje, Filosofía de la Historicidad, Ontología, Razón Práctica, Arte de la interpretación, Reflexión Crítica y Teoría de la Verdad.

Van apareciendo respectivamente, pues, rasgos de la Hermenéutica como: una teoría y praxis de la interpretación; que es inherente del ser humano en la determinación histórica de éste; que es específicamente lingüística, relativa a la comunicación y al consenso; que está consciente de la problemática de la interpretación actual de lo que está en el pasado; que reflexiona sobre sus propias interpretaciones y acepta el ser como lingüístico, como pensamiento que reflexiona sobre sí mismo; se remite a la práctica, a la experiencia, la interpretación se dirige inexorablemente a la aplicación en la vida práctica; implica un arte de interpretar porque se acerca al concepto de ars inveniendi evocado por Theodor Adorno, no

se ciñe al análisis de expresiones de significados, de sentido, de tales expresiones, que se recogen de los hablantes, pues son sus expresiones, las que permitirán al oyente que dirige el estudio, saber lo que piensa el hablante

Entonces la comprensión, en segundo lugar, exige ser racionalmente comunicativa; Teoría y Método se enlazan, se asemejan: Las categorías de la Teoría de la Acción aparecen con toda nitidez en la racionalidad de la comprensión, la interpretación debe, de esta manera, asumirse como una oferta discursiva que se basa en la comprensión ampliada por mor de la Teoría y de la competencia comunicativa del intérprete, cuya labor hermenéutica se sujeta a las condiciones de la acción comunicativa (Cfr. Habermas, 2000 T I: 153-191).

Se propone, a diferencia de Almorín y de Habermas, un concepto de hermenéutica alejado de los textos de Almorín y Gadamer, en el sentido de que no es propiamente filosófico, tampoco es el método de las ciencias sociales que imagina Habermas, ya que coincidimos con la máxima comtiana acerca de la existencia de un método específico por cada una de las investigaciones, lo que impide la generalización de procedimientos étápicos.

Se trata, así, de un procedimiento más cercano a la concepción de procedimientos que, en efecto, van validándose con la práctica de investigación, y que apoyan la tarea de la Teoría en la ciencia, que es dar cuenta de sus objetos de estudio con la utilización de técnicas cualitativas que producen textos.

La hermenéutica, de esta forma, sería un recurso científico orientado a la comprensión de actos de habla, de la acción social cifrada en la denominación genérica de textos. En este tenor, tanto la elección del Marco teórico como el camino de la problematización, la elección de técnicas y procedimientos, contextos; en fin, las decisiones tomadas en el curso de la investigación constituyen realmente el método de la investigación, mientras que las propuestas de aplicación de la hermenéutica, que se tratan aquí, remiten a un plano específicamente técnico.

Figura 8

Circulo hermenéutico para la interpretación del texto en estudios cualitativos



Nota: Stevenson B. (2001) Investigación y diagramas. Madrid: Anagrama

No se trata, entonces, de la aplicación de las prescripciones teóricas relativas a la Acción Comunicativa a los actos de habla, sino de la consignación de actos de habla (empiría) de su procesamiento hermenéutico en diálogo entre empiria y teoría (que, por cierto, está fuertemente cargada de elementos pragmáticos) utilizando los elementos propios de la hermenéutica.

- **Documentos de análisis y actos del habla.** En este caso, documentos tales como el currículo de la cátedra de emprendimiento, el PEI institucional y las experiencias de los actores en la gestión educativa del emprendimiento en la institución como participantes en la investigación,

Además del análisis documental se realizaron entrevistas al rector, coordinadores y docentes de emprendimiento, para a través de ellas realizar la interpretación hermenéutica

8.2 Población

La población objetivo responde a los profesores, y directivos como rector y coordinadores del Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, de los cuales, entre directivos y docentes se extrajo una muestra de veinticinco (25).

8.3 Revisión documental

Se hizo una lectura minuciosa de los diferentes documentos formales que el investigador busca y analiza sobre el campo de su investigación, para evidenciar la implementación del emprendimiento en la institución educativa.

Así pues, para el desarrollo de este proyecto se realizó una lectura y análisis de los siguientes documentos del colegio Humberto Gómez Nigrinis: a) PEI: en este documento se abarco todo lo relacionado al horizonte institucional del colegio como lo es la misión, visión y principios; así mismo, comprendimos los objetivos y fundamentos institucionales, los valores que rigen en el colegio, y una lectura de contextualización sobre la historia de éste. Y la implementación del área de emprendimiento b) PLAN DE ESTUDIOS: Se realizó una lectura minuciosa, en donde se evidencian los logros que deben cumplir respecto a cada área, y cómo funcionará dentro del plan de estudios el emprendimiento.

8.4 Diseño de Instrumentos para la recolección de información

Para la recolección de información se diseñó un instrumento para realizar una entrevista estructurada (ver anexo), con guía al rector, coordinador y a docentes del Colegio, Técnico Humberto Gómez Nigrinis, teniendo en cuenta las categorías establecidas, permitiendo de esta manera visualizar los diferentes puntos de vista de los agentes educativos acerca del emprendimiento en la institución.

8.5 Definición de categorías o campos de análisis

Para una adecuada recolección de información se establecieron categorías, estas permiten desarrollar la investigación de manera organizada y sistemática.

Las categorías se presentan de estas miradas: 1. Concepciones de emprendimiento
2. Programas que buscan mejorar la calidad de vida de los estudiantes. 3. Instituciones que fomentan el emprendimiento 4. Proyectos que desarrolla el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, sobre emprendimiento.

Figura 9

Categorías para el análisis hermenéutico del emprendimiento



8.5.1 Análisis de las categorías

Tabla 1

Análisis de las categorías

Preguntas	Respuestas rector y coordinador académico	Respuestas profesores
PREGUNTA 1: Categoría concepto ¿Cuál es la concepción en la institución sobre el emprendimiento?	Rector: El emprendimiento se observa más allá de un simple proyecto... y se ordena teniendo en cuenta el plan de estudios y el PEI, desde unos presupuestos teóricos y prácticos que los asumen	- El emprendimiento en la idea de la institución va más allá de verlo solo como actividad personal para hacer dinero. La meta es el aprendizaje de competencias donde a través de las cuales, el estudiante

Análisis: Desde la concepción del emprendimiento según la ley 1014 de 2006, y la idea universal del espíritu emprendedor, se observa en los entrevistados no se apartan del concepto al reconocerlo por una parte, según la normatividad, en la idea de que “emprendimiento es pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza”, por una parte, y en la noción adoptada por la ONU de que el emprendimiento es el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político y social.	como una empresa para mejorar la calidad de vida como una dinámica económica, política y social. Coordinador académico: El emprendimiento es visto en el colegio Hugoni, como una relación entre la teoría y la práctica, para mejorar la calidad de vida, emprendiendo actividades económicas alternativas.	desarrolle habilidades interpersonales y aquellas que le permitan desempeñarse funcionalmente, estas competencias blandas y duras se corresponden requieren unas de las otras - Se mira el emprendimiento como una herramienta de mejorar la calidad de vida, con una actividad de rendimiento económico individual y social, que debe tener una mirada política, el estado debe apoyarla y mejorarla... - El emprendimiento es una actividad que trasciende la idea de empresa formal, sin dejar de ser económica, crea riqueza y soluciona problemas de carencias económicas - El emprendimiento despierta en los estudiantes sus habilidades de liderazgo para desarrollar empresa nueva, por eso busca la innovación, implica ingenio y creatividad.
Pregunta 2: Categoría programas? ¿Qué programas se han implementado para mejorar la calidad de vida de los estudiantes? Análisis: La habilitación de estos programas, van a influir en los estudiantes para mejorar su calidad de vida una vez se hayan formado profesionalmente para en el mercado laboral, llegar a ser más competitivos en la sociedad con los conocimientos en áreas específicas, que les permitan desenvolverse dentro de su comunidad, con éxito gracias a	Rector: En este sentido, se han consolidado pedagogías que respondan al currículo en formación humana y de valores comunitarios de los educandos. Coordinador académico: Se han implementados programas educativos que fortalezcan en el educando las competencias blandas y duras con el SENA.	- Uno muy relevante de estos programas el programa del Ministerio de Educación, en donde plantean que “La articulación de la educación para el trabajo y el desarrollo humano es posible, tanto hacia la educación media como hacia la educación superior. - El programa “Mi primera empresa”, ha sido una experiencia significativa para los estudiantes. - Se resalta la importancia de los programas que ofrece el SENA en materia de emprendimiento y cómo han enriquecido a los procesos que desarrolla el colegio.

las competencias desarrolladas.		
Pregunta 3: Categoría instituciones ¿Qué instituciones se han vinculado con el colegio para apoyar el emprendimiento? Análisis: Como se observa el colegio ha estado atento a la vinculación de instituciones que apoyen el emprendimiento. Lo negativo es que los programas de estas instituciones sólo son para implementarnos en los grados 10° y 11° de la media, dejando desguarnecidos el Pre-escolar y la Básica primaria, que es necesario que allí, se inicien los semilleros de emprendedores.	Rector: Se han firmado convenios con el SENA, y se encuentra en estudio la vinculación de la Cámara de Comercio Coordinador académico: El SENA y la Universidad Pontificia Bolivariana, han sido decisivos en la vinculación a los proyectos de emprendimiento.	Relevante un convenio que ya camina con la OEI (Organización de estados iberoamericanos), que tienen un programa educativo con participación de entidades educativas y la comunidad alrededor de la institución educativa en materia de emprendimiento También Colombia Emprende, está interesada en trabajar con el colegio en materia de emprendimiento.
Pregunta 4: categoría proyectos ¿Qué proyectos se han implementado en el colegio para apoyar el emprendimiento? Análisis: De los proyectos, hay evidencias del centro de emprendedores, y del encuentro de emprendedores, en los que se nota la participación de toda la comunidad educativa, y agentes externos como lo fueron padres de familia, empresas, entre otros	Rector: Hay varios proyectos caminando como el Centro de Emprendedores: Este centro tiene como función el diálogo de saberes y experiencias para la construcción de proyectos de vida; y la feria del emprendimiento, convocatoria que permite la integración entre estudiantes emprendedores, para socializar, compartir y reconocer experiencias, entre otros Coordinador académico: Tradicional es el certamen de la Feria del emprendimiento, donde se socializan las buenas experiencias emprendedoras de los estudiantes.	- Es muy importante el “Encuentro de emprendedores”, que desarrolla año a año el colegio en el mes de octubre, espacio donde participan los estudiantes de los grados 10° y 11°, donde se seleccionan previamente las mejores iniciativas de emprendimiento y se presentan a la comunidad. - El personal docente ha visto con buenos ojos, el programa “Mi primera empresa”, como experiencia pedagógica significativa institucional.

9. Análisis de resultados

Atendiendo al análisis de las categorías (entrevista estructurada), y la revisión de documentos, la institución educativa, Humberto Gómez Nigrinis, ha respondido a las exigencias de la ley 1014 de 2006, que en su Artículo 13, establece para todos los establecimientos oficiales o privados de educación formal, ofrecer en los niveles de la educación (preescolar, educación básica primaria, educación básica secundaria, y educación media) cumplir con la definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual se ha incorporado al currículo y desarrollado a través de todo el plan de estudios.

Por otra parte en el análisis de las categorías, que responden a la entrevista semiestructura se colige, respecto de la pregunta sobre la concepción que tiene la institución del emprendimiento, hecha a directivas y profesores, se evidenció una relación entre la teoría mencionada anteriormente con la concepción que cada uno de ellos tiene sobre el emprendimiento; ya que dicen que este es el desarrollo de unas competencias y habilidades en donde los estudiantes las ponen en juego para enfrentarse a su contexto, además de tener la capacidad para hacer empresa en el futuro.

En la pregunta sobre la categoría de programas que mejoren la calidad de vida de los estudiantes, los entrevistados dejan evidencia sobre programas que contribuyen directamente en la vida de los estudiantes para mejorar su calidad de vida en cuanto puedan obtener y adquirir la educación superior o técnica fácilmente para así, poder llegar a ser más competitivos en la sociedad teniendo ciertos conocimientos en algún campo específico de desempeño dentro de la comunidad.

En cuanto a la categoría de las instituciones que apoyan el emprendimiento se infiere por las respuestas que dan los entrevistados, que las que se han vinculado al colegio, apoyan

el emprendimiento, pero en la media vocacional, mientras el Pre-escolar, la Básica Primaria y Secundaria, no entran en estos apoyos, cuando sobre estos ciclos se debiera entrar a formalizar programas pues -prácticamente- son los semilleros del emprendimiento.

En la categoría de proyectos que se emprenden en el Colegio Hugoni, las respuestas de los entrevistados, no dejan duda de que se han implementado proyectos como la Feria del Emprendimiento, el Centro de Emprenderos, y Encuentro de emprendedores, donde los estudiantes ponen a prueba sus competencias y habilidades.

9.2 El emprendimiento escolar en la Básica Primaria

Se observó que los conocimientos y los programas responden a habilidades que se buscan desarrollar en los educandos con el emprendimiento, en general, y lo que se ha reconocido como parte de los programas educativos correspondientes a las enseñanzas en primaria del emprendimiento, en el pensamiento de Barrientos (2005) cuando propone que los escolares y estudiantes deberán ser cada vez más capaces de cooperar, trabajar en red, aprender a asumir nuevos papeles, entre otros (competencias sociales).

En lo precedente, se infiere que los programas de emprendimiento en Pre-escolar y Primaria, responden a un principio básico del emprendimiento: para que el niño se haga emprendedor debe despertar su sensibilidad social, pues, la enseñanza plantea “el emprendimiento en la escuela con el objetivo que el alumnado logre unas competencias que le permitan tener una actitud activa de transformación de las ideas en proyectos”. (Sarmiento, p.89, 2005)

Y, continuando con Sarmiento, una persona emprendedora desarrolla a edad temprana e infantil, los valores de sensibilidad que se expresan en liderazgo para persuadir a otros a actuar; al espíritu de equipo, para trabajar conjuntamente proyectos, y solidaridad, para sentir el trabajo de los otros como suyo y respaldarlo.

9.2 El emprendimiento como programa en Básica Secundaria

Se observó que los estudiantes han asumido la capacidad de análisis de sí mismos desde esa mirada de su proyecto de vida, orientándose hacia el emprendimiento empresarial como una de las alternativas en el proyecto de vida, inculcándolo desde una visión de su propio futuro, sus metas, sueños y anhelos, y las estrategias para alcanzarlos,

9.3 El emprendimiento en la Educación Media

Los estudiantes de los grados 10° y 11°, son la respuesta a la formación en la Básica Primaria y Básica Secundaria en el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis. En estos grados de la Media, los programas enfatizan en estrategias pedagógicas para formar jóvenes emprendedores y autogestores, con énfasis en Gestión Empresarial.

Se pudo evidenciar, que estos dos años de la educación Media, son fundamentales para concretar propuestas que puedan convertirse en el sueño emprendedor de los estudiantes, por lo que el colegio se compromete a fondo con el desarrollo de la mentalidad emprendedora e implementa las titulaciones afines con el PEI.

9.4 Estrategias de implementación del emprendimiento

La implementación del Emprendimiento como área de formación, atiende a los ordenamientos legales, a su ajuste en el PEI, y en el plan de estudios, ha tomado una relevante importancia, para estudiantes y docentes, en la institución educativa, Humberto Gómez Nigrinis, no sólo desde lo teórico, sino también de lo pragmático, pues el emprendimiento, busca desarrollar en su mayor parte la creatividad y el ingenio de empresarial que propongan salidas alternativas desde los negocios, a las dificultades económicas y de empleo, sin dejar de lado los valores y las intenciones éticas que deben rodear la práctica de los negocios y la creación del empleo desde las premisas del emprendimiento.

En relación al párrafo antecedente, la institución educativa, en el programa de emprendimiento, planteó las estrategias pedagógicas para promover el emprendimiento,

desde la autogestión, en un enfoque de investigación -acción, para que el estudiante como ser individual y colectivo, indague desde una acción colectiva, sobre situaciones sociales, que como problema pueden ser mejoradas desde el objeto de la racionalidad y la justicia, de prácticas sociales o educativas de emprendimiento, así como su comprensión de estas prácticas y de las situaciones en que éstas tienen lugar.

Se infiere entonces, que son estrategias pedagógicas para el emprendimiento desde la escuela, con el objetivo de que los estudiantes muestren una mayor capacidad para resolver problemas con iniciativa y creatividad y desempeñen un papel más protagónico en la construcción de su propio proyecto de vida como seres individuales y sociales

Las estrategias surgen de la aplicación de la Investigación-Acción, que es la estrategia motor, en la que el alumno se activa, para construir desde su indagación acciones que respondan las necesidades y objetivos de la implementación del emprendimiento; el profesor es tutor y/o entrenador, crea actividades pedagógicas centradas más allá de la institución educativa, que estimulen positivamente el aprendizaje emprendedor, tanto a nivel de conocimiento y actitudes como de habilidades y destrezas en el ámbito del escolar, entorno social y autoestima.

La investigación-acción en el supuesto del enfoque, como estrategia para estimular el emprendimiento en el educando o escolar, además de que temple el espíritu emocional en los educandos, desde los sentimientos, los afectos y los valores morales (competencias blandas), lo prepara para que afronte los aprendizajes y la aprehensión desde el concepto, y lo conduzca a la acción (competencias duras).

Figura 10

Momentos de la investigación acción-participación



Nota: Rubiano, Manuel (2008) Investigación y escuelas académicas. Buenos Aires: B

¿Pero responde curricularmente, la introducción del área de emprendimiento en el plan de estudios a las expectativas estratégicas de la promoción del emprendimiento? ¿Se han dispuesto o incorporado asignaturas de tal manera que promuevan el emprendimiento? Desde esta perspectiva, el emprendimiento ha sido asumido para su enseñanza y promoción en la institución educativa, en un enfoque dual, que responda en el lineamiento de que la educación para el emprendimiento es un motor del crecimiento futuro y nos ayudará a inspirar a los emprendedores del día de mañana.

Este enfoque dual se manifiesta, en una enseñanza transversal y en un área específica, para una pedagogía integral, que no sólo estimule al educando a su conocimiento y práctica, sino que lo haga crecer como sujeto y persona, en sus empeños profesionales.

La enseñanza de forma transversal, implica en los niveles de básica primaria y secundaria, irrigar el emprendimiento (más allá de aspecto adicional a la educación), en el currículo, en los niveles básicos y áreas, dándole la importancia y el espacio correspondiente en los contenidos curriculares nacionales y regionales.

Frente al análisis del emprendimiento, en el currículo, se observa que enriquece la labor formativa de manera tal que conecta y articula los saberes de los distintos sectores de aprendizaje y dota de sentido a los aprendizajes disciplinares, estableciéndose conexiones entre lo instructivo y lo formativo.

Por lo que la implementación de la transversalidad del emprendimiento, asume toda la experiencia escolar, pues todos los niveles están en consonancia con el emprendimiento, como una oportunidad para que los aprendizajes integren sus dimensiones cognitivas y formativas, por lo que impacta no sólo en el currículum establecido, sino que también interpela a la cultura escolar y a todos los actores que forman parte de ella

Por otra parte, en un área específica, se enfatiza la formación para el emprendimiento y la gestión de empresas, que corresponde en la institución educativa Colegio Humberto Gómez Nigrinis, al área de Educación para el Emprendimiento, definida, atendiendo a la obligatoriedad que ha establecido Ley No. 1014 de 2006, para reglamentar la cátedra de emprendimiento en un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresa, la cual se incorporó al currículo y desarrollado a través de todo el plan de estudios; para transmitir en todos los niveles escolares el conocimiento, y formar actitud favorable al emprendimiento, innovación, la creatividad y desarrollar competencias para generar empresa; y además diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas

empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza de la Educación básica primaria, secundaria y educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras

El emprendimiento es un área del conocimiento, que no puede verse solamente desde la teoría, sino desde un contexto de realidad, por lo que es relevante, en este análisis observar, si la institución educativa, le da cabida a un emprendimiento desde la práctica. Luego cabe la pregunta ¿Qué actividades desarrolla el colegio para promover el emprendimiento? Desde la observancia del proceso de Investigación-Acción que se adelanta en esta institución para generar iniciativas de emprendimiento, en los estudiantes, éste ha conllevado a que se conjuguen acciones que permiten encaminar la vida institucional alrededor de iniciativas, que movilizan el emprendimiento en la dinámica institucional, y en la vida académica del centro educativo.

Es así, que el Colegio Humberto Gómez Nigrinis promueve el emprendimiento a través de actividades en donde se desarrolla la creatividad, en el montaje de acciones que repercuten en una futura empresarialidad, y se materializan en proyectos prácticos.

De estos proyectos, hay que destacar, el *Centro de emprendedores*: Este centro tiene como función el diálogo de saberes y experiencias para la construcción de proyectos de vida desde la socialización de casos exitosos y sobre los que se trazan rutas para explorar la identificación de oportunidades desde la planeación estratégica personal.

Otra actividad, que se destaca es la *feria del emprendimiento*, convocatoria que permite la integración entre estudiantes emprendedores, para socializar, compartir y reconocer experiencias y proyectos de emprendimiento, de tal manera que se dé el intercambio y la valoración de los alcances y limitaciones, de los procesos que se desarrollan

en la institución educativa y su posibilidad de proyección como opción de vida, como su implementación más allá de la entidad educacional.

También cabe reconocerse el esfuerzo por emprender, que se materializa en el *Encuentro de emprendedores*, que se realiza cada año, para el mes de octubre, espacio donde los estudiantes de 10 y 11 grados, seleccionan previamente las mejores iniciativas de emprendimiento, para confrontarlas, con otras propuestas de otras instituciones educativas locales, del área metropolitana, y de carácter popular, convocados en este espacio abierto de encuentro emprendedor.

Indudablemente, el emprendimiento escolar no puede tener éxito, sino cuenta con un apoyo externo, que le permita no sólo actuar en la materialización de los empeños propuestos al interior de la institución de escolar, para echarlos andar en su tarea de alternativa a las necesidades sociales y económicas de la comunidad.

De ahí que sean importantes las alianzas estratégicas que permitan fortalecer el proceso de emprendimiento en la institución educativa. La institución educativa, colegio Humberto Gómez Nigrinis, reconoce la importancia de estas alianzas, y así como propicia ambientes institucionales para que el estudiante desarrolle actitudes emprendedoras en diferentes espacios y escenarios de aprendizaje, también posibilita que instituciones públicas y privadas que pueden ayudar en los procesos de emprendimiento del colegio, se vinculen desde alianzas estratégicas.

Con el Servicio Nacional de aprendizaje (SENA) se ha dado inicio al Programa de Integración con el Sena, para la formación bajo la titulación Técnico en Asistencia Administrativa y Técnico en Registro de Operaciones Contables, Financieras y Comerciales, con el Centro de Servicios Financieros, teniendo en cuenta el énfasis definido en el PEI.

Con la universidad UPB, un programa de emprendimiento de carácter técnico, atendiendo al PEI de la institución en la formación del educando, en la organización y gestión empresarial que, desde los grados sexto a undécimo, fundamente la propuesta pedagógica en la cual los alumnos reciben una formación teórica en alimentos y una formación práctica en la elaboración de productos a base de frutas y vegetales, lácteos, repostería, tortas, ponqués, orientado para los grados décimos; y para los grados undécimos, elaboración de productos a base de cárnicos, cereales, carbohidratos y repostería.

Y, finalmente, con el Banco Agrario y la Cámara de Comercio de Piedecuesta, se han aliado para desarrollar con los estudiantes de los grados décimo y once, el proyecto de Semillas del Emprendimiento, enfocado en la construcción de ideas de negocios, donde los alumnos conceptualizan y retienen más los conceptos teórico prácticos de la temática vista en el área de Emprendimiento, con la gestión empresarial

Los logros internos y externos como empoderamiento del educando en el campo del emprendimiento, los alcanzan, gracias al desarrollo de sus competencias blandas y duras, aquellas que los fortalecen para su emprendibilidad. El plan de estudios del colegio Humberto Nigrinis, ha enfatizado en competencias que considera esenciales para que el estudiante se fortalezca en el ingenio y la creatividad, y a ellas se debe el éxito del programa emprendedor.

El plan de emprendimiento, parte de la premisa de que las competencias blandas son las que propician las competencias duras, por lo que se requiere el dominio de competencias blandas, que son transversales e indispensables para la capacidad para desarrollarse a sí mismo como emprendedor de acción y creativo, desarrollar a otros y hacer crecer a las organizaciones.

En el plan de estudios, las capacidades blandas atienden a aquellas capacidades particulares que pueden mejorar el desempeño laboral, facilitar la movilidad interna, catapultar la carrera profesional y predecir el éxito laboral de los educandos. Estas

habilidades emocionales, o competencias blandas, que el plan de estudios fortalece, en el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis son:

Concienciación, para el reconocimiento de las propias emociones, así como fortalezas, limitaciones, valores y motivaciones.

Expresión emocional, que tiene por objeto, aprender a hablar de los sentimientos buscando el bienestar propio.

Empatía, como capacidad de captar y entender qué siente o piensa otra persona, e incluso ponerse en su lugar.

Espíritu deco-constructivo, fortalecimiento de la capacidad para compartir las propias ideas, propios puntos de vista y a partir de estas tomar decisiones contrarias a las de los demás.

Compasión Hace referencia a la solidaridad, amabilidad y a la cooperación con el otro o los otros.

Integridad Comportamientos, creencias y formas de actuar como cualidades morales de la persona.

En relación a las competencias duras, el plan de estudios enuncia una clasificación de las diferentes competencias y destrezas consideradas de vital importancia para desarrollar en los estudiantes. Éstas son: a) competencias instrumentales: orientadas a la adquisición de habilidades cognoscitivas, metodológicas, tecnológicas y lingüísticas, b) competencias interpersonales: referidas al desarrollo de capacidades individuales y sociales y c) competencias sistémicas: centradas en la capacidad de integración.

De lo precedente, el plan de estudios establece que el emprendedor debe actuar con:

Liderazgo: capacidad de construir consenso frente a la incertidumbre.
Comunicatividad: habilidad para generar mensajes claros y consistentes. *Toma de decisiones*: saber cuándo tomar decisiones para resolver o emprender negocios. *Trabajo en*

equipo: saber cuándo confiar y cuándo delegar. *Capacidad de abstracción*: ser capaz de concentrarse en los detalles y luego abstraerse para analizar la realidad completa.

Para finalizar este análisis de los resultados, se revisó qué competencias desarrolla en el estudiante cada una de las asignaturas, en el campo del emprendimiento. El análisis deja ver que:

Matemáticas, desarrolla la capacidad para negociar. Debe quedar claro que, en la práctica, para poder establecer un precio de venta, debe fijarse en los precios que los competidores tengan establecidos, para ajustar la estructura de costos al mercado.

Lenguaje y literatura, impulsa la competencia de significación y simbolización de las experiencias propias de su emprendimiento en el alrededor social en el que se le pone a prueba. Desde esta perspectiva se aborda el emprendimiento, en la idea de que el lenguaje es un mediador entre lo imaginario y lo real, constituyendo una herramienta a través de la cual los individuos significan, materializan y expresan su realidad, mediante el uso de lenguajes colectivos

Educación artística y cultural. Esta área, desde el emprendimiento, tiene por objeto el desarrollar en el estudiante, actividades tendientes a fomentar, promocionar, desarrollar, difundir y valorar proyectos artísticos y culturales.

Educación ética y en valores. Desde esta perspectiva, el emprendimiento lleva a una reflexión general sobre cuáles son los valores éticos fundamentales que debieran enmarcar el actuar íntegro del emprendedor. El objetivo en esta área, es el examen crítico de los valores éticos y su implicancia en la construcción del perfil del emprendedor moderno, como forma de dar sentido a un actuar orientado a un éxito que va más allá de la riqueza puramente económica. Se emplea el método analítico para valorar las actuaciones y comportamientos, y categorizarlos en una respuesta positiva al emprendimiento desde una postura de bien y bienestar: bondad de los actos emprendedores. Es a través de la variedad de criterios y

definiciones sobre valores éticos, que se busca un consenso en apreciarlos como elemento fundamental para asentar el accionar del emprendedor y fuente para encausar su actividad empresarial. Se proponen como valores la responsabilidad, la justicia, la honestidad, la fortaleza y la libertad.

Finalmente, la propuesta curricular construida por el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis e implementada en cuanto al emprendimiento como área de conocimiento en el plan de estudios y avalada en el PEI, evidencia que es posible la interdisciplinariedad del emprendimiento en cualquier campo disciplinar; y que se deben y se pueden aplicar los valores que todo emprendedor integral posee gracias a su perfil o atendiendo a los valores institucionales del colegio.

Socialización del emprendimiento. La socialización del emprendimiento implica acercar a la comunidad para que conozca de primera mano, que está haciendo la institución educativa en materia de formación emprendedora de sus estudiantes.

Es así, que en este campo, el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, para materializar los aspectos metodológicos propuestos, la experiencia adelantada en se fundamenta en la generación de estrategias, que se convierten en los escenarios de concreción de la aplicación de la Pedagogía del emprendimiento y que son productos del proceso de Investigación-Acción que se adelanta en esta institución, ha generado La feria del emprendimiento.

Estrategia que permite la integración entre estudiantes para socializar, compartir y reconocer experiencias y proyectos de emprendimiento, facilitando así el intercambio y la valoración de los alcances y limitaciones de los procesos que se desarrollan en la escuela y la posibilidad de proyección como opción de vida.

Por otra parte, se ha implementado el Tejido emprendedor. Estrategia que se fundamenta en el diálogo de saberes y experiencias para la construcción de proyectos de vida

desde la socialización de casos exitosos y sobre los que se trazan rutas para explorar la identificación de oportunidades para la generación de emprendimientos, que responder a alternativas de creación de empleo, desde la creación de empresa e industria.

10. Discusión

En el marco de la Ley de Emprendimiento (Ley 1014 de 2006) el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis satisface el espíritu de la ley, al perfilar su enseñanza en la idea de la formación de una cultura de emprendimiento, de tal manera que pedagogía y enseñanza se concilian en esa mirada de Tinoco y Laverde (2011) cuando asumen que el gesto emprendedor no es un evento gratuito, ni tampoco meramente teórico.

Reconocen ellos, que Emprender desde la institución educativa es un esfuerzo que lleva a una pragmaticidad (práctica), que en el Colegio Humberto Gómez Nigrinis, se ha venido entendiendo desde un terreno de realidad, en la medida en que se contextualiza y se propone escenarios reales para indagar, cuestionar, proponer, construir y crear opciones de vida, y en que se fortalezca la capacidad emprendedora, que conduzca al educando en lo individual y colectivo para la construcción y concreción de un proyecto de vida.

Es por ello que el emprendimiento, volviendo con Tinoco y Laverde, para ser proyecto de vida, debe contar con la dinamización que se motiva desde el sector educativo para la articulación de propuestas y estrategias hace que se integren diversos esfuerzos escolares, que la institución educativa Humberto Gómez Nigrinis, asume al hacer hincapié en sus programas para que se fortalezcan capacidades en sus educando para desarrollar habilidades y destrezas para emprender desde la institución educativa y retomar los caminos olvidados.

Es así que, con Barreto, Ruiz-Campo (2016), el estudiante se empodera de su proceso de formación, y como producto de su paso por la escuela adquiere las herramientas necesarias para gestionar acciones emprendedoras en su entorno más cercano con miras al beneficio individual y social.

Y se habla de un beneficio individual y social, porque el emprendimiento no es estrictamente de beneficio personal, si no, no sería emprendimiento, y para lograr el establecimiento de una iniciativa emprendedora, se requiere de un proceso social, donde la interacción del líder con otros actores sociales y el entorno en el cual opera, juegan un papel determinante.

En lo precedente si se habla de iniciativas emprendedoras, implica un espíritu de lucha y creatividad para superar obstáculos, por lo que idea de abordar la emprendibilidad desde el colegio tiene como propósito esencial, que los estudiantes muestren una mayor capacidad para resolver problemas con iniciativa y creatividad, y desempeñen un papel más protagónico en la construcción de su propio proyecto de vida como seres individuales y sociales (Núñez, 2016, p.98)

Desde esta perspectiva, estudiante construye sus sueños a partir de realidades y con otros, y desarrollar la creatividad e incidir de manera significativa sobre la identificación de sus fortalezas y oportunidades para construir con bases sólidas su plan de desarrollo personal, que, el estudiante debe asumir como la construcción de saberes (conocimiento) para afrontar la vida desde el colegio. Algo así, como preverla, y por eso se pone a prueba, resolviendo problemas, superando dificultades, que lo implican como a sus pares escolares.

Por lo tanto, la institución escolar, no solo debe estar para desarrollar iniciativas productivas en los estudiantes, sino para encontrar respuestas conjuntas a las necesidades educativas de niños, niñas y jóvenes que estén dispuestos a creer y a crear opciones de vida, y que desde la reflexión de cada uno de ellos se asuma con capacidad para abrir caminos y

superar las dificultades para construir espacios donde haya mejores posibilidades y futuro para todos.

Pero la discusión sobre el emprendimiento no está agotada, y es importante que no sólo las instituciones educativas de secundaria, las secretarías de educación locales y regionales, como el mismo Ministerio de educación, revisen el discurso sobre el emprendimiento, para su mejoramiento, o cambio de postura, dado que según los críticos del emprendimiento en las instituciones escolares -a quienes es necesario tener en cuenta, pues miran desde la externalidad el desarrollo del emprendimiento educativo, y lo observan mejor, pues no tienen intereses ni subjetividades, sobre el mismo.

El enfoque del emprendimiento no es el mismo para cada sociedad, pero a pesar de que pretenda una bondad puede llevar ínsito otros propósitos que no se dejan examinar a simple vista, principalmente.

Es así que, en atención a Pereira (2007) la necesidad de un análisis del discurso del emprendedor y su concepción del mismo, que deviene del estado, cuyo canal de comunicación y praxis es la Educación, para sacarlo a flote, reviste de un análisis a profundidad, que dé luz sobre si las premisas responden más a acto de poder que de desarrollo, nivelación económica y social.

Y, más ahora que el apogeo del discurso emprendedor se magnifica aún más en Colombia, es relevante este análisis del discurso dadas las grandes desigualdades sociales y económicas que afronta el país en las últimas décadas; aquí, el alto índice de inflación y desempleo, los trabajos mal remunerados y la poca inserción laboral de los nuevos profesionales sirven de caldo de cultivo para que, a través del ofrecimiento de cursos y modalidades emprendedoras, este concepto haga carrera en las Instituciones de Educación públicas y privadas del país (Ararat, 2010, p 8).

No extraña que, en este contexto educativo, promueven la educación en sus habitantes, como el motor del desarrollo económico y social (Bello, 2003, p. 236), y buscan que las instituciones públicas y privadas, inicien la praxis social del emprendimiento como una solución viable a los problemas socioeconómicos del país.

Pero, cómo responden las instituciones educativas al respecto, sin el análisis profundo del discurso emprendedor. Relevante, entonces, recomendar a docentes y estudiantes pues, dilucidar posturas ideológicas que validan dicho discurso y lo legitiman como una práctica social, de cambio de mentalidad en cuanto se adopte el modelo emprendedor que se presenta como una alternativa económica orgánica, pues se pretende que el discurso emprendedor desde lo educativo, sea una respuesta, a una necesidad de país.

En atención al párrafo precedente, el análisis del discurso es relevante que se adopte en las instituciones educativas como el Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, para aclarar según los epistemólogos del emprendimiento, hasta dónde revela posturas ideológicas que rigen el discurso del emprendimiento en los colegios; entre ellas, ideologías que los acoge como miembros de un mismo grupo, pero con propósitos distintos.

Por eso en este aspecto, es de suma relevancia que las instituciones desde el análisis entiendan, si el emprendimiento que acogen se manifiesta en emprendimiento, según sus miembros: social, de carácter público, y o “empresarial, de carácter privado (Ararat, 2010).

El problema, siguiendo a Pereira (2010) es que ambos se realizan con actividades similares; pero se distancian en sus propósitos, porque, mientras en el sector público se busca formar emprendedores para generar “igualdad social”, en lo privado se trata de mantener el status empresarial como parte de una élite que contribuye a una mejor sociedad.

Se infiere, por lo tanto, que la representación y diferenciación ideológica que se hace, entonces, a través del discurso del emprendimiento, entre lo público y lo privado, puede resultar contradictorio en el discurso

Por lo que los colegios deben apoyarse en el análisis discursivo, pues la dicotomía público-privado en el terreno de la gestión se refiere, por lo tanto, a la contraposición ontológica entre el Estado como mediador social y representante (real y/o simbólico) del interés de todos, de la sociedad políticamente organizada vs. el universo de los derechos de propiedad y mercantilización de bienes y servicios, con ánimo de lucro, de la parte del empresariado capitalista, puede llevar a eventos contraproducentes de la misma enseñanza-aprendizaje (Pardo, 2002, p. 86).

Sin embargo, obra un discurso gerencial dominante cuando se plantea esta idea de no querer separar el emprendimiento privado del público, en el argumento de que ambos se realizan con actividades similares, a pesar de que se distancian en sus propósitos. Así, mientras en el sector público se busca formar emprendedores para generar “igualdad social”, en lo privado se trata de mantener el status empresarial como parte de una élite que contribuye a una mejor sociedad, luego es relevante que las instituciones educativas analicen el contexto de emprendimiento, para ver cuánto se ajustan al entorno social.

Queda una herramienta para las instituciones educativas, en este análisis del discurso, que pone epistemológicamente un tópico de discusión sobre el discurso del emprendimiento en las instituciones educativas que es contradictorio, y que puede resultar nugatorio para los intereses del mejoramiento productivo y social.

11. Conclusiones

Por lo observado frente a los objetivos del proyecto, se pudo establecer que directivos y profesores entendieron la necesidad de adoptar el emprendimiento desde la idea de sensibilizar al alumnado sobre la importancia de la economía social, como vía para aportar

valor a la sociedad y contribuir al desarrollo local y así desde la propia institución escolar fomentar el emprendimiento social.

Lo anterior llevó al Colegio Técnico Humberto Gómez Nigrinis, para hacer realidad el emprendimiento como área de estudio fundamental y a la vez determinante, a implementar estrategias adecuadas, para lograr que los alumnos aprendan a crear, gestionar y poner en marcha una empresa en el aula, por un lado, y por otro lado, desde lo pedagógico a que reconozcan la importancia de la formación como factor determinante de su desarrollo profesional.

Por lo tanto, en el Hugoni, se ha dado respuesta al alumnado frente a sus motivaciones, intereses y capacidades de aprendizaje, por lo que en su propuesta educativa, se aprecia que ha tratado de crear las condiciones necesarias de enseñanza aprendizaje teniendo en cuenta las características y necesidades individuales, por lo que prima la idea de trabajar con todos, en beneficio de todos, para ofrecer oportunidades y experiencias educativas que compensen las desigualdades que se puedan generar por sus diferencias, de tal forma que la formación en el campo del emprendimiento sea incluyente

Las estrategias se fundamentan en la idea de la posibilidad de comprender mejor a las personas a partir de la realidad experiencial. Por ello, los docentes, actúan frente al proceso de manera reflexiva, intuitiva, sensible al lenguaje y a la vivencia de la experiencia.

La experiencia pedagógica, se apoya en el aprendizaje dialógico, en una concepción comunicativa que asume la relevancia de la interacción alumno-alumno y alumnado-profesor, diálogo que ha permitido responder a la diversidad, al romper con el esquema tradicional en el que todos los alumnos hacen lo mismo, en el mismo momento, de la misma forma y con los mismos materiales. En este sentido, fue necesario diseñar materiales diversos, teniendo en cuenta las características de los diferentes alumnos, y necesario considerar diferentes modalidades de agrupamiento de alumnos (individual, pequeño o gran grupo) que permita la

puesta en práctica de metodologías variadas (enseñanza tutorizada, colaborativa/cooperativa), así como la flexibilización de los grupos y tiempos.

12. Recomendaciones

Concluida la investigación se recomienda, por una parte, trabajar el emprendimiento desde edades tempranas Preescolar o año cero, y Básica Primaria, para sembrar la semilla en los más pequeños el espíritu emprendedor.

Se observa que se aplican diversos programas, por lo que se recomienda garantizar la continuidad de estos programas, durante el tiempo necesario para lograr sus objetivos, experiencia y estabilidad, y no desestimarlos, por la aparición de nuevos programas de emprendimiento, sin haber alcanzado su finalidad académica.

Por otra parte, se recomienda realizar una investigación complementaria sobre las estrategias didácticas para la enseñanza del emprendimiento desde otras áreas y en torno a otros proyectos que favorezcan procesos de transversalización y de construcción de una cultura emprendedora, pues, a pesar de que la idea aparezca en el PEI, no se ha echado a andar de una manera sólida, y sería decisiva en el fortalecimiento del emprendimiento en esta institución educativa.

Es importante que el colegio busque el apoyo de la Secretaría de Educación Municipal, universidades y entidades que promueven el emprendimiento, para que faciliten espacios de interacción y escenarios como eventos, foros, conferencias, conversatorios y demás, que afiancen asuntos acerca del emprendedor como protagonista; y así, despertar el interés por potencializar habilidades y competencias, desde escenarios de externalidad.

Referencias Bibliográficas

- Ararat, J. (2010). Praxis social del emprendimiento en instituciones de educación secundaria y superior públicas y privadas de Medellín. Una mirada desde el Análisis Crítico del Discurso. Tesis Maestría. Medellín, Colombia: Universidad EAFIT
- Adorno, Theodor W. (1991), Actualidad de la Filosofía, Barcelona, Paidós.
- Almorín Oropa, Tomás Enrique. (2000), “¿Qué es hermenéutica? Una aproximación”, en Iztapalapa, núm. 49, julio – diciembre, México, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, pp. 13–26.
- Barreto S, Ruiz-Campo S (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. Formación Universitaria. 2016;9(1):25-34. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=373544194004>
- Barrera M, Silvia Patricia (2017). Buenas prácticas para la educación en emprendimiento en la educación básica y media: implementación del modelo “S” [en línea]. En: Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial. Financiación, desarrollo y educación empresarial. Mayo de 2017, vol. 5, p. 85. [Consultado: 26 de agosto de 2019.

Disponible en internet:

http://www.icesi.edu.co/images/Centros/cdee/informes/coleccion_dice/DICE5.pdf

Bello, M. (2003) El emprendimiento y la familia. Barcelona: Teide

Birch, D. L. (1981). Who creates Jobs? The Public Interest, 3-14.

Bordieu, J. M (2005) La investigación: metodologías. México: Fondo de cultura económica

Cantillon, R. (1775). The circulation and exchange of goods and mechandise. In H. Higgs (ed.) Essai sur la Nature du Commerce en Général. London: Macmillan (1991). Chapter 3.

Colet, E. (2010). Más espíritu empresarial. La Vanguardia, 27 noviembre 2010, 22

COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014 (26, enero, 2006). Por la cual se expide la ley de Fomento a la cultura del emprendimiento. Diario Oficial, Bogotá, D.C., 2006. no. 46164. p. 1-9.

COLOMBIA, MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. (diciembre, 2012). La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. 59 p.

COLOMBIA, MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. (septiembre, 2012). Lineamientos para la articulación de la educación media. 60 p.

Cuesta, Luis. El emprendimiento en Santander. En: Emprendimiento y educación. Bucaramanga. No.21.

European Commission (1998). Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the future. Brussels. COM(98) 222 final.

Díaz, C. (2002). La Creación de Empresas: Revisión Histórica de Teorías y Escuelas. Trujillo: Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas

Flick, U. (2004). Introducción a la investigación cualitativa (Trad. T. del Amo). Madrid: Morata, pp. 324 (libro original publicado en 1998).

Fontecha, Manuel. El emprendimiento. Bogotá: Cartilla Económica-MinDesarrollo, 2012.

Freire, P. (2009). Pedagogía de la autonomía. Saberes necesarios para la práctica educativa.

México: Siglo XXI

Fresneda M, Ana María. En el escenario escolar, formando grandes emprendedores (en

línea). En: El Tiempo. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12554200>

González. B. (2006). Aprendizaje por proyectos y emprendimiento: un par de ideas para

empezar a convencer. Recuperado de [http://pedablogia.wordpress.](http://pedablogia.wordpress.com/2007/03/15/aprendizaje-por-proyectos-y-emprendimiento-un-par-deideas-para-empezar-a-convencer/)

[com/2007/03/15/aprendizaje-por-proyectos-y-emprendimiento-un-par-deideas-para-empezar-a-convencer/](http://pedablogia.wordpress.com/2007/03/15/aprendizaje-por-proyectos-y-emprendimiento-un-par-deideas-para-empezar-a-convencer/)

González, Alberto. El emprendimiento en Colombia. En: Cartilla de emprendedores. Bogotá.

No. 5.

Kirzner, I. M. (1985). Discovery and the Capital Process. Chicago: Iniversity of Chigago

Press.

Ministerio de Educación Nacional (MEN) (2011). La cultura del emprendimiento en

los establecimientos educativos. Guía 39: Orientaciones generales. Bogotá:

Ministerio

Habermas Jürgen (1996a), “Notas para una discusión (1964): Neutralidad valorativa y

objetividad (respuesta a Parsons en el XV Congreso de Sociología alemana)”, Trad.

Manuel Jiménez Redondo, en La lógica de las ciencias sociales, Madrid, Tecnos, pp.

71–77.de Educación Nacional de Colombia

Hernández, F. y Ventura, M. (1998). La organización del currículo por proyectos de trabajo:

El conocimiento es un calidoscopio. Universidad de Barcelona

Huse, M., & Landstrom, H. (1997). European entrepreneurship and small business research:

Methodological openness and contextual differences. International Studies of

Management & Organization, 27, 3, 3

Lasch, F., & Yami, S. (2008). The nature and focus of entrepreneurship research in France over the last decade: a French touch? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32, 2, 339-360.

Marcos, Ramiro. Qué es ser emprendedor. Bogotá: Tecnos, 2005.

Osorio Tinoco F, Pereira Laverde F. Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración*, 2011.24(43),13-33. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-

Pardo, Luis M. (2002) Experiencias significativas del emprendimiento. México: Eme-Universidad de Puebla.

Riquelme, Matías (2018) El espíritu emprendedor. Recuperado <https://www.webyempresas.com/>

Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business in Economics*, 10, 103-115.

Rubiano, Manuel (2008) Investigación y escuelas académicas. Buenos Aires: B.

Sánchez Galán, Javier. Emprendedor. En: Economipedia. Recuperado: <https://economipedia.com/>

Sarmiento, María (2005). Como facilitar el despertar financiero en los niños y niñas. *Psicología económica para el nuevo siglo*, Bogotá: El manual moderno.

Say, J. B. (1803). *Tratado de Economía Política*. Paris

Serpa A, Álvaro. El emprendimiento en Colombia. Bogotá: Tecnos, 2005.

Schmude, J., Welter, F., & Heumann, S. (2008). Entrepreneurship in Germany. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 289-311.

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. Cambridge: Harvard University Press.

Stevenson B. (2001) Investigación y diagramas. Madrid: Anagrama

Terapuez, E. Dificultades y potencialidades para el desarrollo de un currículo pertinente para la educación emprendedora. Memorias XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. 2008.

Vásquez, M. (2005) Del emprendedor y su gestión. Madrid: Teide

Velázquez, J. & Guarnizo, C. (2013). La cultura del emprendimiento y la empresarialidad en instituciones educativas de Colombia: Realidades y oportunidades. Revista Internacional Magisterio, Educación y Pedagogía. 62, 16-21.

Vásquez, J (2008) Emprendimiento y gestión. México: Eme

Vesper, K. H. (1980) Nuevas estrategias del riesgo. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

Walras, L. (1877). Elements of Pure Economics. Trad. W. Jaffé (1957).

Apéndices

Apéndice a. Tabulación y categorización

Preguntas entrevista estructurada	Categoría	Respuesta	Porcentaje	
1. ¿Cuál es la concepción en la institución sobre el emprendimiento?	Concepto	De acuerdo con ley 114 y conceptos teóricos.	21	84%
		No coincidentes.	4	16%
2. ¿Qué programas se han implementado para mejorar la calidad de vida de los estudiantes?	Programas	Reconocen programas.	19	76%
		No reconocen.	6	24%
3. ¿Qué instituciones se han vinculado con el colegio para apoyar el emprendimiento?	Instituciones	Identifican instituciones.	24	96%
		No reconocen convenios.	1	4%
4. ¿Qué proyectos se han	Proyectos	Reconocen proyectos.	18	72%

implementado en el colegio para apoyar el emprendimiento?		No reconocen.	7	28%
---	--	---------------	---	-----